

La «société du jetable» en question



SMARTPHONES RALENTIS, IMPRIMANTES À DURÉE DE VIE CONTRÔLÉE, ÉLECTROMÉNAGER «MOINS SOLIDE»... LES INDUSTRIELS SONT ACCUSÉS DE PROGRAMMER L'OBSOLESCENCE DE LEURS PRODUITS POUR FORCER AU RENOUVELLEMENT. MYTHE OU RÉALITÉ?
**PAR CHANTAL DE SENGER
 ET JOAN PLANCADE**

LES DEUX AFFAIRES ont éclaté en moins d'un an et éclaboussé de grands noms de l'industrie électronique, sur fond de suspicion de pratiques déloyales et de tromperie envers le consommateur. En décembre 2017, une enquête préliminaire contre le fabricant d'imprimantes Epson était ouverte en France pour «obsolescence programmée», un délit punissable depuis l'inscription du terme dans le cadre juridique français. La plaignante, la puissante association HOP (Halte à l'obsolescence programmée), dénonce un «tampon absorbant» qui serait volontairement mis hors service après un nombre donné d'utilisations et des cartouches d'encre annoncées comme vides quand elles contiennent 20 à 40% de produit.

C'est de l'Italie que la première condamnation en ce sens est tombée en octobre 2018. Elle a touché les deux leaders du marché du smartphone pour «pratiques commerciales malhonnêtes». Apple a écopé de

PHOTO: URBANOW/ISTOCK



**Les téléphones
représentent une grande
partie des plaintes
de consommateurs pour
obsolescence programmée.**

10 millions de francs d'amende et Samsung de 5 millions, tous deux reconnus coupables d'avoir forcé des mises à jour rendant les appareils plus anciens obsolètes.

L'électronique au cœur des suspicions

Le fait de retrouver dans le viseur de la justice trois sociétés actives dans le secteur de l'électronique n'est pas un hasard. La Fédération romande des consommateurs, en pointe en Suisse avec son pendant allemand SKS, recueille via un portail les plaintes portant sur l'obsolescence programmée. Laurianne Altwegg, spécialiste de la question à la FRC, relève que le nombre de plaintes est en augmentation constante et concerne essentiellement smartphones, imprimantes, scanners, ordinateurs ou encore appareils photo: «On a eu le cas d'un

appareil photo où, six ans après l'achat, les pièces de rechange n'étaient plus disponibles, ou encore des brosses à dents électroniques dont la batterie tombait en panne et que l'on ne pouvait pas changer car elle n'était pas accessible.»

Des appareils de moins en moins réparables, le constat est partagé par des professionnels comme Deschenaux Informatique à Genève, qui dépanne des ordinateurs en nombre et qui a vu au fil des années tant le matériel que les logiciels «se fermer». Concernant les PC, Etienne Deschenaux met en avant des produits de moins en moins réparables: «Au début des années 2000, en cas de malware, on dévissait trois vis, on changeait le disque dur et on revisait. Aujourd'hui, il y a 8 à 15 vis sur le couvercle et des vis à l'intérieur... Au total, 15 à 20 minutes, parfois plus, pour ouvrir un ordinateur portable. Cela s'ajoute à la facture et peut dissuader le client de réparer.»

Sans compter les correctifs de sécurité ou du système d'exploitation qui rendent le matériel obsolète: «Nous l'avons constaté sur des Samsung Note4, qui après une mise à jour se sont retrouvés surchargés de programmes inutiles impossibles à désactiver. Pour les ordinateurs PC, il n'est pas rare qu'à la suite de correctifs les appareils ralentissent ou ne s'allument plus.»

Deschenaux Informatique manie le terme d'obsolescence programmée avec précaution et ne cache pas sa suspicion: «Programmée, cela veut dire qu'il y a une intentionnalité, ce n'est peut-être pas toujours le cas, même si des smartphones qui ne donnent plus d'accès à la batterie interrogent. Il est souvent difficile d'identifier la part de volonté délibérée de faire renouveler.»

Cadre légal et juridique en construction

Multiforme et peu évidente à caractériser, l'obsolescence programmée fait en-

UN SIÈCLE D'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE

1924: C'est en 1924 que le cartel Phoebus invente l'obsolescence programmée. Ce groupe composé de plusieurs fabricants d'ampoules, dont Général Electric, Philips et Osram, se met d'accord pour fabriquer des lampes à incandescence qui ne durent pas plus de 1000 heures. En 1927, le cartel Phoebus a atteint son but: les ampoules à longue durée de vie ne sont plus fabriquées.



1932: A la suite de la crise économique de 1929 aux Etats-Unis et de la vague de chômage qu'elle provoque, le courtier en immobilier new-yorkais Bernard London écrit un essai d'une vingtaine de pages portant le titre «L'obsolescence planifiée. Pour en finir avec la Grande Dépression». L'idée: fabriquer des produits à bas coût et à durée de vie courte pour aller vers une société de consommation effrénée. Ainsi, l'apparition sans fin de nouveaux produits est censée déclencher chez le consommateur, avec l'aide de la publicité, l'envie d'acheter tout en le poussant à jeter les anciens modèles.

1937: Autre exemple historique de l'obsolescence programmée: un chimiste de



la firme DuPont de Nemours dépose le brevet d'une fibre textile particulièrement résistante, quasiment

inusable: le nylon. Malgré l'énorme succès que connaîtront ses bas de nylon auprès des consommatrices, la formule chimique sera rapidement modifiée afin de fragiliser le tissage. Depuis, les bas, même très chers, filent et finissent à la poubelle parfois au bout de seulement quelques heures d'utilisation. Depuis de nombreuses années, toutes ces démarches sont dénoncées par de multiples associations de défense de l'environnement et des consommateurs.

core rarement l'objet de condamnations en tant que telles. A ce jour, seule la France a posé une définition du concept dans le cadre de sa loi sur la transition énergétique: «L'obsolescence programmée se définit par l'ensemble des techniques par lesquelles un metteur sur le marché vise à réduire délibérément la durée de vie d'un produit pour en augmenter le taux de remplacement.» Un délit punissable d'une amende de 300 000 euros ou 5% du chiffre d'affaires de l'entreprise et de deux ans d'emprisonnement.

Rien de tel en Suisse. Le Genevois Thomas Putallaz a déposé une plainte contre Apple auprès du Ministère public de la Confédération en 2017 pour tromperie. A la suite de cela, il a été contacté par de nombreux autres plaignants de toute la Suisse qu'il a décidé de fédérer en créant l'association NoOPS contre l'obsolescence programmée. NoOPS a, en 2018, porté plainte contre Apple auprès du Ministère public genevois: «Au vu de la correspondance échangée avec les autorités judiciaires, le délit en tant que tel est difficile à caractériser. Nous n'avons pas, à ce stade de la procédure, obtenu satisfaction. Nous attendons. Le dernier mot reviendra à la Confédération.»

Au niveau législatif en revanche, les choses commencent à bouger. Les différentes interpellations parlementaires étaient restées sans suite jusqu'au postulat déposé au Conseil national le 15 mars 2018 par la PDC valaisanne Géraldine Marchand-Balet, adopté par l'assemblée. Ce dernier enjoint au Conseil fédéral d'établir un rapport sur la situation légale et de dresser un comparatif au niveau international. La conseillère nationale n'est «pas certaine du tout» que le consommateur suisse soit bien protégé: «La France a été le premier pays à reconnaître le concept en tant que tel, et prochainement, la problématique va être posée au niveau européen. On peut envisager de lancer un indice de réparabilité, comme en France, et d'informer le consommateur de la durée de vie d'un objet. Il faut aussi améliorer la disponibilité des pièces détachées. Il y a clairement un problème de concurrence dé-

loyale par rapport aux entreprises qui produisent des biens à durée de vie plus longue ou même des biens réparables, mais le problème est aussi environnemental avec la stimulation de la société du jetable.»

Une part de mythe

Une société du jetable orchestrée par les industriels? Si certains cas dans l'industrie de l'électronique sont flagrants, des experts comme Laurianne Altwegg de la FRC affichent un point de vue nuancé sur la question: «Certaines plaintes sont justifiées mais d'autres moins, et il y a un côté complotiste qui dessert le débat. La part de mythe, c'est de penser que les fabricants définissent systématiquement la durée de vie, même s'ils testent leurs produits et ont quand même une bonne idée de leur durabilité.»

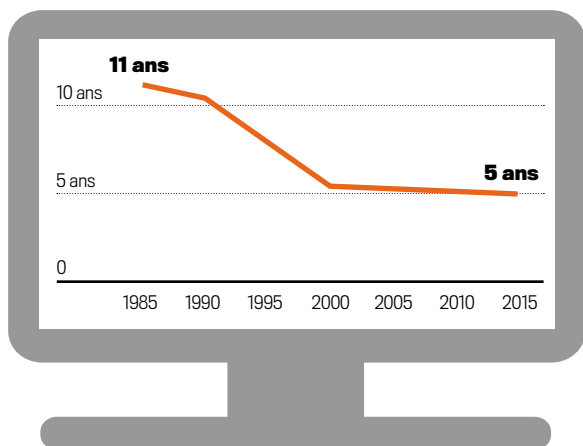
Reste que les statistiques sur la durée de vie des produits sont extrêmement difficiles à trouver, y compris chez les industriels haut de gamme qui pourraient utiliser l'argument. Christian Baerlocher, directeur marketing du fabricant équipementier V-Zug, reconnaît ne pas communiquer sur la question, «pour ne pas donner d'informations à la concurrence, parce que la durée de vie dépend de l'utilisation, mais également parce que si nous annonçons vingt ans et que l'équipement tombe en panne au bout de quinze, le client risque d'être mécontent».

En tout état de cause, l'idée selon laquelle les réfrigérateurs ou machines à laver d'autrefois duraient plus longtemps se vérifierait difficilement dans les chiffres (voir l'infographie ci-contre). Le parc automobile est même de plus en plus vieux – deux ans de plus en trente ans –, suggérant que les véhicules roulent plus malgré la hausse des standards techniques et environnementaux. En France, où le débat est vif, certains analystes sceptiques, comme l'économiste Alexandre Delaigue, évoquent une «idéali-sation du passé» et une obsolescence technique (due à l'innovation) ou encore perçue. Le consommateur n'est pas non plus tout blanc. Selon une étude un peu datée (2011), 40% des réfrigérateurs et 25% des congélateurs étaient jetés en France alors qu'ils fonctionnaient encore. ■

OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE: DES CHIFFRES MITIGÉS

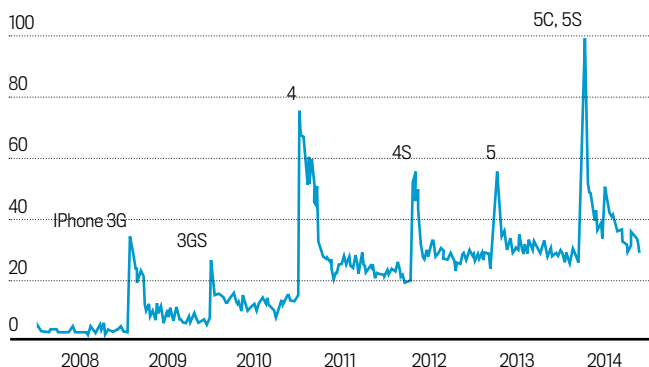
DES ORDINATEURS DEUX FOIS MOINS FIABLES

LEUR DURÉE DE VIE A CHUTÉ DEPUIS 1985, MAIS STAGNE DEPUIS 15 ANS



LES IPHONE RALENTISSENT À LA SORTIE DU NOUVEAU MODÈLE

LES MOTS-CLÉS «IPHONE LENT» ENTRÉS DANS GOOGLE COÏNCIDENT AVEC LA SORTIE DES NOUVEAUX SMARTPHONES D'APPLE



LA DURÉE DE VIE MÉDIANE DES APPAREILS ÉLECTROMÉNAGERS A BAISSÉ, MAIS ASSEZ PEU

Réfrigérateur



Lave-linge



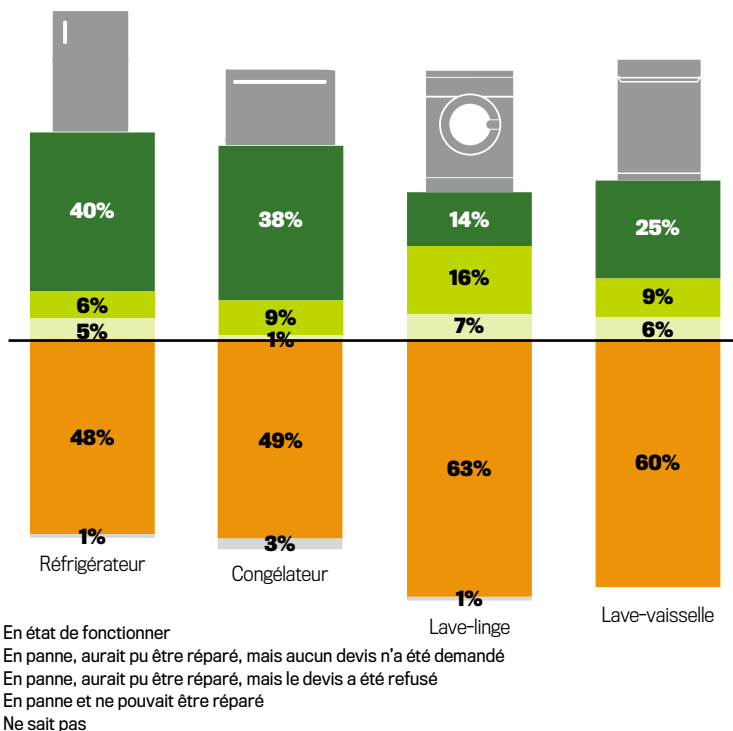
LES AUTOS DURENT PLUS LONGTEMPS

ÂGE MOYEN DES VOITURES DE TOURISME



LE CONSOMMATEUR PORTE UNE PART DE RESPONSABILITÉ

ÉTAT DE FONCTIONNEMENT DES APPAREILS REMPLACÉS (EN FRANCE, EN 2011)



Sources: GreenIT, ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie France), American Chemical Society, Google Trend, Persee ADEME, GIFAM (Groupement des marques d'appareils pour la maison, France), OFS.

LE PARI DE LA DURABILITÉ

UN NOMBRE CROISSANT D'ENTREPRISES TENTE DE RÉPONDRE AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS POUR DES BIENS PLUS DURABLES ET ÉCOLOGIQUEMENT RESPONSABLES.

SI CERTAINS RÉFLÉCHISSENT désormais à se positionner sur une production durable, V-Zug n'a quant à elle jamais quitté le créneau. Créée en 1913, la marque zougnoise se targue d'être leader sur le marché suisse de l'électroménager de cuisine avec 3 millions d'appareils en fonction. Sa particularité: des équipements robustes et un service après-vente qui garantit la disponibilité de pièces de rechange

jusqu'à minimum quinze ans après l'achat. Christian Baerlocher, directeur marketing, explique son choix: «L'équipement d'une cuisine est un investissement lourd, et les clients – particulièrement les Suisses – attendent qu'il dure quinze ans, voire plus. Sur demande, les pièces sont livrées en général en 24 heures, au maximum 48, et nous disposons d'un réseau de 16 points agréés qui peuvent intervenir rapidement pour une réparation.»



Le fabricant V-Zug garantit de trouver des pièces de rechange jusqu'à minimum quinze ans après l'achat.

La réparabilité, un critère recherché

V-Zug est de moins en moins seule. Engagé dans une démarche d'opposition à l'obsolescence programmée, le français Seb, leader mondial du petit électroménager, développe depuis une dizaine d'années des gammes de produits facilement dissociables et démontables, pour atteindre désormais 97% de produits réparables contre 70% en 2012. Plus de deux fois plus de pièces détachées sont vendues depuis, générant une nouvelle source de revenu tout en fidélisant le client, moins tenté de basculer à la concurrence.

Preuve de l'importance accordée par le consommateur, une centaine d'événements Repair Cafés, où les participants échangent sur les moyens de réparer des objets, ont eu lieu en Suisse l'an passé. La plateforme participative iFixit, créée en 2003, connaît un succès fulgurant, avec plus de 50 000 tutoriels de réparations déjà mis en ligne par les internautes. De nombreuses sociétés travaillent en partenariat avec iFixit, dont Vaude, spécialiste allemand du matériel de montagne, pour permettre aux utilisateurs de prolonger la durée de vie des équipements.

Identifier les produits durables

Plusieurs sites et associations se structurent pour permettre à l'utilisateur de connaître les produits qui durent le plus. Le textile est souvent au cœur des préoccupations. Le développement massif du coton OGM, dont les fibres sont plus courtes que le coton traditionnel, a abouti à une baisse de la qualité du vêtement, qui se constate également aussi au niveau du textile synthétique. La plateforme «buymeonce» (achète-moi une fois) recense des produits dont la durée de vie est supérieure à 20 ans et dont beaucoup sont garantis à vie, incluant jeans et articles de lingerie. Le site produitsdurables.fr établit des classements sur une moyenne des avis de consommateurs concernant la durabilité de différents types de biens.

Derrière l'aspect financier, la dimension écologique est l'autre argument avancé par les opposants à l'obsolescence program-

mée. Le 5 février 2019, des représentants politiques, de l'économie et des ONG se sont réunis à Bâle à l'occasion du lancement de Circular Economy Switzerland. Le but de ce mouvement est de poser les fondements d'une économie circulaire en Suisse au niveau politique et économique. Clément Maclou est le cogérant du fonds Decalia qui investit dans des entreprises engagées dans une démarche d'économie circulaire. Il relève la nécessité de sortir de la logique extraction, production, consommation, élimination, intenable sur le long terme: «L'économie circulaire aide à sortir de cette impasse en concevant entre autres des produits faciles à démonter et à recycler après usage, en privilégiant la location et le droit d'usage plutôt que la propriété et en recourant à des énergies renouvelables.»

Nouveaux modèles d'affaires

Loin de pénaliser l'économie, le développement de l'économie circulaire pourrait aboutir à une hausse du PIB de 7% d'ici à 2030, selon certains experts. Outre des appareils plus réparables, Seb a proposé en 2016 à ses clients, à l'occasion de la sortie de son robot connecté i-Companion, de reprendre les anciens appareils Companion, et de les connecter. Une approche évolutive, qui se complète d'une gamme de produits à la location.

La location est également étudiée par Philips qui a imaginé un nouveau modèle d'affaires basé sur un système «pay-per-lux» (éclairage à la carte). Au lieu de vendre des ampoules – historiquement suspectées d'obsolescence programmée –, la société de technologie néerlandaise propose aux consommateurs de les «louer» et de payer en fonction de la lumière qui leur est fournie. De cette manière, l'entreprise a tout intérêt à produire des ampoules durables et peu gourmandes en énergie. «Quant au coût supplémentaire au niveau de la production, de plus en plus d'entreprises sont prêtes à payer un peu plus pour diminuer leur impact environnemental», estime Clément Maclou, qui conclut: «Celles qui ont de bonnes pratiques seront récompensées au final par les clients.» ■



«LA PERCEPTION DE L'OBSOLESCENCE EST AVANT TOUT SOCIALE»

Professeure de marketing à l'Essec, Emmanuelle Le Nagard est auteure de recherches sur l'obsolescence perçue. Selon elle, industriels et utilisateurs se partagent les responsabilités.

Vous insistez sur la perception de l'obsolescence par le consommateur.

En quoi est-ce essentiel?

A mon sens, les produits conçus pour limiter volontairement leur durée de vie sont relativement rares, même si j'ai récemment un peu changé mon fusil d'épaule à la suite du cas des imprimantes, notamment. En fait, la première chose qui fait que l'on perçoit un bien comme obsolète, c'est de voir les gens autour de soi posséder un modèle plus récent. Résigné, le consommateur prend l'habitude de changer et, au fil du temps, d'aller systématiquement vers un modèle dernier cri. La perception de l'obsolescence est avant tout sociale.

Les fabricants ne participent-ils pas à insuffler ces réflexes?

Bien sûr qu'en sortant trois versions de smartphone en deux ans, on donne vite l'impression au consommateur que le sien

est dépassé. En matière de marketing, ce qui fait l'innovation, c'est sa perception en tant que telle par le consommateur. Tant que ce dernier a l'impression qu'un nouveau produit apporte une réelle valeur ajoutée, il sera tenté d'en changer. En revanche, s'il estime qu'on essaie de lui vendre une innovation qui lui apporte peu ou rien, il peut s'estimer trompé. En ce sens, Apple joue un jeu dangereux, d'autant plus qu'on voit la montée des préoccupations environnementales dans les populations.

L'industrie va donc devoir s'adapter à cette nouvelle donne...

Il faut d'abord voir si le consommateur est réellement prêt à payer plus cher pour une très longue durée de vie, ce qui n'est pas certain. En effet, ce choix soulève pas mal de questions: serai-je encore là dans vingt ans? Si je déménage, que faire de l'objet? Vu la vitesse de l'innovation, ce modèle ne sera-t-il pas dépassé dans trois ans? Les réponses passeront certainement par des produits évolutifs, tant en matière technologique qu'en matière esthétique. La location de biens que l'on voit émerger sur de nouveaux marchés comme l'électroménager pousse également les concepteurs à travailler sur la durabilité du produit, puis à prendre ensuite en main le marché de la seconde main. Plusieurs initiatives se développent déjà en ce sens.