

## On The Way ADEME – Transcription FR

00 :25 :56:06 – 00 :26 :05 :16 « Donc la question c'est "est-ce qu'il vaut mieux privilégier des services de réparation qui vont créer de l'emploi en local plutôt que des services de fabrication qui vont créer de l'emploi en Chine ?" »

---

Eh bien, bonjour On The Way ! Je suis Raphaël Guastavi. Je suis aujourd'hui Directeur Adjoint de la Direction Économie Circulaire de l'Agence de la Transition Écologique, l'ADEME. Mon parcours est assez simple, finalement. Je suis d'abord un biologiste. J'ai étudié en Faculté de Biologie le sujet du "vivant". Et c'est ce sujet du "vivant" qui m'a amené vers l'environnement assez logiquement et de me poser la question sur, finalement, quel était l'impact de l'homme sur l'environnement, sur l'écologie ?

J'ai commencé dans cette voie avec une spécialisation sur les déchets : les déchets des ménages, leur traitement et notamment le traitement des déchets organiques. Ce qui m'a amené assez naturellement et avec beaucoup de chance, à rentrer à l'ADEME, il y a de ça un peu plus de 20 ans en direction régionale en Alsace, pour travailler avec les collectivités locales, justement sur cette question de la gestion des déchets.

Mon réveil écologique, finalement, il est intervenu au moment de mes études parce que finalement, quand on étudie le vivant, à un moment donné, on se pose des questions sur l'impact de l'homme par rapport à ce vivant qui nous entoure. Et par le biais de spécialisation, j'ai pu me rendre compte qu'il y avait effectivement cet impact important. Il était nécessaire pour moi de pouvoir contribuer à diminuer cet impact environnemental en accompagnant ceux qui étaient directement aux manettes.

L'ADEME, l'Agence de la Transition Écologique, est un opérateur public, qui a aujourd'hui un peu plus de 30 ans et qui travaille sur l'ensemble des problématiques de transition écologique, que ce soient les questions de climat, que ce soit les questions de mobilité, de bâtiment ou encore d'économie circulaire ; telle ma direction. Nous travaillons au quotidien auprès des collectivités locales, auprès des entreprises.

Nous avons aussi des campagnes de communication vers le grand public, pour justement donner ce message autour de la transition écologique, apporter des éléments d'expertise, des états de l'art sur l'ensemble de ces sujets. Mais également des financements pour les projets, qui permettront d'accélérer vers cette transition. L'ADEME, est un peu unique en son genre au niveau européen, dans le sens où nous avons un ensemble de compétences sur un grand nombre de sujets qui concerne l'environnement.

Dans d'autres pays européens, vous allez avoir des équivalents de l'ADEME ou même au niveau international, mais sur une thématique. Donc c'est ce qui, vraiment, caractérise la France, c'est d'avoir regroupé finalement l'ensemble de ses compétences sur l'énergie,

sur le sujet de l'économie circulaire et des déchets ou encore de la qualité de l'air, dans une seule agence publique. Quand on travaille dans l'économie circulaire, on va chercher à comprendre quels sont les impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie des produits.

Qu'est-ce que c'est le cycle de vie des produits ? Si on résume, c'est la phase de conception, de fabrication. C'est une phase, ensuite, de transport du produit jusqu'à son utilisateur. C'est l'usage, évidemment. Et puis ça va être la fin de vie. Quand on regarde l'ensemble de ces grandes parties du cycle de vie, on va chercher à savoir quels sont les impacts environnementaux, donc les impacts en termes de gaz à effet de serre, mais aussi en consommation de ressources sur chaque étape.

Et en faisant ça, on se rend compte assez rapidement que la phase de fabrication est très souvent la phase qui va être la plus impactante d'un point de vue environnemental. Par logique, si on allonge la durée de vie de ces produits, on retarde l'utilisation d'un nouveau produit et donc la mise sur le marché d'un nouveau produit, voire la production d'un nouveau produit.

Donc retarder au maximum ce nouveau, finalement, cycle, qui consiste à venir utiliser des ressources, de l'énergie pour concevoir et fabriquer ces produits, ça va permettre, quelque part, d'amortir l'impact environnemental du produit qu'on cherche à utiliser plus longtemps. Nous avons publié plusieurs études, dont une qui a mesuré les impacts environnementaux de quelques produits de bien de grande consommation. C'est vraiment ce qu'on a chez nous, tous, en un ou plusieurs exemplaires.

Cette étude montre par exemple, que sur des téléviseurs, on a un impact à la fabrication d'environ 400 kilos d'équivalent CO2 si on considère que ce téléviseur va durer huit ans. De la même façon, sur ce téléviseur, quelles sont les matières nécessaires pour sa construction ? Un téléviseur, ça représente à peu près 11 kilos.

Eh bien pour pouvoir le construire, il faut utiliser, mobiliser 2,5 tonnes de matière par téléviseur. C'est juste énorme. Et ça montre un petit peu l'impact environnemental caché derrière ces biens d'équipement. De la même façon, un smartphone va représenter plus de 30 kilos d'équivalent CO2, ce qui dit l'utiliser quatre ans, sachant que souvent il est utilisé moins que ça. Avec là aussi, en termes de matières, un besoin de mobiliser plus de 200 kilos de matière pour un smartphone qui va représenter 150 grammes environ.

Donc on voit vraiment que cette partie fabrication, elle est prépondérante. Elle représente 80 % des impacts, alors que la phase de distribution va représenter entre 10 et 20 %, en fonction de comment il va être acheminé jusqu'au consommateur. Et la phase d'utilisation, notamment la consommation électrique, a un impact minime. Et en fonction de l'appareil, ça va être entre 2 et 15 % de l'impact global.

Donc vraiment, la phase de fabrication, il faut retenir que c'est plus de 80 % des impacts. Pour allonger la durée d'usage des produits, finalement, il y a plusieurs façons de regarder la problématique. Bien sûr, la première problématique, c'est d'avoir une consommation responsable, qui va viser à éviter le renouvellement ou le suréquipement. Donc ça, c'est

ce qu'on peut faire nous déjà au quotidien où tout simplement, c'est de ne pas acheter un nouvel appareil alors que le sien fonctionne.

Ça, c'est le premier point. Deuxième point, c'est si vraiment je dois acheter un produit, qu'est-ce que je vais aller acheter ? Est-ce que je vais aller acheter un produit neuf ou est-ce que je vais plutôt aller sur quelque chose qui a déjà fait l'objet d'une réparation ou d'une mise à jour ? Notamment, c'est tout ce qui est matériel reconditionné qui va en plus apporter des garanties pour l'utilisateur.

Donc ça, c'est plutôt intéressant. Après, bien sûr, on a l'occasion. Là, ce ne sont pas forcément des produits réparés. Et puis c'est la possibilité, si on a une panne, de faire réparer. Et là, il y a plusieurs solutions. Soit on répare soi-même, parce qu'on est un petit peu bricoleur, parce que la panne n'est pas très compliquée. Soit on va voir des réparateurs indépendants, des réparateurs agréés, des SAV de grands distributeurs, voire de fabricants, qui vont permettre d'aller jusqu'à cette réparation bien utile et qui souvent permet de retrouver son appareil quasiment à neuf.

Donc c'est important finalement de se mettre dans cette optique d'économie circulaire qui vise à allonger la durée d'usage de ces produits, qui permet d'économiser des ressources, souvent en plus de faire des économies aussi financières. Et de pouvoir continuer à bénéficier finalement du service rendu par l'appareil. Alors ce qui est intéressant, c'est qu'on a essayé justement de mesurer un petit peu les habitudes des Français par rapport à la réparation.

Commenté [MM1]: On entend Dominique (très léger)

Aujourd'hui, les Français, quand on leur pose la question, il y a 85 % qui envisagent cette réparation s'ils ont un problème de casse matérielle. Parfait ! On peut se dire c'est bon, c'est gagné, tout le monde va faire réparer. Bon, quand on va un peu plus loin dans le questionnement, il se trouve que finalement, 30 % seulement des Français font réparer leurs appareils. Parce que, malheureusement, cette réparation, souvent elle va amener des questions, notamment question de coût.

“Oui, la pièce détachée est trop chère.” Elle représente un coût élevé par rapport au prix du super appareil qui est en promotion. Et donc ça, c'est le premier frein à la réparation. Après, il va y avoir des questions aussi d'obsolescence, ou, au moins d'obsolescence perçue. “Ah oui, c'est vrai que mon appareil, il y a un nouveau modèle qui est sorti. Le nouveau modèle est quand même vachement mieux. Il a une couleur vachement plus belle.” Donc parfois l'obsolescence, elle est perçue, elle n'est pas forcément une vraie obsolescence. Il peut y avoir une vraie obsolescence logicielle d'une part. Donc là, effectivement, on peut être bloqué avec des fonctionnements de nouveaux logiciels ou des logiciels mis à jour trop fréquemment. Et puis il peut y avoir effectivement des manques au niveau des pièces détachées.

Là, heureusement, c'est quand même globalement de moins en moins le cas. Et c'est souvent sur des appareils qui pour le coup, ont plus de 10 ans d'âge, où la pièce détachée n'est pas disponible. Dans ce cas-là, effectivement, on ne peut pas réparer. C'est embêtant. On rentre dans la fin de vie de l'appareil. Et si vraiment il est inutilisable, il faut le rediriger vers les filières de recyclage.

Et puis après, il y a aussi le manque d'information tout simplement. Sur "oui, on peut faire réparer des appareils" et ça, ce n'est pas toujours bien connu. Ce n'est pas toujours bien connu, c'est pour ça d'ailleurs qu'on a mis en place une plateforme, dans le cadre d'une campagne qui s'appelle "Epargnonsnosressources.gouv.fr" qui permet de localiser les réparateurs.

Et c'est important d'avoir en tête qu'il est toujours possible de trouver cette information. Et avoir en tête aussi que finalement, réparer, c'est un acte écologique. C'est un acte économique et c'est aussi maintenir de l'emploi. Maintenir de l'emploi local. Aujourd'hui, on a besoin d'avoir de plus en plus de réparateurs. Il y a un vrai besoin de développer aussi les formations pour avoir des artisans finalement réparateurs, qui ont un métier de plus en plus technologique parce que nos produits du quotidien sont de plus en plus technologiques. Donc il ne faut plus imaginer non plus le réparateur de quartier comme étant vraiment le petit gars avec son béret. Ça devient vraiment un métier de plus en plus qualifié, de plus en plus intéressant je pense. Sur lequel il y a une vraie attente de l'ensemble des citoyens, des consommateurs et aussi des entreprises, qui elles-mêmes, ont des obligations maintenant à faire durer et avec la création d'un fonds Réparation et d'un fonds Réemploi d'aller sur l'accompagnement de ces filières autour de l'allongement de la durée d'usage des produits.

#### *Virgule sonore*

Cette étude, qui nous a permis de regarder qu'est-ce ce qui était des freins à la réparation, nous a permis également de regarder qu'est-ce ce qui était des leviers à la réparation. Qu'est-ce qui va favoriser, finalement, le passage à l'acte du consommateur pour aller faire réparer ses produits ?

Évidemment, le premier élément, c'est un élément économique. Parce que, malgré tout, une réparation coûte moins cher que l'achat d'un nouveau produit, heureusement. Sauf à avoir vraiment la panne sur la pièce qui coûte très, très chère. Le coût moins élevé que va représenter la réparation par rapport à l'acquisition d'un nouveau produit, ça, c'est un levier. Ce qui va favoriser la réparation, c'est si on a une bonne visibilité des réparateurs.

Donc là, on y travaille. Et c'est bien, finalement, de connaître les possibilités d'aller vers un artisan réparateur, qui va susciter le déclic pour aller faire réparer son produit. Donc ça, c'est quelque chose qui est aussi du rôle des collectivités locales ou des pouvoirs publics, de mettre en avant ces lieux de réparation. Ce qui va favoriser également la réparation, c'est la transparence par rapport au marché des pièces détachées.

C'est vrai qu'on a déjà entendu et c'est avéré, certaines marques qui vont avoir tendance à garder le souhait du monopole sur les pièces détachées d'origine et limiter, finalement, des réparations à ces seules pièces d'origine. Alors qu'en réalité, on peut très bien avoir aussi des pièces détachées qui sont standard, des pièces détachées issues de l'économie circulaire, donc des pièces détachées d'occasion quelque part et d'avoir finalement l'accès à un stock de pièces.

Et donc ça, bien sûr, ce sont les réparateurs qui doivent s'organiser et les filières qui doivent s'organiser pour ça. Et puis, ce qui va aussi favoriser la réparation et finalement attirer le consommateur, c'est de garantir la réparation. Parce que ça, c'est une crainte, c'est d'avoir un objet réparé qui retombe en panne rapidement. De pouvoir apporter une garantie, c'est quelque chose qui va favoriser et rassurer le consommateur de façon assez logique.

Et puis, en dernier point, c'est de donner une information aux consommateurs sur le niveau de réparabilité des produits qu'il va pouvoir acheter. Et donc ça, c'est notamment la création de l'indice de réparabilité dans le cadre de la loi économie circulaire. Donc, qui a été créé en 2020 et qui, pour les premiers produits concernés, s'est mis en place en 2021.

Donc ce qui est intéressant déjà, c'est de voir que la construction de cet indice de réparabilité, qui est une première mondiale, a été faite avec l'ensemble des parties prenantes. Avec les pouvoirs publics, avec l'ADEME, avec le ministère de l'Écologie et les parties prenantes, c'est à dire des fédérations et des marques, pour construire finalement une grille assez pragmatique qui permet de qualifier le niveau de réparabilité de produits.

Donc aujourd'hui, c'est quelque chose qui est appliqué aux lave-linges, aux smartphones, aux ordinateurs portables, aux téléviseurs, aux tondeuses à gazon électrique, aux lave-vaisselles, aux nettoyeurs à haute pression et aux aspirateurs filaires sans fil et sur les robots. Donc voilà. Ce qui est intéressant aussi, c'est que c'est une démarche itérative, c'est à dire qu'on a de plus en plus de catégories de produits qui sont concernés.

Et comme je disais donc, une première mondiale : moi je me souviens qu'on avait mis en place le dispositif après le vote de la loi. Un nombre incalculable de demandes d'intervention : de l'Australie, de pays européens, des Etats-Unis d'Amérique, enfin d'un peu partout, qui étaient vraiment très surpris qu'on puisse légiférer sur un tel outil. Donc, il y a un réel intérêt de l'ensemble de la planète sur cette problématique. Et heureusement j'ai envie de dire parce que l'idée, c'est qu'on touche des fabricants français mais bien sûr, on touche des fabricants aussi, qui viennent de partout et qui sont des multinationales. Donc il faut absolument pouvoir engager toutes ces entreprises dans ce souci d'améliorer la réparabilité. Parce que le tout, ce n'est pas seulement de donner une note à un instant T, mais c'est de faire en sorte qu'ils améliorent la note sur leur produit et donc qu'ils améliorent la conception de leurs produits.

L'idée, c'est d'avoir un tronc commun pour l'ensemble de ces produits, électriques et électroniques. Et d'avoir des spécificités après, pour chacune des catégories de produits. Parce qu'évidemment, on ne va pas réparer tout à fait de la même façon un téléviseur ou une tondeuse à gazon.

Donc, les principaux points qui sont notés, c'est la documentation.

« Est-ce qu'on a bien tous les éléments pour pouvoir réparer un produit ? Comment démonter ? Comment réparer ? Quelles sont les pièces à regarder ? » Le deuxième point,

c'est quelles sont les facilités de démontabilité et d'accès aux pièces du produit. C'est "est-ce qu'on a besoin d'outils spécifiques ou standards ?" Voilà. On voit qu'il y a déjà certaines marques qui ont tendance à développer des liaisons en fait, très spécifiques. Et donc qui demandent des outils spécifiques pour être démonté.

Là, c'est moins bien noté du coup. Ensuite, on va avoir de la disponibilité des pièces détachées, dans la durée. « Est-ce que je vais pouvoir justement réparer dans la durée et après la garantie légale, mon produit ? » C'est également un critère sur le prix des pièces détachées. Ça c'est un critère très important. Parce que, en gros, sur un téléviseur, si on casse la dalle, ça va être une pièce très, très chère à changer, qui représente quasiment le coût du téléviseur.

Donc il faut le prendre en compte dans ce sujet de la réparation. Et puis, le cinquième critère, c'est justement le critère spécifique qui va dépendre de la catégorie de produits qu'on va évaluer. Donc ça peut être par exemple, mettre un compteur d'usage ou encore avoir les possibilités de réinitialisation des logiciels.

Tous ces éléments donc, font l'objet d'une notation, que les constructeurs eux-mêmes, calculent. Aujourd'hui, il y a des vérifications qui commencent à être faites par l'État, qui va vérifier l'honnêteté des calculs. Il va également vérifier si les distributeurs jouent bien le jeu en termes d'apposition de cet indice dans les rayons, parce que c'est une obligation. Et regarder aussi si le vendeur est capable de communiquer la grille complète de notation, parce que c'est une obligation.

Si vous achetez un produit et que vous voulez connaître la grille dans le détail, vous pouvez l'exiger. Nous, au niveau de l'ADEME, on n'a pas évalué encore vraiment les conséquences de la mise en œuvre de cet indice de réparabilité, qui reste quand même assez jeune malgré tout. Là, il n'y a pas très longtemps, le ministère de l'Économie a publié un article justement sur les premiers contrôles pour voir la réalité de mise en œuvre de cet indice.

On va dire qu'il y a une marge de progrès par rapport à cette application. Des contrôles qui ont mis en lumière en tout cas, que toutes les obligations, notamment au niveau distributeurs, n'étaient pas mises en œuvre. Donc il y a des améliorations sur la position de l'indice dans les rayons. Il y a des marges de progrès aussi sur les calculs et sur la mise à disposition au consommateur aussi de l'ensemble de cette grille de notation.

Donc ça, c'est le côté verre à moitié vide. Le côté verre à moitié plein, c'est qu'il faut qu'on l'évalue clairement, mais on voit quand même une augmentation progressive des notes des nouveaux produits sur le marché. Donc ça, c'est intéressant. Ça montre que les constructeurs ont bien pris en compte le contenu de cette grille de notation. S'en saisissent, améliorent leurs notes. Alors peut-être au début sur les points les plus faciles à avoir : mise à disposition, par exemple, de documentation.

Ce genre de choses, c'est plus simple. Mais également sur la conception. Sur la conception, on va de nouveau pouvoir facilement changer une batterie. On va pouvoir utiliser des outils standards et pas des normes spécifiques à chaque marque. Ça, ce sont

vraiment des choses qui évoluent dans le bon sens et qui, voilà, qui montrent la compréhension du dispositif. D'autant plus que, cet indice de réparabilité va commencer aussi à essaimer au niveau européen, avec la mise en œuvre d'un indice de réparabilité européen sur certaines catégories de produits.

D'un point de vue pratique, je pense qu'aujourd'hui tout le monde l'a vu au moins une fois. C'est un indice numérique, qui est noté de 0 à 10, avec un code couleur. Donc on a des tranches en fait, qui sont colorées. Là aussi, c'est quelque chose à faire évoluer pour justement prendre en compte l'évolution de ce qui est mis sur le marché. Et faire en sorte que soit de plus en plus tranché entre les produits les moins réparables et les plus réparables.

Donc, comme je le disais tout à l'heure, les metteurs sur le marché, les constructeurs, ont maintenant des obligations de contribuer à l'allongement de la durée d'usage de leurs produits. Et pour ça, a été créé deux outils : un fonds Réemploi et un fonds Réparation. Ce fonds Réparation, c'est finalement une partie de l'écocontribution qu'on verse quand on achète un produit neuf, qui va revenir au consommateur. Il va revenir sous forme d'un bonus réparation auprès de réparateurs agréés.

Donc si demain vous avez un smartphone, par exemple, qui est cassé. Vous allez aller chez un réparateur agréé, agréé QualiRépar, qui va vous proposer une prestation de réparation. Et cette prestation, elle sera moins chère grâce au bonus réparation et à ce fonds Réparation. C'est à dire qu'au lieu de payer 100 % de la prestation, vous allez en payer 75 % grâce justement à l'utilisation de ce fonds.

Donc, c'est un montant. Ce montant pour vous, c'est complètement transparent. Il va être perçu par le réparateur qui va finalement vous déduire automatiquement le bonus. Donc vous n'avez pas à faire de dossier administratif compliqué ou quoi que ce soit. C'est juste que vous payez une prestation moins chère grâce à ce fonds Réparation. Pour s'assurer que les réparateurs qui vont pouvoir utiliser ce fonds Réparation sont des réparateurs sérieux et vont bien réparer, correctement réparer votre produit, il y a une certification qui a été mise en place. Cette certification, elle dépend de la filière, c'est à dire du type de produit. Donc aujourd'hui, vous avez notamment les réparateurs sur les produits électriques et électroniques, qui doivent être labellisés QualiRépar. C'est une labellisation privée, une certification, qui va vous rassurer vous, et qui va aussi rassurer les metteurs sur le marché, que les produits sont bien réparés.

Vous allez pouvoir trouver la liste des réparateurs qualifiés sur les sites Internet, notamment de ces éco-organismes, donc de ces filières, notamment d'écosystèmes pour le label QualiRépar. Et vous allez également trouver ces réparateurs agréés sur le site "Épargnonsnosressources.gouv.fr" pour pouvoir avoir, sous forme de carte interactive, les lieux des réparateurs agréés. L'avantage de ce site-là, c'est que vous allez avoir aussi bien sur la partie équipements électriques et électroniques que sur les autres parties, notamment les vêtements.

Car les vêtements sont aussi concernés par ce fonds Réparation. Même principe : des réparateurs qui sont agréés. Des réparateurs qui vont vous faire une prestation avec un

coût réduit grâce à l'utilisation de ce bonus. Il y a clairement un enjeu de faire connaître ce dispositif qui aide à la réparation, qui aide financièrement à la réparation parce qu'on a bien vu que c'était un des freins, justement, c'est le coût de la réparation. L'objectif, c'est bien de diminuer ce coût pour augmenter le nombre de produits réparés. Alors ça implique que, d'une part, les gens prennent conscience de cet objectif de réparation et de diminuer finalement l'achat de produits neufs. On a un enjeu déjà de base autour de la conscience environnementale et de réfléchir à son besoin avant tout, avant d'aller acheter quelque chose de nouveau.

Ça, c'est le premier point, c'est nécessaire de l'avoir en tête. A partir de là, faire durer ces produits, c'est, d'une part, de bien les entretenir, pour éviter qu'ils tombent en panne. Parce qu'il faut aussi rappeler que 50 % des pannes à peu près, sont liées à un défaut de maintenance ou d'entretien. Donc on peut déjà soi-même éviter d'avoir à faire réparer.

Une fois qu'on a fait cette part des choses, effectivement, on peut avoir des produits qui tombent en panne quelques années après la partie garantie commerciale et légale. Donc à partir de là, il faut connaître les possibilités de faire réparer. Donc, au niveau de l'ADEME, on a lancé une campagne de communication. On a relancé une campagne de communication parce qu'en gros, tous les trois ans, on fait une nouvelle campagne sur l'économie circulaire.

La précédente était spécifiquement sur l'allongement de la durée de l'usage des produits. On était déjà dans cette optique, notamment de réemploi et de réparation, même si le fonds n'existait pas avant, on en parle déjà depuis quelque temps. Et puis on a relancé cette campagne en fin d'année dernière, qui mettait en scène notamment des vendeurs qui, justement, avaient pour objectif de requestionner la consommation.

« Est-ce qu'on a besoin de racheter un vêtement qu'on a déjà ? Est-ce qu'on a besoin d'acheter un équipement qui va servir dix minutes plutôt que de louer ? Et quand on a une machine à laver qui tombe en panne, est-ce qu'on a besoin de la racheter ou est-ce qu'on ne peut pas essayer de la faire réparer ? » Donc c'était vraiment l'objectif et le message. C'était de dire, réfléchissons à notre façon de consommer et certainement, on peut remplir nos besoins de consommation avec d'autres moyens que d'acheter de nouveaux produits.

Et puis, on a accompagné cette campagne par un site web "ÉpargnonsnosRessources.gouv.fr", qui intègre notamment un moteur de recherche qui reprend justement toutes ces bonnes adresses autour de chez soi sur comment emprunter, comment louer et comment faire réparer mes produits.

#### *Virgule sonore*

Notre objectif dans cette campagne de communication, c'est de faire comprendre que nous avons les clés. On a les clés du camion en tant que consommateur. On entend souvent "oui, mais les entreprises doivent faire." C'est vrai.



Les entreprises doivent faire mieux. Elles doivent arrêter de nous vendre, finalement, justement, ce renouvellement trop fréquent de matériel. C'est le monde mode. Mais ça reste le consommateur qui a quand même le dernier mot, celui qui a la carte bleue. L'idée, c'était de dire : « vous n'allez pas arrêter de consommer », ce n'est pas ça l'objectif. C'est juste « vous avez la possibilité de consommer différemment, de vous poser des questions. »

Vraiment, déjà, sur le sujet du besoin. Faites l'exercice si vous achetez sur Internet des choses. Mettez dans le panier. Vous ne cliquez pas tout de suite sur "Acheter". Vous revenez 24 h après. Au bout de 24 h, vous avez peut-être oublié que vous vouliez acheter un machin. Finalement, si vous y revenez, c'est que vraiment vous en avez besoin.

Donc il y a vraiment ce côté de questionner le besoin". Si on veut parler de sobriété, c'est essentiel de pouvoir commencer par ça. Et après de dire "oui, il y a d'autres façons, effectivement, d'acquérir un service". Parce que finalement, un produit, très souvent, c'est acquérir un service. Votre machine à laver, elle vous rend un service. Elle vous lave le linge. Votre perceuse, elle vous rend service. Elle vous fait un trou.

Mais si vous avez besoin de faire un trou, est-ce que c'est utile d'acheter un produit qui va avec ? Ou acheter juste le service, qui va être la location sur une journée d'une perceuse. Voire plus simple, d'aller voir chez le voisin s'il n'a pas une perceuse à vous prêter. La machine à laver, c'est pareil. Bon, là, en l'occurrence, laver le linge, c'est un service qui revient plus fréquemment.

Et pourtant, ce n'est pas parce que la courroie du tambour est morte, qu'il faut racheter l'ensemble de la machine. Donc, il faut se poser la question "est-ce que je ne peux pas le faire réparer ?" plutôt que "je vais acheter un nouveau lave-linge". C'est plus utile, c'est moins cher et effectivement, c'est de l'emploi local. En l'occurrence, la réparation va se faire en France.

Donc la question c'est "est-ce qu'il vaut mieux privilégier des services de réparation qui vont créer de l'emploi en local plutôt que des services de fabrication qui vont créer de l'emploi en Chine ?" Alors moi, en tant que commanditaire de cette campagne de communication, évidemment, j'ai une vision très positive de cette campagne. D'une part, parce qu'on a réussi à faire passer un message autour de la sobriété, sans même dire le mot sobriété.

Mais en réalité, il s'agissait bien de ça. Pour moi, c'est une vertu assez fantastique qui a été de montrer que la problématique environnementale, on ne pouvait pas s'en sortir sans changer de modèle. Finalement, ce débat public, qui a été initié par cette campagne, il était assez inédit. Parce que, si on regarde l'histoire des marques, vous avez plusieurs marques, internationales, qui s'étaient déjà positionnées, il y a dix ans, sur "N'achetez pas mes produits. Que si vous en avez besoin. Ne participez pas au Black Friday. "

En fait, quelques marques s'étaient déjà positionnées comme ça. Des marques comme Patagonia, des marques engagées, mais qui ont quand même un modèle de vente de produits. Là, la grosse différence, c'est que ce sujet, il a été mis sur la place publique par

une agence publique. Et c'est ça aussi je pense qui a fait réagir et qui n'a pas été forcément bien compris de tous. Certains voyant notre message comme étant un message de décroissance.

Ce n'est pas vrai. Ce n'est pas du tout un message de décroissance. C'est un message de croissance différente. C'est un message de croissance prenant en compte les limites planétaires. C'est un message qui est de dire "Continuons à créer de la richesse sur notre territoire, mais faisons-le intelligemment".

#### *Virgule sonore*

Aujourd'hui, vous l'avez compris, notre objectif, c'est d'amener toute la société vers quelque chose qui soit durable. Dans le sens, ne pas dépasser ou arrêter de dépasser les limites planétaires.

Dans les limites planétaires, il y a le changement climatique, entre autres, et également la consommation de ressources. Pour pouvoir arriver à ce respect des limites planétaires, on va avoir besoin finalement, d'efficacité. Donc c'est ce qu'on voit souvent : de l'efficacité énergétique, consommer moins d'énergie. Le recyclage fait partie aussi de l'efficacité matière, mais surtout la sobriété. Et donc, on a interrogé aussi des Français pour savoir où ils en étaient par rapport à cette notion de sobriété.

C'est assez intéressant et révélateur finalement de nos propres paradoxes. Quand on pose la question, 83 % vont considérer qu'en France, de façon générale, on a tendance à accorder trop d'importance à la consommation matérielle. Là aussi, on peut se dire c'est bon, le chemin est parcouru, on a gagné, on va arrêter de consommer, au moins de la façon dont on consomme aujourd'hui. Quand on creuse un petit peu, finalement un quart de cette population de Français, seulement un quart, va admettre sa propre contribution au problème. Dit autrement : "nous consommons tous trop, mais ce n'est pas moi, c'est les autres". Et là, on va avoir un petit peu le frein au passage à l'acte, qui va commencer à se dessiner. Parce que finalement, 82 % de la population a le sentiment d'avoir un mode de vie déjà sobre et ils considèrent qu'ils ne sont pas dans l'excès, sur aucune pratique.

Et donc, finalement, la question par rapport à sa consommation, par rapport à l'ampleur de la problématique environnementale, le chemin est fait. Et donc c'est là où on se rend compte de ce paradoxe où l'effort de sobriété, il reste à faire parce que finalement, si tous considèrent qu'on consomme trop de matériel et qu'en même temps on est tous sobre, c'est quelque chose qui ne fonctionne pas.

Ce qui est intéressant aussi dans ce baromètre, c'est de mettre en avant qu'un Français sur 2 juge que l'État et les grandes entreprises agissent, effectivement, pour en limiter les impacts. Donc ça, c'est plutôt intéressant. Mais 44 % que les grandes entreprises n'agissent pas du tout pour limiter l'impact de leurs activités. Donc c'est effectivement, là on remet la charge en grande partie sur les entreprises qui ont des efforts à faire.

C'est également de voir que trois quarts des Français considèrent que les politiques publiques devraient privilégier, en priorité, la protection de l'environnement à la

croissance économique. Notamment avec plus d'encadrement sur les activités économiques et la publicité. Et ça, c'est clair que la publicité a un rôle énorme à jouer dans le changement de comportement et dans le récit, l'imaginaire, qu'on peut avoir autour de ce que doit être la société.

72 % des Français considèrent que l'État devrait faire plus pour préserver l'environnement. Même si cela signifie contrôler ou limiter certaines pratiques. Là aussi, on a l'intention. Il faudra voir comment ça se passera le jour où on aura plus de taxes, par exemple sur des déplacements en avion, ou de limiter la circulation de véhicules thermiques.

Et enfin pour 90 % des Français, et ça conclut, je trouve, bien le sujet Réparations, "les normes de fabrication devrait favoriser des produits plus résistants, facilement réparables, quitte à ce que cette évolution se fasse au détriment du prix". Et là, on va toucher effectivement un élément de consommation essentiel car effectivement, si on veut avoir des produits plus durables, il faudra accepter que ce soient aussi des produits aussi plus chers.

Ça veut dire accepter, peut-être, comme dans l'ancien temps, d'avoir des produits plus chers qui représentent la moitié d'un salaire mensuel, où c'était le cas avant. Bon là, ça fait un peu vieux dire ça, mais à une époque, un téléviseur, c'était un mois de salaire. Une machine à laver aussi. Alors qu'aujourd'hui, ce sont quelques centaines d'euros. Avec, du coup, une qualité qui ne peut pas être la même que ces produits qui sont très bien conçus et qui consomment peut-être un peu plus de matières aussi à la fabrication, mais qui durent beaucoup plus longtemps.

#### *Virgule sonore*

On se rend compte qu'il y a une multitude de façon de consommer différemment. Et l'enjeu, c'est justement de consommer différemment et pas de se voir imposer des normes de consommation par les entreprises, par la publicité. Et elles seront sans doute très fortes pour vendre un peu du rêve. Mais finalement, c'est du rêve de court terme. L'idée, c'est plutôt d'avoir une consommation qui soit responsable et durable.