

PANORAMA DE L'OFFRE DE RÉPARATION EN FRANCE

ACTUALISATION 2014

Octobre 2014

Étude réalisée pour le compte de l'ADEME par Bio by Deloitte
(Véronique MONIER, Victoire ESCALON, Anne-Claire IMPERIALE, Guillaume POUPY, Lydie
MARTIN)

Contrat n°1302C0078

Coordination technique : Marie HERVIER-COLLAS & Sylvain SOURISSEAU - Service Produits &
Efficacité Matières - Direction Economie Circulaire et Déchets - ADEME Angers



SYNTHÈSE

SOMMAIRE

1.	Introduction	3
2.	Périmètre	3
2.1.	Définition de la réparation	3
2.2.	Typologie de biens réparés.....	3
2.3.	Typologie d'acteurs	4
3.	Méthodologie	4
3.1.	Source de données utilisées.....	4
3.2.	Limites de la méthodologie	6
4.	Résultats.....	7
4.1.	Tableau de bord consolidé.....	7
4.2.	Evolution depuis 2006.....	10
4.3.	Tendances et perspectives	12
5.	Conclusion.....	17

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par la caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

1. INTRODUCTION

En France, la loi n°2009-967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement (dite « loi Grenelle I ») fixe un objectif de réduction de la production d'ordures ménagères de 7 % par habitant entre 2009 et 2014. Les plans nationaux de prévention des déchets définissent des priorités d'actions en vue d'atteindre cet objectif. Les activités de réparation, en permettant de prolonger la durée de vie des produits, représentent un levier d'actions en vue d'atteindre cet objectif.

L'actualisation 2014 du panorama de l'offre de réparation en France s'inscrit dans la continuité des 3 précédents panoramas publiés par l'ADEME en 2007, 2010 et 2012. Il couvre les activités de réparation des biens domestiques, réalisées à la demande du détenteur et n'entraînant pas de changement de propriétaire.

À travers ces études, l'ADEME souhaite présenter des données statistiques des secteurs de la réparation en vue d'évaluer l'impact des mesures nationales de prévention des déchets et plus particulièrement de promotion de la réparation. Il s'agit également d'identifier les freins et leviers au développement de l'offre de réparation afin de définir et d'actualiser un plan d'actions en faveur de la réparation.

Au cours des différentes études d'élaboration et d'actualisation du panorama, la quantification des acteurs et des structures œuvrant dans la réparation s'est avérée être un exercice complexe. Les panoramas se doivent de gagner en exhaustivité et en fiabilité au fil des mises à jour : la définition de la méthodologie représente un enjeu majeur. Dans le cadre du présent panorama, l'accent a également été mis sur la compréhension des circuits de la réparation et des acteurs impliqués, pour chaque type de biens domestiques étudié.

2. PERIMETRE

2.1. Définition de la réparation

Le panorama 2014 couvre les activités de réparation de biens domestiques, réalisées à la demande du détenteur et n'entraînant pas de changement de propriétaire. Ainsi, les activités de réparation réalisées pour permettre le réemploi sont exclues.

2.2. Typologie de biens réparés

L'ADEME a souhaité élargir, autant que possible, les biens couverts par le panorama de la réparation afin de quantifier les activités de réparation d'un maximum de biens domestiques.

Sur la base des typologies de biens existantes et du niveau de détails des données disponibles, les catégories et sous-catégories de biens suivantes ont été retenues.

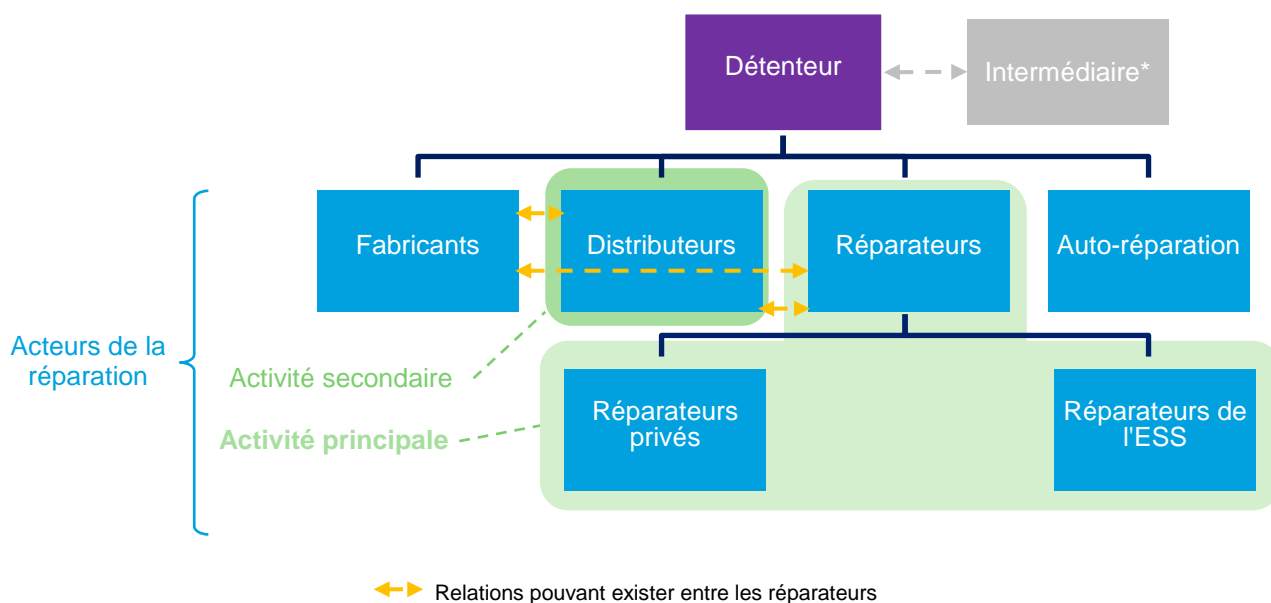
Tableau 1 - Typologie des biens retenus

Catégorie de biens	Sous-Catégories
Automobile	Véhicules légers (Camping-cars et caravanes non inclus)
	Motocycles
Equipements électriques et électroniques	Electroménager (gros et petit électroménager)
	Equipements bruns (équipements audio ,vidéo, photo)
	Equipements gris (ordinateurs, matériel informatique, téléphonie)
Outillage	Outils de jardinage et de bricolage
Mobilier et décoration	<i>Aucune</i>
Equipements de loisirs	Equipements de sport
	Instruments de musique
	Jouets
Vélos	<i>Aucune</i>
Bijouterie - horlogerie	<i>Aucune</i>
Produits textiles	Chaussures et Maroquinerie
	Vêtements (Retouches)
Autres	Lunettes

A noter que les activités de réparation d'installations liées au domicile (chauffage, plomberie, électricité, ...) sont exclues du périmètre, ces activités ne contribuant pas directement à la prévention des déchets.

2.3. Typologie d'acteurs

Une attention particulière a été portée à la prise en compte de l'ensemble des acteurs de la réparation. En effet, au-delà de la quantification des activités de réparation, l'ADEME cherche à qualifier l'accessibilité de la réparation pour les particuliers. Ainsi, il a paru important d'inclure, au sein du panorama, l'ensemble des acteurs de la réparation, y compris les distributeurs ou encore les fabricants, lorsqu'ils sont l'interlocuteur des détenteurs d'un bien à réparer.



* L'intermédiaire agit en tant que prescripteur, il indique un réparateur mais n'est pas en contact avec le bien (ex : Assureurs, sites de mise en relation, annuaires, éco-organismes, ...). Les intermédiaires ne font pas partie du périmètre du panorama.

Figure 1 - Acteurs impliqués dans les circuits de la réparation

La Figure 1 présente les différents acteurs impliqués dans les circuits de réparation :

- **Les fabricants et les distributeurs** : le détenteur d'un bien à réparer peut s'adresser au distributeur en rapportant le bien à réparer en magasin ou au fabricant en renvoyant le bien. Leur activité est centrée sur la vente, et l'activité de réparation qu'ils réalisent est liée aux produits qu'ils fabriquent ou distribuent. Les fabricants interviennent majoritairement dans le cadre du remplacement des produits, ou en tant que fournisseurs des pièces détachées, mais ne sont que très rarement impliqués directement dans l'acte de réparation : ils sont exclus du tableau de bord général mais inclus dans l'analyse qualitative des circuits de la réparation.
- **Les réparateurs** : les réparateurs ont pour activité principale la réparation. Ils sont soit indépendants soit rattachés à un réseau tel que le réseau STAR dans le secteur de l'électroménager. Ils peuvent être agréés par les constructeurs pour la réparation de certains biens.
- **L'autoréparation** : il s'agit des réparations effectuées par le détenteur du bien ou par son entourage, réalisées à domicile ou chez un « professionnel » (ex : VGASS pour l'automobile). L'autoréparation n'est pas quantifiée au sein du tableau de bord. Néanmoins, une approche qualitative a été menée pour analyser les tendances de développement de l'autoréparation.

3. METHODOLOGIE

3.1. Source de données utilisées

La méthodologie retenue repose sur l'utilisation de quatre sources de données :

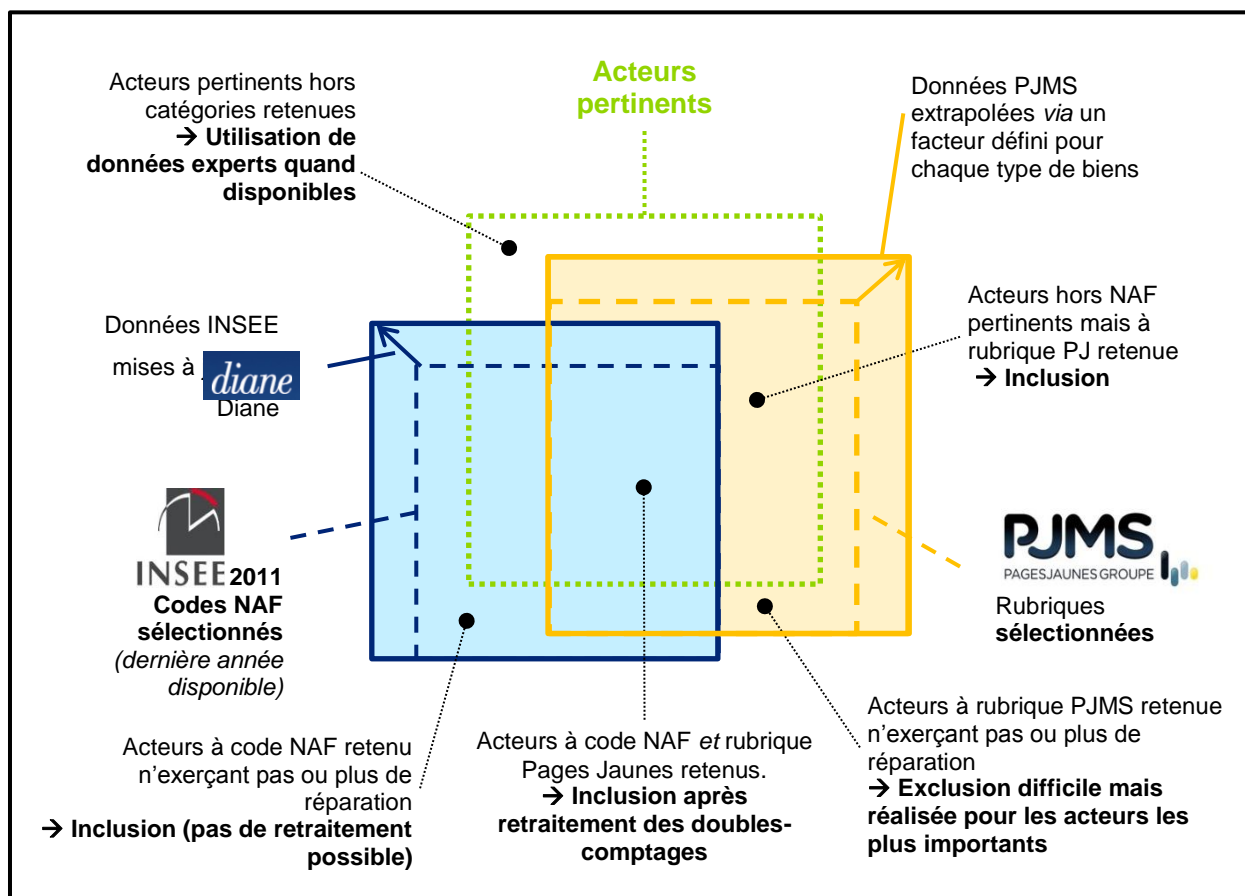
- **INSEE** : l'INSEE met à disposition certaines données d'activité (nombre d'entreprises, chiffre d'affaires, nombre d'emplois) consolidées par code NAF. Les contrôles réalisés sur les données publiées par l'INSEE permettent d'assurer un bon niveau de fiabilité. Les dernières données INSEE disponibles sur les codes NAF sélectionnés dans le cadre de l'étude datent de 2011.

⇒ **Les données INSEE sont les données de base retenues pour cette l'étude.**

- Pages Jaunes : Pages Jaunes Marketing Service propose des bases de données d'établissements mise à jour en temps réel. Les acteurs sont présentés par rubrique Pages Jaunes, et leur code NAF est indiqué, ce qui permet d'exclure les acteurs déjà comptabilisés *via* les données fournies par l'INSEE. Pour chaque établissement et selon la disponibilité des données, des informations sont collectées sur les chiffres d'affaires et les emplois, présentées par tranches. Les données Pages Jaunes ne sont pas exhaustives : pour un code NAF donné, l'INSEE recense davantage d'acteurs que les Pages Jaunes. Ainsi, un facteur d'extrapolation est utilisé pour corriger le manque d'exhaustivité des données Pages Jaunes (voir le rapport complet de l'étude pour plus de détails).
⇒ **Les données Pages Jaunes sont utilisées pour compléter les données INSEE : elles permettent de recenser les acteurs non enregistrés sous les codes NAF retenus mais ayant déclaré une activité de réparation au travers leur rubrique Pages Jaunes.**
- Diane : il s'agit d'une base de données d'entreprises actualisée en temps réel sur la base des informations déposées par les entreprises aux greffes des tribunaux de commerce, qui précise code NAF, CA et nombre d'emplois pour chacune d'entre elles.
⇒ **Les données Diane ont deux finalités pour cette étude :**
 - **Mettre à jour les données INSEE 2011** : pour chaque code NAF retenu, l'évolution, sur la période 2011-2012, des données disponibles dans Diane et consolidées par code NAF, est appliquée aux données INSEE 2011.
 - **Compléter les données d'activité des acteurs recensés via Pages Jaunes** : pour chaque acteur recensé via Pages Jaunes, les données d'activités (chiffre d'affaires et nombre d'emplois) sont collectées au sein de la base de données Diane.
- Données experts : certaines données ne sont pas disponibles dans les bases de données identifiées. Il s'agit principalement des données des acteurs de l'économie sociale et solidaire qui ne sont ni identifiés sous un code NAF de la réparation, ni sous une rubrique Pages Jaunes de la réparation.

Lors de l'élaboration de la méthodologie, une attention particulière a été apportée à la sélection des codes NAF et des rubriques Pages Jaunes pertinents dans le cadre de l'étude. Le détail des codes et rubriques retenus par catégorie de biens sont précisés dans le rapport complet de l'étude.

L'approche proposée peut être représentée schématiquement comme suit :



Le tableau de bord présente les données suivantes :

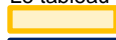


-  Les données Pages Jaunes retraitées ;
-  Les données INSEE mises à jour par les données Diane.
-  Ces données sont complétées, lorsque cela est possible et pertinent, par des données d'experts.

Figure 2 - Représentation schématique de la méthodologie retenue

3.2. Limites de la méthodologie

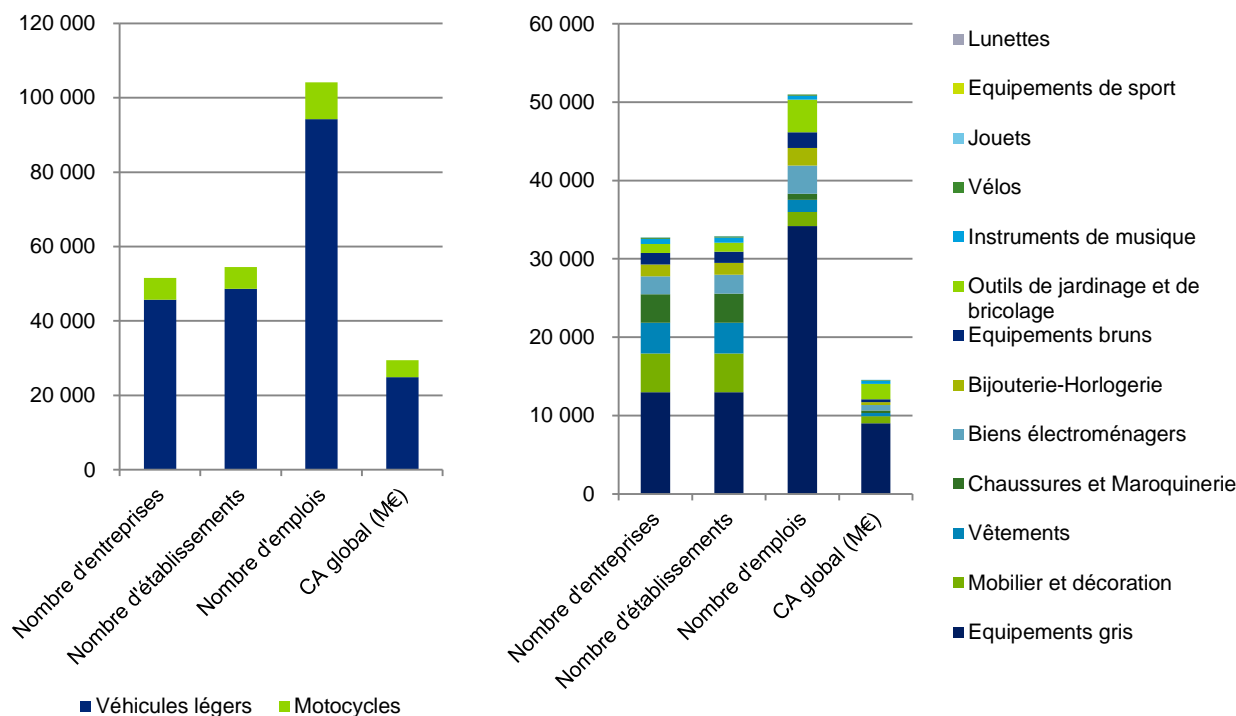
Les limites suivantes de la méthodologie proposée doivent être prises en compte lors de l'analyse des données publiées dans le présent rapport :

- La classification NAF présente un défaut d'actualisation connu : le code NAF est défini lors de la création de l'entreprise et n'est mis à jour qu'à la demande de celle-ci. Il est donc possible que les données INSEE utilisées soient sur ou sous-estimées ;
- La base de données Pages-Jaunes n'est pas exhaustive : une proportion significative d'acteurs n'y est pas référencée. Il est donc nécessaire de faire des extrapolations de ces données pour obtenir une donnée complète. Malgré le soin particulier pris dans le choix de facteurs d'extrapolation adaptés à chaque catégorie de biens, les données ainsi extrapolées sont en partie incertaines.
- Les données d'effectifs et de chiffres d'affaires fournies par les Pages Jaunes sont partielles (tous les acteurs ne les renseignent pas), par fourchettes et ne font pas l'objet de vérifications spécifiques par Pages Jaunes. La base de données Diane a autant que possible été utilisée pour compléter ces données à partir des numéros de SIRET, mais une incertitude demeure.
- Les ajustements de choix de codes NAF et de rubriques Pages Jaunes retenus par rapport aux panoramas précédents rendent l'analyse des évolutions plus difficile : les données historiques ont été corrigées mais cela n'a été possible que sur les données INSEE, faute d'historique des données Pages Jaunes.

4. RESULTATS

4.1. Tableau de bord consolidé

Le Tableau 2 et la Figure 3 présentent les données consolidées de nombre d'entreprises, d'établissements, d'emplois et de chiffre d'affaires des réparateurs privés (hors distributeurs et acteurs de l'économie sociale et solidaire) recensés dans cette étude. Les données relatives aux réparateurs automobiles (véhicules légers et motos) sont présentées à part des autres biens pour faciliter la lecture.



NB : la légende du graphique de droite est présentée dans l'ordre (les équipements gris sont représentés en bas, les lunettes en haut)

Figure 3 – Réparateurs des secteurs Automobile (à gauche) et Hors-automobile (à droite)

Le secteur de la réparation en France compte environ 85 000 entreprises, emploie plus de 150 000 personnes pour un chiffre d'affaires total d'un peu moins de 45 milliards d'euros.

Le secteur automobile représente la majorité de l'activité : plus de 60 % des entreprises, et près de 70 % des employés et du chiffre d'affaires.

Hors automobile, on remarque la part prépondérante de la réparation des équipements gris, qui regroupe environ 13 000 entreprises (soit 40 % des acteurs hors automobile), 34 000 employés (67 %) et réalisent 9 milliards d'euros de chiffre d'affaires (62 %). Viennent ensuite, dans l'ordre décroissant du nombre d'entreprises, les réparateurs de meubles et d'éléments de décoration (environ 5 000 acteurs), puis les acteurs du textile (environ 4 000 retoucheurs, 3 600 cordonniers).

Type de bien réparé	Nombre d'entreprises				Nombre d'établissements				Nombre d'emplois				CA global (M€)			
	Données NAF	Compl. Pages Jaunes	Compl. Expert	Total	Données NAF	Compl. Pages Jaunes	Compl. Expert	Total	Données NAF	Compl. Pages Jaunes	Compl. Expert	Total	Données NAF	Compl. Pages Jaunes	Compl. Expert	Total
Véhicules légers	42 436	3 289	NP	45 725	45 105	3 496	NP	48 601	70 452	23 826	NP	94 278	15 995	8 896	NP	24 891
Motocycles	5 611	245	NP	5 856	5 662	247	NP	5 909	9 305	515	NP	9 820	4 349	187	NP	4 536
TOTAL Automobile	48 047	3 534	0	51 581	50 767	3 743	0	54 510	79 757	24 341	0	104 098	20 344	9 083	0	29 427
Equipements gris	9 881	3 076	NP	12 957	9 910	3 085	NP	12 995	26 800	7 369	NP	34 169	5 805	3 214	NP	9 019
Mobilier et décoration	2 900	2 065	NP	4 965	2 879	2 050	NP	4 929	696	1 137	NP	1 833	207	685	NP	892
Vêtements	NP	3 936	NP	3 936	NP	3 938	NP	3 938	NP	1 524	NP	1 524	NP	404	NP	404
Chaussures et Maroquinerie	3 309	312	NP	3 621	3 318	382	NP	3 700	517	273	NP	790	232	101	NP	333
Biens électroménagers	1 941	365	NP	2 306	2 022	381	NP	2 403	2 610	1 000	NP	3 610	382	292	NP	674
Bijouterie-Horlogerie	953	549	NP	1 502	956	550	NP	1 506	1 650	563	NP	2 213	227	178	NP	405
Equipements bruns	1 298	151	NP	1 449	1 288	150	NP	1 438	1 735	300	NP	2 035	259	71	NP	330
Outils de jardinage et de bricolage	NP	1 137	NP	1 137	NP	1 143	NP	1 143	NP	4 135	NP	4 135	NP	1 994	NP	1 994
Instrument de musique	NP	662	NP	662	NP	662	NP	662	NP	523	NP	523	NP	387	NP	387
Vélos	NP	166	NP	166	NP	162	NP	162	NP	145	NP	145	NP	68	NP	68
Jouets	NP	20	NP	20	NP	20	NP	20	NP	0	NP	0	NP	1	NP	1
Equipements de sport	NP	NP	NP	0	NP	NP	NP	0	NP	NP	NP	0	ND	NP	NP	0
Lunettes	NP	NP	NP	0	NP	NP	NP	0	NP	NP	NP	0	ND	NP	NP	0
TOTAL hors Automobile	20 282	12 439	0	32 721	20 373	12 523	0	32 896	34 008	16 969	0	50 977	7 112	7 395	0	14 507
TOTAL tous biens	68 329	15 973	0	84 302	71 140	16 266	0	87 406	113 765	41 310	0	155 075	27 456	16 478	0	43 934

Tableau 2 – Tableau de bord consolidé des réparateurs de biens domestiques

Les Figure 4 et Figure 5 donnent des indications sur la taille moyenne des entreprises de chaque secteur, en termes d'effectif et de chiffre d'affaires.

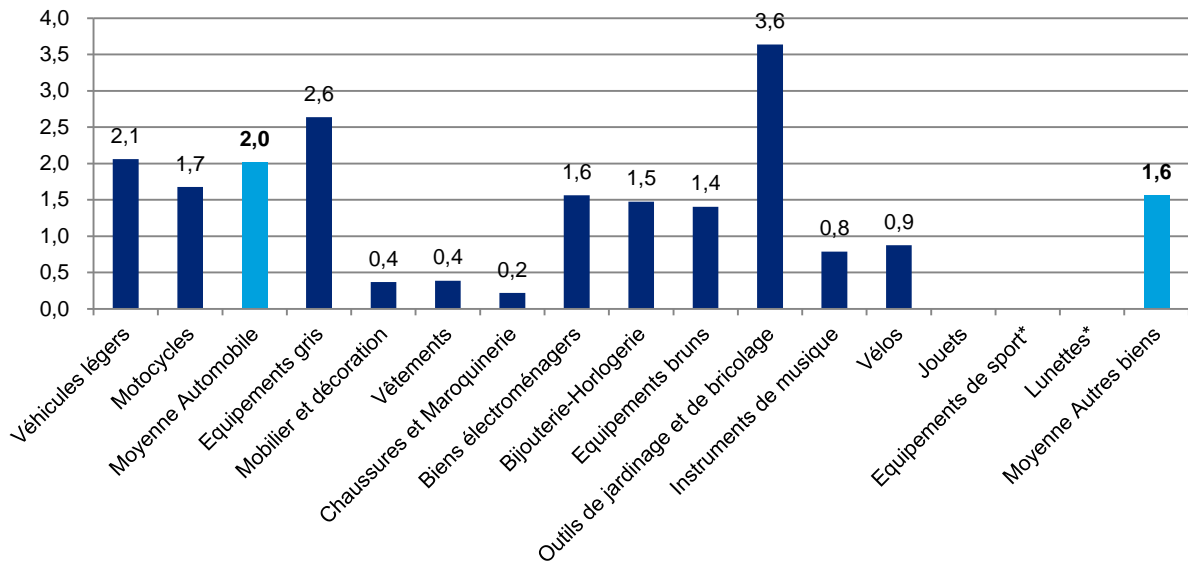


Figure 4- Nombre moyen d'emplois par entreprise (ETP)¹

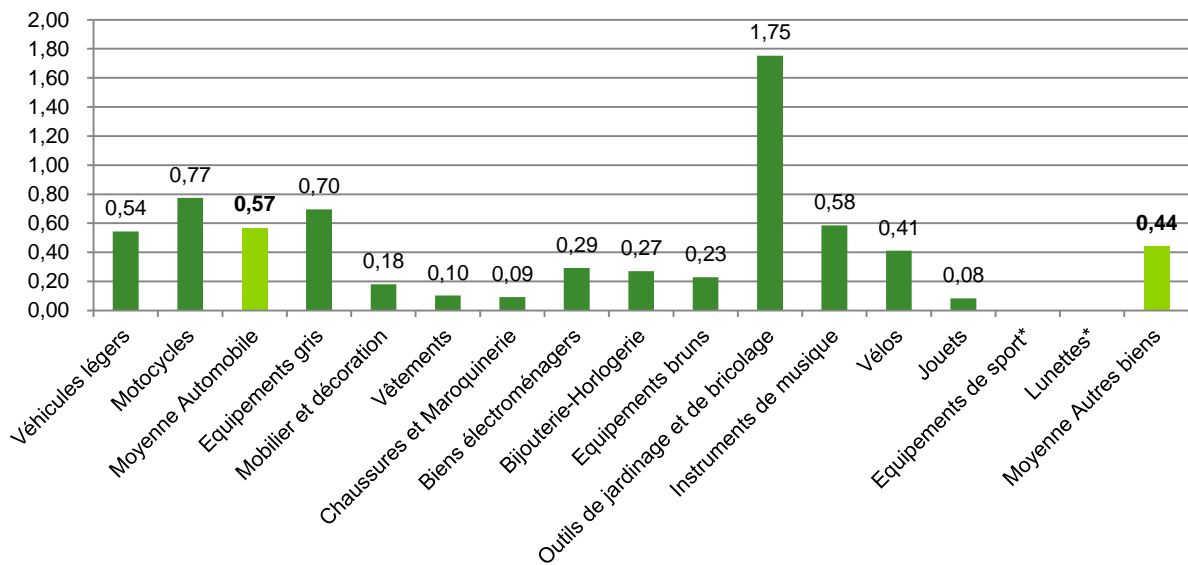


Figure 5 - Chiffre d'affaires moyen par entreprise (M€)

**Données non disponibles (seules des données relatives aux distributeurs le sont, non pertinentes ici)*

De manière générale, on observe que les réparateurs sont de petite taille, avec moins de 2 employés et autour de 500 000 € de chiffre d'affaires annuel en moyenne.

Les réparateurs d'équipements gris et d'outils de jardinage sont d'une taille plus importante que la moyenne, avec respectivement 2,6 et 3,6 employés et 0,7 et 1,75 millions d'euros de chiffre d'affaires moyen.

A l'inverse, les réparateurs de meubles, de vêtements et de chaussures sont de très petite taille, avec moins de 0,5 employés et 200 000 € de chiffre d'affaires annuel.

¹ Les emplois moyens inférieurs à un peuvent s'expliquer par plusieurs causes : travail à temps partiel, temps partagé entre l'activité de réparation et d'autres activités (vente par exemple), autoentrepreneurs non « employés » par la structure qu'ils ont créée, etc.

4.2. Evolution depuis 2006

Le Tableau 3, la Figure 6 et la Figure 7 présentent l'évolution des nombre d'entreprises, nombre d'emplois et chiffre d'affaires de la réparation des biens pour lesquels des codes NAF appropriés existent.

Les pourcentages d'évolution sont calculés entre les années 2010 et 2012 afin de qualifier l'évolution du secteur depuis la crise de 2008-2009.

Tableau 3 - Evolution de l'activité de réparation depuis 2006

Nombre d'entreprises								
Type de biens	2006*	2007**	2008**	2009	2010	2011	2012***	2010-2012
Véhicules légers	32 676	ND	ND	42 411	45 305	43 303	42 436	-6,3%
Moto-cycles	4 944	ND	ND	5 283	5 800	6 002	5 612	-3,2%
TOTAL Automobile	37 620	ND	ND	47 694	51 105	49 305	48 048	-6,0%
Equipements gris	0	ND	ND	7 874	10 899	10 814	9 882	-9,3%
Chaussures et Maroquinerie	3 369	ND	ND	3 634	3 352	3 224	3 310	-1,3%
Mobilier et décoration	0	ND	ND	2 213	2 953	3 166	2 901	-1,8%
Electroménager	2 015	ND	ND	2 461	2 209	1 997	1 942	-12,1%
Equipements bruns	2 433	ND	ND	2 458	1 720	1 401	1 298	-24,5%
Bijouterie-Horlogerie	860	ND	ND	838	1 300	1 064	953	-26,7%
TOTAL hors automobile	8 677	ND	ND	19 478	22 433	21 666	20 286	-9,6%
TOTAL	46 297	ND	ND	67 172	73 538	70 971	68 334	-7,1%

Nombre d'emplois (ETP)								
Type de biens	2006*	2007**	2008**	2009	2010	2011	2012***	2010-2012
Véhicules légers	101 906	ND	ND	100 228	93 106	92 777	70 453	-24,3%
Moto-cycles	15 165	ND	ND	11 760	12 165	11 801	9 306	-23,5%
TOTAL Automobile	117 071	ND	ND	111 988	105 271	104 578	79 759	-24,2%
Equipements gris	0	ND	ND	25 401	26 300	26 781	26 801	1,9%
Chaussures et Maroquinerie	1 095	ND	ND	1 648	1 193	1 338	518	-56,6%
Mobilier et décoration	0	ND	ND	1 597	1 593	1 067	696	-56,3%
Electroménager	4 632	ND	ND	4 173	3 564	3 185	2 611	-26,7%
Equipements bruns	4 095	ND	ND	3 587	3 188	2 522	1 735	-45,6%
Bijouterie-Horlogerie	869	ND	ND	1 043	1 243	1 713	1 651	32,8%
TOTAL hors automobile	10 691	ND	ND	37 449	37 081	36 606	34 012	-8,3%
TOTAL	127 762	ND	ND	149 437	142 352	141 184	113 771	-20,1%

CA (M€)								
Type de biens	2006*	2007**	2008**	2009	2010	2011	2012***	2010-2012
Véhicules légers	14 464	ND	ND	17 819	16 347	16 447	15 996	-2,1%
Moto-cycles	5 089	ND	ND	4 347	4 565	4 647	4 349	-4,7%
TOTAL Automobile	19 553	ND	ND	22 167	20 912	21 094	20 345	-2,7%
Equipements gris	0	ND	ND	5 062	5 174	5 882	5 805	12,2%
Chaussures et Maroquinerie	187	ND	ND	293	229	230	232	1,7%
Mobilier et décoration	0	ND	ND	236	232	213	207	-10,8%
Electroménager	446	ND	ND	538	477	395	382	-20,0%
Equipements bruns	498	ND	ND	523	462	294	259	-43,9%
Bijouterie-Horlogerie	92	ND	ND	117	186	224	227	22,3%
TOTAL hors automobile	1 223	ND	ND	6 769	6 760	7 238	7 113	5,2%
TOTAL	20 776	ND	ND	28 935	27 672	28 332	27 458	-0,8%

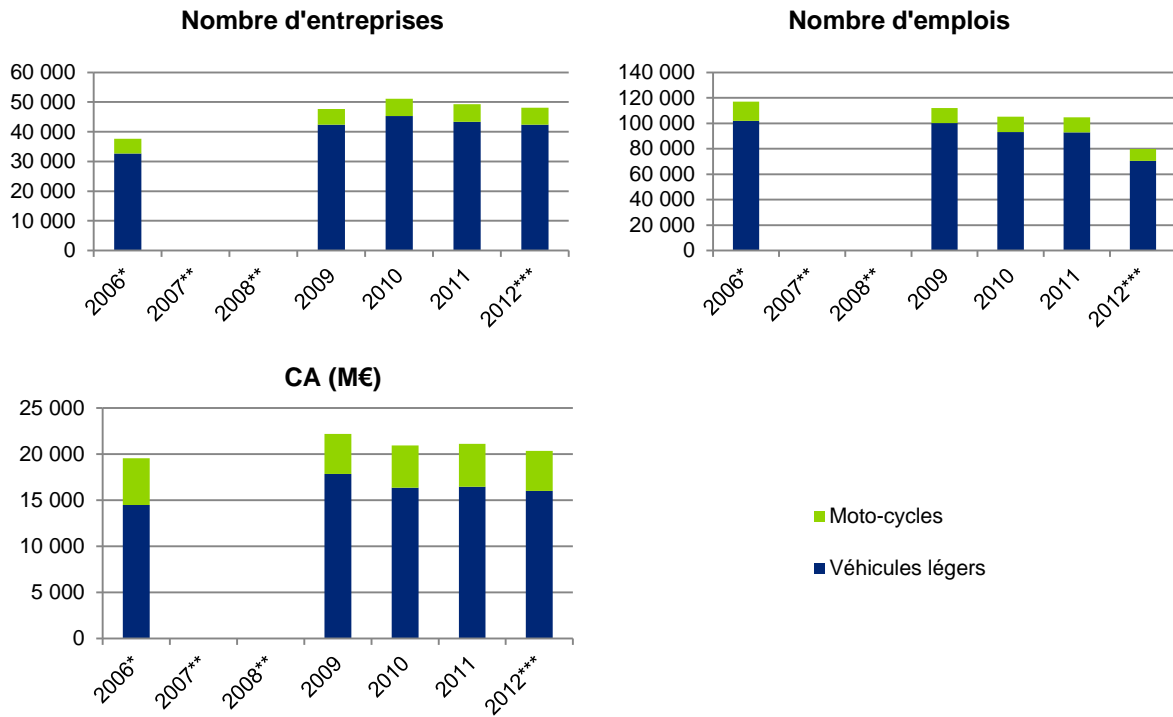


Figure 6 - Evolution de l'activité de réparation - secteur automobile

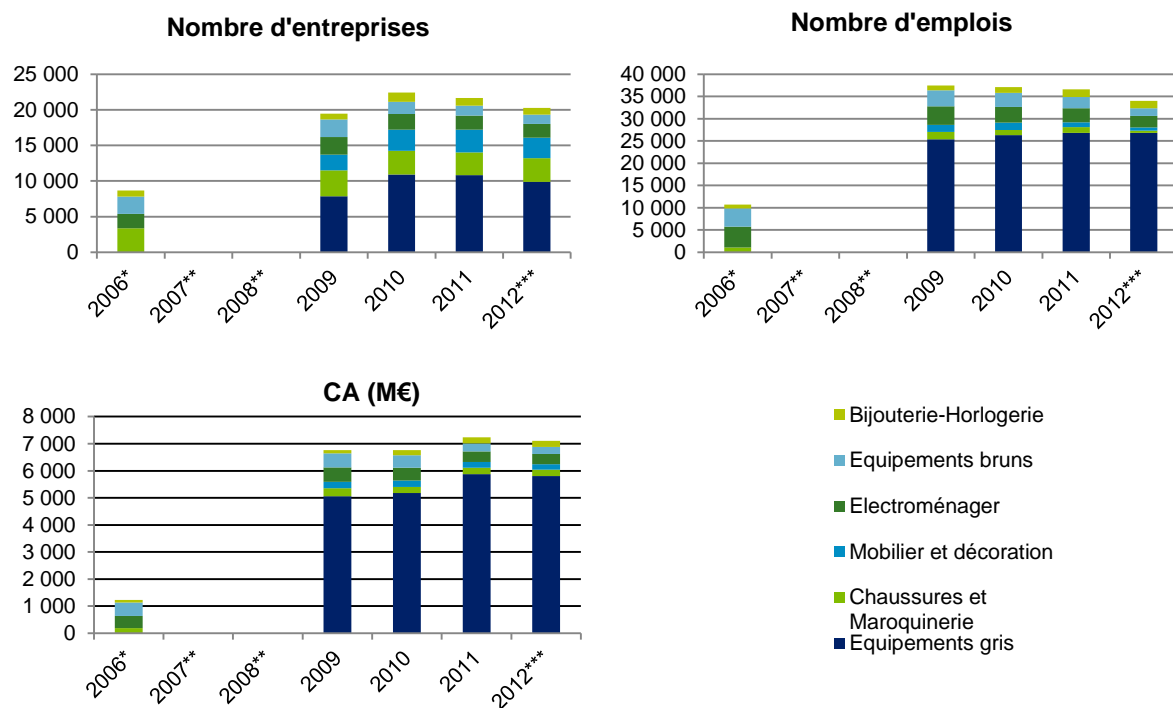


Figure 7 - Evolution de l'activité de réparation - hors automobile

Points d'attention méthodologiques

Seules les données NAF sont exploitées – les catégories de biens sans code NAF ne sont pas représentées.

* Les données 2006 correspondent à l'ancienne nomenclature d'activité – la correspondance avec la NAF v2 n'est pas toujours possible

** Données 2007 et 2008 non disponibles du fait du changement de nomenclature

*** Données 2012 estimées sur la base de l'évolution des données Diane entre 2011 et 2012

Dans le secteur automobile, on note une tendance à la baisse du nombre d'acteurs (-6 % entre 2010 et 2012) et du chiffre d'affaires (-3 %), ainsi qu'une baisse importante du nombre d'emplois (-24 %).

Hors automobile, la tendance globale est également à la baisse, avec près de -10 % d'entreprises et -8 % d'employés entre 2010 et 2012 ; le chiffre d'affaires est cependant en hausse (+5,2 %), essentiellement porté par la hausse d'activité de la réparation des équipements gris (+12 %).

4.3. Tendances et perspectives

4.3.1. Tous les biens domestiques ne sont pas couverts par une offre de réparation accessible

L'analyse des données disponibles d'une part, et de la répartition géographique des acteurs d'autre part, montrent que tous les biens ne sont pas couverts par une offre de réparation suffisante :

- La demande n'apparaît pas suffisante pour développer une offre de réparation **des jouets, des vêtements et des meubles** au-delà des activités artisanales spécialisées représentées par les retoucheries, les ébénistes ou encore les tapissiers. Selon les professionnels de ces secteurs et en particulier le Groupe Ludendo – La Grande Récré pour le secteur des jouets et la FNAEM pour le secteur des meubles, les activités de réparation de ces biens **ne sont a priori pas amenées à croître**. En revanche, les filières de réemploi sont privilégiées et de plus en plus sollicitées par les consommateurs. A noter que le développement du réemploi permet de sensibiliser les consommateurs à la réparabilité des produits et est ainsi **favorable au développement de la demande de réparation** ;
- Pour d'autres biens comme les **équipements électriques et électroniques**, la demande reste **importante**. Néanmoins, les acteurs sont de moins en moins nombreux et l'accès à un service de réparation de proximité est de plus en plus difficile pour les consommateurs ;
- Enfin, pour d'autres secteurs comme celui **des lunettes ou des vélos**, **le maillage de l'offre de réparation correspond au maillage de l'offre de vente**, les activités de réparation étant uniquement proposées par les commerçants de ces secteurs.

4.3.2. Face à la faible rentabilité de l'activité, les acteurs se diversifient

L'ensemble des acteurs interrogés souligne la faible rentabilité des activités de réparation : alors que les charges, les taux de TVA, les coûts de main d'œuvre, de logistique et de pièces détachées demeurent importants, **les marges réalisées sur les actes de réparation restent faibles**.

Face à **la baisse des prix des produits neufs mis sur le marché**, les prix de la réparation ne peuvent augmenter. En effet, comme mentionné plus haut pour le cas de l'électroménager, les consommateurs favorisent la réparation lorsque celle-ci n'excède pas 30 % à 50 % du prix du produit neuf.

Pour les réparations prises en charge sous un contrat de garantie, les contrats passés entre les distributeurs et les fabricants fixent des **remboursements forfaitaires**, limitant également les possibilités d'augmenter les marges des réparateurs. En effet, dans le cas d'une panne sous garantie, les frais de réparation ne sont pas pris en charge par le consommateur mais sont remboursés au réparateur sous la forme d'un forfait dont le montant est au préalable négocié dans les accords entre les distributeurs et les fabricants, selon la nature de la panne.

Dans ce contexte, les acteurs cherchent à **diversifier leurs activités** : selon la FFCM, les cordonniers commercialisent de plus en plus de produits, au-delà des produits d'entretien du cuir. Pour d'autres secteurs, comme les opticiens ou les vélocistes, l'activité de réparation a toujours été liée à l'activité principale de commerce et la faible rentabilité de la réparation renforce la pertinence de ce modèle.

4.3.3. L'accès aux pièces détachées demeure un frein pour le développement de la réparation de certains biens domestiques

Alors que **le secteur de l'électroménager est de plus en plus structuré** pour assurer la disponibilité des pièces détachées et garantir l'approvisionnement des réparateurs via le logiciel Agora par exemple, **d'autres secteurs rencontrent des difficultés** : à titre d'exemple, la FMB souligne que la grande diversité des articles vendus en magasins de bricolage et le nombre important de fournisseurs rend difficile l'accès aux pièces détachées. En outre, le secteur n'est à ce jour pas structuré pour faciliter la mise à disposition des pièces détachées et documentations techniques par les fabricants.

La **possibilité de mettre en place une filière de pièces détachées d'occasion** apparaît comme un axe de développement intéressant pour diminuer le coût des pièces détachées tout en réduisant les quantités de déchets produits. A noter que sur ce sujet, l'ADEME souhaite réaliser des études prospectives, notamment dans le secteur de l'électroménager.

4.3.4. Les secteurs de la réparation manquent de compétences pour maintenir une offre de qualité

Les experts interrogés dans le cadre de l'étude s'accordent à dire que **les métiers de la réparation ne bénéficient pas d'une bonne image auprès des entrepreneurs et des jeunes apprentis**. Ainsi, même si certains secteurs comme l'électroménager ou l'automobile ont développé des cursus de formation spécialisés et mis à jour en fonction des évolutions technologiques, il est difficile de former suffisamment de réparateurs.

D'autres secteurs comme **l'outillage** n'ont, en revanche, **pas de formation dédiée** à la réparation des produits qu'ils mettent sur le marché : ce manque de formation rend difficile le développement de l'offre et la visibilité des acteurs du secteur auprès des jeunes.

Enfin, **la diversification des activités mentionnée plus haut entraîne une perte de certains savoir-faire** : en diversifiant les cursus de formation pour répondre d'une part, aux évolutions technologiques et, d'autre part aux compétences commerciales et de gestion nécessaires dans ces secteurs, les formations sont moins pointues et certaines compétences se perdent. A noter que l'évolution constante des technologies mises sur le marché, en particulier dans les secteurs des produits gris et bruns, rend difficile le maintien de formations adaptées.

4.3.5. L'élargissement de l'offre en produits neufs rend la réparation de plus en plus complexe

Dans tous les secteurs d'activité, l'offre en produits neufs est de plus en plus large :

- **De plus en plus de produits sont mis sur le marché français**, en provenance de nombreux fabricants différents : les réparateurs ont des difficultés pour développer des compétences sur tous les produits et accéder aux pièces détachées et à la documentation technique ;
- Le prix d'entrée de gamme est de moins en moins cher : cette **baisse des prix à l'achat limite la rentabilité de la réparation, du point de vue du consommateur** ;
- Les fabricants sont localisés loin du détenteur final, et les circuits d'achat font intervenir de plus en plus d'intermédiaires : **les consommateurs ont du mal à identifier les acteurs à solliciter en cas de panne**.

4.3.6. La réparabilité des produits demeure un frein pour certains types de biens seulement

Pour certains produits, le **caractère non démontable** est le premier frein à la réparation :

- La CLCV cite en particulier les tablettes et smartphones pour lesquels la miniaturisation a entraîné une baisse de la réparabilité : certains produits ne sont pas démontables et ne permettent notamment pas le remplacement de la batterie par le détenteur ou le distributeur ;
- Sur le secteur des jouets ou des vêtements, la réparabilité des produits reste également faible.

De même, la **diversification des produits mis sur le marché** ainsi que les évolutions technologiques entraînent une multiplication des pièces détachées et une complexification de la réparation pour beaucoup de biens domestiques. Cette tendance nuit à la réparabilité des produits.

En revanche, la FFCM souligne que malgré les évolutions de matériaux et de fabrication, **les chaussures demeurent des produits réparables** : les techniques et produits tels que les colles utilisées évoluent et permettent de réparer les chaussures qui ne sont pas en cuir.

Le développement de **l'écoconception** est favorable à la production de **produits réparables**. La Commission Européenne a ainsi lancé des travaux afin d'étendre les critères d'écoconception non seulement à l'efficacité énergétique mais également à l'optimisation des ressources et à la réparabilité des produits.

Les fabricants visent, quant à eux, à **améliorer la fiabilité de leurs produits**. Dans le secteur de l'électroménager comme dans celui des équipements bruns et gris, la nature des pannes est identifiée par les réparateurs grâce à des codes pannes professionnels standardisés. Les réparateurs communiquent le code panne des appareils réparés sous garantie au fabricant de la marque de l'appareil. Ce dernier tient compte de ces informations pour la conception de ses produits. Les fabricants investissent des moyens importants pour lutter contre les pannes de leurs appareils pour deux raisons principales :

- Dans un contexte de forte concurrence, ils ont comme souci de fidéliser le consommateur en lui proposant des appareils fiables et de qualité ;
- Le coût du traitement d'une panne est très élevé pour un fabricant, en particulier lorsque celle-ci survient pendant la période de garantie.

4.3.7.L'extension de la garantie légale de conformité représente un levier controversé

Le **statut sous garantie** ou hors garantie d'un produit est sans aucun doute le **premier facteur** influençant la demande de réparation d'un produit par son détenteur. Ainsi, la garantie incite **le consommateur à faire réparer son produit** et favorise plus généralement l'achat de produits réparables et plus durables. L'extension de la durée de garantie a également une influence sur **les fabricants**, pour lesquels la réparation sous garantie représente un coût : ils sont alors incités à **concevoir des produits plus durables et plus fiables**.

Néanmoins, **plusieurs arguments nuancent les bénéfices de l'extension de la garantie légale** :

- Selon la CLCV, l'extension de la garantie légale prévue par la loi de consommation de 2014 (dite Loi Hamon) de 6 mois à 2 ans permet de garantir la prise en charge de la majorité des pannes par les distributeurs : le fabricant ou distributeur est le responsable présumé de la panne sur cette période. Or, celle-ci serait a priori sans contrepartie significative pour les consommateurs : pour les produits électroménagers notamment, la fréquence des pannes suit une courbe en baignoire, la majorité des pannes survenant soit avant 24 mois soit après 8 ans de vie du produit. Une extension de la garantie légale au-delà de 2 ans serait a priori sans contrepartie significative pour les consommateurs.
- Selon le GIFAM, même si la fiabilité et la durabilité des produits augmentent, le contexte économique actuel ne permet pas d'envisager que les fabricants et distributeurs puissent « absorber » le coût de garanties plus longues dans leurs marges alors que le marché français connaît une érosion des prix depuis 10 ans. Une extension de garantie au-delà de 2 ans impliquerait donc une hausse des prix d'achat.
- Sous garantie, les prix de réparation sont fixés par des accords établis entre les distributeurs responsables de la garantie, et les fabricants. Les réparations sont prises en charge sur la base de remboursements forfaitaires, limitant les marges des réparateurs. Ces derniers réalisent leurs marges sur les actes de réparation hors garantie.

Il apparaît donc que toute extension de la durée de garantie légale doit s'accompagner d'une réflexion sur les conditions de garantie, notamment pour assurer la promotion de produits durables et fiables.

4.3.8. Au-delà du prix d'achat du produit neuf, l'attachement à certains produits influence le consommateur

Le prix d'achat du bien est l'un des premiers facteurs influençant le consommateur :

- Les équipements nécessitant un **investissement** (voiture, gros électroménager, TV, Hifi) seront **réparés** autant que possible, même hors garantie et même pour des équipements dont les évolutions technologiques sont importantes ;
- Néanmoins, les produits mis sur le marché sont plus **attractifs et performants**, ce qui donne envie au consommateur de changer son appareil, surtout si celui-ci a atteint un certain âge ;
- Pour les **biens « accessoires »**, l'envie d'avoir un produit neuf et les effets de mode poussent au **remplacement** plutôt qu'à la réparation (petits appareils électroménagers, petit électronique, vêtements, chaussures) ;
- La **tendance à la baisse des prix des produits neufs est un frein** au développement de la réparation.

L'attachement à certains biens favorise la réparation :

- Les objets de décoration et le mobilier sont peu réparés sauf lorsque le consommateur y est attaché ;
- Les bijoux, chaussures, vêtements ou biens de maroquinerie sont peu réparés compte-tenu des faibles prix d'achat et des effets de modes. Néanmoins, pour des chaussures confortables ou des biens haut de gamme, le consommateur fait appel aux services de réparation.

4.3.9. Le développement des comportements éco-citoyens a divers impacts

Le soutien des services de proximité est un levier pour les artisans de la réparation : les consommateurs sont de plus en plus sensibles au maintien et au développement des activités locales. De plus, ils sont attachés au lien social entretenu avec les artisans de proximité.

Dans un contexte où le consommateur est de plus en plus sensible à la préservation des ressources et à la prévention des déchets, **les filières de réemploi sont de plus en plus favorisées** : qu'il s'agisse d'activités de l'économie sociale et solidaire ou de réseaux de ventes d'occasion, les activités de réemploi sont en croissance. Cette tendance est favorable à la réparation, les consommateurs se posant la question de la réparabilité de leurs produits dans le cadre du réemploi.

Comme le soulignait le panorama de la réparation publié par l'ADEME en 2010, la **mise sur le marché de produits à moindre impact environnemental** a une influence défavorable sur la réparation, incitant les consommateurs à acheter un nouveau produit plus performant.

4.3.10. Les modes de consommation ont un impact significatif sur la réparation

Les offres de **vente à distance** se développent pour de nombreux types de biens. Pour les vélos, on observe que les achats en ligne concernent majoritairement des produits haut de gamme. Ce sont en effet les consommateurs les plus avisés qui se tournent de plus en plus vers l'offre compétitive de la vente à distance.

Cette tendance nuit particulièrement au secteur de la réparation :

- il est plus difficile de maintenir une offre capable de réparer tous les produits du marché : l'accès aux pièces détachées et aux compétences nécessaires à la réparation des produits est de plus en plus complexe ;
- la baisse des ventes par les commerces de proximité diminue l'offre de réparation par ces acteurs : alors que les réparateurs comptent sur leurs activités de vente pour réaliser leurs marges, il leur est de plus en plus difficile de proposer des services de réparation à un prix attractif ;
- l'accès au service après-vente n'est à ce jour pas assuré : un grand nombre de plateformes de vente par Internet ne propose, en effet, que rarement un service après-vente et reste très évasif sur l'après-vente de manière générale.

Les pratiques de consommation collaborative et de location sont en croissance : selon la CLCV, pour certaines catégories de biens comme l'automobile et l'outillage, les consommateurs, et en particulier les plus jeunes, sont favorables à une mutualisation des équipements et sont moins attachés à la notion de propriété. L'absence de stockage, d'entretien ou de réparation à titre individuel ainsi que la mise à disposition d'équipements de qualité et à la pointe sont les principales motivations des consommateurs qui se tournent vers ces modes de consommation. Cette tendance est a priori favorable au développement de l'offre de réparation : la demande en produits d'entrée de gamme peu réparés baisse alors que la demande en entretien et réparation des parcs d'équipements mutualisés croît, permettant le développement d'une offre de réparation plus rentable et sur le long terme. A titre d'exemple, dans le secteur du bricolage, une offre telle que celle déployée par *Kiloutou* proposera des équipements de qualité, entretenus et réparés afin d'allonger leur durée de vie. Néanmoins, la location telle que proposée par *Velib* ou *Autolib* témoigne de plusieurs impacts : même si l'utilisation d'équipements mutualisés permet de limiter leur nombre et d'assurer leur réparation par l'entreprise proposant ces services, le fait de ne pas être propriétaire de ces équipements tend à déresponsabiliser le consommateur et à augmenter les opérations d'entretiens et de remplacements dues à une mauvaise utilisation. Aucune étude n'a encore permis de réaliser le bilan de ces modes de consommation : une expérimentation nationale est prévue en 2015.

4.3.11. Les nouveaux acteurs de la réparation

Les acteurs de l'économie sociale et solidaire sont peu présents dans le secteur de la réparation malgré la forte demande des consommateurs. En effet, en dehors de l'offre proposée par le réseau Envie, la majorité des acteurs de l'ESS réparent dans le cadre de leur activité de réemploi et n'ont pas vocation à développer une offre de réparation sans changement de propriétaire.

L'autoréparation s'organise :

- Sur l'exemple des adhérents au réseau VGASS présenté plus haut, des professionnels de la réparation automobile développent une offre de self-garage ;
- Dans le secteur du vélo, les consommateurs se regroupent en associations pour disposer d'un atelier d'entretien et de réparation mutualisé, comme c'est le cas du réseau L'Heureux Cyclage ;
- Certains fabricants d'électroménager mettent librement à disposition sur leur site Internet la documentation technique et les pièces détachées ;
- Le développement d'Internet et de sites tels que « jerépare.fr », « commentreparer.com » ou encore « sosav.fr » et la mise à disposition de pièces détachées à destination des particuliers (oscaro.com pour les voitures ou encore jereparemonbagage.com pour les valises) favorise le développement de l'auto-réparation.
- Des initiatives de type *Repair Café* proposent un soutien logistique et organisationnel au développement d'associations dont les bénévoles proposent leurs services pour aider les particuliers à réparer leurs biens. On compte aujourd'hui une quinzaine de *Repair Cafés* en France.

A noter que ces initiatives sont favorables aux activités de réparation : comme le souligne l'association *Repair Cafés*, leur activité vise à sensibiliser les consommateurs à la réparabilité des produits et aux savoir-faire des réparateurs. Les ateliers de réparation permettent ainsi de valoriser les activités de réparation et à des réparateurs partenaires de se faire connaître.

4.3.12. Le rôle des collectivités territoriales et des associations pour développer la réparation

Les initiatives locales de promotion des métiers et des services de réparation ainsi que les campagnes nationales de communication et de sensibilisation sont des leviers importants au développement de l'offre et de la demande. L'ADEME a publié début 2014 une étude présentant un état des lieux de ces initiatives en France². Que ces événements soient à l'initiative des réparateurs, de la collectivité, de la chambre des métiers locale ou régionale ou d'associations, ceux-ci sont l'occasion de communiquer auprès des citoyens sur les activités de la réparation :

- La création d'annuaires fédère les acteurs et permet d'augmenter la visibilité de l'offre auprès des citoyens. L'association Les Amis de la Terre a par exemple développé un annuaire en ligne des acteurs de la réparation, la location, le don, l'échange et l'occasion sur son site Internet « *produitspourlavie.org* »³. Plusieurs Chambres de Métiers et de l'Artisanat développent également des annuaires locaux des professionnels de la réparation ;
- L'organisation de portes ouvertes permet de sensibiliser les citoyens aux techniques de réparation et de valoriser la réparation. Ces événements permettent également de promouvoir les activités de réparation auprès des jeunes apprentis et entrepreneurs ;
- L'intégration des acteurs de la réparation à des événements sur le développement durable permet d'informer les consommateurs sur l'importance de la réparation comme éco-geste contribuant à la prévention des déchets.

Par ailleurs, l'intégration de la réparation dans les campagnes de communication et de sensibilisation sur la prévention des déchets permet de sensibiliser les consommateurs au bénéfice environnemental de la réparation. A titre d'exemple, l'opération Foyers témoins, lancée en avril 2014 par Les Amis de la Terre,

² « Panorama des initiatives de promotion et de soutien aux activités de réparation en France » – Etude ADEME réalisée par Espace Environnement ASBL – Janvier 2014

³ http://www.produitspourlavie.org/guideReparationReemploi/Guide_Reemploi_Cartes.php

participe à la promotion des modes de consommation plus durables et est l'occasion de sensibiliser les consommateurs aux gestes, tels que la réparation, permettant de limiter la consommation de ressources et la production de déchets.⁴

5. CONCLUSION

L'étude réalisée a tout d'abord permis de préciser le périmètre du panorama de l'offre de réparation à travers une typologie de biens et d'acteurs définie en amont de la collecte des données. L'identification des circuits de la réparation par type de biens a mis en évidence des similitudes entre différents secteurs d'activités : alors que les circuits de la réparation des équipements de sport, des vélos et de l'outillage font intervenir des grandes surfaces spécialisées ainsi que des commerçants/réparateurs artisans, ceux du secteur du mobilier, des chaussures et des vêtements font principalement intervenir des artisans spécialisés dans la réparation de ces biens (ébénistes, cordonniers, retoucheries).

Avec plus de 60 % des entreprises des secteurs de la réparation, la réparation automobile demeure majoritaire. La réparation des équipements électriques et électroniques représente 40 %, en nombre d'entreprises, du marché hors réparation automobile. L'ensemble des secteurs suit une tendance à la baisse sur la période 2010-2012 en nombre d'entreprises et d'emplois. Le chiffre d'affaires de la réparation automobile connaît une légère baisse de 3 % alors que le chiffre d'affaires des autres secteurs augmente de plus de 5 %, essentiellement porté par la hausse du chiffre d'affaires du secteur de la réparation des équipements gris (+12 %).

Les principaux freins identifiés se situent tant au niveau de l'offre que de la demande :

- Le contexte de crise économique n'est pas favorable au développement de l'offre : les réparations sont peu rentables notamment dans un contexte où les coûts de main d'œuvre et de transport augmentent ;
- L'accès aux pièces détachées demeure un frein au développement de certains secteurs d'activité ;
- La formation représente également un frein : face à la faible rentabilité des actes de réparation, les acteurs diversifient leurs activités, et les cursus de formations intègrent alors l'apprentissage d'autres compétences au détriment de l'apprentissage des savoir-faire les plus techniques ;
- Le marché des produits neufs a plusieurs impacts : avec le développement de la vente à distance notamment, la diversité des produits mis sur le marché est de plus en plus grande, rendant la réparation de plus en plus complexe ; la baisse du prix moyen des produits neufs rend la réparation de certains biens peu rentable pour le consommateur ; l'attractivité des produits neufs est également un frein pour les biens « accessoires » ainsi que la faible réparabilité de certains produits.

Les actions nationales et locales permettent néanmoins de favoriser le développement du secteur et témoignent de perspectives intéressantes :

- Les actions de promotion de la prévention des déchets et de sensibilisation aux comportements permettant d'allonger la durée de vie des produits influencent les comportements des consommateurs, de plus en plus sensibles à l'intérêt de réparer. Plus largement, la promotion des comportements éco-citoyens et notamment de l'intérêt du soutien de l'activité locale ou encore le développement des ateliers d'autoréparation ont un effet positif ;
- Les actions de communication menées par les collectivités, les associations et les chambres des métiers et de l'artisanat, telles que les annuaires de la réparation ou les opérations portes ouvertes permettent d'améliorer la visibilité des acteurs : l'offre n'est pas toujours connue des consommateurs et la valeur de la réparation est encore trop souvent sous-estimée. Ces actions permettent d'informer et de sensibiliser aux savoir-faire liés aux activités de réparation.
- L'écoconception des produits et la traçabilité des produits et pièces détachées sont des leviers favorisant la réparabilité des produits et qu'il est important de promouvoir.

L'étude a également mis en avant des pistes d'actions détaillées dans le rapport final visant à adapter l'offre de réparation aux nouvelles tendances de consommation.

⁴ <http://www.produitspouirlavie.org/foyers-temoins.php>

L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie et du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.



ADEME
20, avenue du Grésillé
BP 90406 | 49004 Angers Cedex 01

www.ademe.fr