

Durabilité des produits

Le temps de l'action

2020

Le Club de la durabilité s'engage pour la transition écologique

Lancé en 2018, le Club de la durabilité est un écosystème d'entreprises volontaires pour allonger la durée de vie des produits. De la startup au grand groupe, de l'électronique à l'immobilier en passant par le textile et l'automobile, ce réseau réunit plus de 20 entreprises qui souhaitent aller vers des biens et des services durables. En fédérant les acteurs de l'économie durable, l'objectif du Club est double : construire l'expertise sur les enjeux économiques de la durabilité et mettre en valeur les alternatives au tout-jetable.

.....

PLUS DE 78 MILLIONS D'APPAREILS RÉPARÉS, VENDUS D'OCCASION, LOUÉS OU RECONDITIONNÉS ÉVITANT AINSI UN VOLUME CONSIDÉRABLE DE DÉCHETS

Avec une vision forte pour l'avenir : celle d'une économie dans laquelle tous les produits sont conçus pour durer, peuvent être donnés, loués, reconditionnés ou réparés, pour un impact écologique moindre. Après trois ans d'échanges et de réflexions, les entreprises du Club font en 2020 le bilan de leurs activités et prennent des engagements concrets et publics pour généraliser la durabilité (cf annexe). Résultats : grâce aux entreprises du Club, c'est plus de 78 millions d'appareils réparés, vendus d'occasion, loués ou reconditionnés évitant ainsi un volume considérable de déchets. Par leurs activités, les membres du Club ont évité au total l'émission de **plus de 14,9 millions de tonnes d'équivalent CO2**. Elles ne comptent pas s'arrêter là : comme le montre ce rapport, de nouveaux enjeux se posent pour les entreprises volontaires, qui s'engagent publiquement à poursuivre et intensifier leurs efforts pour une économie plus durable.

Sommaire

Le Club de la durabilité s'engage pour la transition écologique	02
Introduction : de nouveaux défis pour les entreprises	04
I. Anticiper les lois pour mieux répondre aux attentes sociétales	05
Les lois sur la durabilité : entre obligations légales et opportunités pour l'entreprise	05
Quel cadre législatif pour les entreprises françaises ?	05
En Europe, un droit à la réparation bientôt consacré	08
Valoriser son impact sociétal en surpassant ses obligations légales	11
Plus royalistes que le roi ? Ces entreprises qui sont plus exigeantes que la loi	11
Expérimenter et innover pour la durabilité	12
II. Aller vers une stratégie globale et cohérente pour une entreprise durable tournée vers l'avenir	15
La systématisation de la durabilité à tous les niveaux et dans tous les secteurs	15
Du management aux consommateurs, la durabilité diffusée dans l'entreprise et son écosystème	15
L'éco-conception matérielle et logicielle, pierre angulaire d'une démarche sincère de durabilité	18
La nécessaire refonte des modèles publicitaires et marketing pour accompagner ce changement	20
Entre incitations à surconsommer et écoblanchiment, un scepticisme croissant face à la publicité	20
La communication de demain : valoriser son impact concret et mettre en valeur les alternatives	22
Conclusion	23
Les entreprises s'engagent : bilan et promesses pour une consommation durable	24

Introduction

De nouveaux défis pour les entreprises

« Il y a urgence [...] à répondre à l'appel de tous les Français [qui] ne supportent plus que les réparations soient un parcours du combattant ; urgence encore, à relever tous ces défis, à développer l'économie du partage, du réemploi, de la fonctionnalité ; urgence toujours, à transformer nos manières de produire, de concevoir dès l'origine des objets qui durent. [...] Accélérons en incitant et en obligeant les fabricants à intégrer l'éco-conception dans tous leurs procédés. La mise en œuvre de la belle loi AGECE et les filières REP sont une occasion de le faire encore plus et j'y suis déterminée. » Ces mots, prononcés par la ministre de la Transition écologique Barbara Pompili lors du Sommet de la durabilité programmée en novembre 2020, résument l'intention des pouvoirs publics pour une économie plus durable.

Fin 2019, un constat s'imposait, relaté dans le rapport annuel du Club de la durabilité¹ : malgré le florissement d'initiatives entrepreneuriales pour des biens et services plus soutenables et une demande croissante des citoyens pour ces alternatives (achat durable ou d'occasion, réparation, location...), la surproduction et le tout-jetable continuaient de progresser en France et dans le monde. Ainsi, les déchets électroniques ont augmenté de 21 % entre 2015 et 2020 à l'échelle globale². D'où l'importance d'aller encore plus vite, encore plus loin dans nos engagements collectifs pour la durabilité des biens.

L'année 2020 fut riche d'avancées sur la durabilité, posant des jalons importants pour inverser la tendance. Sur le plan législatif, d'abord, on relève plusieurs avancées majeures. En France, la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGECE), promulguée le 10 février 2020, a apporté nombre de mesures contraignantes en faveur d'une consommation plus durable, sous l'influence de propositions de nombreux acteurs, notamment l'association Halte à l'obsolescence programmée (HOP). Indice de réparabilité puis de durabilité, obligation de mise à disposition des pièces détachées, aide financière à la réparation... Ces mesures (prévues pour entrer en vigueur d'ici 2024), visent à la fois à encourager les entreprises à mieux produire et à éclairer les choix des consommateurs. La Convention Citoyenne pour le Climat, qui attend que les pouvoirs publics inscrivent ses propositions dans la loi, a également mis l'écologie sur le devant de la scène politique, avec des prises de positions marquées notamment sur la publicité et ses incitations à consommer. A l'échelle européenne, les institutions semblent vouloir aller dans le même sens. Le plan d'action de la Commission européenne pour l'économie circulaire, annoncé en mars 2020,

prévoit des mesures similaires et entend « faire des produits durables la norme dans l'Union européenne » (UE).

Sur le plan de la demande, l'année 2020 bouleversée par la crise liée au Covid-19 fut aussi marquante. Sans recul suffisant pour tirer des conclusions générales, il semble que la crise sanitaire ait accéléré certaines prises de conscience, boosté certaines entreprises, complexifié les choses pour d'autres. A l'échelle globale, elle a révélé au grand jour notre dépendance aux importations de certains biens³. A l'échelle individuelle, certaines pratiques ont évolué au profit de comportements plus sobres. En mai, 69 % des Français indiquaient vouloir faire de la réparation leur premier réflexe avant d'envisager un remplacement⁴. Par ailleurs, un sondage réalisé en juin 2020 montre que 74 % des Français se disent prêts à renoncer à l'achat de produits neufs, notamment technologiques, au profit de produits d'occasion⁵.

Au terme de ces avancées, où en sommes-nous dans le combat pour un mode de production et de consommation plus circulaire et durable ? Dans le premier rapport du Club en 2018⁶, nous avons présenté les principaux intérêts de la durabilité pour les entreprises en termes d'impacts écologiques, d'enjeux de confiance et d'implications économiques. Le rapport 2019 cherchait à analyser plus en profondeur les freins qui subsistent à un changement massif des comportements pour une consommation plus durable⁷. Aujourd'hui, il convient de regarder vers l'avenir, de se projeter sur les prochaines années pour se demander comment les entreprises peuvent pleinement relever les défis liés à la durabilité, qu'ils soient législatifs, réputationnels ou techniques.

COMMENT LES ENTREPRISES PEUVENT-ELLES PLEINEMENT RELEVÉ LES DÉFIS LIÉS À LA DURABILITÉ ?

Ce rapport vise à esquisser une feuille de route pour toute entreprise souhaitant prendre ce tournant de la durabilité. Dans un premier temps, nous analyserons comment les entreprises peuvent s'adapter aux évolutions législatives et même les anticiper pour se démarquer en faveur de la durabilité et de la réparabilité. Nous nous intéresserons ensuite aux moyens de l'entreprise pour adopter une stratégie cohérente pour une consommation plus durable, en impliquant l'ensemble des secteurs et en remodelant sa communication et sa publicité.

I. Anticiper les lois pour mieux répondre aux attentes sociétales

Les pouvoirs publics ont pour rôle de faire évoluer les pratiques des entreprises, par la contrainte ou l'incitation, et de faciliter les comportements vertueux des consommateurs. Dans cette partie, nous reviendrons sur les implications de la loi AGEC et des mesures européennes, posant de nouveaux défis et opportunités pour les entreprises. Nous verrons aussi que certaines entreprises pionnières anticipent ces tournants législatifs, de manière à se montrer à l'écoute des demandes des citoyens et à éclairer la prise de décision publique.



Les lois sur la durabilité : entre obligations légales et opportunités pour l'entreprise

Le cadre législatif de la responsabilité sociétale de l'entreprise, en particulier sur la durée de vie des produits, est en pleine évolution, impliquant des changements de pratiques de gré ou de force pour nombre d'entreprises. En anticipant ces contraintes et opportunités mais aussi en innovant, certaines entreprises peuvent se démarquer dans la course à la durabilité imposée par les institutions et les citoyens.

Quel cadre législatif pour les entreprises françaises ?

La notion d'économie circulaire, c'est-à-dire d'un système économique et social qui permet de limiter l'utilisation des ressources et la production des déchets notamment en allongeant la durée de vie des produits⁸, est entrée dans le discours public autour de 2015. La loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte du 18 août 2015 définit le concept et en fait un objectif national⁹. L'allongement de la durée de vie des produits a suscité l'intérêt des pouvoirs publics dès 2014 avec plusieurs mesures dédiées aux garanties, aux pièces détachées puis à la définition du délit d'obsolescence programmée¹⁰.

Ce n'est qu'avec la loi AGEC¹¹, promulguée en 2020 au terme de plus de 2 ans de concertations sur certaines mesures, qu'un véritable **cadre législatif relatif à la durabilité des produits commence à se dessiner**. En plus de nombreuses

mesures sur la durée de vie des produits, la loi réforme les filières REP (pollueur-payeur) en leur confiant des objectifs de prévention des déchets, de réemploi, de réutilisation et de réparation, avec des cibles chiffrées et des obligations de résultats, en plus de leurs missions traditionnelles de collecte, de traitement et de recyclage des déchets.

Une loi ambitieuse pour la réparation

Cette loi est porteuse de nombreuses opportunités pour le secteur de la réparation, tous professionnels confondus. En poussant les fabricants à concevoir des biens plus réparables, les pouvoirs publics facilitent par extension le travail des entreprises de réparation. Plusieurs mesures vont dans ce sens : Les **pièces détachées indispensables** devront être disponibles pendant un minimum de 5 ans après l'achat pour certains équipements électroménagers et électroniques (article L.111-4 du code de la consommation). Ces pièces devront être livrées dans un délai de 15 jours ouvrables au maximum (au lieu de 2 mois), réduisant l'un des freins à la réparation. Dans le cas où une pièce serait indisponible, la loi ouvre la voie à l'impression 3D pour favoriser les possibilités de réparer le bien. La loi encourage aussi le recours aux pièces d'occasion pour la réparation de certains équipements informatiques et médicaux (art. L.224-109 et L.224-110 du code de la consommation). Le texte interdit toute pratique qui aurait pour but de verrouiller la réparation au sein d'un réseau agréé, protégeant ainsi l'accès des réparateurs indépendants aux pièces, modes d'emploi, outils ou logiciels nécessaires à la réparation, (art. L.441-4 du code de la consommation). La loi sanctuarise le droit à la réparation en interdisant les pratiques visant à rendre impossible la réparation hors des circuits agréés (art. L. 441-3 du code de la consommation).

La parole à SOS Accessoire

Des pièces détachées accessibles pour tous

« Depuis 2008, SOS Accessoire s'inscrit dans la tendance du Do It Yourself en proposant aux internautes de dépanner eux-mêmes leurs appareils électroménagers grâce à la vente en ligne de pièces détachées aussi bien pour les gros que les petits appareils électroménagers. En parallèle, pour aider les internautes à franchir et à réussir leur autoréparation, SOS Accessoire met à leur disposition des outils pédagogiques complets sous forme de centaines de tutoriels, de vidéos ainsi qu'un service d'assistance en ligne assuré par des professionnels du dépannage d'appareils électroménagers. Pour les plus réticents, un service de visioconférence permet de bénéficier, depuis son domicile, de l'expertise d'un technicien qui peut visualiser sur son écran les dysfonctionnements et montrer au client, en direct, comment diagnostiquer la cause de la panne ou remplacer la pièce défectueuse. La crise sanitaire étant passée par là, l'auto-réparation est en passe de devenir un véritable réflexe avant d'envisager de faire appel à un dépanneur professionnel ou pire, de remplacer l'appareil défectueux. La consultation des tutoriels et du service technique de SOS Accessoire a ainsi fait un bond de +50 % depuis mars 2020. Cette année 2020, ce seront ainsi plus de 600 000 foyers qui auront pu réparer leur lave-linge, leur four, leur aspirateur, ou tout simplement changer un accessoire permettant de prolonger l'usage de leur appareil. »

Plus largement, la loi ambitionne de faire de la réparation un réflexe pour le plus grand nombre. Elle prévoit la mise en place de fonds dédiés au financement de la réparation des produits pour pallier le frein économique (art. L.541-10-4 du code de l'environnement). Gérés par les éco-organismes, ces fonds seront alimentés directement par les metteurs sur le marché et employés pour rendre la réparation moins chère pour les consommateurs, avec des réductions minimales de 20 % sur les factures de réparation. Un dispositif similaire est prévu pour soutenir le fonctionnement des structures du réemploi (art. L.541-10-5). La loi interdit aussi la destruction des invendus non alimentaires (L.541-15-8). Ces mesures témoignent d'une vision large de la responsabilité environnementale de l'entreprise, qui n'est plus limitée à la production du bien et au traditionnel recyclage, mais au contraire est appelée à s'étendre tout au long du cycle de vie du produit. Les consommateurs, pour leur part, pourront bénéficier en cas de panne sous garantie d'une extension de garantie de 6 mois s'ils choisissent la réparation au lieu du renouvellement (article L. 217-9 du code de la consommation), et les plus jeunes seront sensibilisés à la prévention des déchets dès l'école (article L. 312-19 du code de l'éducation). L'objectif est qu'ils fassent un choix éclairé pour favoriser les produits durables et réparables.

Plusieurs outils pour mettre en valeur les fabricants volontaires, renforcer l'information du consommateur et faire des distributeurs des tiers de confiance

Soucieux d'inciter les consommateurs à faire des achats plus responsables, les pouvoirs publics ont souhaité introduire de nouveaux outils d'information pour les éclairer chacun au moment du choix d'un produit. Cela donne une plus-value intéressante aux distributeurs, qui peuvent ainsi mieux guider les consommateurs dans leurs achats. La loi prévoit ainsi que les consommateurs soient informés en magasin de la disponibilité ou non des pièces détachées et de leur durée de mise à disposition (article L.111-4 du code de la consommation). Elle introduit aussi un indice de réparabilité à partir de 2021. La loi AGEC inclut de facto une dimension dynamique puisque l'indice de réparabilité est voué à se transformer en indice de durabilité, plus complet, à partir de 2024 pour aider les consommateurs à distinguer les produits les plus fiables et robustes (art. L.541-9-2 du code de l'environnement). Cet indice auto-déclaratif, prévu pour être transparent dans l'attribution des notes selon chaque critère, s'appliquera aussi aux places de marché en ligne et permettra aux fabricants les plus volontaires d'être valorisés par un affichage dont le design sera harmonisé. Le levier de la réputation et de la transparence sera ainsi mobilisé pour inciter les producteurs à s'améliorer.

Un affichage environnemental plus général est prévu par l'article L.541-9-1 du même code. Dans le but de limiter l'obsolescence logicielle, la loi prévoit l'instauration d'une garantie de conformité sur le logiciel de 2 ans minimum (article L. 217-21 du code de la consommation).

La problématique des déchets du secteur de la construction est également abordée dans la loi. En effet, ceux-ci représentent plus de 70 % des déchets produits en France chaque



année par les activités économiques, soit plus de 224 millions de tonnes¹². La loi impose donc le recours au « diagnostic déchets » lors de travaux de démolition ou de réhabilitation significatifs, pour prévoir le réemploi et la réutilisation des déchets du bâtiment.

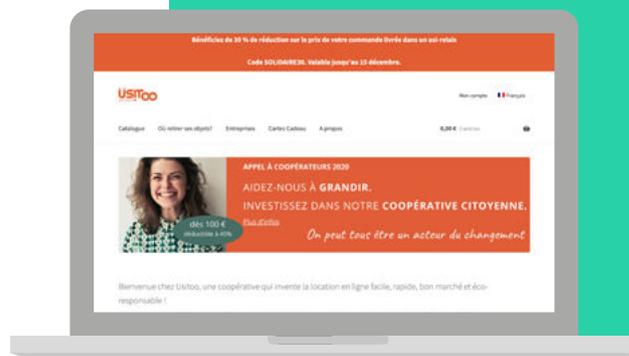
Des mesures pour faciliter le recours aux alternatives de consommation vertueuses

Certaines mesures législatives visent à mieux encadrer les alternatives de consommation positives émergentes. **L'autoréparation en fait partie** : ainsi, la loi dispose que les étapes de réparations les plus courantes peuvent être intégrées dans le mode d'emploi d'un appareil (art. L. 541-9-9 du code de l'environnement). La loi entend encourager les fabricants à permettre à chacun de réparer soi-même son appareil en leur apportant une sécurité juridique en cas de dommage lié à une erreur de l'utilisateur (art. L. 441-5 du code de la consommation).

Le soutien au marché du reconditionné figure aussi parmi les mesures fortes de la loi AGECE. Il s'agit d'un secteur en plein essor, en particulier sur les téléphones : alors que le marché français de vente de smartphones neufs est en recul constant depuis quelques années (-5 % en 2019¹³ après -6,5 % en 2018 selon GfK¹⁴), celui des smartphones reconditionnés est en forte croissance (+4 % en 2019¹⁵ après +7 % en 2018.¹⁶). Les consommateurs craignent pourtant, lors d'un achat de téléphone reconditionné, que le produit tombe en panne (crainte citée par 45 % des Français) et que la garantie ne soit pas appliquée (11 % des Français)¹⁷. Pour renforcer cette confiance, la loi définit le terme de produit reconditionné (art. L. 122-21-1) et étend la garantie des produits d'occasion de 6 mois à 1 an (art. L. 217-7).

Le Gouvernement s'intéresse au marché du reconditionné au-delà de la loi AGECE comme secteur porteur dans le cadre du plan de relance. En pleine croissance et attractif sur le plan écologique comme économique, ce secteur est néanmoins confronté à plusieurs défis : celui de la confiance des consommateurs envers la qualité des produits, mais aussi la difficulté à récupérer les appareils mis au rebut. 24 à 26 millions de smartphones neufs sont mis sur le marché chaque année. De nombreux appareils ont une seconde vie grâce au réemploi, au don ou à la vente entre particuliers, qui concerne 5 à 9 millions d'appareils par an en France. En revanche, sur les 4 à 8 millions d'appareils jetés chaque année, moins de 500 000 sont récupérés par la filière agréée de recyclage¹⁸. Ainsi, en octobre 2020, les pouvoirs publics annoncent souhaiter réduire la TVA sur les produits reconditionnés (qui pourrait passer de 20 à 5,5 %), lancer une grande campagne de collecte de téléphones en fin de vie et enquêter sur la disponibilité des pièces détachées pour le reconditionnement¹⁹.

En outre, la loi prépare le terrain de politiques publiques futures en défrichant certains domaines sur lesquels encore peu d'expertise est disponible sur les actions possibles et leurs impacts : plusieurs rapports gouvernementaux sont prévus sur les manières d'allonger la durée de vie des équipements numériques (art. 217-22 du code de la consommation), et de développer l'économie d'usage et de la fonctionnalité (article 68 de la loi).



La parole à Usitoo La location de proximité

« Coopérative belge lancée en 2018, Usitoo propose un service de location d'objets du quotidien. Chaque utilisateur peut y louer à prix raisonnable de multiples objets, du matériel de bricolage au camping en passant par l'événementiel. Pour proposer l'offre la plus attractive et pratique possible, l'entreprise mise sur la proximité et facilite la livraison d'objets en points relais. L'économie de la fonctionnalité intègre par nature des impératifs de bien-être sociétal, ainsi qu'un souci permanent du développement responsable : utilisation partagée d'un bien plutôt que multiplication de la propriété, plus grande durabilité des produits pour une exploitation la plus longue possible, économie des ressources et moindres rejets polluants grâce à un usage communautaire. Initialement lancée dans la région de Bruxelles, la coopérative réfléchit aujourd'hui à dupliquer son modèle dans d'autres villes. »



L'Etat encourage l'économie circulaire par la commande publique

Les administrations participeront aussi à la transition vers une économie circulaire : c'est l'objectif de la loi, qui souhaite encourager des solutions plus durables. Ainsi, les collectivités devront permettre aux acteurs de l'économie sociale et solidaire d'utiliser les déchetteries comme lieux de récupération d'objets (article L. 2224-13 du code général des collectivités territoriales). Les biens acquis chaque année par les services de l'Etat et les collectivités devront être en priorité issus du réemploi ou intégrer un minimum de 20 % de matières recyclées (article 55 de la loi), et les pneus acquis par les institutions publiques en priorité rechapés, c'est-à-dire recyclés pour une moindre utilisation de ressources (art. L. 2172-6 du code de la commande publique).

En Europe, un droit à la réparation bientôt consacré

A l'échelle européenne, une institutionnalisation plus lente

Dès 2013, le Comité économique et social rend un avis d'initiative mené par Thierry Libaert sur la consommation durable²¹. Dans cet avis, le CESE promeut la vision d'une Europe des produits durables, recommande aux entreprises de faciliter la réparation de leurs produits pour « se distinguer par leur pratique de la durabilité », entretenir la confiance des consommateurs, et prône un soutien des pouvoirs publics aux professionnels de la réparation. La notion d'obsolescence programmée émerge également dans ce texte, avec un appel à l'interdiction totale des pratiques qui y sont liées.

2017 : LE PARLEMENT EUROPÉEN SE SAISIT DE LA QUESTION DE L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE

En 2015, la Commission européenne fait un **pas timide vers la durabilité**, peu mentionnée au sein de son paquet de mesures « économie circulaire »²². L'institution européenne y prévoyait d'ajouter aux exigences d'économies d'énergie les notions de réparabilité, de durabilité et de recyclabilité aux règlements obligatoires Ecodesign de 2009.

En 2017, en votant à l'unanimité un rapport d'initiative sur une durée de vie plus longue des produits²³, porté par l'eurodéputé Pascal Durand, le **Parlement européen se saisit de la question de l'obsolescence programmée** : il montre que les consommateurs sont demandeurs de produits plus durables et propose de nombreuses mesures telles que la réversibilité des mises à jour logicielles ou la création d'un compteur d'usage sur le gros électroménager. Sans valeur contraignante, ce rapport appelle la Commission européenne à agir.

La Commission a justement commencé à réagir en dressant un plan d'action ambitieux, dont les mesures concrètes restent à préciser comme nous le verrons ci-après.



Les entreprises du Club de la durabilité signent une tribune dans Le Monde pour soutenir l'ambition écologique

Au printemps 2020, seulement quelques mois après son vote, la loi anti-gaspillage était déjà menacée. En effet, plusieurs groupes d'intérêts industriels défendaient un moratoire sur son application, arguant des difficultés provoquées par la crise sanitaire.

Face à cette remise en cause des acquis écologiques, 20 chefs d'entreprise, réunis au sein du Club de la durabilité, ont signé le 2 juin une tribune dans Le Monde pour « demander à ce que le cap de la loi anti-gaspillage soit au minimum maintenu pour passer enfin au monde d'après, un monde dans lequel les produits sont conçus pour durer, être donnés, loués, reconditionnés ou réparés, en cohérence avec l'existence d'une seule planète terre sur laquelle prospérer »²⁰.



Les règlements éco-conception, levier puissant au service d'un marché intérieur exigeant

L'UE dispose d'un levier majeur face à l'obsolescence prématurée, qui affecte indifféremment les citoyens européens. En effet, l'éco-conception relève uniquement de la compétence de l'UE, seule disposée à réguler les produits qui entrent dans le marché européen.

Le 1er octobre 2019, la Commission européenne adopte les **règles obligatoires d'éco-conception**²⁴ promises dans le plan d'action pour rendre les produits non seulement plus économes en énergie, mais aussi pour améliorer leur réparabilité. Concrètement, cela signifie que les produits devront satisfaire des critères d'éco-conception et de réparabilité pour pouvoir être vendus sur le marché européen. Ainsi, plusieurs types de produits comme les lave-linge, les lave-vaisselle, les téléviseurs ou encore les serveurs informatiques sont concernés par ces règles qui entreront en vigueur le 1er mars 2021. Ces règles représentent une contrainte supplémentaire pour les fabricants, qui devront désormais mettre à disposition des pièces détachées pendant une durée minimale (jusqu'à 10 ans en fonction du produit). Elles créent de nouvelles opportunités pour les réparateurs indépendants, qui devront désormais avoir accès à l'information nécessaire à la réparation et à l'entretien de ces produits²⁵.

La parole à Michelin Une démarche d'économie circulaire

« L'engagement du Groupe Michelin en matière économie circulaire est l'un des fondements de sa stratégie « Tout durable ». Elle est inscrite historiquement et à long-terme dans toutes les étapes de la vie du pneumatique : éco-conception, utilisation de matériaux biosourcés et réutilisation. Concrètement, cela passe ainsi par le rechapage et assurer des performances élevées sur toute la durée de vie du pneu afin d'éviter des retraits prématurés.

Au niveau européen, Michelin participe aux débats visant à favoriser l'optimisation de la matière, ainsi que l'efficacité énergétique des pneumatiques, comme par exemple la mise en place de l'étiquette énergétique.

A l'échelle plus large, Michelin anime un groupe de travail sur la durabilité dans la mobilité, afin de s'interroger sur l'efficacité en ressources du secteur et sur les implications environnementales de l'arrivée de nouvelles technologies (voiture autonome et connectée, économie du partage...). Ce groupe de travail, qui se réunit notamment chaque année lors du sommet sur la mobilité durable Movin'On, rassemble des entreprises, des universités et des ONG et publiera d'ici la fin de l'année un livre blanc collectif proposant des solutions et des bonnes pratiques, notamment à l'attention du décideur européen. »





La parole à Spareka

Inciter chacun à réparer soi-même

« Spareka est une plateforme créée en 2012 pour aider les consommateurs à réparer eux-mêmes leurs appareils de la maison au lieu de les jeter. Pour cela l'entreprise développe des outils pédagogiques comme des tutoriels d'entretien ou de réparation, des diagnostics de pannes, un service d'aide à la réparation en visio et un forum d'échange. Elle a observé en 2020 un fort regain d'intérêt pour l'autoréparation : les visionnages de ses tutoriels ont progressé de 45 % pendant le confinement. Ouvrir, démonter, observer, tester, comprendre ses produits en panne : l'autoréparation est entrée dans le quotidien confiné de plus de 3 millions de personnes entre mars et avril 2020. Selon une étude menée par YouGov, 21 % des français ont pris conscience qu'il était possible de réparer facilement ses appareils électroménagers et de jardin durant cette période. Une expérience réussie pour les 50 000 nouveaux clients de Spareka, puisque 91 % de ces milliers de novices de l'autoréparation ont réussi à réparer eux-mêmes leurs appareils. »

La parole à iFixit

La collaboration au service de l'autoréparation

« Militant de l'autoréparation au sein de la campagne Right to Repair Europe, iFixit est une plateforme collaborative dédiée à la réparation des produits. Elle rassemble près de 70 000 guides de réparation gratuits et vend outils et pièces détachées.

De manière générale, l'entreprise a connu un fort succès pendant le premier confinement : entre mars et juin 2020, 880 000 Français ont consulté le site, contre 511 000 l'année précédente, soit une hausse de près de 75 %. Il semble que les Français ont eu plus de temps pour utiliser et réparer leurs appareils pendant le confinement et que le rapport avec la consommation d'objets a été remis en question. »

La réparation, au cœur du plan d'action de la Commission

Ces règles d'éco-conception, bien qu'essentielles, ne suffisent pas à endiguer la surconsommation. La nouvelle Commission européenne, dont le mandat a débuté en 2019, semble l'avoir compris. En mars 2020, elle met **la réparation au premier rang du plan d'action pour l'économie circulaire**²⁶ pour les 5 ans à venir. Ce plan, qui s'inscrit dans le Pacte vert pour l'Europe, promet de « faire des produits durables la norme dans l'Union européenne (UE) et lutter contre l'obsolescence prématurée ». La Commission souligne l'intérêt des entreprises à s'engager dans cette voie. Les fabricants présents en Europe, dont 40 % des dépenses globales sont consacrées à l'approvisionnement en matière²⁷, ont en effet un clair intérêt économique à améliorer leur gestion des ressources. Plus globalement, le développement de l'économie circulaire pourrait représenter une **croissance du PIB européen de 0,5 % d'ici à 2030 et générer environ 700 000 emplois**²⁸. Pour cela, l'Europe entend créer « un cadre législatif solide et cohérent qui fera des produits, services et business models durables la norme et qui transformera les modèles de consommation ». La mise en place de ce cadre passera par de nombreuses mesures intervenant à tous les stades du cycle de vie du produit : dès la conception, avec plusieurs mesures visant à l'améliorer, en passant par la distribution en améliorant l'information du consommateur sur la réparabilité (par un indice de réparabilité européen entre autres), jusqu'à la réparation qui devra être facilitée et la fin de vie améliorée, par exemple en interdisant la destruction des invendus et en soutenant le marché du reconditionnement et de la seconde main. Sans fixer d'objectif chiffré de réduction de la consommation en ressources, plusieurs secteurs comme les produits électroniques, les textiles et le bâtiment feront l'objet de politiques spécifiques. Enfin, l'Union souhaite mettre les moyens pour soutenir l'économie circulaire en fléchant les achats publics ainsi que des aides européennes vers l'innovation durable, en adaptant certaines taxes et en permettant aux Etats de réduire la TVA sur la réparation ou le reconditionnement. Un calendrier de travail, pouvant évoluer, a été publié par la Commission pour la mise en œuvre de ce plan²⁹. De plus, le député européen David Cormand est responsable d'un rapport parlementaire intitulé « Vers un marché unique durable pour les entreprises et les consommateurs »³⁰, qui a fait l'objet d'un vote en plénière en novembre 2020 pour appeler la Commission européenne à prendre des mesures concrètes sur la durabilité.



Valoriser son impact sociétal en surpassant ses obligations légales

La France et l'Europe prennent le tournant de la durabilité en imposant de nouvelles règles du jeu aux entreprises, qui devront tenir compte de ce nouvel impératif. A l'heure du réveil des pouvoirs publics, comment se démarquer en tant qu'entreprise sur la durabilité ? Dans un contexte de vigilance croissante des consommateurs et des décideurs sur l'engagement sociétal des entreprises, respecter ses obligations légales n'est plus suffisant : il importe de se distinguer en surpassant ses obligations et en inventant de nouvelles offres qui répondent aux besoins citoyens.

Plus royalistes que le roi ? Ces entreprises qui sont plus exigeantes que la loi

Protéger ses clients au-delà du strict respect de la loi pour inspirer confiance

L'un des enjeux clés identifiés par l'UE comme par la France pour transformer notre consommation est celui de **la protection des consommateurs** : conscientes de la frustration de nombreux clients face à l'obsolescence prématurée³¹ et désireuses de valoriser leurs démarches, certaines entreprises ont fait le choix d'une politique volontaire qui anticipe ou surpasse ce qu'impose la loi.

Ainsi, si la loi impose une garantie de conformité de 2 ans, de nombreuses entreprises vont plus loin et proposent des **garanties additionnelles** de 5 ans, 10 ans, voire illimitées (même si les conditions d'application doivent être regardées de près). Sur l'électroménager, plusieurs entreprises volontaires fournissent une garantie commerciale de 5 ans, comme le distributeur MaGarantie5ans ou encore le fabricant Kippit et sa bouilloire. Plusieurs fabricants de vêtements ou de chaussures proposent une garantie « à vie », comme Patagonia³². S'il convient de rester vigilant pour s'assurer qu'elles s'appliquent aux pièces les plus fréquemment usées, ces initiatives sont intéressantes. De plus en plus d'entreprises, par ailleurs, s'engagent à proposer une réparation à prix modéré³³.

Plusieurs entreprises s'engagent aussi sur la **durée de disponibilité des pièces**, tandis que l'UE s'apprête à imposer que les pièces détachées soient disponibles pendant 10 ans sur tous les lave-linge. Si plusieurs fabricants ont anticipé cette contrainte en allongeant leur délai de disponibilité de pièces³⁴, le fabricant allemand Miele continue à se distinguer en les fournissant pendant 15 ans après l'achat³⁵. De la même manière, le fabricant de petit électroménager Seb s'engage à ce que ses produits soient réparables pendant 10 ans après l'achat³⁶ et le Français Magimix s'engage à fournir des pièces détachées pendant 30 ans³⁷. Si ces politiques restent volontaires représentent un coût significatif (stockage et circulation des pièces), elles génèrent une confiance importante chez les consommateurs. Notons néanmoins qu'il ne s'agit pas seulement que les pièces soient disponibles mais aussi qu'elles le soient à un tarif accessible pour permettre une réparation réelle.

La parole à Fnac Darty

Un abonnement pour toutes les réparations

« Lancé le 25 octobre 2019, l'abonnement DartyMax a pour vocation de renforcer l'engagement de FnacDarty pour l'allongement de la durée de vie des produits. DartyMax est une formule d'abonnement à la réparation illimitée qui coûte 9,99 euros par mois couvrant la réparation de l'ensemble des appareils gros électroménager d'un foyer, même ceux achetés chez un concurrent. Les produits seront couverts tout le temps de l'engagement de disponibilité des pièces détachées du fabricant, jusqu'à 15 ans pour certains. L'entreprise estime que ce service pourrait permettre aux clients de garder leur gros électroménager 15 ans ou plus.

Une évolution qui se veut fidèle à l'héritage de Darty, dont les réparateurs effectuent plus de 2,5 millions d'interventions par an en France.

Le Baromètre du SAV est quant à lui publié chaque année pour livrer des informations sur la durabilité et la réparabilité des produits. Cet outil permet de distinguer les marques les plus fiables parmi 63 catégories (GEM, PEM, High-Tech), en s'appuyant sur des enquêtes clients mais surtout sur l'analyse des réparations du SAV Darty. Le but est d'inciter les entreprises à concevoir des produits plus durables afin de se hisser sur le podium, fidélisant ainsi les clients avec de meilleurs produits.

Enfin, la sélection « Le Choix Durable par Darty » permet aux consommateurs lorsqu'ils se rendent en magasin ou sur Darty.com de distinguer clairement quels sont les appareils aujourd'hui les plus durables dans leur catégorie et dans leur gamme de prix. Cette sélection est revue régulièrement pour s'adapter aux changements de gammes. »





La parole à Kippit Des produits durables et modulables

« Kippit est un jeune fabricant d'électroménagers concevant des produits durables, réparables et évolutifs. La bouilloire Jaren, lancée en 2019, devrait être prochainement suivie par le lave-linge Kippit.

Outre la durabilité des produits, la réparabilité est un aspect clé de l'identité de Kippit. En effet, le détenteur de produits kippit aura toujours intérêt financièrement à réparer ou faire réparer son produit, étant donné que la pièce détachée la plus chère ne peut dépasser 10 % du prix global du produit. Un autre facteur important est la nature ouverte du projet kippit. En effet, dans une démarche d'open source, l'entreprise met à disposition les plans de fabrication des produits, ce qui laisse aux utilisateurs la possibilité de les faire évoluer.

Pour son financement, Kippit a eu recours à la plateforme de financement participatif Ulule avec grand succès, puisque la campagne de financement a atteint plus de 24 fois son objectif initial avec près de 250 000 euros récoltés. »

La parole à ADEO et Leroy Merlin Le Do It Yourself et la réparation facilitée

« Afin de faciliter et rendre la réparation possible, l'enseigne a tout d'abord porté une attention toute particulière à ses produits de marques propres. En lançant la démarche interne «Positive Product», elle s'impose le respect de critères stricts dès la conception du produit, qui vont bien au-delà des exigences réglementaires, afin de les rendre toujours plus fiables et réparables le cas échéant.

En parallèle, elle propose également des solutions pour accompagner les habitants dans la réparation de leurs produits. Au travers de son site leroymerlin.spareka.fr et de son partenariat avec Spareka, les pièces détachées deviennent accessibles sur les produits de bricolage. Leroy Merlin y propose aussi des aides au diagnostic et des tutoriels vidéo expliquant en quelques minutes comment réparer ses équipements. En complément, et au travers de son nouveau service «Leroy Merlin Dépannage», les habitants ont maintenant la possibilité de faire appel à un dépanneur pour une intervention à domicile ou en visio. »



La transition écologique doit passer par la sensibilisation de tous, y compris des plus jeunes, sur les alternatives au tout-jetable. La loi a ainsi renforcé l'enseignement de la prévention des déchets, confirmant le bien-fondé des démarches de sensibilisation d'associations mais aussi d'entreprises comme la plateforme d'autoréparation Spareka qui propose des « repair schools » pour apprendre, aux adultes comme aux enfants, à réparer depuis 2016³⁸.

Donner aux consommateurs la possibilité de réparer

Outre la satisfaction et la sensibilisation des consommateurs, il s'agit de penser la durabilité et la réparabilité des produits et des services dès leur conception. Plusieurs entreprises vont au-delà des mesures d'incitation posées par la loi AGECE. Par exemple, Boulanger a anticipé la disposition sur l'impression 3D en publiant en 2016 les plans de fabrication 3D des pièces de ses marques propres sur la plateforme dédiée Happy 3D. Le fabricant d'imprimante 3D Dagoma s'est associé à Happy3D en 2019 pour lancer un concours d'impression 3D de pièces détachées pour réparer³⁹.

La difficulté de réparation est l'un des freins principaux à la consommation durable. Certaines marques sont à l'avant-garde sur ce plan. Loin de verrouiller la réparation au sein de leurs réseaux agréés, elles donnent les clés à tout réparateur indépendant et même aux consommateurs pour réparer. Ainsi, le fabricant d'ordinateurs why! open computing s'illustre dans la publication de guides de réparation gratuitement sur iFixit⁴⁰. De la même manière, le fabricant d'enceintes Craft 'n sound propose plusieurs tutoriels en libre accès pour assembler ses enceintes et les moduler⁴¹. De plus, Darty met gratuitement sa base de connaissances à disposition des consommateurs à travers sa « Communauté du SAV »⁴².

Sur le numérique, plusieurs entreprises ont un coup d'avance, comme la coopérative de location de smartphones Commown et le fabricant why! qui s'assurent de la compatibilité du logiciel avec leur appareil, limitant ainsi l'obsolescence logicielle. Pour ce faire, elles s'appuient sur des logiciels libres tels que Linux ou LineageOS qui prolongent la durabilité du matériel.

Expérimenter et innover pour la durabilité

Certaines entreprises pionnières anticipent et devancent les obligations légales, s'affirmant ainsi comme leader sur la durabilité en étant mieux-disantes que le reste de leurs secteurs. Néanmoins, il ne suffit pas d'en faire un peu plus que ce qui est imposé par la loi. Il est aussi important d'innover, en répondant aux enjeux sociétaux mis en lumière par les associations et les institutions. En effet, les pouvoirs publics ne cherchent pas uniquement à imposer de nouvelles contraintes aux entreprises mais aussi à encourager de nouvelles initiatives privées. Il appartient aux entreprises de se saisir des enjeux de société autour de la du-

rabilité grâce à des démarches volontaires, expérimentales et innovantes.

Affichage de la durabilité : une profusion d'initiatives qui répond à une attente forte du public

L'information du consommateur est cruciale : en étant mieux informés, éclairés par de nouveaux outils, les consommateurs auraient la capacité de faire des choix plus vertueux. 92 % des consommateurs européens souhaitent l'affichage de la durée de vie des produits (2016)⁴³. Certaines entreprises, principalement des distributeurs conscients du manque d'information des clients, innovent en créant de nouveaux outils. A cet égard, l'indice de durabilité est parlant : prévu par la loi pour 2024, il devrait dans un premier temps s'appliquer uniquement à quelques catégories de produits. Mais plusieurs entreprises sautent le pas dès aujourd'hui en appliquant leur propre indice, afin d'expérimenter cet outil et de répondre à un besoin fort d'information. Ainsi, le distributeur de gros électroménager MaGarantie5ans a créé **son propre indice de durabilité volontaire**⁴⁴, et va depuis peu jusqu'à déréférencer les produits obtenant une note insuffisante. Sur l'électronique, la plateforme d'autoréparation iFixit va dans ce sens également, en **notant depuis 2007 la réparabilité** des nouveaux produits⁴⁵.

Fnac Darty, poids lourd de la distribution d'électroménager en France, s'engage aussi dans la voie de l'information du consommateur pour la durabilité. L'entreprise a lancé en 2019 son propre label « **choix durable** », qui valorise les produits ayant peu de pannes sous garantie et dont les pièces détachées sont les plus disponibles. Pour améliorer la transparence sur la fiabilité des produits, l'entreprise publie chaque année le Baromètre du SAV, qui informe sur la durabilité et les raisons du renouvellement de 63 catégories de produits⁴⁶. En 2019, l'entreprise a mené une expérimentation en magasin avec l'organe public de sciences comportementales de la Direction interministérielle de la transformation publique (DITP), pour mieux appréhender l'appétence des consommateurs pour l'indice de réparabilité et l'affichage le plus pertinent⁴⁷.

De nouveaux services pour améliorer la confiance envers la réparation

Plusieurs entreprises de l'écosystème de la réparation ont identifié le manque de confiance comme un frein à la consommation durable, analysé dans le rapport 2019 du Club. Face à cet obstacle, ces acteurs mettent en place de nouveaux services pour accompagner les consommateurs dans leur quête d'alternatives durables. Ces initiatives témoignent d'un effort de veille des entreprises sur leur propre secteur. Pour cela, les publications officielles de l'ADEME ou encore les rapports gouvernementaux sont éclairants. Cette veille, assez chronophage, peut être partagée avec d'autres entreprises au sein de réseaux dédiés à la responsabilité sociétale des entreprises (RSE).



La parole à MaGarantie5ans

Un indice de durabilité pour distinguer les meilleurs produits

« MaGarantie5ans est un distributeur d'appareils électroménagers qui sélectionne des produits et des marques durables via la mise en place, depuis 2019, de son propre indice de durabilité.

L'indice de durabilité est une note de 100 points répartis sur 4 critères qui permettent d'évaluer la durabilité des marques et des produits. Tous les produits sont assortis d'une garantie 5 ans incluse gratuitement pour réparer rapidement son équipement en cas d'imprévu, et cela sans surcoût.

Conformément à ses engagements, MaGarantie5ans a ré-évalué en 2020 toutes les marques de son site. Le site se félicite que certaines marques comme Miele, Samsung et Whirlpool ont pris de bonnes résolutions en allongeant la disponibilité dans le temps des pièces détachées pour leurs produits, permettant ainsi d'accroître leur note. D'autres marques vont également devoir faire leurs preuves, mais avec le statut « en test » en attendant leur sélection finale en 2021. »

La parole à Bureau Vallée

L'indicateur d'empreinte écologique des produits

« Depuis sa création en 1990, Bureau Vallée, distributeur de fournitures de bureau et papeterie, souhaite permettre à ses consommateurs de dépenser moins tout en achetant des produits de qualité. La durabilité passe pour l'entreprise par la sensibilisation du personnel et des fournisseurs ainsi que le développement de nouveaux services comme le rachat et le recyclage de cartouches d'encre, ou encore la reprise des imprimantes en fin de vie.

Depuis 2009, Bureau Vallée va plus loin grâce à une classification environnementale des produits vendus en magasin. Celle-ci offre un critère de choix pour les consommateurs de plus en plus soucieux de l'empreinte écologique des produits. Chaque produit est présenté avec une note de A à E fixée par un organisme indépendant. Les produits D sont vendus en magasin, mais ne font pas l'objet de publicité. Les produits notés E sont eux déréférencés. »

La parole à Murfy

Prolonger la durée de vie des appareils

« Réparer le gros électroménager pour moins jeter, c'est la mission que s'est fixée la start-up Murfy. Lancé en août 2018, Murfy a réalisé près 38.000 interventions soit un peu plus de 2 000 tonnes de déchets électroménagers évités. Pour encourager les français à retrouver la confiance envers la réparation, Murfy propose un tarif fixe et unique pour ses interventions à domicile et garantit sa réparation 6 mois. L'entreprise a également lancé fin 2019 ses propres ateliers de reconditionnement de gros électroménagers. Cela permet de proposer à ses clients une solution pour se rééquiper, notamment lorsque la réparation n'est pas possible (-15% des interventions). La mission de Murfy est claire, trouver une solution de réparation pour tous ses clients. Murfy a lancé sa propre catégorie d'appareils reconditionnés : Les cabossés. Des produits avec un dommage esthétique, mais qui n'entrave en rien son très bon fonctionnement. Murfy veut réduire considérablement le gâchis des déchets électroménagers en faisant adopter à tous les français le réflexe de réparer plutôt de jeter. »

Pour conclure, les entreprises ont la responsabilité de s'adapter à un contexte législatif mouvant en respectant strictement leurs nouvelles obligations légales sur la réparation et l'information du consommateur. La loi AGEC, si elle se veut ambitieuse, reste conciliante en mettant l'accent sur l'incitation et l'information du consommateur plutôt que sur la contrainte. Par ailleurs, l'application de cette loi demeure un défi : fin septembre 2020, huit mois après sa promulgation, la loi était appliquée à seulement 5 %⁴⁸. Bien que progressive, cette évolution est en marche ; en sortiront gagnantes les entreprises qui sauront non seulement s'adapter aux lois, mais aussi les anticiper et les surpasser en inventant de nouvelles solutions en réponse aux attentes sociétales pour la durabilité. En proposant de plus en plus de biens et services durables et réparables, les entreprises peuvent tirer ainsi leurs secteurs vers de meilleures pratiques.

.....

LES ENTREPRISES ONT LA RESPONSABILITÉ DE S'ADAPTER À UN CONTEXTE LÉGISLATIF MOUVANT



II. Aller vers une stratégie globale et cohérente pour une entreprise durable tournée vers l'avenir

Les acteurs économiques présents en France et en Europe, soumis à des contraintes réglementaires de plus en plus fortes et mouvantes, doivent s'efforcer de prendre le tournant de la durabilité. Sous les yeux des consommateurs attentifs à la sincérité de leurs engagements écologiques, les entreprises de nombreux secteurs devront à la fois impliquer l'ensemble de leurs services et de leurs collaborateurs, mais aussi repenser leurs modèles publicitaires à l'aune de la durabilité.

La systématisation de la durabilité à tous les niveaux et dans tous les secteurs

Au sein même de l'entreprise, à mesure que l'on devient plus mature dans sa démarche d'économie circulaire, la recherche d'une cohérence globale dans sa stratégie s'impose. Elle doit passer par une diffusion de la culture de la durabilité dans toute l'entreprise et son secteur, ainsi que par une véritable démarche d'éco-conception, qu'elle soit matérielle ou logicielle.

Du management aux consommateurs, la durabilité diffusée dans l'entreprise et son écosystème

Il apparaît désormais évident que les entreprises ne peuvent plus se contenter d'une politique RSE fragmentée : au lieu d'être organisée par un seul service, elle doit impliquer l'ensemble du management et des collaborateurs ; c'est la raison d'être et la mission de l'entreprise qui doivent évoluer pour plus de durabilité. Comme l'indique la feuille de route économie circulaire en préambule, « le principal défi est celui de la mobilisation de tous »⁴⁹.

Pour 82 % des Français, il est important, voire prioritaire, que les engagements RSE d'une entreprise s'inscrivent dans son projet global⁵⁰. Tout d'abord, le management doit inciter à mobiliser l'ensemble de l'entreprise. Cela peut passer par l'intégration de critères environnementaux dans l'attribution

de la part variable des dirigeants d'entreprise. Cette pratique est en passe de se généraliser : de 10 % en 2006, plus de 70 % des entreprises du CAC 40 intègrent fin 2015 des critères RSE dans leur politique de rémunération variable⁵¹. Si les critères doivent être bien définis pour s'assurer de leur pertinence au regard de l'impact global de l'entreprise, il s'agit d'une piste intéressante pour aligner les intérêts des dirigeants sur ceux de la durabilité. Appliquée au sujet de la durée de vie des produits, elle existe aussi : ainsi, le distributeur électroménager Electro Dépôt a décidé d'indexer 20 % de la part variable de ses dirigeants sur l'atteinte d'objectifs environnementaux, qui passera entre autres par l'amélioration de la durabilité des produits vendus.

Au-delà du management, il est important que la durabilité sorte du champ exclusif des salariés travaillant au sein du département RSE. En effet, même si le rôle de la RSE est clé, tous les l'ensemble des collaborateurs doivent être irrigués par ces projets de durabilité, qui donnent du sens au projet d'entreprise. Ainsi, 87 % des Français considèrent qu'une entreprise doit impliquer ses collaborateurs dans sa démarche environnementale et sociétale⁵². De nombreuses entreprises, comme ADEO/Leroy Merlin ou encore Fnac Darty, ont fait le choix de former l'ensemble de leurs collaborateurs aux enjeux de la durabilité et aux initiatives de leur entreprise pour des biens et services durables. L'ensemble des 25 000 collaborateurs de Leroy Merlin France seront formés à ces enjeux d'ici février 2021. Qu'ils travaillent en magasin, en entrepôt ou au siège, tous suivront une formation et se positionneront sur 2 actions concrètes en faveur de la RSE. Par ailleurs, la capacité d'attirer et de recruter les futurs talents passe également par le développement de la durabilité dans une époque

où près d'un jeune sur 3 considère que la présence d'une culture durable dans l'entreprise est un critère indispensable dans son choix de carrière⁵³. Notons d'ailleurs que de nouveaux syndicats émergent plaçant l'écologie au centre de leurs revendications en entreprises, à l'instar de l'initiative Printemps écologique⁵⁴.

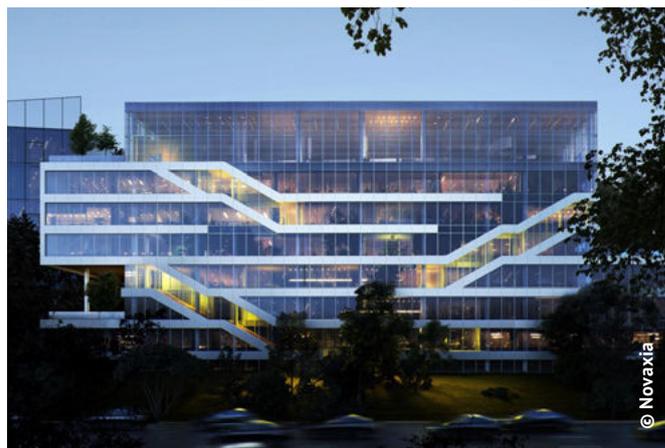
Plusieurs entreprises poussent cette démarche globale jusqu'à repenser leur raison d'être en devenant des **entreprises à mission**. Qualité créée par la loi Pacte en 2019⁵⁵, l'entreprise à mission précise publiquement sa raison d'être et ses objectifs environnementaux et sociaux, qui doivent être contrôlés par un organisme tiers indépendant. Novatrice sur cet aspect, le distributeur de mobilier niortais Camif avait inscrit sa mission dans ses statuts dès 2017. L'entreprise indique que l'inscription de la mission dans les statuts « protège les décisions des dirigeants n'allant pas nécessairement dans le sens de la maximisation du profit à court terme mais visant à créer une valeur plus partagée et plus durable »⁵⁶. Concrètement, la Camif élabore son budget de manière collaborative avec plusieurs salariés et a mis en place une cellule responsable de l'évaluation de l'atteinte des objectifs de l'entreprise.

La mutation en entreprise à mission est de plus en plus convaincante. Au sein du Club de la durabilité, plusieurs enseignes s'engagent dans ce processus de réflexion porteur de sens et de motivation en interne. Leboncoin a notamment initié un plan d'action pour définir sa raison d'être et Novaxia est devenue en juin 2020 première entreprise à mission dans le secteur de l'immobilier⁵⁷.

De la même manière, **échanger directement avec les consommateurs** sur sa démarche peut également se révéler être une source d'innovation et de crédibilité, pour être plus à même d'offrir une proposition de valeur qui s'adapte aux préoccupations des citoyens, dont la durabilité. L'exemple de la « marque du consommateur » C'est qui le patron ?, qui permet aux consommateurs et sociétaires de se réunir pour établir ensemble les cahiers des charges des produits, est éclairant. Le succès de cette marque qui compte plus de 30 produits alimentaires depuis son lancement en 2016 est fulgurant, avec près de 15 millions d'acheteurs en 4 ans⁵⁸.

Ce type de démarche collaborative est de plus en plus courante chez des entreprises qui valorisent leur impact social. Le fabricant Kippit, membre du Club, a lui aussi à cœur d'impliquer une communauté de consommateurs. L'entreprise a par exemple réuni un groupe de clients, qu'elle appelle « kippers », pour réfléchir à l'emballage de ses produits. Elle promet aussi de donner accès à tous ses plans en open source pour permettre à chacun qui le souhaite de faire évoluer ses produits, de revenir sur des mises à jour, etc. Dans le secteur de la mode, la marque Atelier Unes fait aussi preuve de co-construction : par de nombreux sondages, plus de 60 000 consommateurs ont pu s'exprimer sur leurs envies et leurs préférences de vêtements. Grâce à un système de précommandes, Atelier Unes minimise le gaspillage des ressources. Dans une démarche de transparence, la marque communique largement sur son processus de création et des aspects environnementaux et sociaux⁵⁹. En août 2020, elle lance le premier collant conigné et composé à 60 % de matière recyclée.

Si les marques d'électroménager, d'électronique, de mobilier ou textiles sont plus spontanément associées à l'obsolescence prématurée et donc encouragées à s'améliorer, elles ne sont pas les seules entreprises concernées. Il appartient à d'autres secteurs, dont les liens avec la durabilité peuvent être moins évidents, de se saisir de ces enjeux. En particulier, les secteurs de la banque et de l'assurance avec le soutien à la réparation en cas de problème, de l'immobilier avec la réhabilitation des bâtiments et le réemploi, ou encore de l'automobile avec la longévité des véhicules se révèlent avoir un potentiel important pour faire progresser la durabilité.



Durabilité : zoom sur le secteur de l'immobilier et de l'aménagement

Rarement associé à l'obsolescence programmée, le secteur de l'immobilier est pourtant loin d'être exemplaire : responsable de près de 70 % des déchets générés en France⁶⁰ et premier contributeur aux émissions de CO₂ à l'échelle nationale, il recèle d'enjeux importants pour l'économie circulaire. La démolition de bâtiments, suivie de reconstruction, est ici en cause : l'empreinte carbone d'un bâtiment réhabilité peut être jusqu'à 60 % inférieure à celle d'un bâtiment classique. La loi AGECE impose désormais la réalisation d'un diagnostic sur la gestion des produits, des déchets et le réemploi lors de travaux significatifs (article L. 110-10-4 du code de la construction et de l'habitation). Du côté du secteur privé, les lignes bougent également : ainsi, Groupama immobilier a lancé en septembre 2020 le Booster du réemploi, pour regrouper les donneurs d'ordres afin de faciliter l'utilisation de matériaux de réemploi. Le bailleur social Paris Habitat entend aussi agir pour montrer l'exemple, et mettre en place « un écosystème global » sur la réutilisation du patrimoine, le réemploi et le recyclage des matériaux⁶¹. Retour, ci-dessous, sur 3 membres du Club de la durabilité qui font évoluer l'immobilier et l'aménagement vers la durabilité..

La parole à Novaxia

Investir dans le renouvellement urbain au bénéfice du plus grand nombre

« Spécialiste du renouvellement urbain, la société d'investissement immobilier Novaxia est née il y a près de 15 ans avec un objectif : viser à concilier sens et rentabilité au service de ses clients investisseurs privés et institutionnels. En accord avec sa démarche historique de donner une nouvelle vie à l'immobilier et de faire du renouvellement urbain un levier de croissance pour tous, Novaxia est la première entreprise du secteur immobilier à prendre des engagements sociétaux pour les intégrer dans ses statuts et à adopter le statut d'entreprise à mission. Sa mission : développer l'investissement dans le renouvellement urbain au bénéfice du plus grand nombre. Un enjeu clé au vu des impacts du secteur immobilier, qui représente en France un quart des émissions de gaz à effet de serre.

Avec les appels à projets lancés par la Mairie de Paris, Réinventer Paris, Novaxia s'est révélée comme un acteur innovant et responsable de la transformation urbaine. Intégrée à toutes les étapes de ses projets et des fonds immobiliers de sa société de gestion Novaxia Investissement, la démarche responsable développée par Novaxia, au travers de ses filiales, vise à améliorer les conditions de vie des femmes et des hommes, à développer les territoires et à préserver l'environnement. C'est ainsi que depuis plusieurs années, Novaxia a engagé un travail sur sa responsabilité sociale et s'est dotée d'une stratégie environnementale et sociétale qui se fonde sur 4 engagements clés :

- Élaborer et gérer des fonds immobiliers innovants dédiés au renouvellement urbain ;
- Développer l'urbanisme transitoire par les occupations temporaires de bâtiments vacants ;
- Privilégier la réhabilitation plutôt que la démolition ;
- Accélérer la production de logements grâce à la transformation de bureaux en logements.

La société de gestion Novaxia Investissement propose ainsi plusieurs fonds immobiliers qui font de la durabilité et du social une stratégie à part entière. Novaxia détaille sa démarche responsable dans son étude INSPIRE n°1, qui revient sur l'un de ses projets immobiliers emblématiques à Nanterre. Sur la vingtaine d'offres déposées pour réhabiliter les 45 000 mètres carrés du bâtiment datant des années 1980, Novaxia portait le seul groupement à proposer de réhabiliter l'actif plutôt que de le démolir-reconstruire. Cela permet concrètement de diminuer de 40% l'empreinte carbone du bâtiment sur 50 ans par rapport à un scénario de démolition-reconstruction à neuf sur la même période. Enfin, Novaxia cherche à résorber la vacance des lieux urbains en développant l'occupation temporaire de ses bâtiments en attente de travaux et a créé le premier fonds de mécénat dédié à l'urbanisme transitoire. »

La parole à Adopte Un Bureau

Pour le mobilier durable

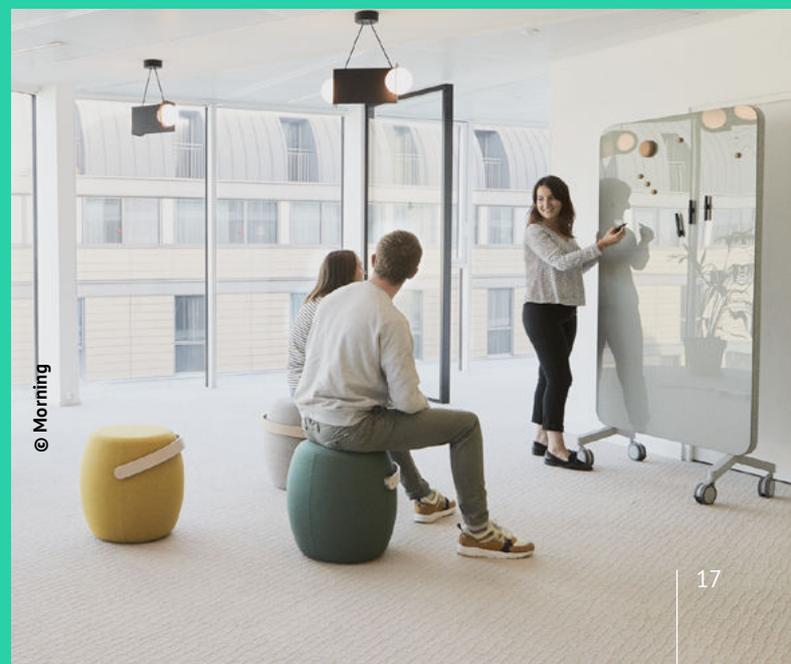
« Depuis sa création en 2016, Adopte Un Bureau distribue du mobilier de bureau sélectionné pour sa durabilité. Disposant de la compétence de rénovation de mobilier en interne, Adopte Un Bureau propose à ses clients professionnels (start-ups, PME, espaces de coworking) et particuliers des solutions innovantes de financement : vente avec rachat garanti, location de mobilier, achat de mobilier reconditionné. La maîtrise complète de la chaîne (mobilier neuf, reconditionnement et vente d'occasion) permet à la start-up de proposer à ses clients une maintenance pendant toute la durée de l'utilisation afin de garantir une durée de vie maximale. Le mobilier inutilisé est récupéré de façon systématique pour lui donner une nouvelle vie. »

La parole à Morning

La durabilité dans l'espace de travail

« Morning, entreprise créant des espaces de travail et tout ce qui va avec (aménagement, événementiel, services), s'est fixée comme objectif d'offrir un environnement de travail durable à ses coworkers. Côté aménagement, les équipes se sont formées à l'éco-conception afin de converger sur une charte commune qui favorise matériaux bio-sourcés, circuits courts, réemploi et recyclage. Côté mobilier, la gamme de mobilier (bureau, chaises, casiers, tables) fait l'objet d'une analyse de cycle de vie (ACV) afin de pouvoir réduire son impact environnemental. Elle travaille également avec Adopte un Bureau à augmenter la réparabilité et la durée de vie de ses sièges de bureaux (introduction de pièces détachées) et à relocaliser la production de sièges en Ile-de-France dans une logique d'insertion sociale.

Morning a toujours eu l'ambition de proposer des solutions flexibles en utilisant notamment les espaces inoccupés dans des bâtiments tertiaires. Morning inspire enfin à accélérer la transition vers une économie plus juste et plus durable en lien avec sa communauté d'entreprises, en mettant par ailleurs en place plusieurs initiatives pour promouvoir l'éco-responsabilité au quotidien. »



L'éco-conception matérielle et logicielle, pierre angulaire d'une démarche sincère de durabilité

Si l'implication de parties prenantes internes et externes à l'entreprise est cruciale pour la cohérence de la démarche de durabilité, elle doit pouvoir faciliter la mise en place d'un plan d'action qui priorise l'éco-conception de biens et de services, mais aussi qui permet l'évaluation de son impact.

Cette logique se prête particulièrement aux entreprises impliquées dans la conception et la distribution de produits, et pour lesquelles une démarche d'éco-conception est nécessaire en amont. Cette démarche a pour objectif de réduire les impacts environnementaux d'un produit tout au long de son cycle de vie : de l'extraction des matières premières à la fin de vie, en passant par la fabrication, la distribution et l'utilisation. Pour cela, de nombreux organismes et cabinets de conseils peuvent accompagner les entreprises dans leur analyse du cycle de vie (ACV), comme la coopérative Mu ou encore le Pôle éco-conception. Ce dernier préconise une stratégie en 6 étapes : cadrage de la démarche, évaluation environnementale, recherche de pistes d'éco-conception, hiérarchisation des solutions, évaluation de la solution choisie. L'ultime phase consiste à valoriser sa démarche environnementale, aussi bien en interne qu'en externe. Le but est de pouvoir en faire un argument de communication tout en évitant l'écueil du greenwashing sur lequel nous reviendrons.

Pour répondre aux enjeux de durabilité des biens, les principes d'éco-design doivent être complétés pour penser en particulier à la conception et l'usage d'un bien réparable, démontable, remontable, modulaire, robuste et fiable, ce qui est encore trop peu pris en compte.

Il est à noter que l'ADEME propose des accompagnements spécifiques à l'éco-conception, notamment via l'appel à projets annuel PERFECTO. L'aide à la transition circulaire des entreprises est appelée à se poursuivre puisque le fonds économie circulaire de l'ADEME sera abondé de 227 millions d'euros d'ici à 2023 dans le cadre du plan de relance du Gouvernement.

La démarche d'éco-conception, bien qu'elle prenne encore insuffisamment en compte la durée de vie des produits, peut non seulement réduire les coûts en matière, mais aussi développer de nouvelles sources de revenus. En effet, en imaginant d'autres usages du produit, d'autres sources de revenus peuvent apparaître : proposer un produit facilement réparable et modulable facilite par exemple la mise en place d'un circuit de seconde vie du produit qui peut se transformer en opportunités économiques pour l'entreprise (reconditionné, vente de pièces détachées, etc.). L'éco-conception peut par ailleurs permettre d'accéder à de nouveaux marchés, par exemple en lien avec la commande publique encouragée par la loi AGECL.

Les entreprises françaises ont tout intérêt à se démarquer par la qualité de leurs produits. Pour Charles Huet, co-fondateur de La Carte Française, « énormément de produits sont de grande qualité avec des grands engagements environnementaux et très durables. Le «made in France», c'est l'inverse



La parole à Craft 'n Sound Les avantages économiques et environnementaux de l'éco-conception

« La durabilité grâce à l'éco-conception et la mise à disposition de pièces détachées est l'ambition de la start-up Craft 'n Sound. L'entreprise propose des enceintes personnalisables, livrées en kit à monter soi-même, conçues dans le souci de privilégier les circuits courts et les matériaux durables.

Lauréate du « Prix Entreprises & Environnement » dans la catégorie « Réparabilité et Durabilité des Produits », Craft 'n Sound lance la seconde version de ses enceintes durables et réparables. Pour celle-ci, l'entreprise est parvenue à supprimer l'aluminium importé d'Asie, le remplaçant par du bois, produit localement. Cette innovation a pu se réaliser malgré le confinement, grâce à une utilisation poussée des outils de collaboration en ligne. Elle permet un triple bénéfice : environnemental tout d'abord, car le recours aux matières premières non renouvelables est considérablement diminué ; industriel ensuite, car en favorisant les outils de découpe numérique, aucun outillage spécifique n'est nécessaire pour la fabrication et les innovations peuvent se faire de manière continue, tout en assurant la compatibilité avec les versions antérieures du produit ; économique enfin, car le cumul de ces innovations permet une diminution de 20 % du prix de vente final, de manière transparente pour le consommateur.

En 2020, Craft 'n Sound a également réalisé l'analyse de cycle de vie de ses produits et celle-ci montre que, sur 10 ans, un objet réparable ou améliorable a un impact 3 fois moins important sur l'environnement qu'un équivalent pas ou peu réparable. L'entreprise entend désormais s'appuyer sur ces résultats, pour promouvoir le développement d'une économie plus durable et responsable. »

La parole à ARPA cooking La cuisson made in France

« ARPA conçoit et fabrique des tables de cuisson pour les principaux équipementiers de l'industrie de l'électroménager ainsi qu'avec plus de 200 marques en France, en Europe et dans le monde. L'entreprise, qui fabrique 350 000 appareils par an, considère que la durabilité et la réparabilité des produits font partie de son identité.

Par exemple, leurs tables de cuisson à induction sont les seules à pouvoir être démontées par le dessous, pour une réparation sans démontage du verre intégré à fleur de plan de travail. Tous les produits sont systématiquement accompagnés d'une documentation SAV exhaustive et l'entreprise poursuit une démarche d'amélioration continue basée sur l'analyse des pièces retournées. »



La parole à Why! open computing Lutter contre l'obsolescence logicielle grâce au logiciel libre

« Le fabricant suisse why ! promet des ordinateurs durables et réparables, avec des pièces détachées accessibles pendant 10 ans. L'entreprise s'affirme à contre-courant des logiciels propriétaires en proposant uniquement des logiciels libres, afin de s'affranchir de l'obsolescence logicielle. Pour inciter le consommateur à réparer, why ! montre l'exemple en publiant gratuitement ses guides de réparation sur iFixit. Les ordinateurs why ! sont fournis avec toute une série de logiciels libres déjà installés, dont la licence permet librement à tous de les utiliser, de les étudier, de les modifier et de les recopier : messagerie électronique, navigation sur Internet, traitement de texte, tableur, base de données, gestion d'images, mise en page, graphisme, etc. »

de l'obsolescence programmée. C'est qualitatif, durable, innovant et souvent très écologique »⁶².

L'éco-conception ne s'arrête pas au matériel : les enjeux **d'éco-conception logicielle** sont ainsi en pleine émergence, et peuvent être pris en compte par toute entreprise quelle que soit ses activités. L'enjeu est de taille : le secteur du numérique est responsable d'environ 4 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre⁶³. La durabilité de nombreux biens est progressivement de plus en plus dépendante de la dimension logicielle. Entre incompatibilité du logiciel et du matériel, fin des mises à jour, pilotes inutilisables et absence de support technique, le logiciel facteur d'accélération de l'obsolescence de produits toujours plus connectés. Ces phénomènes ne sont pas sans lien avec l'impératif écologique : la fabrication est largement responsable, à environ 80 %, de l'impact environnemental des objets numériques⁶⁴. Allonger la durée de vie des smartphones et des ordinateurs du parc européen d'une seule année permettrait par exemple d'éviter l'émission de 3,7 millions de tonnes de CO2 soit l'équivalent des émissions annuelles de tous les habitants de Nice⁶⁵. De plus en plus d'entreprises s'intéressent au sujet du numérique responsable. Open source, réversibilité des mises à jour, garanties logicielles, formations à l'éco-conception numérique, vente non-liée à des logiciels, amélioration de la performance environnementale des logiciels... Les solutions ne manquent pas pour améliorer la durabilité des logiciels, qui doivent faire partie intégrante de la réflexion sur l'allongement de la durée de vie des produits. L'Institut du Numérique Responsable⁶⁶ propose par exemple une charte ainsi qu'un Label aux entreprises volontaires.

Les entreprises proposant des logiciels propriétaires peuvent mettre en place une bonne pratique importante pour la durabilité : **distinguer les mises à jour correctives et évolutives**. Les premières sont nécessaires au maintien du bon fonctionnement de l'appareil, en palliant parfois des failles de sécurité. Les deuxièmes sont souvent plus lourdes, et apportent de nouvelles fonctionnalités au logiciel, provoquant souvent le ralentissement d'appareils plus anciens. Il est indispensable de distinguer ces deux types de mises à jour pour laisser le choix au consommateur d'installer les nouvelles fonctionnalités ou alors de prendre le strict nécessaire. Les pouvoirs publics souhaitent encourager ce type de pratiques, et explorent le sujet de la durée de vie des équipements numériques par un rapport gouvernemental qui devrait paraître avant la fin 2020. Le Conseil National du Numérique a aussi publié en juillet 2020 une feuille de route « Numérique et environnement » qui aborde les sujets de durabilité⁶⁷.

Attaqué dans le cadre d'une plainte⁶⁸ suite aux dysfonctionnements de nombreux smartphones à cause d'une mise à jour, Apple a été sanctionné en 2020 pour pratique commerciale trompeuse par omission, dans le cadre d'une transaction pénale entre le géant du smartphone et la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)⁶⁹. L'amende de 25 millions d'euros ne suffira certes pas à ébranler l'enseigne multinationale. Mais l'enjeu est également celui de l'image de marque : l'entreprise a dû publier, pendant un mois, un communiqué sur son site



La parole à Commown

La location d'électronique comme parade à l'obsolescence

« Commown sélectionne des produits écoconçus (Ordinateurs why!, casques Gerrard Street, Fairphone) qu'elle propose dans le cadre d'une offre de service aux particuliers et professionnels. Les prises en charge des pannes, casses ou vols sont incluses quelque-soit la durée d'engagement et indépendamment des garanties constructeurs. Ce modèle permet également d'accompagner les usagers au plus près, jusqu'à la maintenance logicielle. En février 2020, alors qu'Apple était condamné à payer 25 millions d'euros d'amende pour pratique commerciale trompeuse à la suite de la plainte déposée par l'association HOP, Commown a annoncé moderniser sa flotte de Fairphone 2. La coopérative, qui loue ces téléphones modulaires et durables aux entreprises et aux particuliers, a commencé à déployer Android 9 pour ses clients, grâce au système d'exploitation alternatif Lineage OS (une distribution Android à durée de vie longue). Pour faciliter cette opération technique, la coopérative a produit des tutoriels détaillés pour accompagner la migration d'OS faite par les Commowners. L'expérience utilisateur s'en trouvant améliorée ceci a permis d'inciter un nombre significatif de clients à conserver leurs appareils en fin d'engagement au lieu de passer sur le Fairphone 3. »

Internet. Apple semble avoir néanmoins tiré certains enseignements de cette affaire en optimisant la dernière mouture d'iOS⁷⁰, la rendant compatible avec d'anciens téléphones.

Du point de vue de la durabilité, les logiciels libres, comme LibreOffice pour remplacer Microsoft Office, présentent deux avantages déterminants et méritent d'être soutenus. En premier lieu, il revient à l'utilisateur et non pas au fournisseur de décider du moment où un logiciel doit être remplacé par une nouvelle version. En outre, en cas de régression ou d'insatisfaction, il est parfaitement possible de réinstaller l'ancienne version. En second lieu, ces logiciels - généralement gratuits - respectent les standards et garantissent une excellente interopérabilité avec d'autres logiciels. Il est ainsi possible de modifier des fichiers créés avec d'autres logiciels (y compris propriétaires) il y a 10, 20 ou 30 ans.

La nécessaire refonte des modèles publicitaires et marketing pour accompagner ce changement

Il existe des solutions concrètes pour améliorer la durabilité des produits et des services. Cependant, la réflexion doit aussi s'ouvrir à la communication de l'entreprise. En effet, la défiance croissante vis-à-vis de la publicité et du marketing doit pousser les entreprises volontaires à modifier non seulement leur offre, mais aussi leur communication.

Entre incitations à surconsommer et écoblanchiment, un scepticisme croissant face à la publicité

Force est de constater que la communication des entreprises est de plus en plus fortement remise en cause, en particulier sur leur responsabilité environnementale. Ainsi, 88 % des Français considèrent que les entreprises incitent à la surconsommation⁷¹. On note une dégradation progressive de la perception de la publicité, vue comme de plus en plus intrusive et envahissante⁷² par les Français. 51 % des Français estiment que les entreprises ne sont pas sincères quand elles s'engagent en faveur de la société et de l'environnement et s'adonnent à des formes d'éco-blanchiment (greenwashing)⁷³ — une manifestation superficielle ou non sincère de préoccupation pour l'environnement dont fait preuve une organisation.

Cette frustration croissante vis-à-vis de la communication des entreprises par la publicité révèle une remise en question plus profonde de la société de consommation, dont les trois piliers sont d'après Thierry Libaert, Conseiller au Comité Economique et Social Européen : l'obsolescence programmée, la publicité et le recours au crédit. Le poids économique de la publicité est prépondérant, avec plus de 90 milliards de dépenses publicitaires en 2016⁷⁴ en Europe. Son impact écologique est à la mesure de sa taille : dans leur rapport « Publicité et transition écologique », remis au Gouvernement en juin 2020, Thierry Libaert et Géraud Guibert distinguent l'impact direct et indirect de la publicité⁷⁵. D'un côté, l'impact direct

renvoie à la pollution engendrée par les supports de communication (prospectus, écran publicitaire, vidéo sur Internet...). De l'autre, l'impact indirect est lié aux conséquences engendrées par la publicité. Elles créeraient, entre autres, des phénomènes d'obsolescence esthétique, poussant le consommateur à remplacer ses biens alors que ceux-ci sont toujours en état de marche (88 % des consommateurs remplacent leur smartphone alors qu'il fonctionne)⁷⁶. Le rapport du programme associatif Système Publicitaire et Influence des Multinationales intitulé « BIG CORPO » rappelle, dans ce sens, la masse de messages publicitaires, qui représente plus de 15 000 stimuli commerciaux par jour pour chaque individu⁷⁷.

Critiquée pour vanter un modèle de vie basé sur l'achat, le réachat et l'accomplissement personnel par la surconsommation de produits neufs, la publicité semble contrevenir au message de consommation responsable que les associations et pouvoirs publics essayent de faire passer pour responsabiliser les consommateurs à l'échelle individuelle. Certaines campagnes publicitaires peuvent être considérées comme contribuant à l'obsolescence culturelle (ou psychologique), en incitant au renouvellement prématuré des produits et freinant l'essor d'initiatives pour la consommation durable, le réemploi, la réparation ou encore l'économie de fonctionnalité et du partage.

Le secteur de la publicité montre un début de prise en compte de ces enjeux : la nouvelle recommandation « Développement durable » de l'autorité de régulation de la publicité, publiée en août 2020, indique que « la publicité doit proscrire toute représentation susceptible de banaliser, ou de valoriser des pratiques ou idées contraires aux objectifs du développement durable »⁷⁸. Au même moment, le Jury de Déontologie Publicitaire a donné raison à l'association HOP à la suite d'une plainte dénonçant une publicité de Microsoft/Intel incitant au renouvellement des ordinateurs lors d'une mise à jour logicielle⁷⁹.

Le rôle de la publicité dans la transition écologique étant de plus en plus questionné dans le débat public, de nombreuses parties prenantes se prononcent en faveur d'un encadrement des pratiques. Si la loi AGEC contient quelques mesures sur la publicité (interdiction des publicités incitant au gaspillage, de l'utilisation des termes « respectueux de l'environnement », des promotions trompeuses du Black Friday), beaucoup souhaitent une « loi Evin du climat » **interdisant les publicités sur les produits les plus polluants**, tandis que d'autres soulignent l'importance de la formation des professionnels et des **instances de régulation** du secteur. La Convention Citoyenne pour le Climat, assemblée de 150 citoyens appelés en 2019 à faire des propositions sur la transition écologique, avait fait de ce sujet l'une de ses priorités. Plusieurs parlementaires ont en 2020 déposé des propositions de loi sur le thème de la publicité⁸⁰.

Il apparaît donc clair que les entreprises doivent **repenser leur communication** pour s'adapter à ces nouvelles préoccupations et anticiper un cadre légal qui pourrait devenir plus strict.



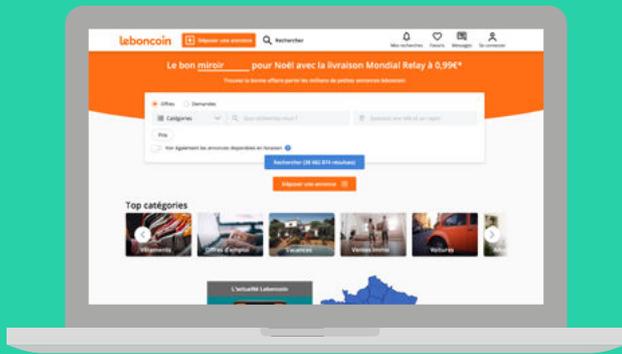
La parole à Back Market

Le normal friday pour encourager le reconditionné

« Back Market est une place de marché dédiée aux produits électriques et électroniques reconditionnés. L'offre s'est diversifiée au fil des années en incluant la vente de smartphones ainsi que de nombreux produits allant du petit électroménager aux ordinateurs portables remis en état fonctionnel.

Pour sa communication, l'entreprise se positionne en alternative à la surconsommation, par exemple en interrogeant le sens du Black Friday et en mettant en valeur son modèle d'achat reconditionné dans une campagne publicitaire. Dans la même dynamique, leur slogan « New is old — le neuf c'est dépassé » ainsi que leur campagne « Déprogrammons l'obsolescence » donnent de la visibilité et une valeur culturelle et symbolique aux alternatives au jetable. »





La parole à Leboncoin

La normalisation de l'achat d'occasion au quotidien

« Le groupe Leboncoin fait évoluer sa stratégie de communication pour mieux valoriser l'intérêt environnemental de son offre et sa transformation en entreprise à mission.

En effet, la plateforme d'achat et de vente d'objets d'occasion entre particuliers contribue de façon importante à l'économie circulaire, avec 33 millions de biens qui ont évités la poubelle en 2018 grâce aux échanges effectués sur leboncoin. Il prône également une consommation raisonnée, en mettant en valeur la seconde vie des objets. Leboncoin a ainsi lancé en mars 2020 une saga publicitaire à épisodes qui se joue avec humour de notre société de consommation. Cette campagne tourne au ridicule la surconsommation et montre par opposition les avantages du réemploi, tel que l'achat de téléphone ou de poussette d'occasion. »



La communication de demain : valoriser son impact concret et mettre en valeur les alternatives

Comment communiquer efficacement sur son engagement pour l'économie circulaire dans un contexte de frustration vis-à-vis de la publicité ?

Tout d'abord, la **transparence** doit être de mise. Seulement 25 % des Français considèrent que les entreprises leur donnent assez d'informations sur les conditions de fabrication des produits⁸¹. Au-delà des campagnes publicitaires et marketing, il faut pouvoir donner le plus d'informations possible sur le processus de fabrication, les choix effectués par l'entreprise, et éventuellement les obstacles rencontrés dans la démarche de durabilité. Les informations données doivent être les plus fournies et claires possibles.

D'autres principes sont à suivre pour communiquer sur sa démarche de durabilité : l'ONU notamment, via son programme d'information du consommateur, a publié en 2017 des directives relatives à la fourniture d'informations sur la durabilité des produits⁸². Elle y recommande plusieurs principes : transparence, pertinence (avec des éléments chiffrés), clarté, accessibilité et fiabilité dans l'information des consommateurs sur la durabilité. En suivant ces principes, une entreprise peut à la fois **éviter l'écueil de l'écoblanchiment et se différencier** : 90 % des consommateurs attendent des marques qu'elles prennent des engagements, tout en les aidant à mieux consommer⁸³. Une attention particulière doit être consacrée aux impacts du bien ou du service mis en avant, à ses potentiels effets rebonds ou négatifs, tout en restant modeste sur le bénéfice environnemental espéré.

Concernant plus précisément la publicité, l'entreprise durable peut en faire un levier pour la promotion d'autres modes de consommation plus durables auprès du grand public, popularisant ainsi les alternatives (achat durable, réparation, location...). Plusieurs entreprises porteuses d'alternatives de consommation ont ainsi réalisé des campagnes à succès. Bien que l'offre d'appareils reconditionnés ne nous prémunisse pas contre l'obsolescence culturelle et l'appétence pour le renouvellement, elle limite les conséquences écologiques en allongeant en partie la durée de vie des produits.

Ainsi les acteurs alternatifs mettent en valeur les impacts positifs de la durabilité d'un point de vue environnemental et économique. Mieux encore, les entreprises s'engageant dans le cadre du GreenFriday⁸⁴ font preuve d'un positionnement fort contre la surconsommation.

A l'heure où les citoyens sont de plus en plus vigilants face aux engagements des entreprises, des petits pas en marge du modèle économique de l'entreprise ou des actions de communication isolées ne suffisent plus. L'entreprise durable se doit désormais non seulement de diffuser un engagement concret dans tout son écosystème, mais aussi de transformer sa communication pour la rendre plus cohérente avec les enjeux de consommation durable.

Conclusion

L'horizon de l'économie durable est à notre portée



Ces évolutions bouleversent les règles du jeu pour les entreprises, en particulier celles qui sont impliquées dans le cycle de vie des produits manufacturés, qui se trouvent confrontées à de nouvelles contraintes et opportunités. Elles peuvent tirer avantage de ces transformations en anticipant la loi et en répondant aux nouvelles exigences toujours plus fortes des citoyens. Plus largement, être une entreprise durable aujourd'hui revient à adopter une stratégie globale et cohérente avec son engagement : challenge difficile, surtout pour des grands groupes qui doivent repenser leur raison d'être et mettre en place des plans d'actions. La durabilité doit être systématisée dans toute l'entreprise et passer par l'éco-conception au service de la réparabilité et l'allongement de la durée de vie des biens. Le modèle de communication des entreprises, confronté à une crise de légitimité, mérite d'être repensé pour accompagner ce changement et valoriser l'impact des alternatives face à la surconsommation.

.....

77 % DE LA POPULATION CONSIDÈRE QUE CETTE CRISE SANITAIRE EST L'OCCASION DE MENER UNE POLITIQUE AMBITIEUSE DE TRANSITION ÉCOLOGIQUE

La pandémie de COVID-19 a exposé les failles de notre modèle de production et de consommation à bout de souffle : 77 % de la population considère que cette crise sanitaire est l'occasion de mener une politique ambitieuse de transition écologique⁸⁵. **Il est plus que jamais temps, pour les entreprises, leurs collaborateurs et l'ensemble des consommateurs, de retrouver du sens après ce bouleversement et de se lancer dans le défi de la durabilité, pour un futur plus sobre et circulaire en phase avec l'urgence écologique et les attentes des citoyens.**

Les entreprises s'engagent

Bilan et promesses pour une consommation durable

Comme le démontre ce rapport, les entreprises occupent un rôle central dans le débat sur l'obsolescence programmée. Responsables de l'offre de biens et de services, les entreprises sont parfois décriées pour leurs pratiques incitant au renouvellement des produits. Pourtant, elles ont aussi le potentiel de faciliter les alternatives de consommation durable, et peuvent trouver plusieurs avantages stratégiques au déploiement de la durabilité. Avec ses 21 membres, le Club de la durabilité se veut à l'avant-garde de ce nouvel écosystème qui tend à proposer des biens et services durables et réparables pour une économie plus circulaire. Aujourd'hui, les entreprises souhaitent passer des recommandations aux actes. Elles proposent de dresser un bilan de leurs actions et de s'engager concrètement pour des biens et services plus durables.

Bilan

Le Club de la durabilité, c'est...

Plus de

78 

millions d'appareils réparés, vendus d'occasion, loués ou reconditionnés

Plus de

42 
milliards d'euros de chiffre d'affaires cumulé

14,9 
millions de tonnes d'équivalent CO2 évités

47 
engagements concrets pour une économie plus durable

21 
Entreprises engagés dans le Club et plus de

55 
collaborateurs engagés dans les échanges du Club avec

14 
réunions, 3 colloques et 12 notes de synthèse depuis 2018

ARPA Cooking

Fabrication d'appareils de cuisson

- Eco-conception

Notre bilan

- 10 ans de **disponibilité des pièces** de rechange,
- De nombreux **services** pour faciliter la réparation : vue éclatée, aides à la réparation, pièces de rechanges fournies aux clients, circuits de retour des pièces défectueuses.

Nos engagements

- Nous nous engageons à nous rapprocher avec les réparateurs de nos clients B2B et également à faire une **analyse structurée pour améliorer la réparabilité et la durabilité** de nos produits.

Back Market

Distribution de produits reconditionnés

- Numérique durable
- Alternative au neuf

Depuis sa création en 2014, Back Market s'est engagé à faire du reconditionné une véritable alternative au neuf en permettant au consommateur d'acheter des produits réparés. L'objectif de Back Market est de réduire l'impact environnemental des technologies en luttant contre l'obsolescence programmée. En effet, aujourd'hui la production des terminaux représente près de la moitié des émissions carbonees liées au secteur du numérique. Prolonger la durée de vie d'un appareil électronique d'un, deux ou trois ans, a donc un impact décisif sur son empreinte carbone.

Notre bilan

- Depuis sa création, Back Market a permis d'éviter la production de plus de **1 345 tonnes de déchets électroniques**. Ce sont aussi plus de **113 493 tonnes d'équivalent CO2** qui ont pu être évitées seulement grâce à la vente de smartphones sur la plateforme.
- En 6 ans, ce sont plus de **4 millions d'appareils** qui ont eu une nouvelle vie grâce à notre site.

Nos engagements

- Back Market travaille actuellement à sa nouvelle **stratégie de développement durable** pour réduire au maximum son impact sur l'environnement.
- Nous nous engageons également à réduire l'empreinte de l'ensemble de notre chaîne de valeur en **accompagnant les vendeurs** de la plateforme dans l'amélioration de leur performance environnementale.
- D'autre part, Back Market s'engage à développer l'offre de son site pour proposer un **choix plus large d'appareils reconditionnés**, notamment dans la catégorie électroménager, avec les **meilleures garanties**. Nous continuons également à travailler à l'amélioration de la qualité des produits, à la **réduction des taux de panne** et à élargir notre offre de reprise des appareils inutilisés pour leur donner une seconde vie. Avec une ambition claire : **gommer toute raison de préférer l'achat d'un appareil neuf à celui d'un produit reconditionné** dans l'esprit des consommateurs.

Bureau Vallée

Distribution de matériel de bureau

-  Eco-conception
-  Alternative au neuf

Notre bilan

- Reconditionné : Développement d'une offre de matériel de bureau reconditionné ainsi que du matériel informatique reconditionné depuis 2012. C'est désormais 10 % du chiffre d'affaires en "matériel informatique et téléphonie" de 2018 qui a été réalisé en reconditionné (6 % en 2017). Ce chiffre comprend 3 000 calculatrices qui ont trouvé une seconde vie en 2018. Cela équivaut à **753 tonnes de CO2 évitées** par la vente de produits reconditionnés en 2018 et 2019. L'entreprise a également lancé une offre de rachat de cartouches afin de pouvoir les recycler et les réutiliser. Ce sont ainsi près de 2 252 000 cartouches qui ont été recyclées en 2019.
- Eco-conception : Depuis 2009, près de **30 000 références ont été évaluées**. Plus de **100 références de produits sont porteurs de l'Écolabel Européen**. Les produits les moins durables sont quant à eux déréférencés.
- Vrac : Bureau Vallée a développé une offre de produits en vrac sans emballage qui a permis d'**éviter 60 tonnes de CO2** en 2018 et 2019.

Nos engagements

- Baisser le bilan carbone et la surconsommation en augmentant la part des produits classés A et B, des produits reconditionnés, locaux, longue durée, louables, réparables, etc. Nous lançons donc plusieurs projets pour faire évoluer notre offre tels que la **réparation et la location** de produits. L'objectif que nous nous sommes fixés est de nous inscrire dans la **trajectoire de 1,5°C** de réchauffement à horizon 2100.

Commown

Location d'électronique

-  Eco-conception
-  Numérique durable
-  Alternative au neuf

Commown est une coopérative spécialisée dans la location avec services de produits électroniques les plus éco-conçus et éthiques possible.

Notre bilan

- Depuis 2018, nous avons mis en circulation (sans option d'achat) près de **1 200 appareils**.
- Le **taux d'utilisation** des Fairphone 2 mis en circulation est aujourd'hui de 85 %, soit 35 % de plus que le modèle de vente a pu le permettre à Fairphone sur une durée de temps équivalente.
- **Récupération** des produits : Les 15 % d'appareils non utilisés représentent les cas de pertes, casses, vols et pannes. Tous les appareils non fonctionnels que nous récupérons (hors pertes et vols) dans ce cadre sont utilisés pour leurs pièces afin d'allonger la durée d'usage des composants.
- Notre volonté de pousser les appareils le plus loin possible se traduit aussi par **l'accompagnement sur les systèmes d'exploitation** : Nos clients Fairphone 2 ont été épaulés dans la mise à jour de leur appareil vers Android 9 alors que leur Fairphone était bloqué sous Android 7. Ceci a permis à nos usagers d'avoir en mains des appareils plus performants avec une meilleure autonomie de batterie (cf article paru sur GreenIT.fr).
- Nos offres tarifaires sont dégressives : Après 1 an d'engagement sur le Fairphone 3 les mensualités peuvent chuter de 10 %, puis de 30 % supplémentaires en année 3. Ceci dans le but d'**inciter nos clients à conserver le même appareil le plus longtemps possible**.

Nos engagements

- Tout faire pour convertir de plus en plus de clients particuliers et professionnels à ce type d'offre pour **démocratiser l'économie de la fonctionnalité**.
- **Continuer nos actions de plaidoyer** pour promouvoir ce modèle auprès des institutions.
- Faire valoir les vertus des **systèmes d'exploitation open source** notamment dans le cadre des échanges autour de l'indice de durabilité.
- Développer une offre de service sur la base de **produits reconditionnés**, en commençant par la valorisation de notre propre flotte dans un second cycle de location.

Craft'n sound

Fabrication d'électronique

 Eco-conception

Une enceinte personnalisable livrée en kit à monter soi-même, et surtout durable et réparable : c'est l'ambition de la startup Craft 'n sound, lancée en 2018. Le fabricant s'engage à privilégier les circuits courts et les matériaux durables, mais aussi à concevoir une enceinte que l'utilisateur peut facilement améliorer ou réparer lui-même.

Notre bilan

- 100 % de **pièces détachées** disponibles en ligne, pour la production, comme l'autoréparation
- **Eco-conception** de toute la gamme de produits
- Remplacement des éléments importés en aluminium par du **bois produit localement**
- La masse et le volume des biens importés pour la partie électronique a été divisée par 7 entre la version 1 et la version 2 , tout en ayant une réduction du prix final de 20 %.

Nos engagements

- Consolider l'**analyse de cycle de vie** des produits. L'analyse de cycle de vie réalisée par Craft 'n Sound montre que, sur 10 ans, un objet réparable ou améliorable a un impact 3 fois moins important sur l'environnement qu'un équivalent pas ou peu réparable. Craft 'n Sound envisage désormais de consolider son étude en la faisant expertiser par un organisme indépendant.
- Rendre l'**upcycling** facilement accessible, y compris pour les anciens modèles.

Fnac Darty

Distribution d'électronique et d'électroménager et réparation

 Réparation

Notre bilan

- Il y a trois ans, au moment du lancement du Club de la durabilité, Fnac Darty rendait public son premier **Baromètre du SAV**. C'est donc sa 3ème édition cette année. Cet outil a été créé pour aider le consommateur dans son acte d'achat, en lui permettant d'**identifier facilement les marques les plus durables** dans diverses catégories (petit et gros électroménager, informatique, TV...).
- Nouveauté en cette année 2020, le baromètre dévoile un **score de durabilité** par marque. Celui-ci est constitué pour moitié de la fiabilité des produits comme les deux années précédentes mais pour l'autre moitié par la **capacité d'un appareil à être réparé** plutôt qu'échangé s'il tombe en panne, notamment à travers une disponibilité des pièces détachées suffisante. Depuis la mise en place de ce baromètre, l'indice global de la durabilité a augmenté légèrement, passant de 100 en 2018 à 105 en 2019. Cette augmentation de la durabilité s'explique principalement par l'allongement de la **durée de disponibilité des pièces détachées** passée de 7 ans en 2018 à 10 ans en 2020.
- Les résultats de ce baromètre servent également à améliorer la **sélection de produits "Choix Durable"** lancée en juin 2019. Cette sélection permet aux consommateurs d'identifier très facilement les produits les plus fiables et les plus réparables référencés. Un choix durable qui a un **véritable effet sur les ventes**, puisque celles-ci peuvent être multipliées par 4 à 10 grâce à l'apposition du logo.

Nos engagements

- Rendre public les résultats de l'offre de garantie **Darty Max**,
- **Augmenter le nombre de catégories** analysées dans le baromètre du SAV,
- Proposer des **plans d'amélioration pour les marques qui ont obtenu les scores les plus faibles** au baromètre de la durabilité. Si leurs scores ne s'améliorent pas, nous prévoyons de prendre des **mesures coercitives** qui pourraient aller jusqu'au déréférencement des marques n'atteignant pas un certain seuil de durabilité.

iFixit

Aide à l'autoréparation et vente de pièces détachées

 Réparation

iFixit est une plateforme collaborative dédiée à la réparation DIY. Elle rassemble des tutoriels de réparation gratuits et vend également des outils et pièces détachées pour faciliter la réparation.

Notre bilan

- En 2019, **le nombre de tutoriels a augmenté** de 20 % pour passer à 57 000. Pour 2020, nous sommes en bonne voie pour atteindre la même croissance.
- L'augmentation du nombre de guides de réparation s'est accompagnée d'une **augmentation du nombre de visiteurs**. Entre mars et juin 2020, 880 000 Français ont consulté le site, contre 511 000 l'année précédente, soit une croissance de presque 75 %.
- Mais tout cela n'a aucun sens si on ne peut pas ouvrir les produits sans les casser ou si aucune pièce de rechange n'est disponible. C'est pourquoi nous avons cofondé la **campagne européenne pour le droit à la réparation**. Avec des partenaires dans 15 pays européens, nous demandons aux législateurs européens la conception de produits réparables, l'accès universel aux guides de réparation et aux pièces détachées, et des informations pour les consommateurs sur la réparabilité des produits. Nous tenons également nos politiciens nationaux responsables de la manière dont ils votent sur la législation en matière de réparation.

Nos engagements

- Continuer à trouver des **partenaires** dans d'autres pays et à assurer le suivi de la législation européenne en matière d'écoconception, de politique des produits et de droit des consommateurs afin de **garantir que les produits seront effectivement réparables** et que leur durée de vie pourra être prolongée.

Kippit

Fabrication d'électroménager

 Eco-conception

Kippit est un nouvel acteur de l'électroménager qui met la durabilité au cœur de son modèle. Nos produits sont conçus pour durer et être réparables à vie.

Notre bilan

- Utilisation de **l'inox** : matériau durable qui résiste à la corrosion. Il est également parfaitement recyclable, 80% de l'acier inoxydable est recyclé.
- L'électronique : il s'agit souvent du point faible en termes de durabilité des appareils électroménagers. Nous avons fait le choix de composants garantissant le nombre de cycles le plus important possibles (20 000 cycles garantis pour le composant le « plus » fragile). De plus, comme toutes les pièces de nos produits, les **pièces électroniques sont facilement accessibles**, elles ne sont ni collées ni soudées, elles pourront ainsi être remplacées facilement en cas de besoin et recyclées.

Nos engagements

- Le plastique : pour des raisons techniques, esthétiques et économiques, quelques éléments de nos produits sont en plastique. Notre choix s'est porté sur un type de plastique extrêmement solide qui ne sera jamais en contact avec les aliments. Afin de réduire au maximum l'impact du matériau en fin de vie, nous nous engageons à **recupérer les pièces plastiques** en fin de vie et à les réintroduire dans le processus de fabrication. Une action concrète pour favoriser la création d'une filière de recyclage qui n'existe pas en France aujourd'hui pour le type de plastique que nous utilisons.
- Evolutivité : En termes de développement de produits, nous nous engageons dans la production d'un **modèle unique par type de produit**, ainsi, il n'y aura pas de Jaren 1, Jaren 2,... Jaren 10 qui rendrait « obsolète » la précédente version. Un seul produit par catégorie qui pourra évoluer dans le temps. Ces évolutions devront impérativement pouvoir s'adapter aux premiers modèles qui auront été commercialisés. Ainsi, la problématique de non réparabilité d'un produit pour cause de disparition de pièce détachée est rendue inexistante. Nous ne garantissons pas la disponibilité de nos pièces sur 10 ans **mais à vie**.

Leboncoin

Vente d'objets entre particuliers

 Alternative au neuf

L'un des acteurs majeurs de la seconde main en France. Consommer sur leboncoin, c'est éviter de consommer neuf.

Notre bilan

- Consommer sur leboncoin, c'est **prolonger la vie des objets** : Chaque année, 110 millions de transactions sont réalisées grâce à la plateforme. Parmi celles-ci, nos études tendent à démontrer que près de 35 millions de biens auraient été jetés s'ils n'avaient pas trouvé preneur.
- Chaque année, nous estimons que 7,5 millions de tonnes d'émission de CO2 sont économisés grâce aux transactions réalisées sur la plateforme.
- Consommer sur leboncoin, c'est aussi **préservier son pouvoir d'achat** : Parmi nos utilisateurs, 83 % estiment que leboncoin leur a permis d'avoir accès à des biens qu'ils n'auraient pas achetés neufs car trop coûteux.

Nos engagements

- Ces trois éléments traduisent de manière concrète notre vision chez leboncoin : **réconcilier pouvoir d'achat et pouvoir d'agir pour l'environnement**. Cette vision s'incarne également dans notre positionnement de marque lors de nos campagnes publicitaires, notamment celle nommée « LeBon__pour tous ».
- Enfin, la durabilité est également au centre de notre **plan d'action Raison d'Être**. Celui-ci intègre des pistes de travail destinées à favoriser des modes de livraison durables, ou encore à mieux **informer les utilisateurs sur l'impact écologique** de leurs achats.

Leroy Merlin

Distribution et réparation de produits liés à l'habitat

 Réparation

Notre bilan

- Chez Leroy Merlin France, nous accompagnons chaque jour les habitants dans la rénovation et l'amélioration de leur habitat. Et nous avons également à cœur de les **accompagner dans la durabilité et la réparabilité** de leurs appareils. Et réparer justement, c'est aussi notre métier. Dans nos services après-vente magasin, ce sont **plus de 300 collaborateurs** qui se mobilisent chaque jour pour allonger la durée de vie des appareils des habitants. Sur les 12 derniers mois, nos collaborateurs SAV ont ainsi **réparé plus de 150 000 produits**, portant ainsi notre taux de réparation à 49 %.
- Nous voulons aussi rendre la réparation accessible au plus grand nombre et permettre à ceux qui le souhaitent d'**apprendre à réparer**. C'est pourquoi, depuis près de 2 ans, nous accompagnons les habitants dans l'autoréparation. Au travers de **notre site d'aide à la réparation leroymerlin.spareka.fr**, développé en partenariat avec Spareka, les habitants accèdent à de nombreuses **aides au diagnostic, des milliers de pièces détachées et à des centaines de tutos vidéos sur des produits** de Jardin, Piscine, Outillage, Chauffage ou encore Salle de bain : une première sur l'univers du bricolage. Cet accompagnement dans l'autoréparation, que ce soit via notre service web ou nos magasins, a permis d'aider **plus de 300 000 habitants à réparer eux-mêmes** leurs appareils en panne (calculé sur les 12 derniers mois).

Nos engagements

- Nous avons pour objectifs d'accompagner **plus de 20 000 personnes supplémentaires** d'ici 1 an (+6,5%) dans les services d'autoréparation sur internet ou en magasin.
- Par ailleurs, nous souhaitons augmenter au minimum notre taux de réparation **de 5% d'ici 1 an**.

MaGarantie5ans

Distribution et réparation d'appareils électroménagers

 Eco-conception

 Réparation

Notre bilan

- Depuis la création de notre site en 2016, **6 000 produits électroménagers ont été réparés**. Notre réseau de réparateurs répartis sur toute la France a également mis en place un système de visioconférence pour réduire le nombre d'interventions inutiles et leur impact carbone en se déplaçant moins.
- Le poids moyen d'un produit est d'environ 50 kg. Nous avons calculé que la réparation des 6000 produits a permis d'**éviter 300 000 kg de déchets** depuis 4 ans.
- En prenant en compte l'étude de l'ADEME sur l'émission carbone des produits que nous vendons, le bilan carbone s'élève à **240 000 kg d'émission de CO2** (source ADEME⁸⁶) depuis 2016.

Nos engagements

- Intégrer l'**indice de réparabilité** sur notre site et en magasin. Nous allons prendre en compte l'indice de réparabilité pour le calcul de notre indice de durabilité, en remplaçant le critère de disponibilité des pièces détachées.
- Nous souhaitons **renforcer notre indice de durabilité** déjà mis en place (depuis 2019), en sélectionnant de nouveaux critères, et en l'étendant auprès de plus de marques, et à de nouvelles catégories de produits (petit électroménager, bricolage, TV, équipement de la maison...). Par la suite, nous allons mettre cet indice à disposition de différents partenaires, pour qu'eux aussi puissent l'exploiter et évaluer la durabilité de leurs produits.
- Nous avons pour ambition de vendre encore plus de **produits reconditionnés** car nous sommes convaincus que tous les produits, neufs ou anciens, seront tous durables d'ici quelques années (smartphones, ordinateurs, lave-linge).

Enfin, nous avons conscience que le e-commerce prend de plus en plus de place, car les consommateurs achètent de plus en plus sur internet. Les modes de consommation ont changé : les consommateurs souhaitent acheter durable et responsable. Cependant, nous observons que les clients ont besoin de voir les produits, c'est pourquoi, nous allons ouvrir notre magasin physique MaGarantie5ans à la fin de l'année, dans lequel nous exposerons nos produits durables. Ce magasin physique nous permettra de renseigner et conseiller nos clients en face à face pour un accompagnement encore plus personnalisé.

Michelin

Fabrication de pneumatiques

 Eco-conception

Notre bilan

- Ambition 2013-2020 de lancer des produits en 2020 :
 - Offrant plus de performances avec moins de matières : amélioration de 10 % vs un indicateur interne (PRM total performance) : **L'amélioration des performances a atteint 9,9 % en 2019.**
 - Permettant d'éviter plus de 8 millions de tonnes d'émissions de CO2 par rapport à l'offre disponible en 2010 : L'amélioration de la résistance au roulement des pneus tourisme, camionnette et poids lourds mis sur le marché en 2019 a permis une **économie de carburant estimée à 2,9 milliards de litres** et une **réduction des émissions de CO2 estimée à 7,3 millions de tonnes** sur leur durée de vie.
- Se mobiliser pour **rallonger la durée d'usage des pneumatiques tout en garantissant une pérennité des performances**. Préconiser le retrait des pneumatiques à leur témoin d'usure (1,6mm) plutôt qu'à 3 mm pourrait éviter l'utilisation non nécessaire de 1 million de tonnes de matière par an et la réduction de 6,6 millions de tonnes de CO2 émises en Europe : **Le concept de tests des pneumatiques à l'état usé a été intégré dans la révision du règlement européen de sécurité générale des véhicules**, afin d'optimiser l'usage des ressources, tout en améliorant la sécurité.

Nos engagements

- Ambition 2030 : **réduction des émissions de CO2 (-20 % vs 2010)** pendant la phase d'usage via une écoconception du pneumatique. Les pneus Michelin mis sur le marché en 2018 contribuent à améliorer l'efficacité énergétique des véhicules et l'empreinte carbone, avec une **réduction de 8 % des émissions de CO2** en gramme par véhicule-kilomètre parcouru. Ainsi Michelin **maintient un rythme de 1 % par an de réduction de l'empreinte carbone** des pneus en vue d'atteindre l'objectif de -20 % en 2030.
- Se mobiliser pour **rallonger la durée d'usage** des pneumatiques tout en garantissant une pérennité des performances : Un groupe de travail a été ouvert au niveau de la Commission Economique pour l'Europe de l'ONU (CEE-ONU) afin de travailler à une méthode de tests sur pneus usés, permettant à terme la mise en place d'un seuil réglementaire.

Morning

Espaces de travail

-  Eco-conception
-  Immobilier durable

Notre bilan

- Morning est une entreprise gérant 26 espaces de travail dans Paris et autour. Notre entreprise existe pour que chacun passe une bonne journée de travail. **Espaces de travail, mobilier, nouveaux usages...** Nos activités sont autant de leviers pour porter notre raison d'être. Mais pour être réellement consistantes, nos actions doivent répondre aux défis environnementaux et sociétaux de notre époque.
- **L'exploitation quotidienne** de nos espaces répond à ces exigences : équipements à faible consommation, mobiliers modulables et réutilisables, gestion responsable des déchets...
- La fermeture de nos espaces constitue aussi un enjeu clé. Au-delà de la **réutilisation**, la valorisation de matériaux pour d'autres espaces, Morning organise la **vente et le don d'équipements auprès de particuliers, d'entreprises et d'associations**. Les ressources endommagées ou non récupérées sont recyclées par nos partenaires.

Nos engagements

- **Inventer des espaces de travail éco-responsables** : pour l'aménagement et la conception de ses espaces de travail, Morning réalise actuellement 4 analyses du cycle de vie sur des éléments de mobilier essentiels au travail : bureau, table de réunion, casier et meuble de rangement. En ligne de mire : la traçabilité des matériaux utilisés (neufs ou recyclés) et la durabilité du mobilier.

Murphy

Réparation d'électroménager

-  Réparation
-  Alternative au neuf

Notre bilan

- **Réparation** : Depuis août 2018, Murphy, réparateur électroménager, a réalisé près de **38 000 interventions**, équivalant à un peu plus de 2 000 tonnes de déchets électroménager évités.
- **Reconditionné** : Murphy a ouvert fin 2019 son premier atelier de reconditionnement d'appareil de gros électroménager. Situé à Bobigny, cet espace de plus de 2 000 m² a déjà permis de **reconditionner plusieurs centaines de machines**. Depuis, des ateliers ont également été ouverts à Lille et Lyon. Murphy s'est également mis à la **vente d'appareils usagés, collectés chez les particuliers**. Avec **l'autoréparation, la réparation et le reconditionnement** : la boucle est bouclée.
- Ce volume d'activité qui a doublé sur les 3 derniers mois témoigne de l'engagement grandissant des particuliers pour une consommation plus responsable. À rebours des ateliers de production de nos appareils électroménagers qui sont largement basés à l'étranger, Murphy, en se développant localement, **dynamise l'économie locale** et crée des emplois non-délocalisables.
- **Recyclage** : Plutôt que les appareils usagés soient déposés sur les trottoirs, Murphy les **récupère à domicile gratuitement** afin de leur donner une seconde vie dans son atelier. À défaut, elle s'assure que les pièces qui le peuvent, soient réutilisées et que l'ensemble n'échappe pas au système de recyclage, comme c'est encore trop souvent le cas. Ce sont près de **1300 appareils qui ont été revalorisés** depuis le lancement de l'activité au déconfinement.

Nos engagements

- **Lancer une école de formation** aux métiers de réparation de l'électroménager, pour former près de 60 personnes en 2021.
- Embaucher 200 techniciens en CDI d'ici à fin 2021.
- La solution Murphy couvre actuellement près de 50 % de la population française, l'objectif est de déployer la solution pour atteindre **75 % de la population** d'ici à la fin 2021.
- S'étendre à **l'étranger**.
- Ouvrir **6 ateliers** dans d'autres villes de France pour augmenter le volume de reconditionné.

Novaxia

Gestion de portefeuille immobilier

-  Alternative au neuf
-  Immobilier durable

Responsable de près d'un tiers des émissions de CO₂, de 44 % de la consommation énergétique et de 70 % des déchets chaque année en France, le secteur immobilier n'est habituellement pas celui qu'on imagine lorsqu'il s'agit de penser un avenir durable. Pourtant, c'est aussi ce qui explique l'immense responsabilité des acteurs de l'immobilier de penser de nouveaux modèles économiques écologiques et solidaires. Notre conviction est justement que nous avons un rôle primordial à jouer dans la transition vers de nouveaux modèles d'investissement et d'épargne au bénéfice du plus grand nombre. Un bilan particulièrement lourd, visé par la Stratégie Nationale Bas-Carbone adoptée en 2015. Cette dernière a fixé au secteur un objectif de réduction de 54 % des émissions de CO₂ à l'horizon 2028 par rapport à 2013, et de 87 % à l'horizon 2050.

Notre bilan

- Novaxia prend le parti de privilégier la transformation à la démolition, nous préférons rétablir plutôt que détruire. Nous avons fait de la **lutte contre l'obsolescence des territoires et des bâtiments** le moteur d'une régénérescence urbaine vertueuse pour le grand nombre. Modes de construction, utilisation des ressources, taux d'occupation des bâtiments... ces paramètres évoluent et de nouvelles alternatives voient le jour. Grâce à la réhabilitation de l'ancien Conseil départemental des Hauts-de-Seine, Novaxia diminue de 25 % l'empreinte carbone du bâtiment sur 50 ans quand le démolir et le reconstruire à neuf aurait augmenté de 15 % les émissions de gaz à effet de serre sur la même période.
- En 2019, nous avons **conservé près de 40 % des surfaces** que nous avons transformées ; cela permet d'évidentes économies de béton et de production d'énergie, puisque 75 % du coût énergétique d'un bâtiment est lié à sa construction et 25 % à son exploitation.
- Enfin, grâce au développement de l'**occupation temporaire** de nos bâtiments vacants par des acteurs culturels et de l'économie sociale et solidaire, ce sont plus de 10 000 mètres carrés dont la vacance est résorbée en petite couronne parisienne en 2019. Une action soutenue notamment par le Fonds de dotation Novaxia pour l'urbanisme transitoire.

Nos engagements

- Élaborer et gérer des fonds immobiliers innovants dédiés au renouvellement urbain.
- Développer l'urbanisme transitoire par les occupations temporaires de bâtiments vacants.
- Privilégier la réhabilitation plutôt que la démolition.
- Accélérer la production de logements grâce à la transformation de bureaux en logements.

SOS Accessoire

Aide à l'autoréparation et vente de pièces détachées

-  Réparation

Notre bilan

- Depuis sa création, SOS Accessoire a permis de prolonger la vie de plus de **1 million d'appareils électroménagers**, soit **17 000 tonnes de déchets évités**. Et dans bien des cas, sans que cela implique la vente d'une pièce détachée. En effet, un appareil sur 2 ne demande qu'un détartrage, nettoyage ou entretien pour être de nouveau opérationnel selon son service technique qui a répondu à près de 38 000 messages d'assistance en 2019.
- Cependant, des freins à l'autoréparation persistent : crainte de se tromper de diagnostic, manque de confiance en soi pour accomplir le geste technique nécessaire au remplacement de l'élément défectueux. Pour lever ces réticences, SOS Accessoire propose à ses clients le **retour gratuit de la pièce détachée achetée** jusqu'à 30 jours après sa réception, soit 15 jours de plus que le délai légal de rétractation pour les produits vendus en ligne.
- De même, depuis juillet 2020, un service d'**assistance par visio** sur smartphone permet, pour seulement 19,90 €, de bénéficier d'une assistance technique en direct par vidéo.
- L'engouement pour l'autoréparation se fait aussi sentir sur les réseaux sociaux. La page Facebook de SOS Accessoire a notamment enregistré une progression spectaculaire des fans de + 243 % en 2019 (+46 % depuis janvier 2020), créant ainsi une véritable **communauté** de personnes désireuses de changer leur manière de consommer ou simplement de recevoir des informations pour mieux entretenir leurs appareils domestiques et les réparer eux-mêmes.

Nos engagements

- Pour les prochaines années, SOS Accessoire continuera d'**enrichir son catalogue produit** tout en proposant davantage de tutoriels et vidéos pour réparer ou entretenir les appareils domestiques.
- De même, le **petit électroménager**, actuellement peu réparé, sera davantage mis en avant.
- Enfin, une étude est envisagée pour améliorer l'aspect **collisage des commandes** en adoptant de bonnes pratiques tout en optant pour des prestataires éco-responsables.

Spareka

Aide à l'autoréparation et vente de pièces détachées

 Réparation

1,4 million de tonnes de déchets électriques et électroniques sont jetées par an en France dont plus de 66 % de ces appareils trouvés en déchetterie sont réparables facilement et réutilisables. Pour répondre à cette problématique, Spareka développe des outils pédagogiques comme des tutoriels, des diagnostics de panne pour former gratuitement les français à la réparation et permettre l'autoréparation.

Notre bilan

- Depuis son lancement en 2012, Spareka a permis la réparation de plus de **900 000 appareils**, soit **36 000 tonnes de déchets évités**. Les clients de la startup ont fait économiser plus de 508 millions d'euros et évité **37 400 tonnes de CO2**.

Nos engagements

- La vision de Spareka est claire : apprendre à tous à tout réparer, partout dans le monde. Ainsi, dans les cinq prochaines années, **l'entreprise s'engage à développer 10 fois plus d'outils pédagogiques gratuits, faire baisser le prix des pièces détachées et développer sa solution en Europe**. Aujourd'hui, Spareka a développé des diagnostics de panne en ligne sur les 30 typologies de produits les plus utilisées dans un foyer : lave-linge, aspirateur, four, ordinateur, TV, lave-vaisselle... Demain, 300 diagnostics seront mis à disposition gratuitement.
- Ensuite, Spareka souhaite faire baisser les prix des pièces détachées car leur coût encore trop élevé est le premier frein à la réparation. Afin de proposer des prix plus bas, tout en apportant un plus large choix de pièces aux consommateurs, **Spareka compte devenir une marketplace**. D'ici cinq ans, la marque parlera plusieurs langues et pourra promouvoir le droit à la réparation en Europe.

Usitoo

Location d'objets

 Alternative au neuf

Notre bilan

- Des objets loués plutôt qu'achetés pour préserver les ressources : plus de **2 000 locations d'objets** des utilisateurs en 2019 et 2020, avec un **taux de panne de moins d'1 %**.

Nos engagements

- Nous voulons accroître notre stock d'objets, mais également la variété permettant ainsi d'accroître le nombre de locations. Notre objectif est de parvenir à réaliser **15 000 locations** chaque année.

why! open computing

Fabrication et distribution d'ordinateurs

- 🌱 Eco-conception
- 🌐 Numérique durable

Notre bilan

- why! est la première marque au monde qui publie des **guides de réparation** sur www.ifixit.com et vend des pièces de rechange pour permettre à ses clients de faire durer leur ordinateur dix ans plutôt que cinq.
- Les ordinateurs why! fonctionnent avec Linux et des **logiciels open source** et ne sont donc pas sujets à l'obsolescence programmée. C'est l'utilisateur qui décide quand installer un nouveau programme et peut même réinstaller l'ancien s'il ne donne pas satisfaction.

Nos engagements

- La quasi totalité des premiers ordinateurs why! vendus il y a plus de 7 ans **fonctionnent toujours** et nous disposons encore de toutes les **pièces** utiles pour leur réparation ou leur mise à niveau. Le pari d'un ordinateur qui dure dix ans est sur le point d'être gagné. Il y a deux explications majeures à ce succès. Tout d'abord, grâce à leur compatibilité ascendante, il est tout à fait possible d'installer la dernière version du système d'exploitation Ubuntu 20.04 sur les premières machines livrées avec Ubuntu 12.04. Ce système d'exploitation sera maintenu jusqu'en 2025, lorsque certaines machines auront 12 ans. Ensuite, il faut saluer l'état d'esprit des consommateurs qui comprennent parfaitement ce qu'il faut faire pour plus de durabilité.
- Nous imaginons d'ailleurs développer en Suisse une **offre de location** de nos équipements moyennant des tarifs fortement dégressifs au fil du temps. Cela pousse chacun à ce que ces produits durent le plus longtemps possible, car vendre l'utilisation du produit plutôt que le produit lui-même constitue un changement de paradigme fondamental pour plus de durabilité.
- Pour tenter d'échapper à l'obsolescence logicielle, why! soutient des projets comme le **laptop open hardware**. Si ce projet aboutit, ce sera le premier ordinateur made in Europe et why! sera un distributeur enthousiaste.

Références

01. Club de la durabilité (2019). Economie circulaire : comment démocratiser l'offre de produits durables et réparables ?
02. Forti V., Baldé C.P., Kuehr R., Bel G. (2020). The Global E-waste Monitor 2020: Quantities, flows and the circular economy potential. United Nations University (UNU)/United Nations Institute for Training and Research (UNITAR) – co-hosted SCYCLE Programme, International Telecommunication Union (ITU) & International Solid Waste Association (ISWA), Bonn/Geneva/Rotterdam.
03. Novethic (2020). [INFOGRAPHIE] LE CORONAVIRUS MET EN LUMIÈRE NOTRE EXTRÊME DÉPENDANCE À LA CHINE.
04. La Dépêche (2020). Les Français plébiscitent la réparation et le reconditionnement des appareils électroniques.
05. LSA (2020). Trois-quarts des Français prêts à renoncer à l'achat en ligne de produits neufs.
06. Club de la durabilité (2018). La durabilité des produits : un enjeu stratégique pour les entreprises.
07. Club de la durabilité (2019). Economie circulaire : comment démocratiser l'offre de produits durables et réparables ?
08. Voir l'ADEME pour une définition plus précise. ADEME (2014). Economie circulaire : notions.
09. LOI n° 2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte.
10. Pour plus d'informations sur l'incitation des pouvoirs publics pour la durabilité, cf rapport du Club 2019 pp. 8 et 9.
11. LOI n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.
12. ADEME (2020). Déchets chiffres-clés.
13. LSA (2020). Les ventes de multimédia atterrissent en 2019.
14. Le Monde (2019). « On a vraiment l'impression d'acheter du neuf » : le boom des smartphones d'occasion ».
15. ITR News (2020). Smartphones reconditionnés : où en est le marché ?.
16. LSA (2019). Smartphones : le reconditionné a encore de beaux jours devant lui.
17. Les Numériques (2019). Le smartphone reconditionné, un marché français en plein essor.
18. ZDNet (2019). Entre 54 et 113 millions de téléphones portables dorment dans nos tiroirs.
19. Déclaration de M. Cédric O, secrétaire d'État à la transition numérique et aux communications électroniques, sur la transformation numérique et les questions environnementales, à Paris le 8 octobre 2020.
20. Le Monde (2020). Covid-19 : « La crise que nous traversons nous oblige à repenser notre modèle économique et sociétal à l'aune de la durabilité ».
21. Journal officiel de l'Union européenne (2014). Avis du Comité économique et social européen 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 » (avis d'initiative).
22. Commission européenne (2015). Boucler la boucle - Un plan d'action de l'Union européenne en faveur de l'économie circulaire.
23. Parlement européen (2017). Rapport sur une durée de vie plus longue des produits : avantages pour les consommateurs et les entreprises.
24. Commission européenne (2019). Les nouvelles mesures d'écoconception: explications.
25. ECOS (2019). Ecodesign & Energy Labelling Package : all you need to know.
26. Commission européenne (2020). Plan d'action économie circulaire.
27. Ibid.
28. Ibid.
29. Commission européenne (2020). Quick Reference on CEAP Implementation.
30. Parlement européen (2020). Vers un marché unique durable pour les entreprises et les consommateurs.
31. Pour en savoir plus, voir Club de la durabilité (2019). Economie circulaire : comment démocratiser l'offre de produits durables et réparables ?
32. <https://eu.patagonia.com/fr/fr/repairs-returns-form.html>
33. Groupe Seb (2020). Réparabilité : le Groupe Seb va encore plus loin avec le lancement des premiers forfaits réparation tout compris ; Positiv (2020). Lutte contre l'obsolescence programmée : cette bouilloire réparable à vie est durable et évolutive.
34. GIFAM (2020). Disponibilité des pièces détachées des appareils de Gros Électroménager.
35. Ibid.
36. <https://www.seb.fr/produits-reparables>
37. <https://www.magimix.fr/content/12-garantie>
38. <https://www.spareka.fr/actus/repair-school-grenoble-5-juin>
39. Happy 3D (2019). Réparer plutôt que jeter.
40. https://fr.ifixit.com/Device/why%21_Laptop
41. <https://craftnsound.com/montage-facile/>
42. <https://sav.darty.com/>
43. Parlement européen (2017). Rapport sur une durée de vie plus longue des produits : avantages pour les consommateurs et les entreprises.
44. https://www.magarantie5ans.fr/module/ec_durabilite/brandranking

45. <https://fr.ifixit.com/smartphone-repairability>
46. Fnac Darty (2020). Baromètre du SAV.
47. Direction interministérielle de la transformation publique (2020). Appliquer les sciences comportementales pour accompagner la mise en place d'un indice de réparabilité des ordinateurs portables.
48. Assemblée nationale (2020). Rapport d'information déposé par la commission du développement durable et de l'aménagement du territoire en application de l'article 145-7 du Règlement sur la mise en application de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.
49. Ministère de la transition écologique et solidaire (2018). La feuille de route pour l'économie circulaire (FREC).
50. L'ADN et Insight We Trust (2020). RSE Edition.
51. Pwc (2017). Critères RSE et rémunération : Guide sur l'intégration de critères RSE dans la rémunération variable des dirigeants et managers.
52. L'ADN et Insight We Trust (2020). RSE Edition.
53. Youmatter (2019). Étude : les jeunes accepteraient d'être payés moins pour travailler dans une entreprise écolo.
54. <https://www.printemps-ecologique.fr/>
55. LOI n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises.
56. Camif (2020). « Une entreprise à mission » à la française.
57. Novaxia (2020). Novaxia devient la première entreprise à mission dans le secteur de l'immobilier.
58. Capital (2020). Les dessous de la marque C'est qui le patron ?!
59. Atelier Unes (2020). Les collants recyclés dont vous avez toujours rêvés !
60. ADEME (2020). Déchets chiffres-clés.
61. Les Echos (2020). Economie circulaire : des aménageurs montrent l'exemple.
62. L'Info Durable (2020). Charles Huet : « Le made in France est l'inverse de l'obsolescence programmée ».
63. ADEME (2019). La face cachée du numérique.
64. Commission européenne (2020). Plan d'action économie circulaire.
65. EEB (2019) Coolproducts don't cost the earth - full report.
66. <https://institutnr.org>
67. Conseil National du Numérique (2020). Feuille de route sur l'environnement et le numérique : 50 mesures pour un agenda national et européen sur un numérique responsable c'est-à-dire sobre et au service de la transition écologique et solidaire et des objectifs de développement durable.
68. HOP (2017). HOP porte plainte contre Apple pour obsolescence programmée.
69. Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (2020). Transaction avec le groupe APPLE pour pratique commerciale trompeuse.
70. 01net (2020). iPhone 6S : on a testé iOS 14 sur un smartphone vieux de 5 ans.
71. GreenFlex (2019). Baromètre de la Consommation Responsable.
72. Club de la durabilité (2019). Economie circulaire : comment démocratiser l'offre de produits durables et réparables ?.
73. BVA (2020). Les Français et la RSE : sondage BVA pour TBWA/Corporate.
74. Thierry Libaert, Géraud Guibert (2020). Publicité et transition écologique.
75. Ibid.
76. ADEME (2019). Les impacts du smartphone.
77. Système publicitaire et influence des multinationales (SPIM) (2020). BIG CORPO. Encadrer la pub et l'influence des multinationales : un impératif écologique et démocratique.
78. Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (2020). Recommandation développement durable.
79. HOP (2020). Obsolescence esthétique : le Jury de déontologie publicitaire donne raison à HOP contre Microsoft.
80. Proposition de loi pour faire de la publicité un levier au service de la transition écologique et de la sobriété et pour réduire les incitations à la surconsommation (2020) ; proposition de loi pour le droit d'uriner en paix (2019).
81. GreenFlex (2019). Baromètre de la Consommation Responsable.
82. Programme des Nations Unies pour l'environnement (2017). Directives relatives à la fourniture d'informations sur la durabilité des produits.
83. L'ADN (2018). 90% des Français veulent que les marques s'engagent vraiment.
84. <https://greenfriday.fr/>
85. YouGov (2020). Etude spéciale COVID-19 #3 : écologie et comportement des Français.
86. <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/acv-biens-equipements-201809-rapport.pdf>

Graphisme réalisé par **bernatfont.com**
avec le soutien de :



Remerciements

Rapport écrit par l'équipe du Club de la durabilité :

Adèle Chasson, Etienne Duriez, Laetitia Vasseur.

Les rédacteurs souhaitent remercier l'ensemble des membres du Club pour leurs engagements et leur volonté de partage. Merci à Thierry Libaert, Matthieu Orphelin, David Cormand, Christian Brabant et Guillaume Duparay ainsi qu'à Jean-Christophe Chaussat pour leurs interventions auprès du Club. Merci également à Delphine Rengot ainsi qu'à Eric Riwoallan pour leur contribution au fonctionnement du réseau. Enfin, le Club remercie vivement l'ADEME et le CGDD pour leur soutien.

Ce rapport a reçu la contribution des membres suivants :

- Christophe Cote, *Adopte un Bureau*
- Stéphane Jedele, *ARPA*
- Camille Richard, *Back Market*
- Coline Mabile, Jérémie Dusong, *Bureau Vallée*
- Adrien Montagut, *Commown*
- Nicolas Jaquemin, *Craft 'n Sound*
- Jean-Yves Prigent, Régis Koenig, *Fnac Darty*
- Maarten Depypere, *iFixit*
- Kareen Maya Levy, *Kippit*
- Arnaud Jacques, Bertille Depoilly, Martin-Auguste Bossut, *Leboncoin*
- Sandrine de Lemos, Bastien Hild, *Leroy Merlin*
- Benoît Delporte, Emma Ganeshavel, *MaGarantie5ans*
- Armelle Balvay, Fabienne Goyeneche, Loic Picard, *Michelin*
- Margaux Gaillet, *Morning*
- Aurélie Fircowicz, Hanneli Escurier, *Murfy*
- Louise Picq, Vincent Aurez, *Novaxia*
- Olivier de Montlivault, Fabienne Lorent Lacoste, *SOS Accessoire*
- Ophélie Baguet, *Spareka*
- Xavier Marichal, *Usitoo*
- François Marthaler, *why! open computing*

