

|  |  |
| --- | --- |
| **N° 20/2016** | **Le 29 mars 2016** |

**FR**

**Label «Durable»: 56 % de vente en plus pour les produits à longue durée de vie**

***Le CESE publie une nouvelle étude sur l’obsolescence programmée***

**Le CESE publie aujourd'hui une nouvelle étude intitulée *"les effets de l'affichage de la durée d'utilisation des produits sur les consommateurs"*, qui établit un lien manifeste entre l'affichage de la durée de vie des produits et le comportement des consommateurs. Ce phénomène est très net. La progression des ventes de produits labellisés durables est spectaculaire: 128 % pour les valises et 70 % pour les imprimantes par exemple. Les smartphones, avec une hausse de 41 %, sont moins concernés. Il est à noter que l’importance du caractère durable du produit aux yeux des consommateurs est proportionnelle au montant qu'ils sont prêts à débourser.**

Les Européens condamnent vivement les pratiques d’obsolescence programmée. De manière générale, ils préconisent les produits garantis plus durables. L’étude intitulée *"les effets de l'affichage de la durée d'utilisation des produits sur les consommateurs"*,réalisée en Belgique, en République tchèque, en France, en Espagne et aux Pays-Bas, est basée sur une enquête menée auprès de quelque 3 000 participants. Elle a analysé l'impact, sur les intentions d'achat des consommateurs, de l’affichage de la durée de vie des produits, ainsi que des différents modes d’affichage de ces informations.

* **Prêt à payer plus cher pour un produit plus résistant**

90% des participants déclarent être disposés à payer plus cher pour avoir un lave-vaisselle avec une durée de vie supérieure de deux ans. En moyenne, ils déclarent être disposés à payer 102€ de plus pour cette garantie sur un lave-vaisselle dont le prix d’achat se situerait entre 300 et 500€. Les résultats montrent également que le montant que le consommateur est disposé à mettre pour avoir un produit plus durable évolue avec le PIB du pays dans lequel il réside.

* **Variations européennes**

Il apparaît que les «échantillons» français sont plus sensibles aux informations relatives à la durabilité des produits (augmentation de 118 % des chiffres de vente pour les produits fournissant ces données), que les échantillons belges et néerlandais (+ 45 %), tchèques (+ 39 %) et espagnols (+ 32 %).

* **Conclusions pour l'industrie**

L'étude nous renseigne sur les **types d'étiquetage** qui marchent. Les étiquettes affichant la durée de vie sur le modèle du classement pour la consommation énergétique des appareils (A à G) s'avèrent les plus efficaces en termes d'accroissement des ventes (+84 %).

L’étude met également en évidence la **dimension sociale** de l’obsolescence programmée, les personnes à faibles revenus étant plus susceptibles d'en pâtir puisqu'elles achètent souvent des produits moins coûteux, qui sont moins fiables.

Enfin, 80 % des participants estiment que les **producteurs** ont **une responsabilité majeure** par rapport à la durée de vie des produits, soit respectivement 95 % et 91 % en République tchèque et en France, 81,8 % en Belgique et aux Pays-Bas, et 75,1 % en Espagne.

Ces chiffres confortent la position prise par le CESE dans son avis, publié en 2003, sur le thème [*«Pour une consommation plus durable: la durée de vie des produits de l'industrie et l'information du consommateur au service d'une confiance retrouvée»*](http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.fr.ccmi-opinions&itemCode=26788). En effet, la mention explicite de la durée de vie minimale garantie d'un produit contribue à renforcer la confiance des consommateurs vis-à-vis des entreprises et, à terme, à passer d’une société du gaspillage à une société durable. Le CESE préconise d’imposer aux fabricants la prise en charge des coûts de recyclage des produits dont la durée de vie est inférieure à cinq ans.

«*Ce que montre de manière indiscutable cette première étude européenne, c'est que le problème de l'obsolescence programmée ne résulte pas tant d'une programmation calculée de l'obsolescence, mais plutôt d'un manque d'information du consommateur sur la durée de vie des produits. Replacer le consommateur au centre du dispositif en améliorant l'information sur les produits qu'il achète est une exigence économique, sociale et environnementale; c'est aussi un levier majeur pour une confiance retrouvée des entreprises*», déclare **Thierry Libaert**, rapporteur de l'avis du CESE.

«*Introduire des fragilités dans un produit et offrir des services non fiables relèvent d'une attitude passéiste, révolue et condamnable mais encore trop répandue.*

*L'heure est à l'interopérabilité entre tous les industriels et les acteurs numériques permettant de rechercher l'optimisation du rapport entre producteurs, distributeurs et consommateurs. Une stratégie économique de connaissance, de dialogue et d'action permettra de créer des emplois de proximité innovants en Europe*», note **Jean-Pierre Haber**, co-rapporteur de l'avis du Comité.

«*L'affichage d'informations sur la durée de vie des produits influence de manière notable les intentions d’achat des consommateurs. Certaines étiquettes sont plus efficaces que d'autres. L'option optimale consisterait à mentionner sur l'emballage du produit des informations détaillées sur sa durée de vie absolue, et à les illustrer, sans doute visuellement, de manière à ce qu'elles soient aisément compréhensibles*», déclare **Mathieu Jahnich**, PDG de Sircome et responsable de l’étude.

Le CESE appelle la Commission européenne à élaborer une législation européenne sur l’obsolescence programmée, propose que l'industrie instaure des dispositifs de certification volontaire et encourage les citoyens à se mobiliser et à agir pour amener un changement des mentalités.

**Contexte**

* [Étude du CESE](http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.obsolescence-studies-articles): "*Les effets de l'affichage de la durée d'utilisation des produits sur les consommateurs*",rédigée par un consortium de recherche composé de l'agence Sircome (France), l’université de Bretagne-Sud (France) et l’université de Bohême du Sud (République tchèque)
* Avis du CESE sur [l'obsolescence programmée](http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.fr.ccmi-opinions&itemCode=26788)
* [Projet du CESE sur la consommation collaborative](http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.fr.obsolescence-project)
* Position du CESE sur la [consommation collaborative](http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.fr.press-releases&itemCode=30595)
* [Stratégie européenne pour une économie circulaire](http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm)
* Plus d'informations sur [iClinique](http://www.iclinique.be/), une société belge proposant des services de réparation

**Pour de plus amples informations, veuillez contacter:**

Caroline Alibert-Deprez, service de presse du CESE

Courriel: press@eesc.europa.eu

Tél. +32 2 546 9406 / portable: +32 475 753202

*\_\_****\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***

*Le Comité économique et social européen assure la représentation des différentes composantes à caractère économique et social de la société civile organisée. Il constitue un organe institutionnel consultatif, établi en 1957 par le traité de Rome. Grâce à sa mission de consultation, ses membres, et donc les organisations qu’ils représentent, peuvent participer au processus décisionnel de l’Union européenne. Il compte 350 membres venus de l’Europe entière, qui sont nommés par le Conseil.*

*\_\_****\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***