

JAN.
2018

ÉTAT DES LIEUX DE L'ACTIVITÉ DE RÉPARATION DES APPAREILS ÉLECTROMÉNAGERS DANS SA RELATION AU PRODUIT ET A LA FILIÈRE

PHASE 2 : DEFINITION ET SIMULATION
DE SCENARIOS

SYNTHÈSE



En partenariat avec :

GIFAM

REMERCIEMENTS

Hortense Brunier (GIFAM)
Camille Beurdeley (GIFAM)
Damien Chicaud (GIFAM)
Marie Hervier-Collas (ADEME)
Brigitte Petit (Beko)
Alain Chanteau (Groupe SEB)
Guillaume Coste-Albert (Candy Hoover)
Bertrand de Monval (Miele)
Pascal Gilles (De'Longhi)
Erwann Medjedoub (LG)
Emmanuel Benoit (Agora)

CITATION DE CE RAPPORT

GIFAM, ADEME, Deloitte Développement Durable (Benoît TINETTI, Anton BERWALD, Victoire SENLIS). 2018. Etat des lieux de l'activité de réparation des appareils électroménagers dans sa relation au produit et à la filière – Synthèse Phase 2. 11 pages.

Cet ouvrage est disponible en ligne www.ademe.fr/mediatheque

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

Ce document est diffusé par l'ADEME

20, avenue du Grésillé
BP 90406 | 49004 Angers Cedex 01

Numéro de contrat : 1502C0096

Étude réalisée par Deloitte Développement Durable (pour ce projet cofinancé par le GIFAM et l'ADEME.

Coordination technique - GIFAM : BRUNIER Hortense
Directrice Développement Durable

Coordination technique - ADEME : HERVIER-COLLAS Marie
Direction/Service : Direction Économie Circulaire et Déchets / Service
Produits et Efficacité Matière



L'objectif global de cette deuxième phase de l'étude est de simuler un scénario d'évolution du SAV en France au cours des années à venir (scénario « business as usual ») et de définir des scénarios alternatifs qui pourraient être créateur de valeur pour la filière de réparation. Le périmètre temporel de l'analyse est limité à 10 ans (2016 à 2025).

Le scénario « business as usual » - un scénario préjudiciable d'un point de vue socio-économique et environnemental

Le scénario business as usual (BAU) correspond à un scénario du statu quo sans aucune modification. **Pour le PEM il est projeté que la centralisation et l'industrialisation du SAV continuerait jusqu'en 2025, impliquant une réduction du nombre de réparateurs indépendants et une perte de proximité pour le consommateur. Pour le GEM, la simulation du BAU considère que la gestion de la plupart des interventions sous garantie (SG) serait effectuée par les grands groupes du SAV des distributeurs.** Ces acteurs continueraient à travailler avec quelques réparateurs indépendants dans les zones où ils n'ont pas d'implantation.

Avec la raréfaction des réparateurs indépendants de proximité et un manque d'alternatives économiquement intéressantes pour le consommateur, le scénario BAU projette une **baisse du nombre de réparations hors garantie à la fois pour le PEM et pour le GEM.** Cela serait accentué par le fait que la réparation deviendrait encore moins compétitive par rapport à l'achat des produits neufs (le prix des produits neufs n'a pas vocation à augmenter de manière significative, alors que celui de la réparation le sera de par les hausses supposées des coûts de main d'œuvre, du transport et de l'immobilier.) **Cette baisse du nombre de réparations engendrerait une augmentation du nombre d'appareils devenant des DEEE.**

Sous garantie, le taux de réparation baisserait pour les appareils du PEM, car un échange serait proposé de préférence par les fabricants ou les distributeurs pour économiser le surcoût de transport vers la réparation centralisée et pour offrir une solution plus rapide au consommateur. **Le taux de réparation resterait stable pour le GEM sous garantie.**

Avec la disparition des réparateurs indépendants de proximité et un manque d'alternatives pour le consommateur pour la réparation hors garantie, **le nombre de réparations hors garantie diminuerait probablement,** car le prix de la réparation hors garantie ne serait souvent pas attractif pour le consommateur comparé à l'achat d'un appareil neuf. **Cela aurait pour conséquence que plus d'appareils réparables deviendraient des DEEE.**

La simulation du scénario BAU a montré que la filière française de la réparation des appareils du PEM et du GEM serait menacée et **pourrait perdre jusqu'à 23% du revenu provenant de la réparation d'ici 2025 par rapport à 2016. Cette baisse serait probablement accompagnée par une baisse d'effectifs qui pourrait toucher jusqu'à 1 688 ETP locaux en 2025 par rapport à 2016¹, dont 91% des réparateurs indépendants.**

¹ Il faut noter qu'une estimation plus précise des emplois menacés nécessiterait une évaluation d'impact approfondie qui tienne compte d'autres critères tels que les revenus provenant de la vente d'accessoires ou de pièces détachées, la réparation d'autres groupes de produits (brun, gris, etc.), etc. Une telle étude d'impact détaillée dépasse le cadre de cette étude.

Vers un nouveau modèle économique dans lequel tous les acteurs devraient jouer un rôle important

Afin de contrarier la tendance actuelle et réussir une **transition vers un modèle social, économique et écologique durable**, il est nécessaire que les acteurs intègrent la réparation comme une composante clé de leur modèle économique et dans la relation entre les diverses parties prenantes. Par ailleurs, il est nécessaire que dans l'esprit du consommateur la réparation soit envisagée même si elle coûte plus de 30-40% du prix d'un produit neuf. Si un appareil est remis à 100% de ses fonctionnalités après réparation, pour des raisons sociales et d'impact environnemental, **le consommateur devrait être progressivement éduqué à faire le choix de la réparation** et donc de la durabilité, et être convaincu qu'il récupère un appareil à 100% de fonctionnalité « comme neuf ».

Pour obtenir cela, il serait nécessaire **de considérer le SAV comme un centre de profit**, et ainsi adapter le **discours de communication**. Les fabricants devraient être **aidés en cela par les fédérations professionnelles (notamment par le GIFAM), et par les pouvoirs publics (dont l'ADEME)**. Cela devrait conduire à des campagnes de communication, puisqu'il faudrait un **changement de mentalité**. Bien que de nombreuses initiatives existent déjà (journées de l'entretien et de la réparation par le GIFAM, stands pédagogiques à la foire de Paris, etc.), ces campagnes de relations presse impliqueraient plus d'acteurs et seraient de plus grande ampleur. **Tous les acteurs du marché, y compris les distributeurs, les assureurs, et les acteurs de l'ESS, devraient jouer un rôle important et trouver leur place dans ce nouveau modèle économique.**

Contrecarrer la disparition des réparateurs indépendants passe aussi par une mutualisation de leur fonctionnement dans un réseau (par exemple le réseau STAR) et par la communication de ce réseau. **Un tel réseau pourrait par exemple adopter une plateforme avec une application pour les smartphones et tablettes comme c'est le cas pour le nouvel annuaire « réparateurs.org » de la plateforme AGORA, des codes du réseau, des camionnettes communes avec des couleurs prégnantes et des devantures qui doivent être visibles dans le paysage².**

Tous ces moyens pourraient être mis en œuvre **en deux étapes mais en un seul et même dispositif**, avec une préparation en amont pendant une première phase de cadrage, et un « top départ » pendant une deuxième phase de communication grand public. En effet, avant de lancer une campagne de communication grand public, de nombreuses évolutions devraient être actées, puis implémentées. **Pour fédérer toutes les énergies autour d'un projet commun, pour réunir tout le monde autour d'une vision commune, et aussi pour pouvoir prendre la parole et être entendus pendant la phase de préparation, il serait utile de nommer la démarche autour d'une expression unique, forte, qui embarque tous les acteurs concernés. La deuxième phase, qui serait une phase de communication grand public, devrait articuler toute la démarche autour d'une colonne vertébrale communicante, à la fois simple, claire et puissante.**

² Cet annuaire des réparateurs de produits blancs pourrait être coordonné avec le travail de l'ADEME en cours de référencement des réparateurs et par des annuaires régionaux également développés par des Chambres de Métiers de l'Artisanat (ex. <https://www.cma76.fr/reparateurs>, <http://www.reparateurs-limousin.fr/>).



Trois objectifs opérationnels pour redynamiser la filière

Trois objectifs opérationnels se sont dégagés au cours de la phase 2 de l'étude pour soutenir la filière de la réparation, et principalement les réparateurs indépendants qui d'après l'analyse du BAU seraient les plus « vulnérables » :

1. **Assurer une relation de proximité avec les consommateurs grâce aux réparateurs indépendants agréés** pour maintenir les emplois locaux et la réparation hors garantie ;
2. **Renforcer le SAV dans la stratégie des fabricants et des distributeurs ;**
3. **Alimenter les réparateurs en augmentant le nombre de réparations à effectuer** (sous garantie et hors garantie).

Ces objectifs opérationnels s'intègrent dans le contexte global de la transition écologique et des enjeux de l'économie circulaire traités par la législation française (Loi Hamon, LTECV, etc.) et par différents travaux nationaux et internationaux en cours³.

Le premier objectif part du constat que les fabricants de PEM et de GEM n'ont actuellement pas ou peu de contacts directs avec le consommateur, car la quasi-totalité des ventes passe par la distribution et les *pure players*. Cependant, les fabricants ont tout intérêt à **établir une bonne relation avec les consommateurs pour créer un attachement à leur marque et les fidéliser**. Tandis que les distributeurs travaillent sur le développement de leur propre marque, ce n'est pas dans leur intérêt direct de pousser les ventes d'une marque particulière, car leur modèle économique est basé sur la diversification de leur offre. Les distributeurs ne vont donc pas jouer le rôle d'ambassadeur d'une marque spécifique, mais de leur propre marque.

Les clients d'aujourd'hui sont de plus en plus exigeants car **ils n'achètent pas seulement un produit, mais aussi un service associé au produit**. Si le service après-vente n'est pas assuré par un ambassadeur de la marque, l'image de la marque est en risque. **C'est là où les réparateurs indépendants agréés pourraient jouer un rôle important dans la relation entre fabricant et consommateur**. La présence de réparateurs indépendants agréés sur l'ensemble du territoire pourrait donc être un moyen pour les fabricants d'entretenir un contact direct avec le consommateur via **des réparateurs de proximité qui agissent comme ambassadeurs de la marque**. Sachant que la qualité du service après-vente a un impact important sur la vente des produits neufs, cette stratégie pourrait également bénéficier au fabricant à moyen et long terme.

Le deuxième objectif est lié à l'observation que le service client est encore **considéré comme un centre de coût par beaucoup de sociétés**. Cependant, face à un environnement de plus en plus concurrentiel et des clients toujours plus exigeants devant la qualité du service apportée, **cette position est en train d'évoluer**. En effet, face à une forte concurrence, une baisse des prix des appareils neufs et des exigences des consommateurs de plus en plus importantes, la fidélisation de la clientèle à travers la qualité du service est un élément clé.

³ Par exemple les rapports du Gouvernement Français au Parlement sur l'allongement de la garantie légale de conformité et sur l'obsolescence programmée, le Paquet Économie Circulaire de la Commission Européenne, le Rapport Durand, etc. (cf. partie réglementaire dans le rapport de la Phase 1).

Le service après-vente a une importance majeure dans cette fidélisation pour des raisons qui peuvent être expliquées par le phénomène psychologique du « negativity bias »⁴. Pour le consommateur, le contact avec le SAV est souvent lié à un événement désagréable (panne) qui a déclenché un sentiment négatif (besoin de contacter le SAV, attente, perte de temps, perte de fonctionnalité du produit, coûts, etc.). En effet, 75% des expériences négatives des consommateurs ne concernent pas le produit en lui-même mais l'environnement voire la gestion de la réclamation⁵. Aujourd'hui, les consommateurs n'achètent pas seulement un produit, mais aussi un service derrière le produit qui les rassure du bon fonctionnement du produit dans la durée. **La qualité du service après-vente a donc un impact décisif sur l'image de la marque, car c'est la base de la relation de confiance et du lien entre le client et l'entreprise suite à l'achat.** Plus le SAV est performant, plus le client a confiance en la marque et plus il sera fidèle. Le SAV est donc un élément central dans la relation client et dans sa fidélisation ; cette dernière est aujourd'hui indispensable à maintenir pour les entreprises dans un environnement très concurrentiel et car il est estimé que gagner un nouveau client est environ 7 fois plus coûteux que de le fidéliser⁶.

Le troisième objectif opérationnel pour redynamiser la filière passerait par la redirection de plus de volume de pannes vers la réparation. Le nombre de réparations à taux de panne constant pourrait être augmenté grâce à différents leviers, variant selon que le produit soit sous garantie (ex. en privilégiant la réparation par rapport à l'échange à neuf) ou hors garantie (ex. en incitant financièrement le consommateur).

D'une façon générale, le consommateur doit être mieux **sensibilisé à la réparation via différents acteurs**. La LTECV a renforcé la priorité donnée à la prévention des déchets (via la réparation et le réemploi) dans les actions à mener pour favoriser la transition vers une économie circulaire. En outre, **les pouvoirs publics** devraient continuer leurs efforts déjà entrepris pour pousser vers une consommation plus responsable via la réparation, grâce à des campagnes de sensibilisation. **Les fabricants et les distributeurs** auraient également intérêt à communiquer d'avantage sur la réparabilité de leurs produits et sur leur SAV, car ils contribuent à donner une image positive de la marque (cf. Objectif 2).

Enfin, les différents acteurs de la filière **pourraient être incités économiquement** via plusieurs mesures fiscales, comme une **TVA réduite** et/ou un **crédit d'impôt pour la réparation**. Dans sa proposition 2.6. du rapport au Parlement français sur l'opportunité de l'extension de la durée de garantie légale de conformité⁷, le Gouvernement propose d'étudier les leviers fiscaux pour soutenir le secteur de la réparation (p.8).

Simulation de scénarios

Pour chacun des trois objectifs, un ou plusieurs scénarios ont été définis et simulés pour estimer la projection du nombre de réparations effectués, des quantités de DEEE évitées, du revenu et du nombre d'ETP de la filière. Ces scénarios sont les suivants :

- Scénario 1 : Simulation d'une augmentation (illustrative) de 10% du forfait moyen sous garantie payé par les fabricants aux réparateurs indépendants du PEM.

⁴ En psychologie cognitive le « negativity bias » se réfère à la notion que les choses d'une nature plus négative (par exemple pensées désagréables, émotions ou interactions sociales, événements nocifs / traumatisants) ont un effet plus important sur l'état psychologique et les processus que les choses neutres ou positives.

⁵ <http://www.journaldunet.com/management/expert/60929/reinventer-son-sav-pour-en-faire-un-levier-strategique-de-sa-croissance.shtml>

⁶ Comment développer la Fidélité de ses clients...tout en augmentant sa rentabilité, SAGE, 2013.

⁷ https://www.ecologique-solaire.gouv.fr/sites/default/files/RAPPORT_Garantie_légale_conformite.pdf



- Scénario 2 : Simulation d'une baisse (illustrative) du prix de vente de 10% de la pièce détachée hors garantie vendue aux réparateurs indépendants.
- Scénario 3 : Simulation d'une mise en place de solutions logicielles qui permettent d'augmenter l'efficacité des réparateurs du GEM de 10% (via le nombre de réparations effectués par jour).
- Scénario 4 : Simulation d'une augmentation des réparations du PEM à la place d'échanges à un neuf.
- Scénario 5 : Simulation des outils fiscaux pour soutenir le secteur de la réparation
 - Scénario 5.1 : Simulation d'une TVA réduite à 10% sur le prix de la réparation HG (main d'œuvre et transport, hors pièce détachée).
 - Scénario 5.2 : Simulation du passage au statut d'une entreprise de service à la personne (SAP) pour les réparateurs indépendants
 - Scénario 5.2.1 : Simulation du passage au statut d'une entreprise de service à la personne (SAP) des réparateurs indépendants, sans conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants
 - Scénario 5.2.2 : Simulation du passage à un statut d'entreprise de service à la personne (SAP) des réparateurs indépendants, avec conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants

Il faut noter que la modélisation des scénarios s'appuie sur des projections et simulations partielles, par scénario, et qu'elle a pour principal objectif de traduire en termes de revenus et d'emplois la mise en œuvre d'actions possibles suggérées par les pouvoirs publics. Il faut également garder à l'esprit que les scénarios étant basés sur différentes hypothèses, ils ne peuvent ni être comparés entre eux, ni additionnés. En outre, il est important de noter que la modélisation des scénarios est basée sur des projections et simulations partielles qui ont pour hypothèse que toutes autres choses restent égales par ailleurs. Cependant, le marché du SAV est très dynamique et intégré dans une structure complexe avec de nombreux acteurs qui ont un impact significatif les uns sur les autres. Les différentes hypothèses prises pour les scénarios sont présentées en détail dans les différentes sections du rapport.

La simulation des scénarios a montré que les mesures isolées comme une augmentation du forfait SG (S1), une baisse du prix de la pièce détachée HG (S2), une augmentation de l'efficacité des réparateurs indépendants via des logiciels professionnels (S3) ou une réduction des échanges à neuf (S4) au profit de la réparation pourraient aider les réparateurs indépendants, mais ne seraient a priori pas suffisantes pour contrarier la tendance actuelle de la disparition des réparateurs indépendants.

Les scénarios 5.1 et 5.2.1 n'ont pas un impact direct sur le revenu des réparateurs car les mesures ne touchent pas les produits d'exploitation (ventes de services et de produits), mais les charges d'exploitation (taxes, charges sociales). Ces mesures ont donc un impact sur la marge des réparateurs, leur permettant soit de mieux se rémunérer, soit d'embaucher davantage de personnel. Pour simplifier l'analyse, l'hypothèse était retenue que la réduction des charges d'exploitation se traduit en ETP supplémentaires.

Le Scénario 5.2.2 a simulé le passage du statut des réparateurs indépendants à un statut d'entreprise de service à la personne (SAP).

Une entreprise de services à la personne (SAP) peut bénéficier, ou faire bénéficier ses clients, d'avantages fiscaux et sociaux suivants : réduction ou crédit d'impôt pour le client, TVA à taux réduit (5,5% ou 10%), et exonération de charges sociales.

Pour inciter le consommateur via des mesures fiscales, il conviendrait donc de proposer une nouvelle mesure incluant une TVA réduite sur les activités de réparation et d'inclure ce type de réparation dans les services à la personne ouvrant le droit à un crédit d'impôt. Une action concrète pourrait être d'élargir le champ du petit bricolage pour y inclure la réparation des appareils électroménagers, par des professionnels indépendants d'une part et de proposer une TVA réduite d'autre part. Il faut noter qu'à ce stade seules les interventions à domicile sont concernées par le SAP, ce qui exclurait explicitement les réparateurs indépendants de PEM qui effectuent les réparations dans un atelier. Par simplicité d'analyse, ce scénario modélise l'effet sur les deux groupes de produits. Il faut également noter que cette perspective nécessite de bien circonscrire les activités de réparation au secteur du PEM et GEM et de lever l'obstacle de la condition d'activité exclusive (CAE) des professionnels pour assurer leur éligibilité au dispositif⁸.

La simulation de ce scénario a montré qu'avec les incitations fiscales pour les consommateurs et les réparateurs indépendants, il serait envisageable de créer une situation de stabilisation et de création d'emplois par rapport au scénario BAU. Selon ce scénario, le passage au statut d'entreprise de service à la personne permettrait de générer **126 M EUR supplémentaires pour les réparateurs indépendants** en 2025 par rapport au BAU, et créer environ **1 900 ETP supplémentaires pour les réparateurs indépendants** rémunérés au SMIC, par rapport à l'année 2016. **Cette mesure permettrait également d'éviter 21 149 tonnes de DEEE en 2025 par rapport au BAU. Le coût total maximal pour l'État de cette mesure est estimé à environ 200 M EUR en 2025, dont 79% sont liés au crédit d'impôt.**

Les tableaux suivants présentent une synthèse des résultats des simulations des différents scénarios pour les années 2018 et 2025. Ils incluent des projections d'évolution du revenu (tous les acteurs, activité de réparation uniquement) et de la réduction des charges pour les réparateurs indépendants, ainsi que la projection d'évolution du nombre des réparations effectuées et la quantité de DEEE évitée pour les appareils du PEM et du GEM.

Le dernier tableau présente une simulation du développement des emplois dans le secteur.

⁸ Les prestataires de services à la personne doivent respecter la condition d'activité exclusive (CAE) pour effectuer leur déclaration et bénéficier d'avantages sociaux et fiscaux. Cela signifie que le professionnel n'est pas autorisé à exercer d'autres activités hors du champ des services à la personne. Cependant, certains organismes sont dispensés de cette obligation, mais dans ce cas, ils doivent obligatoirement tenir une comptabilité séparée entre leur activité de services à la personne et les autres.

Tableau 1 : PEM - Projection de l'évolution du revenu (tous les acteurs) et de la réduction des charges (réparateurs indépendants) pour l'année 2018 et 2025 (activité de réparation uniquement)

PEM	Revenu (tous les acteurs, M EUR)			Réduction des charges (réparateurs indépendants, M EUR)		
	2018	2025	Δ 2018/2025	2018	2025	Δ 2018/2025
BAU	121	94	-22%	NA	NA	NA
S1 – Forfait SG PEM	122	94	-22%	NA	NA	NA
S2 – Pièce détachée	124	96	-22%	NA	NA	NA
S3 – Logiciel GEM	121	94	-22%	NA	NA	NA
S4 – Échange à neuf PEM	123	105	-15%	NA	NA	NA
S5.1 – TVA	121	94	-22%	5	4	-26%
S5.2.1 – SAP, sans conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	121	94	-22%	13	9	-26%
S5.2.2 – SAP, avec conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	137	164	19%	14	17	19%

Tableau 2 : PEM - Projection de l'évolution des produits réparés et des déchets évités pour l'année 2018 et 2025 (tous les acteurs)

PEM	Produits réparés (en millions)			Déchets évités grâce à la réparation (en t)		
	2018	2025	Δ 2018/2025	2018	2025	Δ 2018/2025
BAU	3,2	2,2	-29%	4 427	3 149	-29%
S1 – Forfait SG PEM	3,2	2,2	-29%	4 427	3 149	-29%
S2 – Pièce détachée	3,2	2,2	-29%	4 427	3 149	-29%
S3 – Logiciel GEM	3,2	2,2	-29%	4 427	3 149	-29%
S4 – Échange à neuf PEM	3,3	2,8	-15%	4 583	3 876	-15%
S5.1 – TVA	3,2	2,2	-29%	4 427	3 149	-29%
S5.2.1 – SAP, sans conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	3,2	2,2	-29%	4 427	3 149	-29%
S5.2.2 – SAP, avec conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	3,5	3,7	6%	4 968	5 248	6%



Tableau 3 : GEM - Projection de l'évolution du revenu (tous les acteurs) et de la réduction des charges (réparateurs indépendants) pour l'année 2018 et 2025 (activité de réparation uniquement)

GEM	Revenu (tous les acteurs, M EUR)			Réduction des charges (réparateurs indépendants, M EUR)		
	2018	2025	Δ 2018/2025	2018	2025	Δ 2018/2025
BAU	192	165	-14%	NA	NA	NA
S1 – Forfait SG PEM	192	165	-14%	NA	NA	NA
S2 – Pièce détachée	193	165	-14%	NA	NA	NA
S3 – Logiciel GEM	192	164	-14%	NA	NA	NA
S4 – Échange à neuf PEM	192	165	-14%	NA	NA	NA
S5.1 – TVA	192	165	-14%	7	5	-26%
S5.2.1 – SAP, sans conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	192	165	-14%	18	14	-26%
S5.2.2 – SAP, avec conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	213	255	19%	21	25	19%

Tableau 4 : GEM - Projection de l'évolution des produits réparés et des déchets évités pour l'année 2018 et 2025 (tous les acteurs)

GEM	Produits réparés (en millions)			Déchets évités grâce à la réparation (en t)		
	2018	2025	Δ 2018/2025	2018	2025	Δ 2018/2025
BAU	2,2	1,9	-17%	61 036	50 710	-17%
S1 – Forfait SG PEM	2,2	1,9	-17%	61 036	50 710	-17%
S2 – Pièce détachée	2,2	1,9	-17%	61 036	50 710	-17%
S3 – Logiciel GEM	2,2	1,9	-17%	61 036	50 710	-17%
S4 – Échange à neuf PEM	2,2	1,9	-17%	61 036	50 710	-17%
S5.1 – TVA	2,2	1,9	-17%	61 036	50 710	-17%
S5.2.1 – SAP, sans conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	2,2	1,9	-17%	61 036	50 710	-17%
S5.2.2 – SAP, avec conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	2,4	2,6	6%	66 037	69 759	6%



Tableau 5 : Projection de l'évolution des ETP pour l'année 2018 et 2025 (activité de réparation uniquement, GEM & PEM)

ETP	Réparateurs indépendants		Réparateurs industriels		Distribution		Total		
	2018	2025	2018	2025	2018	2025	2018	2025	Δ 2018/2025
BAU	4645	3543	93	121	2027	1906	6766	5569	-18%
S1 – Forfait SG PEM	4653	3547	93	121	2027	1906	6773	5573	-18%
S2 – Pièce détachée	4702	3585	93	121	2027	1906	6822	5611	-18%
S3 – Logiciel GEM	4925	3761	93	121	1751	1691	6769	5572	-18%
S4 – Échange à neuf PEM	4654	3571	99	173	2056	2056	6809	5800	-15%
S5.1 – TVA	4852	3679	93	121	2027	1906	6972	5705	-18%
S5.2.1 – SAP, sans conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	5185	3898	93	121	2027	1906	7305	5925	-19%
S5.2.2 – SAP, avec conservation du réseau actuel des réparateurs indépendants	5910	6974	86	102	2190	2616	8186	9692	18%



L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Elle met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale. L'Agence aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, les économies de matières premières, la qualité de l'air, la lutte contre le bruit, la transition vers l'économie circulaire et la lutte contre le gaspillage alimentaire.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de la Transition Écologique et Solidaire et du ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

LES COLLECTIONS DE L'ADEME



ILS L'ONT FAIT

L'ADEME catalyseur : Les acteurs témoignent de leurs expériences et partagent leur savoir-faire.



EXPERTISES

L'ADEME expert : Elle rend compte des résultats de recherches, études et réalisations collectives menées sous son regard.



FAITS ET CHIFFRES

L'ADEME référent : Elle fournit des analyses objectives à partir d'indicateurs chiffrés régulièrement mis à jour.



CLÉS POUR AGIR

L'ADEME facilitateur : Elle élabore des guides pratiques pour aider les acteurs à mettre en œuvre leurs projets de façon méthodique et/ou en conformité avec la réglementation.



HORIZONS

L'ADEME tournée vers l'avenir : Elle propose une vision prospective et réaliste des enjeux de la transition énergétique et écologique, pour un futur désirable à construire ensemble.



ÉTAT DES LIEUX DE L'ACTIVITÉ DE RÉPARATION DES APPAREILS ÉLECTROMÉNAGERS DANS SA RELATION AU PRODUIT ET A LA FILIÈRE – PHASE 2

Cette deuxième phase de l'étude vise à simuler un scénario d'évolution du SAV en France au cours des années à venir (scénario « business as usual ») et de définir des scénarios alternatifs qui pourraient être créateur de valeur pour la filière de réparation d'ici à 2025.

La redynamisation de la filière SAV électroménager en France pourrait passer par trois objectifs opérationnels :

- Assurer une relation de proximité avec les consommateurs grâce aux réparateurs indépendants agréés pour maintenir les emplois locaux et la réparation hors garantie ;
- Renforcer le SAV dans la stratégie des fabricants et des distributeurs ;
- Alimenter les réparateurs en augmentant le nombre de réparations à effectuer (sous garantie et hors garantie).

Ces objectifs peuvent se traduire par des actions concrètes dont les impacts socio-économiques et environnementaux ont été simulés.

ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Energie

www.ademe.fr

