

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020

HÖP HALTE À L'OBSOLESCENCE
PROGRAMMÉE



QUI SOMMES-NOUS ?

Forte d'une communauté de plus de 40 000 personnes, l'association HOP (Halte à l'obsolescence programmée), née en juillet 2015, milite pour l'allongement de la durée de vie des produits. Depuis l'entrée en vigueur du délit d'obsolescence programmée dans la loi, elle a pour objectif de **fédérer les citoyens pour influencer les décideurs publics et les industriels afin d'aller vers des produits durables et réparables, en France et en Europe.**

Elle combat l'obsolescence programmée sous toutes ses formes, qu'il s'agisse d'obsolescence technique, directe ou indirecte, d'obsolescence logicielle ou encore d'obsolescence esthétique. L'objectif est à la fois écologique et social.

Ses missions sont de sensibiliser le grand public à l'obsolescence et aux solutions pour faire durer les produits, d'influencer les lois pour des produits plus durables et d'accompagner les entreprises volontaires.

L'association HOP s'est rendue célèbre grâce aux deux premières plaintes déposées contre Apple, Epson et autres fabricants d'imprimantes pour obsolescence programmée fin 2017. Elle sensibilise le grand public lors d'interventions et de conférences et a lancé le site "Produits durables", site de référence pour l'achat de produits durables et réparables.



Crédit : HOP

Elle anime le Club de la durabilité, un réseau d'entreprises volontaires qui partagent leurs bonnes pratiques sur la durabilité et la réparabilité, et mène un fort travail de plaidoyer pour faire émerger des lois favorables à une consommation plus durable au niveau français et européen. HOP peut également compter sur un comité d'experts et un blog d'analyse des enjeux sur Alternatives Économiques.

Enfin, HOP est aussi une communauté de permanents motivés et engagés, et de bénévoles très actifs !



Crédit : HOP

HOP HALTE À L'OBSOLESCENCE
PROGRAMMÉE

Association HOP / Halte à l'obsolescence programmée
www.halteobsolescence.org
LUT'ESS Bâtiment B - 204 rue de Crimée 75019 Paris

ÉDITO



LAETITIA VASSEUR

Co-fondatrice et Déléguée Générale de HOP

Crédit : MovinOn Summit

L'heure est venue de faire le bilan de l'année 2020, qui fut riche d'enseignements sur notre rapport à la consommation. Elle a commencé sur les chapeaux de roues, avec deux victoires majeures pour HOP : en février, Apple se voyait contrainte à verser 25 millions d'euros à l'État français dans le cadre d'une sanction inédite pour pratique commerciale trompeuse, marquant la fin de l'enquête sur le ralentissement délibéré des téléphones dénoncé par HOP en 2017. Quelques jours plus tard, la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGEC) était promulguée, donnant un deuxième signal fort aux citoyens et entreprises pour mettre fin aux pratiques d'obsolescence programmée et faciliter la consommation durable.

La crise sanitaire liée au Covid-19 a rebattu les cartes de notre relation aux objets, pour le meilleur comme pour le pire. Sur le plan global, elle a exposé notre forte dépendance aux importations de certains biens, redorant l'image du made in France. La fermeture des magasins a renforcé l'assise des géants de la vente en ligne, au détriment de la consommation locale et durable. Sur le plan individuel, elle a favorisé certaines prises de conscience : nombreux sont les Français, chez eux, qui ont ralenti leur rythme de consommation et tenté de réparer eux-mêmes leurs appareils. Un sondage réalisé en juin 2020 montre d'ailleurs que près des trois quarts des Français se disent prêts à renoncer à l'achat de produits neufs, notamment technologiques, au profit de produits d'occasion. Contrairement à certaines suppositions, l'urgence sanitaire n'a pas relégué l'écologie au second plan des préoccupations : 77 % des Français considèrent que cette crise est l'occasion de mener une politique ambitieuse de transition écologique.

L'association HOP, elle aussi, est convaincue de l'urgence d'agir pour la transition écologique, en particulier en refondant un modèle de production et de consommation arrivé à bout de souffle. L'obsolescence programmée, désastreuse pour les citoyens comme pour l'environnement, est le symptôme de cet essoufflement.

Forte de ses 40 000 sympathisants, HOP travaille depuis 2015 à fédérer les citoyens pour influencer les politiques publiques et les entreprises pour des produits plus durables et réparables. Notre vision est celle d'un monde plus vertueux, dont l'impact de la consommation est raisonné grâce à des produits robustes, qui peuvent être réparés, reconditionnés, loués et donnés pour avoir de nombreuses vies et éviter la poubelle.

Notre démarche reste la même : celle d'une association constructive, fédératrice et exigeante, convaincue qu'une consommation plus durable est plus que jamais à notre portée.

Cette année 2020 fut d'autant plus particulière pour HOP qu'elle a marqué un double anniversaire : les 5 ans de la fondation de l'association et de la création du délit d'obsolescence programmée. Loin d'être freinés par la crise sanitaire, nous avons lors de cette cinquième année redoublé d'efforts pour sensibiliser plus de 13 000 citoyens aux enjeux et moyens concrets de faire durer leurs produits, fédérer 21 entreprises au sein du Club de la durabilité et faire de nombreuses propositions aux dirigeants français et européens pour que les produits durables deviennent la norme. Si nos activités se développent au fil du temps, notre démarche reste la même : celle d'une association citoyenne constructive, fédératrice et exigeante, convaincue qu'une consommation plus durable est plus que jamais à notre portée.

SOMMAIRE



2

QUI SOMMES-NOUS ?

3

ÉDITO

5

RÉTROSPECTIVE : UNE ANNÉE AVEC
HOP

6

CHIFFRES-CLÉS

7

CRISE SANITAIRE ET DURABILITÉ

8

DÉNONCER L'OBSOLESCENCE ET
SENSIBILISER LES CITOYENS

14

FAIRE ÉVOLUER LES POLITIQUES
PUBLIQUES

17

ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES
VOLONTAIRES

20

FONCTIONNEMENT ET GOUVERNANCE
DE HOP

21

CONCLUSION

RÉTROSPECTIVE

Une année avec HOP : temps forts



JANVIER

Le projet de loi anti-gaspillage est adopté, avec de nouvelles mesures proposées par HOP pour des produits durables et réparables



FÉVRIER

Une amende de 25 millions d'euros est prononcée contre Apple pour pratique commerciale trompeuse à la suite de la plainte de HOP sur les ralentissements des smartphones



MAI

HOP fait des propositions dans la presse pour une sortie de crise durable en favorisant la réparation et l'économie circulaire



JUIN

Avec 20 entreprises, HOP signe une tribune dans *Le Monde* pour soutenir la loi AGEC



SEPTEMBRE

Les "Défis durables", lancés par HOP sur les réseaux sociaux pour faire durer ses objets au quotidien, comptent plus de 180 000 vues



OCTOBRE

HOP prend la parole sur l'obsolescence logicielle lors de table-rondes et tribunes



DÉCEMBRE

HOP lance une grande campagne d'adhésion pour poursuivre et intensifier ses actions...

EN
2021!



MARS

Sollicités par HOP, les futurs maires s'engagent sur la durabilité auprès de l'association



AVRIL

HOP touche plus de 10 000 personnes pour entretenir ses objets pendant le confinement



JUILLET

Le Jury de Déontologie Publicitaire donne raison à HOP contre Microsoft suite à une publicité incitant à l'obsolescence logicielle



AOÛT

HOP célèbre ses bénévoles



NOVEMBRE

Pour les 5 ans de HOP et du délit d'obsolescence programmée, l'association réunit plus de 2 000 personnes en ligne lors du Sommet de la durabilité

CHIFFRES-CLÉS

2020 en chiffres



40 000

sympathisants qui souhaitent
des produits durables et réparables



13 000

personnes sensibilisées aux enjeux
de l'obsolescence et aux solutions
pour faire durer ses objets



20

bénévoles et 9 permanents équivalents temps plein



2 000

participants en ligne au Sommet de
la durabilité programmée et 37
intervenants



21

entreprises volontaires pour des
produits plus durables et réparables
au sein du Club de la durabilité



78 MILLIONS

d'appareils réparés, reconditionnés,
loués ou vendus d'occasion au total
jusqu'en 2020 par les entreprises du
Club de la durabilité

CRISE SANITAIRE ET DURABILITÉ

Quels enjeux pour HOP et la transition
écologique ?

Pour HOP : poursuite des activités et ralentissement de la sensibilisation

L'une des missions principales de l'association est de sensibiliser le grand public aux enjeux de l'obsolescence programmée et aux solutions qui permettent de la contrer en faisant durer ses produits. Pour cela, HOP organise très régulièrement des événements, ateliers participatifs, conférences et intervient lors de nombreuses table-rondes. Ce pan de l'activité de l'association a été fortement ralenti par les restrictions liées à la pandémie de Covid-19. Pour autant, cela n'a pas empêché HOP de poursuivre ses efforts de sensibilisation, notamment en ligne (cf. Partie 1).

L'association avait également développé en 2019 une exposition itinérante intitulée « Inusable » réunissant des affiches publicitaires des années 1950 vantant la durabilité des produits. Cette exposition n'a finalement pas pu circuler en 2020.

La pandémie a aussi indirectement ralenti le développement de la plateforme Produits Durables. A cause de difficultés de ressources humaines liées à l'épidémie, HOP a dû repousser son plan d'amélioration de la plateforme à 2021.

A l'exception de son activité de sensibilisation, HOP a pu adapter la quasi-majorité de ses missions en ligne en 2020 : animation du Club de la durabilité, plaidoyer... grâce à la présence de son équipe permanente en télétravail intégral. Pour le reste, HOP a dû repousser les projets incompatibles avec les restrictions (visites de sites, événements en présentiel, exposition...) à de jours meilleurs.

Pandémie de Covid-19 : quelles implications pour la transition vers des produits durables et réparables ?

S'il reste prématuré de tirer des conclusions définitives d'un événement inédit, la crise sanitaire semble avoir été synonyme de nouvelles menaces comme de nouvelles opportunités pour la durabilité. Tout d'abord, le printemps 2020 a vu fleurir de nombreuses réflexions sur le « monde d'après » et la transition écologique. Ainsi, plusieurs consultations citoyennes ont fait la part belle à la consommation responsable et à la durée de vie des objets. Par exemple, 92 % des 540 000 citoyens ayant répondu à la consultation « Agir ensemble pour l'environnement » de



Make.org ont voté pour la proposition « Augmenter la durée de vie des produits ». L'association HOP a activement participé à ces réflexions. Dans les médias, elle a proposé de profiter de la relance pour repenser le mode de production et de consommation, en finançant le secteur de la réparation et du réemploi solidaire notamment. Menacées par la crise économique, certaines entreprises ont demandé un moratoire sur certains textes écologiques, comme la loi anti-gaspillage pourtant durement acquise et porteuse d'avancées pour les consommateurs. Avec les entreprises du Club de la durabilité, HOP a réagi en signant une tribune dans le Monde pour défendre cette loi et montrer que les acteurs volontaires du monde économique soutenaient l'ambition écologique. L'association a aussi fait des propositions dans le cadre des plans de relance, pour donner une part importante à la durabilité après la crise.

Certaines pratiques individuelles ont également évolué au cours de l'année 2020. La consommation des ménages, tout d'abord, a fortement varié en chutant au cours des confinements (-20,2 % en avril par rapport à mars par exemple), pour rebondir ensuite (+16,4 % au troisième trimestre 2020). Les consommateurs se sont également tournés vers de nouvelles pratiques : ainsi, l'auto-réparation a connu un succès fulgurant (l'entreprise Spareka a notamment enregistré une hausse des ventes de 45%). Un article publié par HOP pour entretenir ses objets pendant le confinement a connu un fort succès, avec plus de 14 000 vues.



Crédit : HOP

Malgré ces tendances encourageantes, on peut s'interroger sur l'impact global de la crise sur la transition écologique. S'il est estimé que la pandémie a entraîné une réduction de 7 % des émissions mondiales de CO2, cette baisse exceptionnelle risque d'être de courte durée. En effet, les plans de relance, s'ils s'appuient sur la surproduction et les énergies fossiles, pourraient provoquer une nouvelle hausse de ces émissions qui doivent pourtant baisser de 25 % d'ici à 2030.

1

DÉNONCER L'OBSOLESCENCE ET SENSIBILISER LES CITOYENS

1. Mettre fin à l'obsolescence programmée : les plaintes de HOP en 2020

L'association HOP a, en 2020, poursuivi son rôle de défense du consommateur comme de l'environnement, en dénonçant les cas d'obsolescence et en demandant publiquement des efforts aux entreprises concernées. Ces plaintes ne se limitent pas à la stricte définition légale de l'obsolescence programmée : l'association n'hésite pas à dénoncer toutes les stratégies des entreprises qui incitent au renouvellement prématuré des objets et au tout-jetable. Cette année encore, HOP a identifié plusieurs agissements d'entreprises contraire à l'impératif écologique et à la préservation de nos ressources. Tour d'horizon des plaintes HOP en 2020.

Plaintes pénales contre Apple et Epson : sanction historique et attentes

En décembre 2017, l'association HOP portait plainte contre Apple pour obsolescence programmée et tromperie, dénonçant les dysfonctionnements rencontrés par les utilisateurs d'iPhone 6, 6S, SE et 7 après une mise à jour du système d'exploitation.

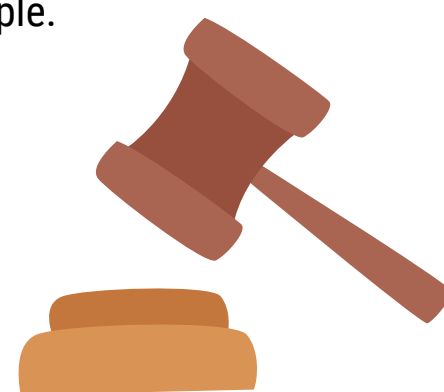


Crédit : Unsplash

Ces dysfonctionnements, concomitants à la sortie des nouveaux modèles d'iPhone et connus de la marque d'après HOP, ont conduit de nombreux utilisateurs à remplacer leur téléphone, générant un lourd tribut environnemental.

Cette enquête, ouverte fin 2017 par le Procureur de la République, était la première à concerner le délit d'obsolescence programmée, introduit par la loi de transition énergétique de 2015. HOP, appuyée par près de 15 000 témoignages d'utilisateurs, a obtenu une victoire

historique le 7 février 2020. En effet, après plus de 2 ans d'enquête, la Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) a constaté les pratiques commerciales trompeuses par omission d'Apple.



L'entreprise a été contrainte à payer une amende de 25 millions d'euros, un montant historique en Europe pour de tels faits. Si cette première victoire est salubre, elle n'est pas sans zones d'ombres : HOP regrette que la procédure employée, à savoir la transaction pénale, ait privé les consommateurs lésés d'un procès public sur l'obsolescence programmée. Suite à cette sanction, HOP a accompagné plus de 700 consommateurs concernés à solliciter par courrier des dommages et intérêts de la part d'Apple. A la connaissance de l'association, aucune somme supplémentaire n'a été versée à ces clients à ce stade. Par ailleurs, l'association regrette que le délit d'obsolescence programmée n'ait pas été retenu dans la décision finale. Cela témoigne d'une définition très spécifique du délit dans le code de la consommation : HOP a donc fait plusieurs propositions pour l'élargir et le rendre plus facilement applicable dans le cadre de projets législatifs. Enfin, la conclusion de l'enquête visant le fabricant d'imprimantes Epson est pour sa part toujours en cours. L'association a bon espoir que cette enquête, ouverte elle aussi fin 2017, se solde par une victoire pour les droits des consommateurs et la protection de l'environnement.

HOP avait également porté plainte fin 2019 contre Amazon pour pratiques commerciales trompeuses. L'association reprochait au géant américain du commerce en ligne de tromper les consommateurs sur leur droit à la garantie légale de conformité. Cette plainte a conduit à l'ouverture d'une enquête par la DGCCRF actuellement en cours.

Publicités incitant à la surconsommation : plusieurs plaintes de HOP

Le renouvellement prématuré des objets est souvent le résultat de plusieurs phénomènes : mauvaise conception, mise à jour logicielle conduisant à des dysfonctionnements... et stratégies publicitaires. En effet, la publicité, en incitant les consommateurs à acheter de nouveaux produits, peut entretenir un imaginaire du tout-jetable, valoriser la surconsommation tout en négligeant l'impact environnemental associé à la production infinie d'objets neufs.

C’est la raison pour laquelle HOP s’engage pour un meilleur encadrement de la publicité, qui doit elle aussi inciter à une consommation plus responsable (cf partie 2). Cette analyse est partagée par beaucoup d’acteurs : l’Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) elle-même, chargée de fixer les règles de déontologie des publicités, a en avril 2020 renforcé sa recommandation « Développement durable », en indiquant que la publicité ne devait pas inciter au gaspillage ou à la consommation excessive.

Suite à la création de cette règle, HOP a porté deux plaintes sur des publicités qu’elle estimait enfreindre les règles déontologiques. La première, en mai 2020, portait sur une publicité de Microsoft/Intel encourageant les entreprises à renouveler leurs flottes d’ordinateur, arguant qu’ils qu’ils fonctionneraient mieux sous Windows 10. En juillet 2020, le Jury de Déontologie Publicitaire (JDP) a confirmé l’analyse de HOP, en déclarant publiquement que cette publicité était contraire à la recommandation « Développement durable » de l’ARPP.

En octobre 2020, c’est contre une publicité de Chromebook que l’association a porté plainte. Cette publicité, vantant les nouveaux ordinateurs portables de Google, incitait à remplacer son ordinateur avant même la panne, sans mention des possibilités de réparation ou de réemploi de l’ancien appareil. L’association considérait que la publicité jouait sur les ressorts de l’obsolescence esthétique, et n’était donc pas conforme aux règles de déontologie publicitaires. Dans un avis du 17 décembre, le JDP a rendu une conclusion en demi-teinte : tout en considérant que la publicité n’incitait pas à des modes de consommation excessifs, le JDP a jugé fondée la plainte de HOP.

Ces deux plaintes, qui concernent la déontologie et sont donc à distinguer de plaintes sur les règles de droit français, ont le mérite de dénoncer publiquement des publicités négligeant l’urgence écologique. Elles illustrent néanmoins la nécessité de mieux encadrer ce secteur, afin de dissuader les entreprises de proposer de telles campagnes publicitaires. En effet, le JDP n’a dans aucun pouvoir de retrait d’une publicité visée par une plainte.

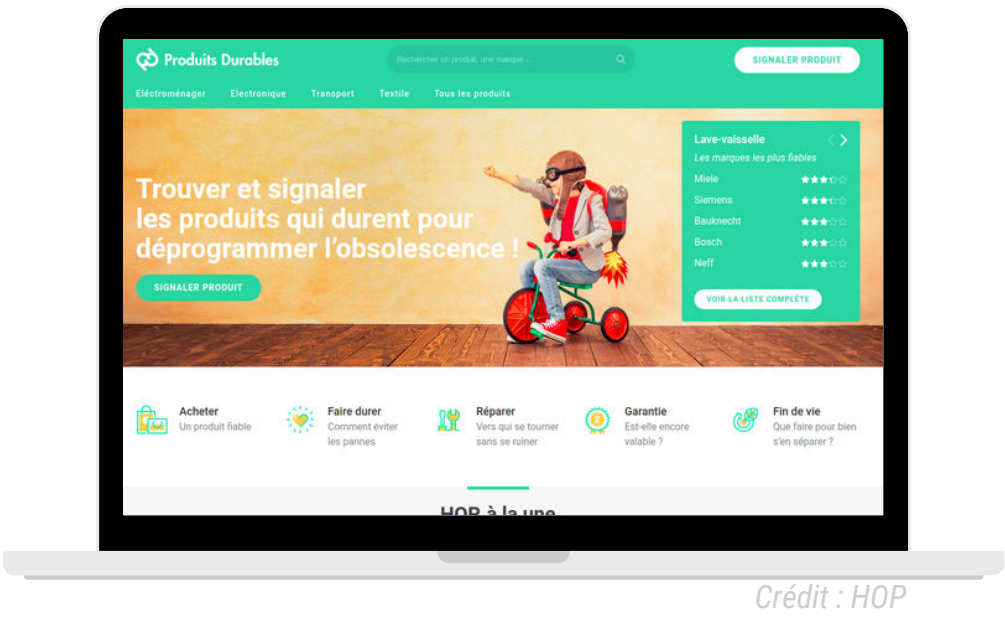


Crédit : Unsplash

La dénonciation publique pour faire évoluer les pratiques : le cas de SONOS

Pour mettre fin à l’obsolescence programmée, HOP n’hésite pas à dénoncer publiquement les abus et interpeller les entreprises pour qu’elles s’améliorent. Ainsi, en 2020, l’association a par exemple interpellé l’entreprise SONOS qui, tout en restant dans le respect de la loi, incitait lourdement à renouveler des enceintes sonores avant même la panne. En janvier 2020, l’entreprise informait ses clients de la fin prochaine des mises à jour de certains modèles d’enceintes, dont certains étaient pourtant encore

commercialisés. Dans un courrier public, HOP interpellait SONOS pour obtenir des précisions sur l’impact de la fin de ces mises à jour. L’association dénonçait un programme dit « de recyclage », qui proposait une remise de 30 % sur une nouvelle enceinte à tout utilisateur activant sur son appareil actuel un mode empêchant toute utilisation du produit, qui n’était plus bon qu’à être jeté. Suite à cette initiative, le fabricant a abandonné ce programme et assuré publiquement du maintien des mises à jour de sécurité pour ses appareils, permettant ainsi de continuer à les utiliser.



Crédit : HOP

2. Produits Durables : accompagner chacun pour faire durer ses objets

Si la dénonciation des pratiques d’obsolescence programmée est essentielle pour HOP, l’association est aussi soucieuse de porter à la connaissance des citoyens les solutions qui existent pour des produits plus durables et réparables. Face au manque d’information sur la durabilité, et notamment à l’impossibilité de distinguer les produits les plus durables en magasin, l’association a lancé le 1er décembre 2018 la plateforme Produits Durables pour aider chacun à consommer plus durablement. Le site donne un classement collaboratif des produits les plus durables par catégorie de biens et fournit des conseils concrets et pédagogiques d’achat durable, d’entretien, de réparation et de gestion des garanties.

Deux ans après son lancement, Produits Durables reste le site de référence pour faire durer ses produits au quotidien : en 2020, le site a comptabilisé plus de 120 000 visites, pour plus de 360 000 pages vues. Chaque mois, ce sont près de 30 000 pages vues par les utilisateurs du site, pour 12 000 sessions. L’analyse du site par un outil de performance SEO (Cocolyze) a révélé que Produits Durables avait un score de 93/100 sur l’optimisation du contenu. A ce jour, le site compte 38 articles thématiques sur toutes les étapes du cycle de vie de 169 produits, plus de 90 avis d’experts et 12 000 avis d’internautes, majoritairement des consommateurs et plusieurs réparateurs.

Après ce lancement, HOP a souhaité approfondir son travail sur cette plateforme afin de l’alimenter et de la faire vivre. L’association ajoute régulièrement de nouveaux contenus ainsi que des avis d’experts pour consolider les notes données aux produits. En 2020, HOP a aussi mis un point d’honneur à associer plus étroitement les réparateurs professionnels à la plateforme. Acteurs majeurs de l’économie circulaire, ceux-ci constatent au quotidien les freins à la réparation des

produits sur lesquels ils interviennent. A ce titre-là, leur expertise est clé pour alimenter Produits Durables. L'association s'est donc rapprochée fin 2019 de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de Nouvelle-Aquitaine qui anime le réseau local des RéparActeurs pour les valoriser sur Produits Durables.



Crédit : RéparActeurs

4 formations à distance ont été organisées par la CMA et HOP pour former des professionnels à la plateforme au printemps et à l'automne 2020, afin qu'ils partagent leur expertise pour noter les produits. Une vingtaine de professionnels renseignent désormais régulièrement les avis de Produits Durables.

Concernant la communication, Produits Durables est un véritable outil de sensibilisation sur les gestes du quotidien pour le grand public. Une campagne lancée en juin 2020 intitulée « Défi durable », à laquelle nous reviendrons, a donné chaque semaine pendant 5 mois un défi de consommation durable, alimentant ainsi l'afflux vers la plateforme. Une astuce issue de Produits Durables est donnée chaque mois dans la newsletter de HOP envoyée à plus de 27 000 personnes.

HOP compte en 2021 continuer d'enrichir la plateforme, notamment en y ajoutant de nouveaux formats comme des vidéos et des articles, et d'en faire un moyen de contrôle du nouvel indice de réparabilité.

3. Fédérer les citoyens pour des produits plus durables et réparables



Afin de mener ses nombreuses missions à bien, HOP a besoin d'une assise citoyenne qui lui donne non seulement plus de poids mais l'oriente aussi dans ses combats, au plus près des préoccupations de ses membres. L'association fédère ainsi fin 2020 près de 40 000 sympathisants ayant signé le manifeste HOP ou suivant l'association par mail ou sur les réseaux sociaux. Pour sensibiliser toujours plus de citoyens à la consommation durable, HOP multiplie les moyens : réseaux sociaux, newsletters, articles et conférences... De nombreux canaux qui permettent de démultiplier l'audience de HOP et de populariser la durabilité.



Crédit : HOP

Sur les réseaux sociaux et par mail, une audience en progression

Les réseaux sociaux sont un vecteur majeur de communication pour l'association, qui y partage ses analyses ainsi que l'actualité des produits durables et réparables. Un total de 1 767 posts ont été publiés sur l'année 2020. HOP y trouve une communauté toujours plus large : au total, la communauté de HOP s'est agrandie de près de 4 137 personnes en 2020, soit une augmentation de 15,4 %. Ainsi, depuis le 1er janvier jusqu'à la fin de l'année, l'association compte 1 432 abonnés supplémentaires sur Facebook, pour un total de 20 694 au 31 décembre 2020. Sur Twitter, HOP comptabilise 6 932 abonnés, soit une croissance de 9,3 % en 2020. Outre ces deux réseaux principaux, l'association développe de nouveaux canaux : ainsi, les pages Instagram et LinkedIn de HOP, plus émergentes, sont en forte croissance sur l'année, avec respectivement une hausse de 107 % et pour LinkedIn une multiplication par 10 du nombre d'abonnés.

La communauté de HOP sur les réseaux sociaux compte 65 % de femmes. Les personnes de 25 à 34 ans composent la plus grande partie de l'audience de HOP (34 %), suivies des personnes de 35 à 44 ans (27 %) et 45 à 54 ans (18 %). Les villes de Paris, Lyon, Bruxelles, Toulouse, Marseille et Bordeaux sont dans l'ordre celles dans lesquelles l'association est la plus suivie.

Plusieurs temps forts sont à retenir sur l'année 2020 : entre mai et octobre, chaque samedi, HOP a publié les #DéfisDurables sur Facebook et Instagram, donnant à ses abonnés un nouveau challenge hebdomadaire pour adopter concrètement un mode de vie plus durable. Alimentant les visites sur le site Produits Durables, cette série de 20 défis a fait au total plus de 180 000 vues.

Pendant l'été, HOP a tenu à présenter ses bénévoles et leur engagement pour une société plus durable : au rythme d'une publication par semaine, la série #WelcomeToHOP sur Facebook et Instagram a permis de présenter 7 bénévoles à la communauté.



Crédit : HOP

La newsletter de HOP, envoyée chaque mois à près de 25 000 personnes, est également l'un des canaux privilégiés d'information et de communication de la communauté de l'association. Elle permet d'informer sur les nouvelles actions de l'association (plaintes, interventions, publications...) et de partager les actualités de la durabilité (nouvelle initiative, mesure dans une loi...). En complément, les adhérents de l'association reçoivent chaque trimestre une gazette qui leur est réservée, et qui leur donne des informations exclusives sur les coulisses du combat de HOP en avant-première.

Une campagne d'adhésion pour clore 2020

En 2020, HOP a également souhaité élargir sa base d'adhérents. Une large campagne d'adhésion a été lancée début décembre, à l'aide notamment d'une vidéo de présentation réalisée par les bénévoles de l'association ainsi que plusieurs visuels diffusés sur les réseaux. Pour l'occasion, HOP a lancé une offre adhésion spéciale « anniversaire », à tarif réduit. Une opération réussie, puisque près de 150 adhérents ont déjà rejoint l'association depuis le lancement de la campagne !

Malgré l'actualité dominée par la crise sanitaire, HOP a été présente dans de nombreux médias cette année. Voici ci-dessous une sélection des dizaines de médias écrits, télévisés ou radio qui ont accueilli l'association en 2020 :

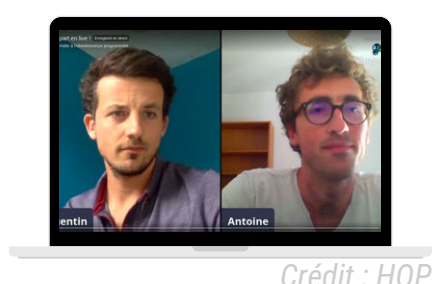


Sur le terrain, la sensibilisation par d'autres moyens

La sensibilisation directe des citoyens aux enjeux de l'obsolescence programmée et aux solutions pour y faire face est l'un des piliers du travail quotidien de HOP. Si elle passe généralement par de nombreux événements et conférences, cette sensibilisation a en 2020 dû être adaptée au contexte sanitaire.

Malgré l'annulation de plusieurs événements et la transition en ligne de nombreux autres, HOP se félicite d'être parvenue à sensibiliser directement près de 13 000 personnes en 2020, dont 4 100 au cours de deux live Facebook organisés pendant le premier confinement et 2 300 lors du Sommet de la durabilité programmée organisé par HOP le 27 novembre 2020.

Par ailleurs, l'association HOP-la Boucle a été créée en 2020 pour ouvrir un tiers-lieu dédié à l'allongement de la durée de vie des produits en région bordelaise. Ce lieu sera composé d'une ressourcerie, d'un espace de travail partagé, d'une cantine et accueillera des ateliers de réparation et de sensibilisation à l'économie circulaire. Plusieurs apéritifs ont été organisés pour recruter des bénévoles dans l'année. La Boucle, qui vient de recruter sa première salariée, s'apprête à ouvrir ses portes début 2021.



Crédit : HOP

Relations presse : l'audience médiatique de HOP en 2020

La communication de HOP passe aussi par les médias, qui relayent régulièrement l'actualité de l'association. Ainsi, ce sont 12 communiqués de presse qui ont été envoyés en 2020 à plus de 2 000 journalistes sur les sujets suivants :

21/01/2020 : Loi anti-gaspillage : reste à passer de l'intention à l'application

24/01/2020 : HOP somme SONOS de s'expliquer sur la fin des mises à jour annoncée

07/02/2020 : Apple condamné suite à la plainte déposée par HOP

13/03/2020 : L'Europe annonce son plan d'action pour l'économie circulaire dans le sillage de la France

02/06/2020 : Loi anti-gaspillage en danger : l'association HOP et plusieurs entreprises engagées signent une tribune

12/06/2020 : Écologique et économique, la réparation doit être la norme de demain

29/07/2020 : Plaintes contre Amazon et Microsoft/Intel : l'association HOP dévoile des avancées significatives

08/09/2020 : Le nouveau Baromètre SAV de Fnac-Darty : un pas de plus vers la généralisation de la durabilité

22/09/2020 : Plainte contre Nintendo : HOP soutient UFC-Que choisir

12/10/2020 : Obsolescence culturelle : HOP dépose plainte contre la publicité Chromebook

27/10/2020 : Événement : HOP organise le Sommet de la Durabilité Programmée

24/11/2020 : Conférence de presse : HOP formule de nouvelles propositions pour que les entreprises et l'Europe agissent sur l'obsolescence programmée



Crédit : HOP

Sommet de la durabilité : une journée en ligne pour faire le point sur l'obsolescence programmée

Cinq ans après le lancement de HOP et l'introduction du délit d'obsolescence programmée, l'association a souhaité marquer le coup grâce à une journée-événement dédiée au bilan et des perspectives de la durabilité. Dans un format multimédia accessible à tous, HOP a tenu le Sommet de la durabilité programmée le 27 novembre 2020, en coopération avec la Chaire Economie Circulaire ESCP-Deloitte.

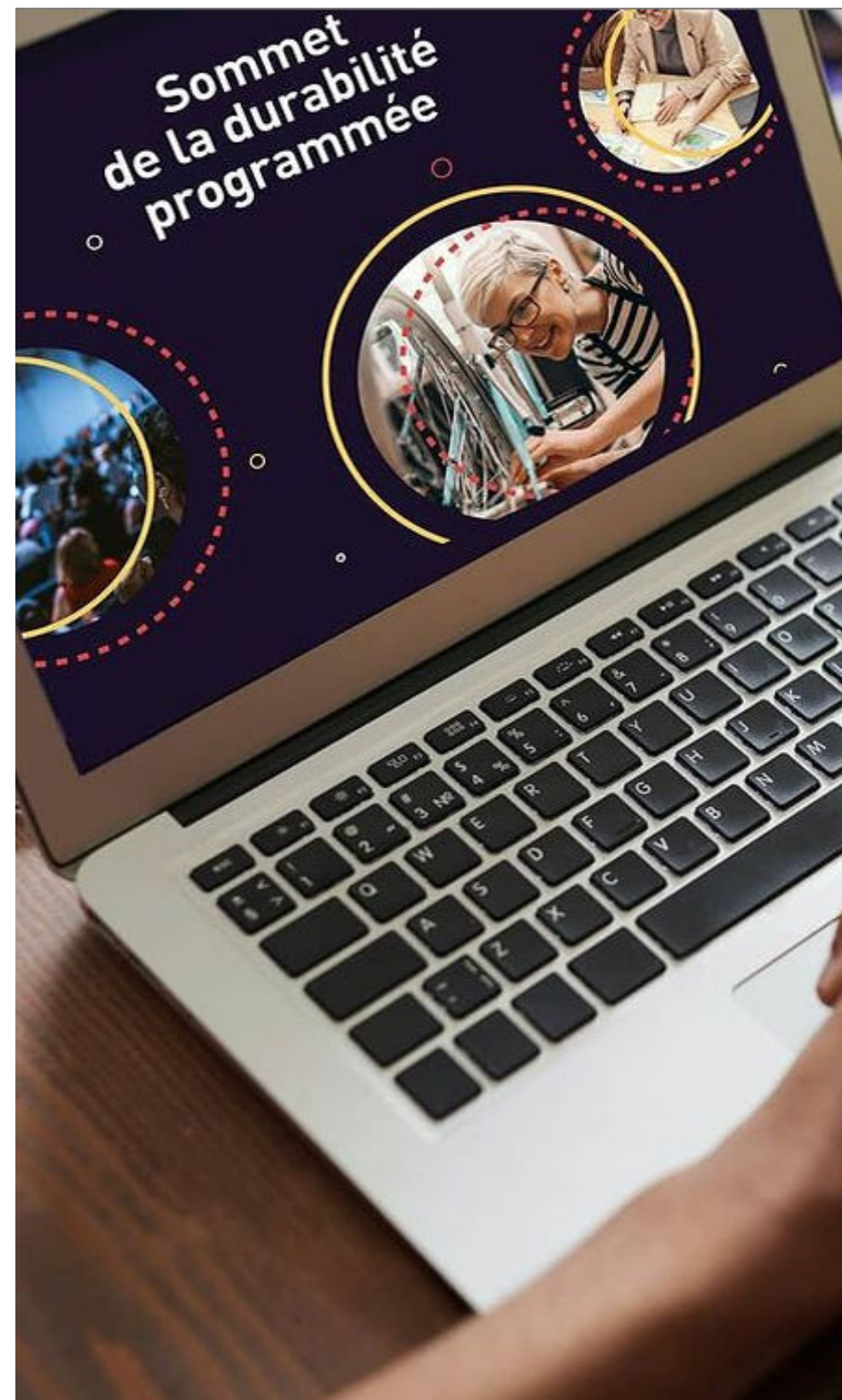
Cette journée, composée d'une matinale de conférences diffusées sur YouTube et d'une après-midi de défis collaboratifs en visioconférence, a été un franc succès.

Plus de 2300 personnes ont répondu présentes à l'appel de HOP en venant réfléchir ensemble aux réalisations et difficultés des cinq dernières années et aux nouveaux défis de la transition vers une société plus durable. La matinale est visionnable en replay et compte à ce jour près de 1 500 vues. Le Sommet, inauguré par la Ministre de la transition écologique Barbara Pompili, a réuni 37 intervenants.



Crédit : HOP

Parmi eux, des décideurs publics français et européens comme Thierry Libaert, Conseiller au Comité Économique et Social Européen, David Cormand, député européen ou encore Marie Hervier-Collas, Ingénieure au Service Produits et Efficacité Matière de l'ADEME, mais aussi des responsables d'entreprises comme Guy Pezaku, CEO de Murphy ou Agnes Crepet de Fairphone, ainsi que plusieurs chercheurs et dirigeants associatifs. Les participants ont pu échanger avec l'ensemble des intervenants, tant pendant le chat de la matinale qu'au cours des « Défis de la durabilité » de l'après-midi, qui ont abordé des thèmes tels que l'essor du reconditionnement, le lien entre numérique et obsolescence, l'éco-conception de produits durables et réparables ou encore la sécurité de l'autoréparation. Ces ateliers participatifs, alimentés par près de 350 messages sur les chats, ont réuni plus de 800 participants.



Crédit : HOP

FOCUS : 5 ANS DE LUTTE CONTRE L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE



Depuis son interdiction en 2015, quels jalons ont marqué la lutte contre l'obsolescence programmée ? HOP vous propose de revenir sur les principaux événements marquants de la mobilisation pour des produits plus durables et réparables !

2010 - Cosima Dannoritzer publie le documentaire « Prêt-à-jeter ».

2015 - La loi introduit le délit d'obsolescence programmée. L'association HOP est créée.

2016 - HOP commence à sensibiliser sur le terrain aux enjeux de l'obsolescence programmée.

2017 – Le livre « Du jetable au durable » est publié par Samuel Sauvage et Laetitia Vasseur, Co-fondateurs de HOP. HOP porte plainte contre Epson puis contre Apple, conduisant à l'ouverture des premières enquêtes en France sur l'obsolescence programmée. 4 candidats à l'élection présidentielle s'engagent sur la durabilité suite à une action de plaidoyer de HOP.

2018 - L'association lance le Club de la durabilité avec 8 entreprises pionnières. En 8 mois, HOP est mentionnée dans plus de 900 médias écrits. La plateforme Produits Durables est lancée le 1er décembre 2018.

2019 - L'association renforce son équipe avec 2 puis 3 salariées. Produits Durables recense plus de 200 000 visites. HOP joue un rôle majeur dans la loi anti-gaspillage avec plus de 50 amendements déposés inspirés de ses propositions et la publication d'un livre blanc. La sensibilisation se poursuit avec plus de 60 interventions dans l'année.

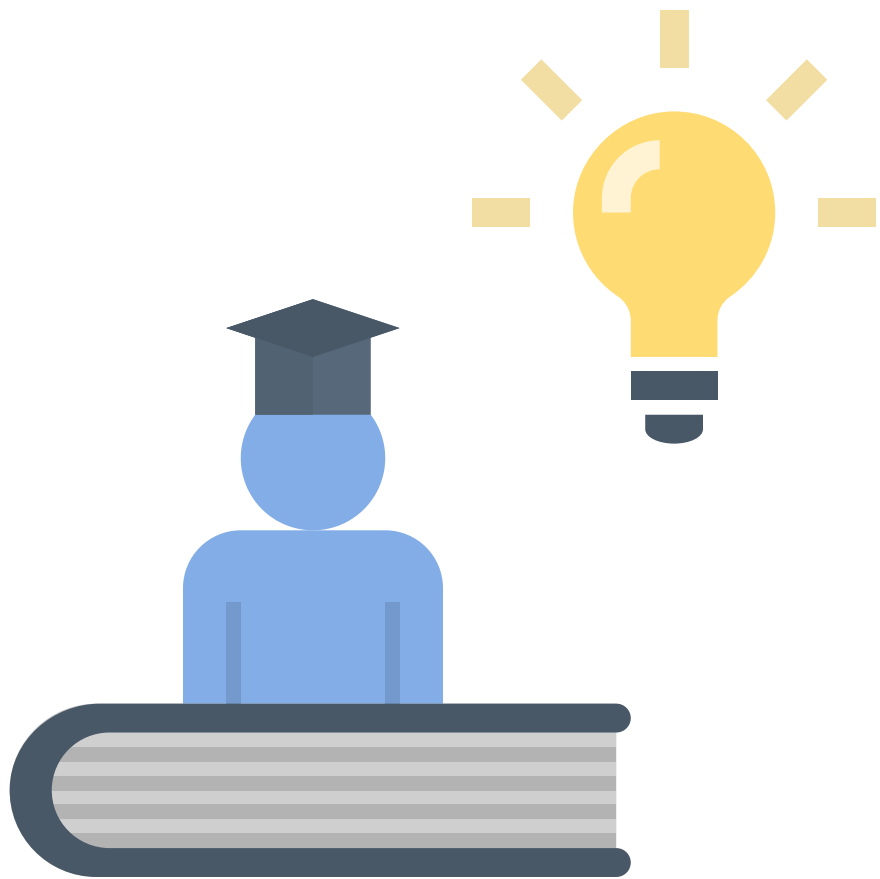
2020 - HOP compte plus de 40 000 sympathisants. L'association HOP-La Boucle est créée pour ouvrir un tiers-lieu dédié à la réparation et à l'économie circulaire en Nouvelle-Aquitaine. HOP organise le Sommet de la durabilité. HOP interpelle SONOS, Google et Microsoft avec succès et obtient une sanction inédite contre Apple (25 M€). L'association obtient un fonds de réparation, l'indice de réparabilité et de durabilité et de nouvelles obligations sur les pièces détachées dans le cadre de la loi AGEC.

Pour aller plus loin, découvrez la tribune publiée par Laetitia Vasseur sur le bilan de l'obsolescence sur Alternatives Economiques : *"L'obsolescence programmée, interdite mais toujours vivace"*.

Le comité des experts de HOP, pour mieux connaître les dessous de la consommation durable

Loin d’être isolée, HOP nourrit sa réflexion et son action par un large réseau d’universitaires (sociologues, économistes, etc.) et d’experts techniques (designers, développeurs...). 24 experts sont réunis au sein du comité des experts de HOP. Grâce à leurs travaux sur la consommation durable, ils éclairent la réflexion de HOP et alimentent les propositions de l’association. Avec les experts, HOP anime un blog appelé « L’obsolescence observée » sur Alternatives Economiques. En 2020, 8 experts ont publié un article sur ce média, qui a par ailleurs publié 2 tribunes de Laetitia Vasseur, DG de HOP : "*Objets numériques : bientôt tous obsolètes ?*" et "*L’obsolescence programmée, interdite mais toujours vivace*". Dans un souci d’information, HOP publie très régulièrement des articles sur son blog. Ils peuvent porter, par exemple, sur une action récente de l’association, ou alors sur les actualités plus larges de la durabilité. En 2020, on compte 38 articles publiés sur le site de HOP, qui a reçu plus de 140 000 visites dans l’année.

En 2020, HOP a poursuivi son rôle d’alerte et de dénonciation, avec plusieurs plaintes liées à l’obsolescence. La communauté citoyenne de l’association a continué à grandir pour atteindre plus de 40 000 personnes, à travers la plateforme Produits Durables, les réseaux sociaux et sur le terrain. HOP a ainsi sensibilisé plus de 13 000 personnes en ligne et en présentiel, notamment lors du Sommet de la durabilité programmée.



L’OBSOLESCENCE OBSERVÉE

LE BLOG DE L’OBSERVATOIRE HOP

Faites entendre votre voix 

Crédit : Alternatives Economiques

2

FAIRE ÉVOLUER LES POLITIQUES PUBLIQUES

Sensibiliser et fédérer les citoyens contre l'obsolescence programmée, pour que les produits soient plus durables et réparables, est essentiel pour HOP. Mais cela ne suffit pas : pour que la durabilité devienne la norme, la voix des citoyens doit être entendue par les entreprises et les pouvoirs publics, à qui il appartient de faciliter une consommation plus durable. C'est pourquoi l'activité de lobbying des pouvoirs publics fait aussi partie des missions de HOP. L'association entend faire entendre les exigences des citoyens qui la soutiennent et influencer les lois dans le sens de produits durables et réparables. Concrètement, cela implique de formuler des propositions aux décideurs publics sur les sanctions liées à l'obsolescence programmée, les garanties légales pour se protéger contre les pannes prématurées, la disponibilité des pièces détachées, la réparation... En 2020, HOP a surtout suivi l'application de la loi AGECE, promulguée le 10 février 2020, et des décrets qui la précisent. L'association a aussi renforcé son lobbying citoyen au-delà des frontières, pour que la durabilité advienne dans toute l'Europe.

1. Loi anti-gaspillage : après les débats, le défi de l'application



Crédit : MTES

Fruit d'un long travail de négociations entre parties prenantes (fabricants, distributeurs, réparateurs, ONG...) et de débats au Sénat et à l'Assemblée nationale, le projet de loi anti-gaspillage a été voté en janvier 2020. HOP a participé activement à l'élaboration de cette loi, qui porte au sens large sur l'économie circulaire. Plus de 50 amendements portés par des parlementaires ont été inspirés des propositions de HOP, notamment exposées dans un livre blanc paru en 2019. Plus largement, 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. Si certaines mesures préconisées par HOP n'ont pas été retenues, l'association constate qu'un cadre législatif sur la durabilité des produits commence à se dessiner.

Loi anti-gaspillage : panorama des mesures obtenues pour des produits plus durables et réparables

Une loi ambitieuse pour la réparation

- Création d'un fonds pour financer les structures du réemploi solidaire (art. L.541-10-5).
- Obligation de disponibilité des pièces détachées pendant un minimum de 5 ans après l'achat pour certains équipements électroménagers et électroniques (article L.111-4 du code de la consommation).
- Livraison des pièces détachées dans un délai de 15 jours ouvrables maximum au lieu de 2 mois (même article).
- Encouragement de l'impression 3D des pièces qui ne sont plus disponibles sur le marché (idem).
- Réparation grâce à des pièces d'occasion lorsque c'est possible pour certains équipements électroniques et médicaux (art. L.224-109 et L.224-110 du code de la consommation).

Davantage de règles d'éco-conception

- Interdiction de toute pratique visant à verrouiller ou empêcher la réparation au sein d'un réseau agréé (art. L.441-3 et L.441-4 du code de la consommation).
- Interdiction de la destruction des invendus non alimentaires (art. L.541-15-8 du code de l'environnement).
- Instauration d'une garantie de conformité sur le logiciel de 2 ans minimum (article L. 217-21 du code de la consommation).
- Création d'un « diagnostic déchets » lors de travaux de démolition ou de réhabilitation significatifs, pour prévoir le réemploi et la réutilisation des déchets du bâtiment (art. L. 111-10-4 du code de la construction et de l'habitation).
- Encouragement de l'auto-réparation (art. L.441-5 du code de la consommation et art. L.541-9-9 du code de l'environnement).
- Rédaction d'un rapport gouvernemental pour limiter l'obsolescence des objets numériques (art. 217-22 du code de la consommation) et développer l'économie d'usage (location plutôt qu'achat notamment) (article 68 de la loi).
- Encouragement par la commande publique, des produits réemployés, recyclés et des pneus rechapés (art. 55 à 60 de la loi ; art. L. 2172-6 du code de la commande publique).
- Interdiction des publicités qui incitent à jeter des produits en état de fonctionnement (article L. 541-15-9 du code de l'environnement).

De nouveaux outils pour faciliter une consommation durable

- Mise en place d'un indice de réparabilité, note sur 10 en magasin indiquant la capacité à réparer le produit, dès

021, qui se transformera en indice de durabilité informant sur la robustesse et la fiabilité du produit en 2024 (art. L. 541-9-2. du code de l'environnement).

- Information en magasin sur la disponibilité ou non des pièces détachées et leur durée de mise à disposition (article L.111-4 du code de la consommation)

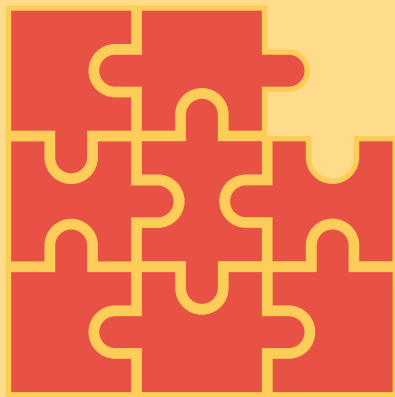
- Création d'un fonds dédié au financement de la réparation (art. L.541-10 du code de l'environnement) pour rendre la réparation moins chère pour les consommateurs.

- Extension de garantie de 6 mois pour les consommateurs qui choisissent de réparer leurs objets en panne plutôt que de les renouveler (art. L. 217-9 du code de la consommation)

- Sensibilisation des plus jeunes à la prévention des déchets à l'école (art. L.312-19 du code de l'éducation).

- Définition du terme de produit reconditionné (art. L. 122-21-1 du code de la consommation) et extension de la garantie des produits d'occasion de 6 mois à 1 an (art. L. 217-7).

- Obligation, pour les collectivités, de 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 mesures manquantes ou insuffisantes dans la loi...

Un encadrement plus strict des publicités incitant à la surconsommation (interdiction de certaines publicités pour des produits polluants, création d'une taxe sur les publicités de produits neufs...).

La mise en place d'un compteur d'usage, à l'instar du compteur kilométrique, de manière obligatoire sur des produits comme les lave-linge, les télévisions... pour suivre la durée de vie du produit, mieux l'entretenir et stimuler la revente d'occasion.

La distinction des mises à jour de confort et de sécurité pour allonger la durée de vie des appareils numériques.

Une fois la loi adoptée, le travail ne fait en réalité que commencer : en effet, de nombreuses mesures actées dans la loi doivent ensuite être précisées par des textes d'application, les décrets. Ces décrets sont très importants, car ils peuvent limiter le périmètre d'une mesure et donc son impact, ou au contraire prévoir une mise en œuvre large et ambitieuse. Ainsi, HOP a suivi de près la rédaction de plusieurs décrets en 2020, en réagissant aux textes proposés par les ministères et en faisant des propositions. L'association a participé à certains groupes de travail et réagi à plusieurs textes notamment sur l'indice de réparabilité et de durabilité, le fonds réparation, les pièces détachées... Sur le fonds réparation, HOP a notamment rédigé un dossier pour nourrir la réflexion sur sa mise en œuvre. Malgré l'avancement des travaux, la rédaction et la publication des décrets a parfois été bouleversée par la crise sanitaire, mobilisant certaines parties prenantes et administrations. Fin septembre 2020, huit mois après sa promulgation, la loi était appliquée à seulement 5 %, comme le révèle un rapport parlementaire.

HOP restera donc pleinement mobilisée et volontaire en 2021 pour remplir son rôle de vigie de l'application de cette loi sur la durabilité des produits.

2. Obsolescence logicielle : de nombreuses réflexions en 2020

L'obsolescence logicielle a été peu abordée dans la loi AGECL. Sujet relativement nouveau, la durabilité numérique est encore souvent traitée sous l'angle du matériel (pièces détachées, éco-conception...) plutôt que du logiciel, plus complexe mais tout aussi déterminant pour la longévité de nombreux produits. Néanmoins, de plus en plus d'acteurs se saisissent du sujet, préfigurant de potentielles évolutions législatives à l'avenir.

Ainsi, HOP a participé à la rédaction d'une feuille de route numérique et environnement par le Conseil National du Numérique. L'association a aussi été auditionnée à l'été 2020 par le ministère de la Transition écologique dans le cadre du rapport gouvernemental mentionné ci-dessus sur la durée de vie des objets numériques.

Suite à une mission d'information sénatoriale au cours de laquelle HOP avait été entendue, une proposition de loi visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique en France a été déposée au Sénat en octobre 2020. Ce texte reprend de nombreuses propositions de HOP (réversibilité des mises à jour logicielles, dissociation des mises à jour nécessaires ou non à la conformité du bien, disponibilité de ces mises à jour pendant au moins 5 ans...). Adoptée en commission avec plusieurs ajouts suite à une audition de HOP, cette proposition de loi sera examinée en séance publique en janvier 2021. L'association continuera à suivre ces débats.



Crédit : Wikimedia Commons



3. Europe : HOP fait des propositions pour démocratiser la durabilité

Les lignes bougent également en Europe. Suite aux élections européennes de 2019, pendant lesquelles HOP avait interpellé

les listes candidates sur l'obsolescence, la nouvelle Commission européenne a présenté en mars 2020 son plan d'action pour l'économie circulaire. Ce document, qui annonce les priorités politiques de la Commission pour les prochaines années, a marqué une étape importante en ce sens qu'il fait pour la première fois une priorité des produits durables. 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 ». De nombreuses sont prévues 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. HOP a accueilli positivement l'annonce de ce plan qui témoigne d'une volonté politique de l'Europe de rendre les produits plus durables et réparables.

En outre, l'association coopère activement avec plusieurs réseaux associatifs en Europe : elle travaille avec la coalition Right to Repair Europe, qui vise à donner à tous les européens un droit à la réparation, pour collaborer sur des campagnes de plaidoyer européennes et informer ses partenaires des actualités en France (rédaction d'articles pour le blog de la coalition, etc.) ; HOP est également membre de l'ONG ECOS qui vise à influencer les standards et normes (notamment sur l'éco-conception des produits) pour plus de respect de l'environnement.



Crédit : Right to repair Europe

De plus, l'association HOP a appuyé les réflexions de plusieurs députés européens, notamment David Cormand, dans le cadre d'un rapport parlementaire qu'il a mené intitulé « Vers un marché unique durable pour les entreprises et les consommateurs ». HOP a fait des propositions pour enrichir ce rapport, 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. HOP a collaboré avec Right to Repair Europe pour pousser les députés à garder un haut niveau d'exigence lors de leur vote.



Par ailleurs, pour accompagner l'ensemble des décideurs européens en faveur de la durabilité, HOP a publié en novembre 2020 un livre blanc européen intitulé « Durable and repairable products : 20 steps to a sustainable Europe ». Publié en anglais, ce rapport a vocation à être utilisé comme un guide de politiques publiques pour mettre fin à l'obsolescence programmée en Europe. HOP y propose 20 mesures, comme l'introduction de normes minimales de durabilité aux produits vendus sur le continent, ou encore la réduction du coût de la réparation. De nombreux activistes européens ont été associés à la rédaction de ce rapport pour partager leurs attentes et leurs visions d'une Europe plus durable, grâce à 12 interviews.

Enfin, HOP s'active aussi au niveau international en participant à un groupe de travail mené par l'ONU-Environnement et l'institut de recherche Akatu sur l'allongement de la durée de vie des produits. L'association y a notamment témoigné des politiques publiques françaises sur ce sujet dans le cadre de la rédaction d'une cartographie mondiale sur les politiques concernant la durabilité.



Crédit : HOP / Bernat Font

En 2020, HOP a donc fait du plaidoyer une priorité en inspirant plus de 50 amendements de la loi anti-gaspillage et en participant aux réflexions sur ses décrets d'application. Elle a aussi fait de nombreuses propositions, tant sur l'obsolescence logicielle que sur l'Europe, pour faire des produits durables et réparables une réalité.

3

ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES VOLONTAIRES

L'engagement des acteurs privés est la troisième et dernière brique de l'action de HOP. Elle est tout aussi importante que la sensibilisation du grand public et de l'influence des décideurs politiques : en effet, l'obsolescence est avant tout un enjeu économique, qui dépend de la conception des produits par les entreprises. Ce sont aussi celles-ci qui peuvent proposer de nouvelles offres de consommation durable (achat durable ou d'occasion, réparation, reconditionnement, location, etc.). Avec le souci de fédérer l'ensemble des acteurs volontaires dans sa mission, HOP a lancé dès la fin 2017 le Club de la durabilité, alors composé de 8 entreprises pionnières. Ce réseau d'entreprises a pour but de réunir les acteurs privés volontaires pour allonger la durée de vie des produits. Depuis sa création, le Club s'est progressivement structuré autour de deux volets : la construction de l'expertise sur les enjeux économiques de la durabilité et la communication sur les alternatives au jetable. Pour cela, les entreprises du Club se réunissent tous les 3 mois environ. Ces réunions, construites et animées par HOP, permettent de faire le point avec les membres sur les actualités de la durabilité, d'échanger sur les bonnes pratiques, d'approfondir un thème choisi ensemble avec un intervenant expert et de réfléchir ensemble aux différents obstacles rencontrés par les entreprises qui promeuvent la consommation durable.



1. Favoriser les échanges et l'expertise sur la durabilité

Le Club de la durabilité compte actuellement 22 entreprises membres, pour un chiffre d'affaires cumulé actuellement estimé à près de 46 milliards d'euros. De la startup au grand groupe, du fabricant d'électroménager au réparateur en passant par une plateforme de vente d'occasion, le Club puise sa richesse dans la diversité de ses membres. Au total, 9 secteurs sont représentés : l'aménagement, l'immobilier, la fabrication ou la distribution d'appareils électroniques ou électroménagers, le reconditionnement, la bureautique, la réparation, la vente d'occasion, le bricolage, l'automobile.

En 2020, le réseau a accueilli 5 nouveaux membres : Kippit, ARPA, Adopte un Bureau, Bureau Vallée et Electro Depot. L'arrivée de 3 fabricants est notamment la bienvenue pour évoquer les problématiques d'éco-conception des entreprises volontaires pour concevoir des produits plus durables et réparables.

adeo

FNAC DARTY

LEROY MERLIN
...et vos outils
prolongent la vie!

SOS
ACCESSOIRE

USITOO
just use it

Murphy

why!

Spareka
Réparer c'est facile.

MICHELIN

MaGarantie5ans
L'équipement de la maison durable et réparable

IFIXIT

backmarket

Commown

leboncoin

Novaxia

CRAFT'n
SOUND

kippit
l'électroménager
agréé par l'avenir

Adopte Un Bureau

Bureau Vallée
Le bureau qui dure dans le temps

arpa

morning,

Au total, 5 réunions ont eu lieu en 2020. Si celles-ci se déroulent habituellement à la Fondation Charles Léopold Mayer, 4 de ces réunions ont été faites en visioconférence à cause du contexte sanitaire en 2020. HOP a tenté de rendre ces moments aussi interactifs que possibles, en échangeant sur les thèmes suivants :

- 27/02/2020 sur la publicité avec Thierry Libaert, rédacteur d'un rapport pour le Gouvernement sur la question de la publicité et de la transition écologique,

- 15/04/2020 sur le reconditionné et le réemploi avec Christian Brabant, directeur général d'Ecosystem,

- 17/06/2020 sur les enjeux du logiciel et de la durabilité du numérique, avec Jean-Christophe Chaussat, Président de l'Institut du Numérique Responsable (INR),

- 15/10/2020 sur le cadre européen de la durabilité avec David Cormand, député européen et rédacteur d'un rapport sur le marché unique durable,

- 16/10/2020 sur l'impact de l'intelligence artificielle sur la durabilité et la réparabilité, avec Erwann Fangeat, Coordinateur de pôle au sein du Service Produits et Efficacité Matière à l'ADEME.



Crédit : Unsplash

En 2020, HOP s'est attelée à mieux structurer la gestion du Club de la durabilité. Sur le volet de l'expertise, cela est passé notamment par la rédaction plus formelle de notes de synthèses thématiques sur les thèmes des réunions (notes sur la publicité, l'obsolescence logicielle, les freins à la réparation, la loi anti-gaspillage notamment), pour monter en compétence en donnant aux membres les chiffres, informations et enjeux les plus importants sur les sujets du jour, ainsi que de notes de veille. Celles-ci permettent aux membres de faire circuler facilement l'information en interne et de partager toutes les actualités et nouvelles sur les sujets de la durabilité et de la réparabilité. Au total, 10 notes ont été partagées aux membres en 2020.

Un nouveau format a aussi été initié en décembre 2019, avec des présentations par certains membres de cas concrets spécifiques à leur démarche, suivi d'un moment d'échange. Ce nouveau moment de collaboration sur des problématiques de terrain (ex : comment organiser la reprise de certains appareils ou convaincre les clients de tester une nouvelle solution) rencontre un grand succès auprès des membres.

L'équipe du Club est dans une démarche d'amélioration constante : une enquête qualitative a été menée en octobre 2020 auprès des membres pour évaluer leur satisfaction et leurs attentes concernant la gestion du Club.

Chaque année, les échanges du Club sont approfondis dans un rapport annuel, publié cette année en novembre 2020 lors du Sommet de la durabilité. Ce rapport de 40 pages, intitulé « Durabilité des produits : le temps de l'action », dresse un constat : malgré une prise de conscience croissante des intérêts économiques, sociaux et environnementaux des produits plus durables et réparables, le passage à l'action reste encore le fait d'une minorité dans une société marquée par le prêt-à-jeter. Ce rapport montre ainsi comment une entreprise peut prendre pleinement le tournant de la durabilité. Il prend l'exemple des entreprises qui s'adaptent aux évolutions législatives, et les anticipe même pour se démarquer en faveur de la durabilité et de la réparabilité. Il revient également sur les moyens par lesquels une entreprise peut adopter une stratégie cohérente pour une consommation plus durable, en impliquant l'ensemble des secteurs et en remodelant sa communication et sa publicité. Ce n'est pas tout : après trois ans d'échanges et de réflexions, les entreprises font, en 2020, le bilan de leurs activités et prennent des engagements concrets et publics pour généraliser la durabilité.

Résultats : Plus de 78 millions d'appareils en cumulé ont été réparés, reconditionnés, loués ou vendus d'occasion grâce aux membres du Club de la durabilité. Par leurs activités, ils ont évité au total l'émission de plus de 14,9 millions de tonnes d'équivalent CO2.

2. Diffuser les solutions portées par les entreprises auprès du plus grand nombre

Le Club de la durabilité n’a pas vocation à être fermé : au contraire, il a pour ambition de diffuser au maximum l’expertise et les solutions portées par les entreprises. C’est dans cet esprit que les entreprises, en 2020, ont pris dans le rapport du Club des engagements concrets pour développer la durabilité. Ces engagements sont variés : cela peut être, par exemple, d’engager 200 réparateurs en CDI d’ici à fin 2021 (Murfy), ou encore d’augmenter la part des produits reconditionnés dans les objets vendus (Bureau Vallée).

Chaque année, un colloque est organisé pour partager les réflexions du Club, donner la parole aux entreprises et dévoiler le rapport annuel. En 2020, le colloque du Club s’est inscrit dans le Sommet de la durabilité programmée (cf partie 1), au cours duquel une table-ronde et l’ensemble des défis ont associé les entreprises du Club.

L’objectif de la feuille de route 2020 était aussi de démultiplier les formats et d’ouvrir certains moments d’échanges aux non-membres, par exemple avec des petits-déjeuners ou afterworks thématiques. Le premier afterwork prévu pour mai puis pour septembre a dû être reporté à deux reprises.

Sur le volet de la communication, le Club s’est également fortement développé en 2020. Outre le site du Club, existant depuis 2018, une newsletter professionnelle de la durabilité a été lancée. Envoyée tous les 3 mois depuis février 2020, cette newsletter a pour but de partager les actualités économique de la durabilité, et notamment celle des membres du Club. Des interviews de membres sont régulièrement publiées sur le site (www.clubdeladurabilite.fr).

La communauté LinkedIn du Club, lancée en janvier 2020, a gagné en activité avec désormais plus de 1400 abonnés, soit une hausse de 115 % en une année. HOP partage aussi régulièrement des actualités des membres du Club, notamment sur ses propres réseaux.



Crédit : HOP

Le Club a aussi été mentionné plusieurs fois par des médias spécialisés en 2020 (NEOMAG, Actualités techniques de l’ingénieur...), même si le passage médiatique à retenir reste la tribune commune publiée par les entreprises dans Le Monde pour défendre la loi anti-gaspillage menacée par certains lobbies industriels au printemps 2020. Elle a été l’occasion d’affirmer l’intérêt commun des membres à voir la durabilité favorisée par les pouvoirs publics, et a attiré de nombreuses entreprises intéressées par la démarche du Club.

Sur le plan des partenariats privés, l’association HOP s’est en 2020 encore une fois associée au Green Friday, alternative responsable au Black Friday. Au lieu de pratiquer les soldes du Black Friday, symboles d’une consommation souvent excessive, les entreprises adhérentes au Green Friday s’engagent à ne pas pratiquer de “soldes” et reverser 10% de leur chiffre d’affaires de la journée à des associations engagées, dont HOP. L’association souhaite remercier l’organisation Green Friday et les entreprises ayant décidé de soutenir HOP à cette occasion.

HOP associe les acteurs privés à sa démarche pour faire advenir des produits plus durables et réparables. Avec 22 entreprises de 9 secteurs différents, le Club de la durabilité réunit les acteurs volontaires pour une économie plus circulaire. Le Club, en 2020, leur a donné un espace pour échanger de bonnes pratiques et monter en compétence grâce à 5 réunions, mais aussi pour valoriser leurs solutions auprès d’une communauté en ligne et lors du Sommet de la durabilité programmée. Ces entreprises, qui ont permis au total à plus de 78 millions d’appareils d’éviter la poubelle, ont pris des engagements concrets pour la durabilité dans un rapport inédit publié en novembre.

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

Crédit : HOP / Bernat Font

4

FONCTIONNEMENT ET GOUVERNANCE DE HOP

1. Une gouvernance démocratique d'intérêt général

L'association HOP est à but non lucratif. Le conseil d'administration, élu démocratiquement par l'Assemblée générale chaque année, est composé de membres bénévoles. Son rôle est d'orienter les actions de l'association dans un but d'intérêt général. Il peut décider du recrutement d'un ou plusieurs salariés chargés de mettre en œuvre les orientations de l'association et prend les décisions structurantes de la vie de HOP. Il s'est réuni à 3 reprises en 2020 (4 février, 30 septembre, 10 décembre).

Le CA est composé des personnes suivantes :

- Samuel Sauvage (Président)
- Martin Hilsum (Trésorier)
- Vincent Aurez
- Thierry Libaert
- Annie-Claude Elkaim
- Quentin Ghesquière
- Cécile Desaunay
- Lucie Tamet
- Lydie Tollemer

L'association souhaite remercier les 9 personnes (en CDI, CDD, stage ou service civique) ayant fait partie de l'équipe permanente en 2020 qui ont assuré son bon fonctionnement, dans une période particulière marquée par le télétravail dû au Covid-19 et un congé maternité : Laetitia Vasseur, Adèle Chasson, Ronan Groussier, Eric Rivoallan, Joséphine Vuillard, Indra Seebarun, Etienne Duriez, Ariane Jamin, Delphine Rengot. Au 31 décembre 2020, ce sont 3 salariés qui travaillent à temps plein pour la durabilité des produits (nb : 2 recrutements sont en cours pour compléter l'équipe).

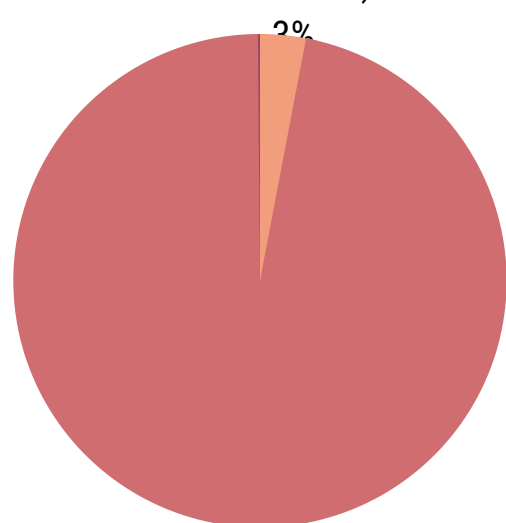
2. Des finances équilibrées et stables

Le modèle économique de HOP repose sur un équilibre entre subventions publiques, mécénat, dons et adhésions individuels et prestations de services (conférences, cotisation du Club...). Ces ressources sont sans surprise principalement employées à financer les postes des salarié.es permanent.es de l'association, mais aussi à organiser des événements, créer des sites internet, publier des rapports, etc.

HOP tient tout particulièrement à adresser ses sincères remerciements à ses divers financeurs. Sans leur précieux soutien et leur confiance, les ambitions de l'association resteraient lettre morte.

DÉPENSES

Services extérieurs (graphisme, location, frais postaux, services bancaires)



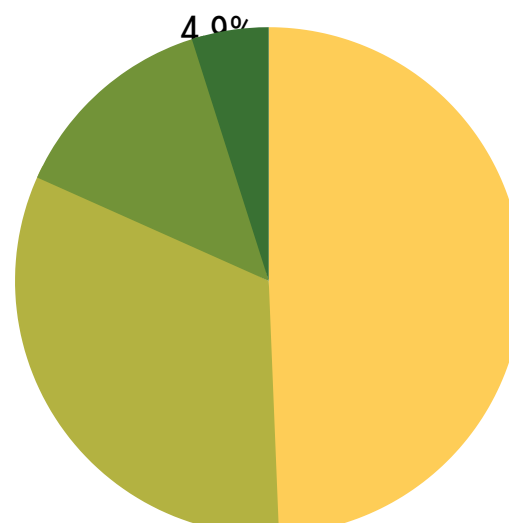
Charges de personnel
96.9%

RESSOURCES

Produits exceptionnels
4.9%

Dons et adhésions
13.4%

Prestations de services
32.3%



Subventions d'exploitation
49.4%

CONCLUSION

L'année 2020, si particulière à beaucoup d'égards, n'aura fait que renforcer la raison d'être de l'association. En effet, en forçant HOP à réinventer certains de ses modes d'action, la crise a aussi démultiplié son impact. Le succès du Sommet de la durabilité programmée en ligne et le développement de l'audience de l'association en témoignent.

Le chemin qui reste à parcourir vers des produits durables et réparables ne doit pas pour autant en être oublié. En tant qu'entreprise, association, administration ou citoyen.ne, nous devons redoubler d'efforts pour que s'accélère enfin la transition tant attendue vers des produits plus durables et réparables. Cette transition est à notre portée. Elle est souhaitée par une écrasante majorité de citoyen.nes ; elle mobilise les pouvoirs publics, comme en témoigne la loi anti-gaspillage et les nouvelles annonces de l'Union européenne ; elle est déjà une réalité créatrice d'emploi et de sens pour de plus en plus d'entreprises, dont beaucoup sont réunies au sein du Club de la durabilité.

Il nous appartient, à tous, d'oser troquer nos vieux modèles de consommation et de croissance pour une société plus durable, plus sobre, qui privilégie l'usage avant la possession, le sens avant le volume, la qualité avant la quantité. HOP est plus que jamais prête à relever ce défi en 2021 et au-delà.