

2025

Rapport d'activité 2025



HOP : l'association mobilisée contre l'obsolescence programmée

HOP - Halte à l'obsolescence programmée est une association loi 1901 créée en 2015 pour lutter contre toutes les formes d'obsolescence programmée et faire de la durabilité une norme accessible à toutes et tous. Depuis dix ans, HOP agit pour défendre les consommateur·ices, préserver les ressources et faire évoluer les règles du jeu économique.

Notre point de départ est simple : l'obsolescence n'est pas une fatalité technique. Elle résulte de choix de conception, de marketing et d'organisation des marchés qui rendent les produits prématurément obsolètes. En réduisant artificiellement la durée de vie des équipements, par leur conception matérielle, leurs mises à jour logicielles et/ou la communication commerciale qui les entoure, ces pratiques alimentent la surconsommation et le gaspillage, tout en pesant directement sur le pouvoir d'achat des ménages.

Une mission claire : faire durer

La mission de HOP est de permettre à chacun·e de faire durer ses équipements plus longtemps, sans subir des contraintes économiques, techniques ou informationnelles. L'association agit pour que la durabilité devienne la norme, et non une option réservée à quelques consommateur·ices avertis.

Pour cela, HOP mobilise plusieurs leviers complémentaires : le plaidoyer et l'évolution du cadre juridique, l'expertise et la production d'analyses



indépendantes, la sensibilisation du grand public et la mobilisation citoyenne. Cette approche transversale permet de documenter les pratiques d'obsolescence, de proposer des alternatives crédibles et d'agir à la fois sur les règles, les marchés et les usages.

Indépendante des industriels comme des pouvoirs publics, HOP défend une vision exigeante de la durabilité, qui articule entre eux les enjeux environnementaux, sociaux et économiques. L'association s'inscrit dans une perspective de long terme, avec la conviction que transformer durablement les règles du jeu est une condition indispensable pour sortir de la logique du jetable.

Une équipe engagée, un collectif en mouvement

Aujourd'hui, HOP s'appuie sur une équipe de dix personnes – huit salarié·es et deux alternant·es – engagée au quotidien pour porter la voix de ses adhérent·es et de ses soutiens, dans l'intérêt des citoyen·nes et de la protection de l'environnement.

HOP, c'est aussi un collectif de bénévoles mobilisé sur plusieurs fronts, notamment la sensibilisation, les actions de terrain et les enjeux juridiques. Leur engagement contribue pleinement à la force et à la légitimité de l'association.

Merci à elles et eux.
Merci à vous.

Édito

2025 : l'année où l'obsolescence

systemique est devenue impossible à ignorer

En 2025, dix ans après la création de l'association, l'obsolescence n'a pas disparu. Elle a plusieurs visages.

Moins visible, plus diffuse, plus difficile à saisir juridiquement, elle s'est installée au cœur de nos usages quotidiens, dans nos écrans, nos interfaces, nos imaginaires de consommation. Cette année aura été celle où HOP – Halte à l'obsolescence programmée a choisi de nommer clairement ce qui, trop longtemps, était resté implicite.

Après dix années de combat, l'enjeu de l'obsolescence programmée est désormais pris en considération par tous les acteurs et actrices de la société – pouvoirs publics, citoyen·nes, entreprises –, et je me félicite que notre travail avec HOP y ait largement contribué.

Cela dit, l'obsolescence n'est pas seulement une question de produits défectueux ou de pièces introuvables. Elle est aussi marketing, lorsqu'on pousse au renouvellement de produits encore fonctionnels par des stratégies commerciales et des mécanismes d'influence. Elle est logicielle, lorsqu'une décision technique ou commerciale rend inutilisable un équipement numérique qui pourrait continuer à servir. En 2025, HOP a travaillé à rendre visibles ces formes d'obsolescence, à les documenter, à les expliquer, et à les porter dans le débat public.

La campagne menée autour de la fin du support de Windows 10 en est une illustration frappante. Elle a mis en lumière l'ampleur d'un phénomène souvent sous-estimé : des millions d'utilisateur·ices confronté·es à un choix contraint entre renouveler un ordinateur fonctionnel ou s'exposer à des risques de sécurité. Cette situation

n'est pas une anomalie. Elle révèle un système où les décisions logicielles peuvent provoquer une dépendance forte à une obsolescence massive, rapide et imposée, encore largement hors du champ de la régulation.

Face à ces constats, HOP a poursuivi son travail de fond en restant constructif pour favoriser les alternatives. Faire évoluer les indices de réparabilité et de durabilité, contribuer aux groupes de travail institutionnels, alerter sur leurs limites lorsqu'elles existent. Enquêter sur les ressorts de l'obsolescence marketing, donner la parole aux citoyen·nes, organiser une agora, publier un rapport de référence. Mobiliser largement, fédérer des coalitions inédites, interpeller décideurs et décideuses publics et les entreprises, et porter ces enjeux dans les médias.

Ce travail révèle une tension centrale de notre époque. Les solutions existent. Les citoyen·nes souhaitent majoritairement faire durer leurs équipements. Mais les freins restent nombreux : économiques, culturels, territoriaux, informationnels. Tant que ces obstacles structurels ne seront pas levés, la durabilité restera un choix difficile, parfois inaccessible, alors même qu'elle devrait être la norme. C'est le sens de notre action : agir pour lever les freins, un à un, sans relâche.

Ce rapport d'activité retrace une année dense, exigeante mais profondément structurante pour HOP. Une année où nous avons continué à agir sur tous les leviers – expertise, mobilisation, plaidoyer –, avec une conviction intacte : **l'obsolescence n'est pas une fatalité, mais un choix, à la fois individuel et collectif.** Et ce choix peut encore être inversé.



Laetitia Vasseur

Déléguée générale
et cofondatrice
de l'association HOP

Som maire

Page 06

Temps forts 2025

Page 07

Chiffres clés

Page 09

Plaidoyer en France et à l'international

10 Dix années de lutte contre l'obsolescence programmée

10 Ce que HOP a fait évoluer

10 Les résistances, les batailles à venir

11 Les combats phares de 2025

11 L'obsolescence marketing : moteur de la surconsommation

12 Combattre Microsoft pour lutter contre l'obsolescence logicielle

13 Un travail de fond sur les indices

13 Suivi du bonus réparation : un levier utile mais encore sous-utilisé

14 Influencer à l'échelle internationale

14 Essaimer les victoires aux niveaux européen et international

15 Lancement de l'Alliance internationale pour la durabilité

Page 17

Mobiliser et sensibiliser les citoyen·nes

18 Les temps forts de rencontre avec la communauté

- 18 Journées Nationales de la Réparation 2025 : un rendez-vous national pour passer à l'action
- 18 HOP sur le terrain : rencontres, interventions et sensibilisation
- 19 Apér'HOP : des moments conviviaux pour penser et agir face à l'obsolescence programmée
- 19 Agora citoyenne sur l'obsolescence marketing : un plaidoyer construit avec les citoyen·nes
- 20 Les colloques : faire dialoguer expertise, action publique et société civile

20 Nos actions de mobilisation

- 20 « Non à la "taxe Windows" ! » : la plus grande campagne de mobilisation de l'histoire de HOP
- 21 Le formulaire de signalement de produits défectueux ou de pratiques d'obsolescence
- 21 Des enquêtes de terrain pour garantir l'affichage des indices

22 Informer, sensibiliser et rayonner auprès du grand public

- 22 Une visibilité accrue sur les réseaux sociaux
- 22 Sites internet : un bilan globalement positif
- 22 Une newsletter en forte progression
- 23 Une présence médiatique régulière
- 23 Tribunes : affirmer publiquement des positions collectives
- 23 Prises de parole extérieures : diffuser l'expertise de HOP
- 25 Des outils de sensibilisation pour comprendre les enjeux, connaître ses droits et agir
- 25 Une distinction qui salue l'engagement de HOP

Page 27

Faire grandir HOP : équipe, gouvernance, modèle économique

28 Une gouvernance qui se consolide et évolue

28 Une équipe en pleine croissance

28 Un réseau de bénévoles qui se structure

28 Un modèle économique diversifié et résilient

- 28 Financements
- 29 Professionnalisation de la collecte et de la relation adhérent·es
- 29 Partenaires
- 29 Structuration stratégique 2026-2030

32 Durabilité Programmée, la filiale de HOP dédiée à la durabilité

- 32 Un outil pour passer de l'engagement à l'action
- 32 Ce que le Club est (et n'est pas)
- 32 L'offre du Club en 2025
- 33 Thématiques 2025
- 33 Chiffres
- 33 Nouveau site, refonte graphique
- 33 Impact du Club dans le modèle économique de HOP

Page 35

Conclusion

Temps forts 2025



Chiffres clés

2 

catégories

de produits concernées par l'arrivée de l'indice de durabilité : les lave-linge et les télévisions.

3 

tribunes

publiées pour dire haut et fort que ça n'avance pas assez vite : sur les condamnations pour délit d'obsolescence programmée dans *Le Monde*, contre la fin des mises à jour de Windows 10 opérée par Microsoft dans *Libération*, ou encore pour appeler le plus grand nombre à passer au logiciel libre sur *Bon Pote*.

6 

rendez-vous

à Bruxelles pour peser dans les décisions européennes et faire bouger les exigences de durabilité et de réparabilité sur tout le marché de l'UE face à des lobbies industriels très puissants.

10 

années

Une décennie de combats contre les marques qui ne veulent pas que nos objets durent. Dix ans à défendre vos droits de consommateur·ices, l'environnement et les ressources naturelles.

30 

recommandations

adressées aux pouvoirs publics pour encadrer l'obsolescence marketing et ses techniques de vente toujours plus agressives, basées sur plusieurs mois d'enquête, un rapport et un sondage relatif à la perception des Français·es de la pression marketing pour nous entraîner dans une spirale de surconsommation.

55 

articles

publiés sur le site de HOP en 2025.

1 504 

événements

partout en France lors des Journées Nationales de la Réparation qui ont eu lieu du 16 au 19 octobre.

+ 2 800 

personnes

sensibilisées via des interventions et participations à des événements ou conférences, dans une dizaine de villes en France ainsi qu'à l'international.

3 025 

signalements

de suspicion d'obsolescence programmée sur notre formulaire en ligne pour alimenter nos enquêtes et investigations.

25 626 

kilomètres

parcourus en train – soit l'équivalent de la distance pour aller à l'autre bout du globe! – pour défendre vos droits, ceux de l'environnement et de vos objets. De Copenhague à Séville, en passant par Bruxelles et Bordeaux.

49 000 

participant·es

aux Journées Nationales de la Réparation, soit 22,5 % de plus qu'en 2024.

+ 51 000 

signatures

pour dire « Non à la "taxe Windows" ! » : grâce à cette forte mobilisation, Microsoft a reculé et proposé des mises à jour gratuites de Windows 10 pendant un an.





Plaidoyer en France et à l'international

En 2025, HOP a fêté ses dix ans, l'occasion de revenir sur les batailles qui ont été menées et les victoires obtenues pour faire avancer l'accès à la réparation et favoriser la durabilité.

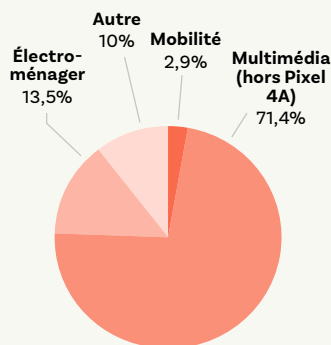
10
Dix années de lutte
contre l'obsolescence
programmée

11
Les combats phares de
2025

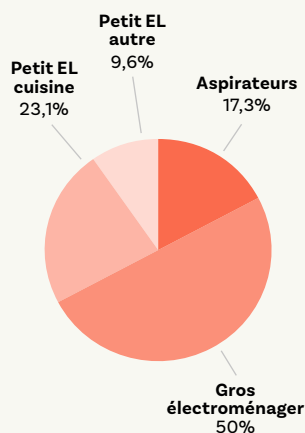
14
Influencer à l'échelle
internationale

Données du formulaire de signalement HOP

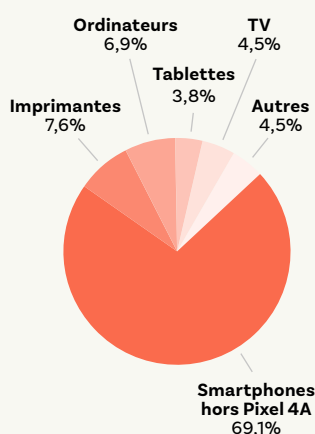
Catégories de produits (hors Pixel 4A)



Catégories dans les électroménagers



Catégories dans les multimédias



Dix années de lutte contre l'obsolescence programmée

En 2025, HOP a fêté ses dix ans, l'occasion de revenir sur les batailles qui ont été menées et les victoires obtenues pour faire avancer l'accès à la réparation et favoriser la durabilité.

Ce que HOP a fait évoluer

Depuis sa création, HOP agit pour transformer les règles du jeu en faveur de la durabilité. En dix ans, son travail de plaidoyer, mené auprès des institutions françaises et européennes, a contribué à des avancées structurantes, qui ont modifié progressivement le cadre économique et réglementaire.

Au niveau européen

- Adoption d'une directive européenne sur le droit à la réparation.
- Renforcement des exigences d'éco-conception, notamment pour les smartphones et tablettes mis sur le marché européen.

En France

- Mise en place de l'indice de réparabilité, puis de l'indice de durabilité.
- Extension progressive de ces indices à de nouvelles catégories de produits.
- Accès public aux grilles de calcul des indices, renforçant la transparence du dispositif.
- Obligation d'affichage de la disponibilité des pièces détachées au moment de l'achat.
- Instauration d'une garantie légale de trois mois sur les réparations.
- Création du bonus réparation, puis revalorisation de ses montants et amélioration de ses conditions d'accès.
- Harmonisation de la communication autour du bonus pour en améliorer la lisibilité.

Un levier économique pour inciter à produire plus durable

La mise en place d'un système d'éco-modulations fondé sur les notes obtenues aux indices de réparabilité et de durabilité crée désormais un signal économique incitatif en faveur des produits les plus durables, en modulant les contributions des producteurs selon la performance réelle de leurs équipements.

Les résistances, les batailles à venir

Le formulaire de signalement : enquêter, documenter, agir

En janvier 2025, à la suite d'une vague de dysfonctionnements affectant les smartphones Google Pixel 4A, HOP a lancé un formulaire de signalement de suspicion d'obsolescence programmée. Cet outil marque une étape structurante : il permet d'appuyer le plaidoyer sur des données consolidées issues du terrain.

Le formulaire s'adresse aux particuliers comme aux réparateurs et réparatrices bénévoles ou professionnel·les. Il poursuit trois objectifs principaux :

- **compiler** des données sur la durée de vie des produits, la disponibilité des pièces détachées et les conditions de réparation ;
- **identifier** les marques et modèles régulièrement signalés afin de cibler les enquêtes et prioriser les actions ;
- **constituer** un réseau de témoins mobilisables dans le cadre de démarches institutionnelles.

En 2025, 3 025 signalements ont été enregistrés, dont 87 % concernaient les Pixel 4A. Les données recueillies ont permis d'objectiver plusieurs obstacles à la réparation : indisponibilité des batteries, impossibilité de rétrograder le système d'exploitation, coût élevé de réparation (165 euros en moyenne), faible taux de réussite des tentatives.

Ces éléments ont conduit HOP à adresser un courrier à Google en mars 2025, puis à saisir la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) en juin, tout en publiant une analyse détaillée des signalements reçus.

Le formulaire constitue également un outil de mobilisation citoyenne et d'implication du réseau bénévole (aspect présenté plus loin, dans la partie « Mobiliser et sensibiliser les citoyen·nes »).

Le cas Pixel 4A : des milliers d'utilisateur·ices lésé·es

Le 8 janvier 2025, une mise à jour automatique des smartphones Pixel 4A a fortement dégradé les performances des batteries d'un nombre important d'appareils. À la suite de cet événement, HOP a reçu plus de **2 600 signalements** relatifs à des dysfonctionnements consécutifs à cette mise à jour.

Seuls 15 % des signalant·es ont tenté une réparation, et parmi elles et eux 8 % seulement ont réussi à la faire aboutir (soit environ 1 % du total des signalements).

Depuis, une vingtaine de signalements analogues ont été enregistrés concernant un autre smartphone Google, le Pixel 6A.

Les combats phares de 2025

L'obsolescence marketing : moteur de la surconsommation

La première moitié de l'année a été marquée par une campagne traitant de l'obsolescence marketing : l'ensemble des pratiques marketing poussant au renouvellement de produits encore fonctionnels. Afin de préciser cette notion et d'identifier des recommandations de plaidoyer, HOP a organisé cette campagne en plusieurs temps.

Un sondage IFOP pour objectiver l'impact de l'obsolescence marketing

Le sondage a été réalisé par le cabinet Occurrence du Groupe IFOP à partir de la grille de questions élaborée par HOP, sur un échantillon de 1000 répondant·es représentatif·ves de la population française. Les résultats ont été [publiés par HOP](#), certains étant mis en infographie, utilisés dans les autres phases de la campagne, ou facilitant la formulation des recommandations de l'association.

La première partie du sondage a porté sur cinq catégories d'équipements électriques et électroniques (sélectionnés en fonction du taux d'équipement des ménages) : smartphone, télévision, écouteurs ou casque, aspirateur, machine à laver.

Voici quelques chiffres clés :

- Plus de 90 % des équipements étudiés sont achetés neufs.
- Une part importante des Français·es renouvellent leurs produits alors même qu'ils sont encore parfaitement ou imparfaitement fonctionnels (64 % pour les smartphones, 48 % pour les TV, 39 % pour les aspirateurs).
- Les arguments principaux jouant dans le remplacement d'un produit fonctionnel sont : de nouvelles fonctionnalités, un prix attractif, des offres promotionnelles, l'attrait de la marque.
- Les Français·es souhaiteraient pouvoir utiliser leurs équipements deux fois plus longtemps qu'ils et elles ne le font.

La seconde partie du sondage mesure le degré d'accord avec plusieurs assertions, afin d'identifier le sentiment général vis-à-vis du marketing et de certaines mesures clés. Voici les principaux chiffres :

- 66 % déclarent se sentir surexposés·es à la publicité.
- 40 % estiment que le plaisir éprouvé à acheter est éphémère.
- 73 % pensent que la publicité devrait être encadrée par une autorité indépendante, et faire l'objet d'un contrôle avant diffusion.

Enfin, HOP a profité de l'occasion de ce sondage pour évaluer le degré de connaissance et d'utilisation du bonus réparation et des indices de réparabilité et de durabilité. HOP en tire les leçons suivantes :

- Près d'un tiers des Français·es prennent en compte les indices au moment de faire des achats.
- Une campagne de communication autour du bonus réparation ciblée sur les plus jeunes pourrait augmenter son efficacité.

2 600

signalements relatifs à des dysfonctionnements sur les smartphones Pixel 4A reçus par HOP.



seuls 15 % des signalant·es ont tenté une réparation, et parmi elles et eux 8 % seulement ont réussi à la faire aboutir.



plus de 90 % des équipements étudiés sont achetés neufs.

Sondage Occurrence-Groupe Ifop pour HOP

66 %

des répondant·es déclarent se sentir surexposé·e à la publicité.

40 %

des répondant·es estiment que le plaisir éprouvé à acheter est éphémère.

73 %

pensent que la publicité devrait être encadrée par une autorité indépendante.



Rapport « Conditionnées à surconsommer. Enquête sur l'obsolescence marketing et l'influence des stratégies commerciales ».



Article Alternatives Economiques « Et si l'on arrêtait de se faire avoir par l'obsolescence marketing ? ».



Site de l'Observatoire citoyen de la publicité (OCP).

Un rapport fruit d'un an d'enquête sur l'obsolescence marketing

Le rapport « Conditionnées à surconsommer. Enquête sur l'obsolescence marketing et l'influence des stratégies commerciales » a été publié le 25 juin 2025, jour de lancement des soldes d'été. Une partie a été traduite en anglais, afin d'accroître sa diffusion au niveau international. Il est le fruit d'une enquête d'un an, à partir d'une revue de la littérature scientifique et grise et de vingt entretiens avec des expert·es (professionnel·les et expert·es du marketing, associations de défense des consommateur·ices, chercheur·ses en sciences cognitives, en philosophie, en sociologie, en histoire des techniques). Ces travaux ont été enrichis par les chiffres issus de l'enquête effectuée par le cabinet Occurrence - Groupe IFOP pour HOP en mars 2025, ainsi que par les enseignements tirés de l'Agora citoyenne.

Dans ce rapport, HOP décrypte une quarantaine de ressorts de l'influence commerciale systémique, et formule trente recommandations pour lutter contre l'obsolescence marketing. Les trois recommandations principales étant :

- la reconnaissance dans la loi du délit d'obsolescence marketing ;
- l'amélioration de la régulation de la publicité, notamment en la dotant d'un pouvoir de sanction ;
- la mise en place par les pouvoirs publics d'une « Feuille de route du marketing durable et de la consommation responsable » en concertation avec toutes les parties prenantes afin d'aboutir à une loi-cadre.

Le 6 juin 2025, à l'occasion du colloque des dix ans du délit d'obsolescence programmée au Sénat, l'association a rassemblé des professionnel·les du secteur pour réfléchir à ces propositions.

Informé, sensibilisé, mobilisé

HOP a publié trois articles, une tribune en août 2025 dans *Alternatives économiques* et sept posts sur les réseaux sociaux (micro-trottoirs) afin d'augmenter l'écho de cette campagne et d'en vulgariser le contenu. Les enseignements tirés par HOP ont été relayés dans plusieurs médias : *Les Numériques*, *Actu-Environnement*, *Dernières Nouvelles d'Alsace*, *La Provence*, etc.

En outre, le 27 novembre, l'association a organisé un apér'HOP « Black Friday » dans la recyclerie de la Tablerie, à Paris, réunissant aux côtés de Flavie Vonderscher et Samuel Sauvage une quinzaine de participant·es autour d'une table ronde animée par Nicolas Bayart. Un moment clé pour sensibiliser aux techniques marketing et apporter des solutions concrètes pour agir.

HOP s'est associée à six autres associations pour créer l'Observatoire citoyen de la publicité (OCP), un outil de signalement participatif des contenus publicitaires abusifs. Lancée le 6 octobre 2025, cette initiative inédite vise l'implication des citoyen·nes dans le débat sur la réforme de la régulation des contenus publicitaires.

Combattre Microsoft pour lutter contre l'obsolescence logicielle

En avril 2023, Microsoft a annoncé la fin des mises à jour de sécurité gratuites de Windows 10 au 14 octobre 2025, incitant les utilisateurs et les utilisatrices à migrer vers Windows 11. À l'été 2025, en raison de la configuration matérielle minimale requise par la nouvelle version du système d'exploitation de Microsoft, plusieurs centaines de millions d'ordinateurs dans le monde, dont certains âgés de seulement cinq ans, se sont donc retrouvés en situation d'obsolescence logicielle imminente. En France, près d'un quart du parc était potentiellement concerné, touchant des particuliers, des entreprises et des structures publiques.

Dès 2024, HOP a engagé un travail d'analyse pour objectiver l'ampleur du phénomène et ses conséquences économiques, environnementales et sociales. En 2025, l'association a reçu environ 150 signalements individuels et 79 signalements de structures publiques ou privées liés à cette fin de support via un formulaire dédié publié en août. Ce travail a nourri un dialogue par courriers avec Microsoft France entre juin et septembre, aboutissant à une rencontre avec des représentant·es de la firme le 6 octobre 2025.

À l'issue de ces échanges, Microsoft a annoncé la prolongation des mises à jour gratuites de Windows 10 pour les utilisateur·ices grand public jusqu'au 13 octobre 2026, sous condition d'activation via un compte Microsoft. Cette décision constitue une avancée partiellement satisfaisante : elle arrive tard, nécessite une démarche volontaire, exclut certaines catégories de licence

et s'accompagne d'une communication que HOP juge insuffisamment claire et massive. L'enjeu demeure structurel : éviter que des décisions logicielles ne conduisent à un renouvellement contraint d'équipements encore fonctionnels.

En parallèle, HOP a saisi le Jury de Déontologie Publicitaire (JDP) en septembre 2025 à propos des communications de Microsoft sur le passage à Windows 11. Le 17 décembre 2025, le JDP a estimé la plainte fondée, considérant notamment que les communications pouvaient inciter à la mise au rebut d'un produit encore fonctionnel et manquaient de clarté quant à leur caractère publicitaire.

Cette séquence a également donné lieu à une mobilisation citoyenne inédite et à la constitution d'une coalition de 21 organisations (présentée plus loin, dans la partie « Mobiliser et sensibiliser les citoyen·nes »).

Un travail de fond sur les indices

Les indices de réparabilité représentent un levier majeur pour la durabilité des produits et donc un enjeu cardinal dans le champ des actions de HOP. Après la participation aux premiers travaux sur les indices dès 2022, l'association a cette année pris part aux [groupes de travail relatifs aux nouveaux indices](#). En effet, 2025 a marqué un nouveau tournant avec l'introduction de l'indice de durabilité pour les téléviseurs et lave-linge mais également pour la réparabilité avec l'annonce de l'extension de l'indice à douze nouveaux produits dans les années à venir. La première vague s'est concentrée sur les vélos à assistance électrique (VAE), les appareils de coiffure soufflants, les enceintes audio et les robots culinaires. HOP a pu participer en tant que membre actif aux groupes de travail sur les VAE et enceintes audio, et était copilote du groupe de travail sur les appareils de coiffure soufflants.

Dans ce cadre, l'équipe plaidoyer s'est une nouvelle fois engagée en faveur de la protection des consommateur·ices et de l'environnement en proposant des critères ambitieux et s'assurant de la fiabilité des indices à venir. Durant ces mois d'élaboration, HOP a participé à dix-sept réunions tous produits confondus et rédigé un total de huit notes de positions, ensuite défendues oralement lors des réunions entre parties prenantes. Pour développer notre compréhension des produits, nous avons réalisé un ensemble

d'entretiens avec les réparateur·ices indépendant·es et l'équipe a également travaillé avec un repair café pour mettre en place des ateliers de démontage et nourrir des argumentaires étayés.

Les groupes de travail vont se poursuivre en 2026, consacrés à un [second groupe de produits](#).

En 2025, HOP a ainsi :

- travaillé sur le futur indice de 3 produits ;
- copiloté 1 groupe de travail ;
- participé à 17 réunions d'élaboration des indices ;
- rédigé 8 notes de position.

L'engagement continue !

Suivi du bonus réparation : un levier utile mais encore sous-utilisé

Depuis son lancement, **3 470 163 réparations** ont été réalisées dans le cadre du bonus réparation. Ce chiffre confirme l'intérêt du dispositif et son potentiel pour prolonger la durée de vie des équipements électriques et électroniques.

Les études disponibles soulignent son impact positif : selon ecosystem, 52 % des bénéficiaires estiment que le bonus a influencé leur décision de réparer. Le niveau de satisfaction est élevé (note moyenne de 4,7/5) et 79 % des utilisateur·ices déclarent recommander le dispositif.

Un dispositif encore insuffisamment connu

Malgré ces résultats encourageants, le bonus réparation reste encore sous-utilisé. Selon l'Ademe, 55 % des Français·es ne connaissent pas le dispositif, et seuls 5 % déclarent l'avoir déjà utilisé. Par ailleurs, le nombre de réparateurs labellisés demeure insuffisant au regard des besoins, ce qui limite l'accès effectif au dispositif sur certains territoires.

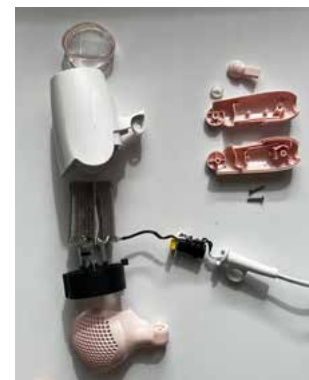
HOP a régulièrement alerté sur ces limites, notamment lors d'échanges au sein du Conseil national de l'économie circulaire (CNEC) et par un courrier adressé au cabinet du ministère de la Transition écologique, en appelant à un renforcement des moyens de communication et à une meilleure structuration du réseau de réparateurs.

NON À LA TAXE WINDOWS

Logo de la campagne « Non à la "taxe Windows" ! ».



Campagne video réseaux sociaux « Non à la "taxe Windows" ! ».



Travail de HOP sur l'indice de réparabilité de trois produits.



Depuis le lancement du bonus réparation, 3 470 163 réparations ont été réalisées dans ce cadre

52 %

des bénéficiaires estiment que le bonus a influencé leur décision de réparer

55 %

des Français·es ne connaissent pas le bonus réparation selon l'Ademe



Seuls 5% des Français·es déclarent avoir déjà utilisé le bonus réparation



Grâce aux JNR, 41 % des participant·es ont découvert au moins un dispositif

54 %

nouveaux membres ont déjà rejoint le réseau de l'Alliance internationale de la durabilité

Informer, harmoniser, diffuser

Pour améliorer l'appropriation du dispositif, HOP a poursuivi la mise à jour du site bonusreparation.org, afin de centraliser une information claire et harmonisée, intégrant l'annuaire inter-filière tenu par l'Ademe.

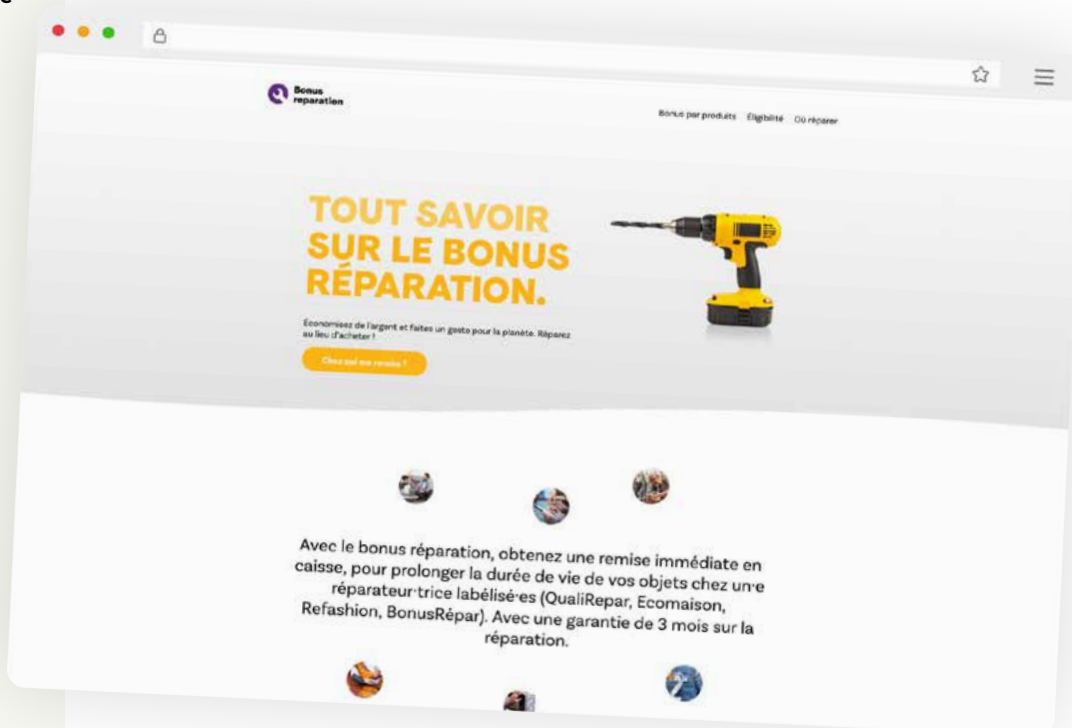
Lors des Journées Nationales de la Réparation, l'association a également contribué à faire connaître les outils de soutien existants : **41 % des participant·es** ont découvert au moins un dispositif à cette occasion, dont **28 % le bonus réparation**.

Par ses interventions médiatiques et ses prises de parole publiques, HOP continue de promouvoir le [bonus réparation](#) comme un outil structurant de la politique de durabilité, tout en plaidant pour son renforcement.

Influencer à l'échelle internationale

Essaimer les victoires aux niveaux européen et international

L'essaimage international du travail réalisé par l'association HOP s'est poursuivi en 2025. Cette année encore, HOP a participé au plaidoyer européen dans le cadre de la coalition [Right to repair Europe](#) dont elle est membre du directoire. Ce plaidoyer actif a permis de contribuer à cinq consultations européennes sur des sujets très divers (normalisation, économie circulaire, recyclage...). Nous avons aussi pris part à deux Ecodesign Forum à Bruxelles, où nous représentons les intérêts des consommateur·ices tout au long du parcours du règlement européen en lien avec l'écoconception des produits. Nous avons aussi voyagé dans quatre pays d'Europe pour participer à divers événements : conférences, événements de partenaires ou encore formations de la Commission européenne. Cette présence régulière dans les espaces de débat et de décision contribue à renforcer la place de HOP comme acteur reconnu des politiques de réparabilité et de durabilité des produits.



Lancement de l'Alliance internationale pour la durabilité

En 2025, HOP a été à l'origine de la création de l'Alliance internationale de la durabilité (International Alliance on Durability), afin de structurer et d'amplifier le volet international de son action.

Cette initiative vise à faire opérer un passage d'échelle aux travaux menés depuis dix ans sur la durée de vie des produits, en créant un espace de coopération entre associations, chercheur·ses, entreprises engagées et expert·es du monde entier. L'objectif est double : renforcer la production et la centralisation des connaissances sur la durabilité, et peser plus efficacement dans les débats normatifs internationaux.

Le site internet de l'Alliance a été officiellement lancé en juillet 2025, à l'occasion d'une conférence internationale de recherche consacrée à la durée de vie des produits. Depuis son lancement, **54 membres** ont rejoint le réseau.

La première réunion internationale s'est tenue en novembre 2025 et a rassemblé des acteurs et actrices issues de plusieurs continents - de la Belgique à l'Australie en passant par l'Inde -, confirmant la portée globale de cette initiative.

L'Alliance réunit aujourd'hui des membres divers (associations, entreprises engagées, consommateur·ices, chercheur·ses) provenant de différents continents. Elle a pour vocation de structurer un réseau d'acteurs engagés, de stimuler la réflexion autour de la durabilité des produits et de contribuer à la centralisation et à la production de données sur le sujet.

Dès son lancement, le projet s'est déployé à l'échelle internationale. Les cofondateurs - HOP, l'université d'Aalborg (Danemark) et le Repair Café Danmark - se sont réunis mensuellement à partir de mai 2025 afin de construire les bases d'une alliance pérenne et opérationnelle.



Laetitia Vasseur, déléguée générale de HOP, à une conférence internationale de recherche consacrée à la durée de vie des produits au Danemark.



www.durabilityalliance.org





Mobiliser et sensibiliser les citoyen·nes

18

Les temps forts
de rencontre avec
la communauté

20

Nos actions
de mobilisation

22

Informier,
sensibiliser et
rayonner auprès
du grand public



Journées Nationales de la Réparation à Paris.



Journées Nationales de la Réparation à Rouen.



Journées Nationales de la Réparation à Bègles.

Les temps forts de rencontre avec la communauté

Journées Nationales de la Réparation 2025 : un rendez-vous national pour passer à l'action

En 2025, HOP a assuré l'organisation de la 3^e édition des Journées Nationales de la Réparation (JNR), en partenariat avec la Make.org Foundation, afin de promouvoir la réparation et en faire une habitude écocitoyenne chez les Français·es. En écho à l'International Repair Day, les JNR se sont déroulées du 16 au 19 octobre 2025 sur l'ensemble du territoire, confirmant leur statut de rendez-vous national structurant. Cette édition a atteint un nouveau record en termes de mobilisation citoyenne, avec 1 504 événements et 49 000 participant·es, soit une progression de 22,5 % par rapport à 2024.

La programmation a largement privilégié le passage à l'action, avec 50 % des événements consacrés à des ateliers de réparation. À Paris, au Ground Control, un festival grand public a rassemblé 1100 citoyen·nes autour de 25 stands et animations dans le Village de la réparation, suivi d'un concert festif. Dans la continuité de la campagne sur l'obsolescence logicielle et la fin des mises à jour de Windows 10, HOP a saisi l'occasion pour mettre en avant des acteurs du logiciel libre : 15 ateliers d'aide à la transition vers les logiciels libres (*install parties*) ont permis aux participant·es de prendre le contrôle de leurs usages numériques.

Les JNR ont également joué un rôle clé dans la mise en valeur des acteurs locaux de la réparation. La mobilisation a rassemblé un large éventail d'acteurs : associations, repair cafés, artisan·es et réparateur·ices indépendant·es, collectivités territoriales, entreprises, acteurs de l'économie sociale et solidaire, établissements de formation... 66 % des participant·es ont découvert au moins une structure réparatrice de leur territoire à l'occasion des JNR, et 22 % en ont découvert plusieurs.

Afin d'évaluer les effets des JNR sur les comportements et les capacités d'action des citoyen·nes, une étude d'impact a été conduite en partenariat avec le cabinet Kimso, spécialisé dans l'éva-

luation de l'impact social. Les résultats mettent en évidence un impact significatif sur les intentions et les connaissances des participant·es : 89 % expriment l'intention de faire réparer leurs objets à l'issue de l'événement, 81 % déclarent avoir acquis de nouvelles connaissances sur les techniques de réparation, et 80 % ont pris conscience que la réparation est moins coûteuse qu'ils ne l'imaginaient.

Les JNR ont aussi contribué à la connaissance de l'existence du bonus réparation et des indices. Selon l'étude d'impact, 41 % des participant·es ont découvert au moins un outil à l'occasion de l'événement, dont le bonus réparation (28 %), l'indice de durabilité (29 %) et l'indice de réparabilité (23 %). Ces résultats démontrent la capacité des JNR à atteindre efficacement les publics jusque-là non sensibilisés et à élargir la connaissance des outils existants.

HOP sur le terrain : rencontres, interventions et sensibilisation

En 2025, HOP a poursuivi son action de plaidoyer et de sensibilisation auprès de publics variés, en intervenant lors de 33 événements et touchant plus de 2 800 personnes. L'association a été présente tant auprès du grand public que de professionnel·les, étudiant·es et chercheur·ses, en France (dans plus d'une dizaine de villes, dont Paris, Nantes, Lyon, Bordeaux, Grenoble, Rouen, Angers) et à l'international (notamment à Londres et au Danemark).

Les interventions ont pris des formes variées : stands et animations ludiques, conférences et tables rondes, webinaires, exposition *Inusable*, formations, interventions dans des écoles ou universités. Parmi les événements majeurs : le salon Primevère à Lyon, le festival DeuxMains à Nantes, le Printemps de la Réparation et l'Éco-Village à Paris, ainsi que des rendez-vous professionnels tels que le FixFest, la conférence Product Lifetimes And The Environment (PLATE) et les Matinales de la DGCCRF.

Ces interventions ont permis de sensibiliser collectivement aux enjeux de l'obsolescence, de la durabilité et de la réparation, tout en renforçant la visibilité et l'influence de HOP à l'échelle nationale et internationale.

89 %

des participant·es expriment l'intention de faire réparer leurs objets à l'issue des JNR.

33

événements touchant plus de 2 800 personnes lors des actions de plaidoyer et de sensibilisation.

Apér'HOP : des moments conviviaux pour penser et agir face à l'obsolescence programmée

En 2025, HOP a organisé deux Apér'HOP, des rencontres conviviales mêlant sensibilisation et réflexion collective pour encourager des pratiques plus responsables.

Le 14 mai, l'Apér'HOP « Windows 10, bientôt hors jeu ? » a permis d'échanger autour de la décision de Microsoft de mettre fin aux mises à jour gratuites de Windows 10 à partir du 14 octobre 2025, pouvant entraîner la mise au rebut de jusqu'à 400 millions d'ordinateurs. Les participant·es ont questionné collectivement les impacts de cette obsolescence logicielle et réfléchi à des solutions pour prolonger la durée de vie des équipements numériques.

Le 27 novembre, la veille du Black Friday, HOP a proposé un moment convivial pour discuter de la surconsommation. Animée par Nicolas Bayart, responsable administratif, financier et fundraising de l'association, la rencontre a permis aux participant·es d'échanger avec Samuel Sauvage, cofondateur de HOP et auteur de *Surconsommation, on arrête tout et on réfléchit!*, ainsi qu'avec Flavie Vonderscher, responsable plaidoyer, sur les mécanismes de la surconsommation et les moyens d'imaginer des alternatives concrètes.

Agora citoyenne sur l'obsolescence marketing : un plaidoyer construit avec les citoyen·nes

En lien avec la publication de son rapport sur l'obsolescence marketing, HOP a organisé les 28 et 29 mars 2025 une agora citoyenne dédiée à cette thématique, conçue comme un véritable outil de plaidoyer participatif. L'objectif : créer un espace de dialogue et de coconstruction permettant aux citoyen·nes de s'approprier les enjeux du marketing et de contribuer directement à l'élaboration de propositions de régulation.

33 participant·es, sélectionné·es pour refléter la diversité de la société française (parité de genre, âges, origines géographiques), ont travaillé collectivement à l'identification de leviers d'action concrets pour encadrer les pratiques marketing incitant au renou-



Apér'HOP novembre sur la surconsommation.



Apér'HOP mai.



Stand HOP au festival Fluctuations.



Salon Change Now.



Agora citoyenne sur l'obsolescence marketing en mars.



Agora citoyenne à Paris en mars.



Colloque 10 ans de HOP au Sénat.



Colloque de lancement des Journées nationales de la réparation en octobre.



Pétition « Non à la "taxe Windows" ! » sur le site de HOP.

vement prématuré des produits. Ils et elles ont bénéficié de la présence de dix expert·es, issu·es du monde académique, du secteur du marketing, de l'économie sociale et solidaire ou d'associations engagées pour les consommateur·ices. Les échanges se sont structurés autour des « 4P » du marketing : Produit, Prix, Promotion et Place (distribution), afin de formuler des recommandations en faveur d'un marketing plus durable et moins incitatif à la surconsommation.

Les dix propositions issues de cette agora ont directement nourri le rapport *Conditionné·es à surconsommer* et renforcent le plaidoyer de HOP auprès des décideur·ses publics. Cette démarche illustre la volonté de l'association de faire des citoyen·nes des acteur·ices à part entière de la transformation des politiques publiques, en leur donnant les moyens de comprendre, débattre et agir face aux mécanismes qui alimentent le gaspillage des ressources.

Les colloques : faire dialoguer expertise, action publique et société civile

En 2025, HOP a organisé deux colloques ouverts au public, dédiés à la lutte contre l'obsolescence et au développement de la réparation, afin d'amplifier son travail d'expertise, de plaidoyer et de mobilisation citoyenne.

À l'occasion des dix ans du délit d'obsolescence programmée, le premier de ces deux colloques a été programmé le 6 juin au Sénat. Ouverte aux citoyen·nes, réunissant responsables politiques, administrations, expert·es, chercheur·es et acteurs économiques, la journée, introduite par la sénatrice Ghislaine Senée et Laetitia Vasseur, cofondatrice et déléguée générale de HOP, aux côtés d'Agnès Pannier-Runacher, ministre de la Transition écologique, a permis de revenir sur les avancées législatives en France et en Europe, tout en mettant en lumière les limites persistantes de l'application du délit. Tables rondes et ateliers collaboratifs ont abouti à la coconstruction de pistes d'action concrètes pour renforcer la réparabilité, prévenir l'obsolescence logicielle et mettre le marketing au service d'une économie circulaire plus juste et durable.

Autre temps fort de l'année, le colloque institutionnel des Journées Nationales de la Réparation, organisé à l'Académie du Climat, a rassemblé 150 participant·es autour des enjeux de développement des métiers de la réparation. Ce rendez-vous a permis de croiser expertises, retours

d'expérience et initiatives de terrain, et d'identifier les conditions nécessaires au changement d'échelle de la réparation : structuration de la filière et de la formation, ancrage territorial et intégration de la réparabilité dès la conception des produits. Deux tables rondes et un temps de mise en réseau ont favorisé les échanges entre acteurs publics, privés, associatifs et citoyen·nes.

À travers ces colloques, HOP renforce la capacité des citoyen·nes à comprendre les mécanismes de l'obsolescence et à s'engager collectivement pour faire de la réparation un pilier de la transition écologique et sociale.

Nos actions de mobilisation

« Non à la "taxe Windows" ! » : la plus grande campagne de mobilisation de l'histoire de HOP

Face au risque de mise au rebut de centaines de millions d'ordinateurs, HOP a mobilisé 21 organisations pour créer la coalition « Non à la "taxe Windows" ! », rassemblant des acteurs du numérique responsable, de l'économie circulaire, de l'ESS, de la consommation et de l'environnement. L'objectif : faire émerger un rapport de force public et médiatique, et obtenir le maintien de mises à jour de sécurité accessibles et sans contrepartie, afin d'éviter un renouvellement massif d'ordinateurs encore fonctionnels.

La coalition a lancé une pétition le 16 septembre 2025, qui a franchi le cap des 50 000 signatures en moins d'un mois. Le 26 septembre, une lettre ouverte publiée dans *Libération* a appelé Microsoft à revoir sa position. Début octobre, la campagne s'est incarnée dans une action symbolique : des membres de la coalition se sont retrouvés au pied des bureaux de Microsoft France pour remettre un « chèque » géant à la multinationale, dénonçant le coût social, économique et environnemental de l'obsolescence logicielle. Plusieurs médias étaient présents, contribuant à installer durablement le sujet dans le débat public.

Tout au long de la campagne, HOP a produit des contenus pédagogiques et recueilli des témoignages d'usager·es, d'expert·es et de structures publiques afin de rendre accessible un sujet technique et d'éclairer ses impacts concrets. Les contenus liés à la campagne ont cumulé près de 340 000 vues sur les réseaux sociaux.



En fin d'année, la coalition a élargi le débat aux alternatives : le 4 décembre 2025, une tribune publiée sur *Bon Pote* (« Non à la taxe Windows : passons au Libre ! ») a appelé administrations et particuliers à considérer sérieusement les systèmes d'exploitation libres, en mettant en avant leurs bénéfices en matière de durabilité et de souveraineté. HOP souhaite désormais pérenniser cette coalition et structurer une stratégie coordonnée de plaidoyer sur l'obsolescence logicielle.

Sensibiliser le grand public à l'impact de l'obsolescence logicielle et aux alternatives

En amont de la mobilisation, HOP a organisé un Apér'HOP le 14 mai 2025 réunissant 40 participant·es autour de cinq expert·es. Cet événement a permis de poser les bases de la campagne et de structurer les arguments.

Pendant la mobilisation, l'association a publié des articles d'analyse, plusieurs communiqués de presse et des formulaires de témoignage, notamment pour documenter le coût pour les collectivités. Treize entretiens approfondis avec des utilisateur·ices, des expert·es en cybersécurité et des collectivités ont permis de produire des vidéos capsules et des contenus de vulgarisation.

Au-delà des chiffres, la campagne a rendu possible l'émergence dans le débat public d'une question jusqu'ici marginale : celle de l'obsolescence logicielle comme facteur indirect de renouvellement matériel. Elle a contribué à sensibiliser un large public à l'importance des mises à jour de sécurité et à l'existence d'alternatives crédibles.

Le formulaire de signalement de produits défectueux ou de pratiques d'obsolescence

Au-delà de sa dimension d'enquête, le formulaire de signalement lancé en janvier 2025 est devenu un outil structurant d'implication citoyenne. Il permet à chacun·e de transformer une expérience individuelle (panne, impossibilité de réparer, mise à jour problématique) en contribution utile à l'action collective.

En 2025, 3 025 personnes ont pris le temps de partager leur situation. 82 % ont accepté d'être recontactées, contribuant à la constitution d'un réseau actif de témoins et d'expert·es d'usage. En fin d'année, huit rendez-vous ont été organisés avec des réparateur·ices professionnel·les et bénévoles ayant effectué des signalements, afin de renforcer le maillage territorial et la capacité d'expertise collective.

Des enquêtes de terrain pour garantir l'affichage des indices

En 2025, HOP a lancé un travail d'enquêtes de terrain sur l'affichage effectif des indices, en ligne et en boutiques physiques, impliquant directement des bénévoles. Cette démarche a permis de transformer l'information en action concrète : chaque participant·e contribue à renforcer l'effectivité du dispositif et à garantir une information complète pour les consommateur·ices. Les notes d'analyse produites à partir de ces enquêtes nourriront les réflexions des pouvoirs publics et permettront d'ancrer durablement ce projet. Le travail se poursuit en 2026, avec pour objectif d'amplifier ces actions et d'impliquer encore davantage la communauté HOP.

Action de la coalition « Non à la "taxe Windows" ! » menée par HOP devant le siège de Microsoft France





L'ensemble des plateformes enregistre une progression globale de 14 % du nombre d'abonné·es sur l'année

+ 25 %

La progression est particulièrement marquée sur LinkedIn, avec 2 335 abonné·es supplémentaires

+ 65 %

Instagram connaît une dynamique encore plus forte, avec 1 771 nouveaux abonné·es

1 000

abonné·es en un an sur le compte Bluesky, lancé fin 2024



La newsletter de HOP a poursuivi sa dynamique en 2025 et elle affiche un taux d'ouverture moyen de 34 %

31%

d'augmentation de la fréquentation du site bonusreparation.org

Informer, sensibiliser et rayonner auprès du grand public

Une visibilité accrue sur les réseaux sociaux

En 2025, la présence de HOP sur les réseaux sociaux s'est renforcée de manière significative. L'ensemble des plateformes enregistre une progression globale de 14 % du nombre d'abonné·es sur l'année, confirmant l'intérêt croissant pour les enjeux de durabilité et de réparation.

L'arrivée d'une community manager senior fin 2024 a permis de structurer la stratégie éditoriale et d'investir davantage les formats vidéo, devenus centraux dans les usages numériques. Près d'une quarantaine de vidéos ont été produites au cours de l'année : témoignages de particuliers et d'expert·es, décryptages pédagogiques, quiz ou micro-trottoirs. Elles ont notamment accompagné les temps forts de l'année, comme la campagne « Non à la "taxe Windows" ! », les dix ans de l'association ou les évolutions législatives en matière de durabilité.

La progression est particulièrement marquée sur LinkedIn, avec 2 335 abonné·es supplémentaires (+ 25 %), portant la communauté à 11 720 personnes. Instagram connaît une dynamique encore plus forte, avec 1 771 nouveaux abonné·es (+ 65 %). À l'occasion de ses dix ans et de la campagne Microsoft, HOP a expérimenté pour la première fois un partenariat d'influence, en collaborant avec la danseuse militante MC danse pour le climat, afin de toucher de nouveaux publics.

Le compte Bluesky, lancé fin 2024, a dépassé les 1 000 abonné·es en un an. Sur Facebook, si le nombre d'abonné·es est en légère baisse (- 0,36 %), l'engagement progresse nettement, avec + 37 % d'impressions et + 38 % d'interactions, signe d'une communauté plus active et attentive.

Sites internet : un bilan globalement positif

Refondu fin 2024, le site de HOP a été repensé pour le grand public, avec un objectif clair : rendre les enjeux de durabilité accessibles et proposer des outils concrets pour agir. Il met désormais

à disposition des ressources variées, gratuites ou payantes (affiches, jeux pédagogiques, quiz, ouvrages, location d'une exposition, conférences), afin d'accompagner la sensibilisation et le passage à l'action.

En janvier 2025, le lancement du formulaire de signalement des suspicions d'obsolescence programmée a marqué un tournant. Plus de 3 000 signalements ont été enregistrés en un an, confirmant l'intérêt des citoyen·nes pour cet outil participatif.

Au total, 55 articles ont été publiés en 2025 pour décrypter l'actualité, expliquer les actions de l'association, produire de la pédagogie et relayer les temps forts.

Portée par la campagne « Non à la "taxe Windows" ! », l'audience du site a connu une progression exceptionnelle, avec 216 000 visites en 2025 – soit près de quatre fois plus qu'en 2024. Cette hausse témoigne de la capacité de HOP à transformer une mobilisation en visibilité durable.

Le site bonusreparation.org, dédié à l'information sur le bonus réparation, a poursuivi sa croissance avec une augmentation de 31 % de sa fréquentation, atteignant près de 26 000 visites annuelles. L'intégration de la carte « Longue vie aux objets » de l'Ademe a renforcé la lisibilité et l'efficacité du parcours utilisateur.

Le site Produits Durables a, quant à lui, connu une baisse de fréquentation. Un nouveau plan de partenariat est prévu en 2026 afin d'en améliorer la visibilité et la complémentarité avec les autres plateformes de HOP.

L'enjeu pour 2026 sera de renforcer l'articulation entre les différents sites de l'écosystème HOP, afin d'offrir une navigation plus fluide et une visibilité accrue à l'ensemble des ressources.

Une newsletter en forte progression

Après sa refonte en 2024, la newsletter de HOP a poursuivi sa dynamique en 2025. Elle affiche un taux d'ouverture moyen de 34 %, confirmant l'intérêt et la fidélité de son lectorat.

La campagne « Non à la "taxe Windows" ! » a contribué à élargir significativement la base d'abonné·es : plus de 2 000 nouvelles inscriptions ont été enregistrées au cours de l'année.

Parmi les contenus les plus consultés figurent les actualités liées à la campagne Windows, mais aussi les coulisses de l'élaboration des indices de réparabilité et de durabilité. Ces résultats montrent l'intérêt du public à la fois pour les campagnes de mobilisation et pour le travail de fond mené par l'association.

Une présence médiatique régulière

En 2025, HOP a bénéficié d'une visibilité médiatique soutenue, à la fois sur ses travaux de fond et sur ses campagnes de mobilisation.

Le lancement des indices de durabilité pour les téléviseurs puis les lave-linge, en janvier et en avril, a donné lieu à une dépêche AFP citant HOP, reprise par de nombreux médias locaux et nationaux. L'association est intervenue à cette occasion dans les journaux télévisés de France 2 et de TF1, ainsi que dans la matinale de France Inter (journal de 8 h), confirmant sa place d'interlocuteur de référence sur ces sujets.

Le lancement du formulaire de signalement, fin janvier, a connu un écho important à la suite des dysfonctionnements signalés sur les smartphones Google Pixel 4A. Un article publié par *Les Numériques* a contribué à amplifier la mobilisation, reprise ensuite par plusieurs médias spécialisés. Plus de 2600 signalements ont été enregistrés sur cette seule problématique.

L'année a également été marquée par les dix ans du délit d'obsolescence programmée et de l'association, relayés notamment sur France Inter, RFI et France Culture.

La campagne « Non à la "taxe Windows" ! » a généré une forte couverture médiatique, avec des reprises en presse écrite, radio, télévision et web, dans des médias généralistes et spécialisés (*Le Monde*, *Le Parisien*, *BFM*, *Libération*, *RTL*, *France Info*), ainsi qu'une une de *L'Humanité*. Cette séquence a contribué à installer la question de l'obsolescence logicielle dans le débat public.

Flavie Vonderscher, responsable plaidoyer, est intervenue à deux reprises dans le média états-unien *Courthouse News* à propos de la marque Shein, illustrant l'élargissement de l'audience des travaux de HOP à l'échelle internationale.

Enfin, Laetitia Vasseur a signé deux chroniques dans *Alternatives économiques* :

- « Le droit à la réparation européen, de la théorie à la pratique » (décembre) ;
- « Et si l'on arrêta de se faire avoir par l'obsolescence marketing ? » (août).

Ces prises de parole régulières renforcent la capacité de HOP à structurer le débat public et à diffuser une expertise indépendante sur les enjeux de durabilité.

Tribunes : affirmer publiquement des positions collectives

En 2025, HOP a été à l'initiative de trois tribunes majeures, traduisant sa capacité à fédérer des acteurs et à porter des positions communes fortes sur des enjeux techniques dans le débat public.

Le 20 août, à l'occasion des dix ans du délit d'obsolescence programmée, une tribune cosignée par Laetitia Vasseur et les parlementaires Ghislaine Senée, Stéphane Delautrette et Jacques Fernique a été publiée. Le texte dénonce la non-application effective de la loi et appelle à un renforcement des contrôles et des moyens d'action.

En septembre, dans le cadre de la coalition « Non à la "taxe Windows" ! », HOP a copublié avec 21 organisations une tribune dans la version papier et web de *Libération*, appelant Microsoft à revenir sur sa décision d'arrêter les mises à jour de Windows 10.

Enfin, en décembre, HOP a pris la tête d'un collectif de 20 organisations pour publier sur le média en ligne *Bon Pote* une tribune appelant à accélérer la transition vers les logiciels libres, en soulignant leurs bénéfices en matière de durabilité et de souveraineté numérique.

Prises de parole extérieures : diffuser l'expertise de HOP

En 2025, HOP a poursuivi son travail d'influence à travers de nombreuses interventions extérieures, en France et en Europe, auprès de publics variés : universitaires, professionnel·les, institutions, entreprises et grand public.



Une équipe de tournage qui filme dans les bureaux de HOP.



Article du Monde sur Windows 10.



Une de L'Humanité.



Papier de France culture.



Aalborg Universitet,
Danemark



Porter le plaidoyer à l'échelle européenne

En juillet, Laetitia Vasseur, déléguée générale, et Lily Manrique, chargée de plaidoyer européen et international, sont intervenues lors de la conférence scientifique PLATE à l'université d'Aalborg (Danemark). Devant un public d'universitaires européennes, elles ont présenté les analyses et recommandations de HOP sur l'allongement de la durée de vie des produits.

Lily Manrique est également intervenue au FixFest 2025 organisé à Londres par The Restart Project, rendez-vous international majeur des acteurs du droit à la réparation.

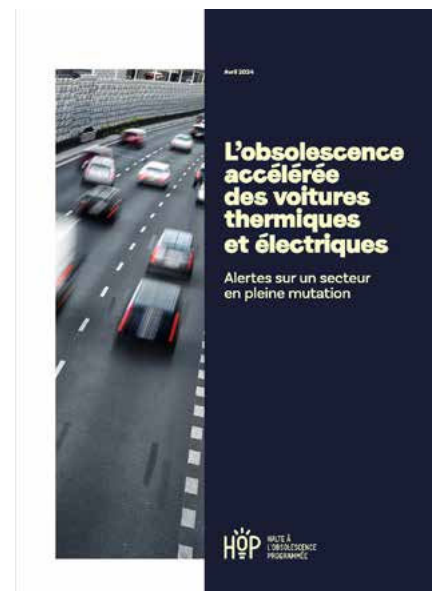
HOP a par ailleurs participé aux Obso- Days à Nevers, dans le cadre du projet européen E6 piloté par Nièvre Numérique, afin d'échanger sur les liens entre monde industriel et plaidoyer en faveur du réemploi.

Dialoguer avec les acteurs institutionnels et professionnels

En novembre, Laetitia Vasseur est intervenue lors d'une des Matinales de la DGCCRF, consacrée aux promotions commerciales et à l'exploitation des biais cognitifs. Elle y a présenté les conclusions du rapport de HOP sur l'obsolescence marketing et défendu des pistes d'encadrement réglementaire.

Elle a également participé à la Journée technique de l'association Sécurité et Réparation Automobiles (SRA), réunissant près de 200 professionnels du secteur automobile, afin d'apporter l'éclairage de HOP sur les conditions nécessaires à une réparation réellement durable.

Flavie Vonderscher, responsable plaidoyer, est intervenue à Rouen dans le cadre de la Semaine européenne de réduction des déchets (SERD), organisée avec l'Ademe, et lors d'une table ronde nationale réunissant les directeurs et franchisés d'Easy Cash, pour analyser les dynamiques de l'obsolescence marketing et de la consommation de seconde main.



Rapport « L'obsolescence accélérée des voitures thermiques et électriques ».

Des outils de sensibilisation pour comprendre les enjeux, connaître ses droits et agir

En 2025, HOP a poursuivi et renforcé ses actions de sensibilisation afin de rendre les enjeux de durabilité et de réparation accessibles au plus grand nombre. L'association a produit et diffusé des contenus pédagogiques expliquant le fonctionnement des dispositifs existants, les indices de réparabilité et de durabilité (leurs objectifs, leurs limites et leurs évolutions) ainsi que les bonnes pratiques de consommation et de réparation.

Ces ressources ont été publiées sur les sites de HOP et de Produits Durables, puis relayées via les newsletters et les réseaux sociaux afin de toucher un public large et diversifié.

Le site [bonusreparation.org](https://www.bonusreparation.org) a été régulièrement mis à jour pour centraliser l'information et faciliter le passage à l'action. L'intégration de la cartographie « Longue vie aux objets » de l'Ademe permet désormais d'identifier facilement un·e réparateur·ice près de chez soi, rendant le dispositif plus concret et opérationnel.

Les actions de promotion des indices en 2025 ont permis de toucher environ 4 800 personnes via les pages et articles dédiés, de générer plus de 8 800 vues pour les vidéos pédagogiques associées, et près de 30 000 ouvertures de newsletters comportant des informations relatives aux dispositifs de durabilité.

Ces résultats confirment la capacité de HOP à transformer des sujets techniques en outils d'appropriation citoyenne, et à poser les bases d'une mobilisation durable et structurée pour les années à venir.

Une distinction qui salue l'engagement de HOP

En octobre 2025, Laetitia Vasseur a reçu le **prix des Mariannes du climat**, décerné par SHE Changes Climate France. Cette distinction vient reconnaître l'engagement de l'association et son rôle structurant dans la promotion de la durabilité et du droit à la réparation.



Laetitia Vasseur, déléguée générale de HOP, reçoit le prix des Mariannes du climat © Mary-Lou Mauricio.

200

professionnel·les du secteur automobile réunies afin d'apporter l'éclairage de HOP sur les conditions nécessaires à une réparation réellement durable.

4 800

personnes touchées via les pages et articles dédiés aux indices de durabilité et de réparabilité.

8 800

vues générées pour les vidéos pédagogiques associées aux indices de durabilité et de réparabilité.

30 000

ouvertures de newsletters comportant des informations relatives aux dispositifs de durabilité.



L'intégration de la cartographie « Longue vie aux objets » de l'Ademe permet désormais d'identifier facilement un·e réparateur·ice près de chez soi.





Faire grandir HOP : équipe, gouvernance, modèle économique

28

Une gouvernance qui se
consolide et évolue

28

Une équipe en pleine
croissance

28

Un réseau de bénévoles
qui se structure

28

Un modèle économique
diversifié et résilient

32

Durabilité Programmée,
la filiale de HOP dédiée
à la durabilité



Apér'HOP novembre sur la surconsommation.



Visite centre de tric Bègles.



Action Stop Fast Fashion 14 mars.



Séminaire d'équipe en février à la maison Revée à Bègles.

Une gouvernance qui se consolide et évolue

En 2025, la gouvernance de HOP s'est appuyée sur un fonctionnement régulier et structuré du conseil d'administration et de l'assemblée générale. L'assemblée générale ordinaire du 10 juin 2025 a approuvé à l'unanimité le rapport d'activité et les comptes 2024, certifiés par le commissaire aux comptes, et a validé l'affectation de l'excédent en réserve. Elle a également procédé à l'élection du conseil d'administration. Au cours de l'année, ce dernier s'est réuni à plusieurs reprises pour assurer le suivi stratégique, financier et organisationnel de l'association. Les administrateur·ices ont notamment :

- validé la clôture comptable 2024 et le prévisionnel 2025 ;
- débattu et accompagné la feuille de route 2025 (indices, obsolescence marketing, obsolescence logicielle, dix ans de HOP, développement international) ;
- suivi les principaux chantiers structurants : campagne « Non à la "taxe Windows" ! », organisation des Journées Nationales de la Réparation, stratégie du Club de la durabilité, étude d'impact et développement des partenariats.

Le 22 juillet 2025, le conseil d'administration a renouvelé son bureau, avec l'élection d'Antoine Pesesse en tant que président, Françoise d'Estais en tant que trésorière et Cécile Desaunay en tant que secrétaire.

Dans un contexte de croissance de l'activité et de montée en puissance des campagnes, cette gouvernance a permis d'assurer à la fois la stabilité institutionnelle de l'association et l'accompagnement stratégique de ses évolutions. Cette structuration garantit une séparation claire entre stratégie associative, activités économiques et plaidoyer d'intérêt général.

Une équipe en pleine croissance

En 2025, HOP a poursuivi ses efforts de structuration et de développement de la vie associative, afin de renforcer la solidité de son organisation et sa capacité à porter des actions d'intérêt général dans la durée. Dans ce cadre, une responsable du pôle mobilisation a été recrutée dans le but de donner plus d'ampleur à la stratégie de mobilisation du grand public, des adhérent·es et des parties prenantes, et de développer le financement propre de l'association. Cela participe grandement à l'accroissement de la capacité d'action et à la pérennisation de HOP.



Séminaire d'équipe en septembre.

Un réseau de bénévoles qui se structure

En 2025, notre réseau de bénévoles a continué de se développer et de s'organiser. Chaque mois, nous avons accueilli de nouvelles personnes motivées, ce qui porte aujourd'hui notre communauté à une trentaine de bénévoles active, et davantage sur notre liste de diffusion. Une dizaine de bénévoles très engagés forment le cœur vivant de notre réseau et contribuent de façon déterminante à nos actions.

Un modèle économique diversifié et résilient

Financements

En 2025, HOP s'appuie sur un modèle économique diversifié, combinant subventions publiques, mécénat, cotisations, dons et produits d'activités. Lors du conseil d'administration du 18 mars 2025, les comptes 2024 et le prévisionnel 2025 ont été présentés et validés.

L'exercice 2024 se caractérise par :

- des ressources totales de 514 379 euros, en progression de 35 % par rapport à 2023 ;
- une hausse des subventions publiques (+37 %) et du mécénat (+48 %) ;
- un excédent de 33 068 euros.

L'assemblée générale du 10 juin 2025 a approuvé les comptes certifiés par le commissaire aux comptes et décidé d'affecter l'excédent en réserves statutaires.

La trésorerie représente environ huit mois d'activité, ce qui constitue un facteur de stabilité dans un contexte de développement des actions.

L'année 2024 marque ainsi une consolidation financière, tout en confirmant la nécessité de poursuivre la diversification des ressources et le renforcement du financement citoyen afin d'accompagner la croissance des activités.

Professionalisation de la collecte et de la relation adhérent·es

En 2025, HOP a continué de démontrer sa capacité à mobiliser largement les citoyen·nes autour de la durabilité et la réparation.

+ 35 %

de progression par rapport à 2023, donc des ressources totales de 514 379 euros.

+ 37 %

de hausse en subventions publiques.

+ 48 %

de hausse du mécénat.

33 068

euros d'excédent.



La campagne de collecte de fin d'année a été un vrai succès, avec près de 49 000 euros réunis, soit une progression de +70 % par rapport à 2024.

1 100

nouveaux et nouvelles donateur·ices.



Formulaire de signalement lancé en janvier.

La campagne de collecte de fin d'année a été un vrai succès, avec près de 49 000 euros réunis, soit une progression de +70 % par rapport à 2024. La mobilisation de nombreux nouveaux et nouvelles donateur·ices et la réactivation d'ancien·es adhérent·es ont permis de plus que doubler le nombre total d'adhérent·es, qui dépasse désormais les 1 100. Articulée autour d'un storytelling centré sur les objets du quotidien et les victoires concrètes de HOP (contre la « taxe Windows » notamment), cette campagne a réussi à toucher des publics variés tout en valorisant l'impact concret des dons. Ces résultats témoignent de la professionnalisation croissante de la collecte et de la confiance durable des donateur·ices et partenaires.

Pour 2026, HOP fera de la consolidation et de l'animation de sa communauté de soutiens une priorité, en guidant chacun·e vers des formes d'engagement concrètes : adhésion, dons réguliers et/ou participation à nos actions. Chaque contribution compte : elle permet à l'association de poursuivre sa mission et de faire vivre un mouvement citoyen capable de générer des changements concrets.

L'enjeu sera donc de fidéliser les donateur·ices, de développer une stratégie dédiée aux grands dons et d'optimiser les outils de collecte, afin de renforcer la solidité financière et soutenir pleinement les ambitions de HOP.

Partenaires

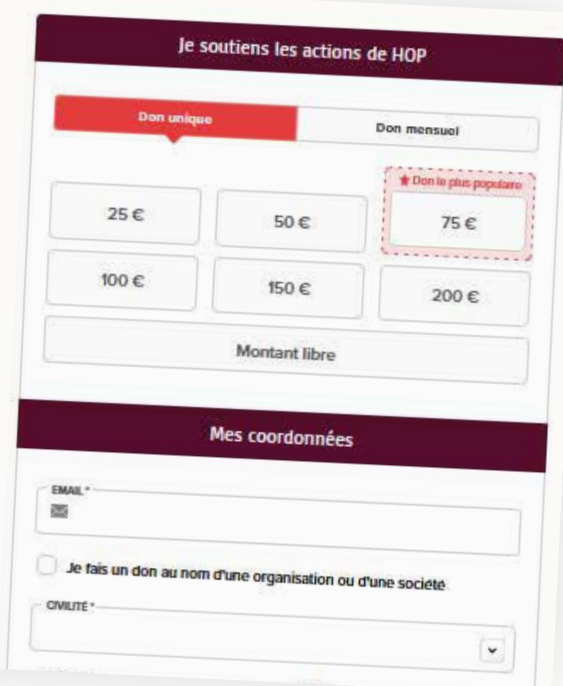
En 2025, HOP a renforcé sa capacité d'impact en s'appuyant sur un écosystème de partenaires varié, au service d'un même objectif : faire de la durabilité et de la réparation une norme.

Construire des coalitions pour peser

L'année a été marquée par la constitution de coalitions larges, notamment autour de la campagne « Non à la "taxe Windows" ! ». Ce travail collectif a permis d'aligner des organisations aux expertises complémentaires (numérique responsable, économie circulaire, consommation, ESS, environnement) et de renforcer la portée du plaidoyer, des actions médiatiques et de la mobilisation citoyenne.

S'appuyer sur des partenaires opérationnels

En 2025, HOP a poursuivi ses efforts pour structurer le maillage territorial qui permet le développement de son action à l'échelle locale : réseaux de réparation et de réemploi, acteur·ices locaux, structures de sensibilisation, lieux d'événements, etc. Ces alliances sont essentielles pour toucher des publics nouveaux, outiller le grand public et accroître la visibilité des solutions existantes.



Page «Faire un don» du site de HOP.

Renforcer les relais européens et internationaux

Enfin, le développement de partenariats européens et internationaux s'est poursuivi, en lien avec les réseaux de plaidoyers sur le droit à la réparation et les exigences de durabilité à l'échelle européenne. L'objectif est double : peser sur les normes et accélérer la diffusion des avancées françaises au-delà de nos frontières.

Structuration stratégique 2026-2030

L'année 2025 confirme l'entrée de HOP dans un nouveau cycle : celui de l'obsolescence « systémique » (marketing, logiciel, normes) et de la nécessité d'un changement d'échelle pour son action. Sur la période 2026-2030, HOP vise un objectif simple : faire de la durabilité une norme concrète, accessible et applicable.

Renforcer l'effectivité du droit et des dispositifs

HOP poursuivra son action pour améliorer et faire appliquer les règles existantes (droit à la réparation, délit d'obsolescence programmée, obligations d'information), consolider les indices (fiabilité, contrôle, extension) et faire émerger un cadre plus robuste sur l'obsolescence logicielle.

Faire grandir un mouvement citoyen et territorial

Au-delà du débat public, la stratégie vise à structurer un passage à l'action plus simple : événements, campagnes, outils pratiques, parcours d'engagement et ancrage territorial pour que la réparation devienne la norme.

Accroître l'influence européenne et internationale

HOP continuera à peser à Bruxelles, dans les coalitions et instances de travail liées à l'écoconception et à la durabilité, tout en développant des alliances internationales pour partager méthodes, données et standards ambitieux.

Consolider le modèle économique et l'organisation

Pour tenir ce cap, HOP poursuivra la diversification de ses ressources, notamment via le renforcement du financement citoyen, et la fiabilisation de ses outils internes (pilotage, process, organisation), afin d'accompagner une équipe en croissance et une activité plus large.



Séminaire HOP de septembre.



Participation de notre équipe plaidoyer à Bruxelles.

Durabilité Programmée, la filiale de HOP dédiée à la durabilité

Un outil pour passer de l'engagement à l'action

Créée par HOP, Durabilité Programmée est une société par actions simplifiée unipersonnelle (SASU) dont le rôle est de porter le Club de la Durabilité : un réseau d'entreprises pionnières qui veulent traduire leurs intentions en transformations concrètes, en travaillant sur la robustesse des produits, la réparabilité, le réemploi et, plus largement, l'allongement de la durée de vie sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

Ce que le Club est (et n'est pas)

Le Club n'est ni un label, ni un audit, ni une certification. C'est un espace de travail stratégique, d'expérimentations, d'alliances et d'influences, pensé pour aider les organisations à intégrer la durabilité dans leurs décisions, leurs process et leur culture. L'objectif : faire avancer, avec les entreprises, des pratiques compatibles avec les limites planétaires et protectrices des consommateur·ices.

L'offre du Club en 2025

En 2025, le Club de la Durabilité a structuré son activité autour de trois groupes de travail thématiques, se rassemblant lors de neuf réunions sur l'année. Ces espaces ont permis aux membres de confronter leurs pratiques, d'identifier des leviers opérationnels et de produire des livrables communs.

En complément de ces temps de travail, le Club a organisé des rencontres en présentiel, notamment deux petits-déjeuners dédiés au networking et aux échanges informels, ainsi qu'un séminaire-colloque de terrain annuel, favorisant le partage d'expériences concrètes.

Le Club a également assuré la mise en synergie de ses membres, la valorisation de leurs initiatives sur ses canaux de communication et l'animation d'une newsletter trimestrielle destinée à structurer la dynamique collective.



Colloque séminaire du Club, BackMarket Bordeaux.



Thématiques 2025

Les travaux ont porté sur trois axes structurants :

- le bilan et l'évolution de la réglementation ;
- les relations entre économie sociale et solidaire et économie conventionnelle ;
- le numérique responsable et ses implications en matière de durabilité.

Nouveau site, refonte graphique

La refonte de l'identité a marqué une nouvelle étape pour le Club, dans la continuité de la dynamique 2025, aboutissant à :

- une identité renforcée, plus claire, plus lisible ;
- une vitrine plus vivante de nos actions, de nos livrables et de nos engagements ;
- et, surtout, un nouvel espace membre sécurisé, conçu pour faciliter l'accès à toutes les ressources utiles.

Impact du Club dans le modèle économique de HOP

En 2024, le Club a généré 131851 euros via ses cotisations. HOP est l'actionnaire unique de la SASU Durabilité Programmée. Cette organisation permet de séparer clairement les activités économiques portées par la filiale et le plaidoyer d'intérêt général de l'association, tout en garantissant une cohérence d'objet et de cap stratégique.

En 2025, la SASU a reversé 35 000 euros de dividendes à HOP, contribuant directement au financement des actions de l'association.

Chiffres

L'activité s'est traduite par :

3

groupes de travail.

3

guides pratiques produits.

9

réunions thématiques organisées, 2 petits-déjeuners en présentiel et 1 séminaire-colloque de terrain.

6

articles de presse publiés.

131 851

euros générés par le Club en 2025 via ses cotisations



Nouveau site clubdeladurabilite.fr



Conclusion

Dix ans après : faire durer pour changer les règles du jeu

Dix ans après l'adoption du délit d'obsolescence programmée et la création de HOP, une chose est claire : la durabilité n'est plus une idée marginale. Elle est entrée dans le droit, dans le débat public, dans les attentes citoyennes. En une décennie, nous avons lancé et alimenté une action qui est parvenue à faire évoluer les règles du jeu, à dénoncer publiquement les pratiques d'obsolescence programmée et à imposer la question de la durée de vie des produits comme un enjeu politique, économique et social majeur.

L'année 2025 aura marqué un tournant, signant le passage d'un cap dans l'ampleur du champ d'action de HOP tout en projetant l'association dans une nouvelle dynamique pour les années à venir. HOP a mis en lumière deux formes d'obsolescence longtemps restées dans l'angle mort du débat public : l'obsolescence marketing et l'obsolescence logicielle. Avec l'affaire Windows 10, l'obsolescence logicielle s'est imposée aux yeux du grand public, grâce à une mobilisation citoyenne sans précédent, dans toute sa réalité : dissimulée, imposée à grande échelle, et encore largement hors des radars du droit.

Un constat qui traverse l'ensemble de nos combats : un cadre juridique existe, mais il est trop permissif. Les dispositifs sont en place, mais leur appropriation reste inégale. Les solutions sont connues, mais elles demeurent trop souvent hors de portée : économiquement, mais aussi culturellement, socialement et géographiquement. Trop chères pour certains ménages, mal identifiées ou dévalorisées dans les représentations, inaccessibles dans la plupart des territoires, elles peinent encore à devenir la norme.

Ces limites ne sont pas marginales. Elles dessinent les contours d'un système qui continue de produire de l'obsolescence, malgré les avancées obtenues, et appellent des solutions systémiques ambitieuses. En 2025, HOP a continué à agir sur tous ces fronts : faire appliquer le droit, renforcer les indices, documenter l'obsolescence marketing, mener des enquêtes, mobiliser les citoyens et les citoyennes, structurer des coalitions et porter ces enjeux dans le débat public, en France comme à l'international. Ces avancées sont réelles. Elles sont précieuses. Mais elles ne suffiront pas à elles seules à inverser la logique dominante.

C'est à partir de ce constat que HOP entre aujourd'hui dans un nouveau cycle. Un cycle où la durabilité ne peut plus être pensée uniquement comme une exigence réglementaire en France, mais comme une réponse centrale aux injustices du quotidien – économiques, sociales et territoriales. Le véritable pouvoir d'achat n'est pas la capacité à acheter toujours plus, mais la capacité à ne pas subir. Ne pas être contraint de remplacer ce qui fonctionne, de jeter ce qui pourrait durer, de payer le prix d'un système absurde. Faire durer, c'est redonner du pouvoir aux citoyen·nes.

En ce début d'année 2026, dans un contexte politique, social et économique incertain, HOP fait le choix d'assumer pleinement ce cap. Faire de la durabilité la norme, et non l'exception, à toutes les échelles : locale, nationale, européenne et mondiale. Transformer les règles du jeu pour que la réparation, la réutilisation et la sobriété deviennent accessibles à toutes et tous. Fédérer un mouvement citoyen large, ancré dans la vie quotidienne. Accompagner les modèles économiques durables et les entreprises. Et porter ces exigences dans le débat démocratique, à l'approche des grandes échéances électorales.

Ces dix années ont montré une chose essentielle : ce ne sont pas les citoyen·nes qu'il faut changer, ce sont les règles économiques et politiques. La suite reste à écrire. Elle dépendra de notre capacité collective à refuser l'obsolescence organisée et à faire de la durabilité un choix politique, économique et social structurant pour les années à venir.

Face à l'obsolescence programmée, nous portons une vision et une stratégie claires : faire durer les objets pour réparer le monde, et faire de la durabilité une norme partagée, au service des citoyen·nes, de l'intérêt général et d'une économie enfin soutenable.

Laetitia Vasseur, Directrice générale
Antoine Pesesse, Président



halteobsolence.org