

## ATELIER du 16 avril 2015

### « L’Obsolescence programmée » avec Thierry Libaert

#### Les intervenants :

- Animatrice : **Florence Vanin**, co-pilote du Comité Ateliers Communication & Entreprise
- **Thierry Libaert** est professeur en sciences de l’information et de la communication, et auteur de nombreux ouvrages et articles. Rapporteur du comité économique et social européen, qui avait porté en 2013 le thème de l’obsolescence programmée sur le devant de la scène, Thierry Libaert décrypte le sujet pour les adhérents de Communication & Entreprise.

#### L’obsolescence programmée : définition

Le terme est barbare, mais il recouvre une réalité émergente qui influence grandement l’écosystème des métiers de la communication.

Un article du projet de loi sur la transition écologique du 14 octobre 2014 en définit les contours : « L’obsolescence programmée désigne l’ensemble des techniques par lesquelles un metteur sur le marché vise, notamment par la conception du produit, à raccourcir délibérément la durée de vie ou d’utilisation potentielle de ce produit afin d’en augmenter le taux de remplacement. Ces techniques peuvent notamment inclure l’introduction volontaire d’une défektivité, d’une fragilité, d’un arrêt programmé ou prématuré, d’une limitation technique, d’une impossibilité de réparer ou d’une non-compatibilité ».

#### L’obsolescence aux 3 visages

Pour définir l’obsolescence, il faut la considérer sous ses 3 angles :

**Technique** : la fin de vie du produit est planifiée par des calculs spécifiques, selon un processus de défektivité organisée ou d’incompatibilité de modèles ou de composants (ex. la puce d’une imprimante qui prévoit un seuil de copies maximal)

**Indirecte** : l’obsolescence intervient avec des problèmes de réparation impossible ou de manque de pièces de rechange (ex. la batterie d’un téléphone soudée à la coque)

**Psychologique** : le discours publicitaire qui consiste à nous faire croire qu’un produit est dépassé pour en acheter un plus récent (En France, 44% des produits sont jetés en état de marche)

#### Une réalité déjà ancienne

L’obsolescence programmée est d’actualité parce que l’opinion publique s’en est emparée assez récemment, mais le terme est ancien . Ainsi la notion d’Obsolescence apparaît pour la première fois en 1899, dans le livre de Thorstein Veblen, « Théorie de la classe des loisirs ». Dans les années 20-50, deux exemples industriels illustrent le fait que le

procédé existait déjà: les fabricants d'ampoules à incandescence, inusables, se réunissent pour que les filaments ne durent pas plus de 2 ans. Ou encore la réorganisation complète de la chaîne de production, chez Dupont, pour que les bas nylons, réputés inaltérables, se mettent à filer !

Il a cependant fallu attendre une vague de dénonciation médiatique (le documentaire « prêt à Jeter » d'Arte en 2010 ou le magazine Cash Investigation d'Elise Lucet, « la mort programmée de nos appareils » sur France2) pour que les ONG prennent le relais, que l'opinion s'émeuve et que le politique se saisisse du sujet.

### **La lutte contre le gaspillage programmé**

Car c'est bien sous cet angle des répercussions économiques, sociales, de santé publique et environnementales que le débat se situe : trop produire entraîne une sur-exploitation des matières premières et un accroissement massif des déchets, qu'il faudra ensuite recycler. L'impact est réel en matière d'inégalités sociales aussi puisque les premières victimes sont les personnes les plus défavorisées qui doivent souvent se contenter des produits d'entrée de gamme moins chers mais aussi ceux qui durent le moins longtemps, et que la filière des réparateurs risque de se retrouver rapidement au chômage. Sur un plan plus éthique, le métier d'ingénieur est frappé de suspicion : comment rester fier de moi si je dois fabriquer des objets destinés à cesser de fonctionner le plus vite possible ? Plus globalement, c'est le monde industriel tout entier qui fait l'objet d'une méfiance accrue.

En matière de santé, l'accroissement des incinérations de produits n'est pas neutre, de même que la multiplication des décharges sauvages n'est pas sans inquiéter les autorités internationales.

### **Une carte à jouer pour l'Europe**

Le travail engagé au plan européen, depuis 2013, a permis que l'idée devienne texte, avec l'implication de 28 pays et la représentation des intérêts de la société civile, dont les associations de consommateurs. Pour faciliter son adoption, la proposition a volontairement gommé tout ce qui était de l'ordre de l'interdiction, pour inciter à une prise de conscience et à des décisions constructives et non contraintes : seule la défectuosité programmée est désormais interdite. Pour le reste, les mesures de l'Europe portent sur le soutien à la filière réparation, l'encouragement à la normalisation (recours à des tiers certificateur de type AFNOR), l'affichage de la durée de vie des produits sur laquelle le fabricant s'est engagé, la valorisation de la commande publique (l'Europe représente 17%), la mise en place d'un observatoire européen sur le sujet et l'extension des garanties.

La sensibilisation des consommateurs n'est pas en reste, puisqu'il faut aussi agir sur les comportements et combattre une idée reçue : moins consommer n'est pas un frein à la croissance.

### **L'émergence de bonnes pratiques**

Certaines entreprises ont déjà bien compris les enjeux de ce débat qui, transformés en stratégie commerciale, peuvent valoriser leur image de marque, et donc leur développement. C'est ainsi que Motorola travaille par exemple sur un prototype de téléphone mobile avec modules encastrables, dont on ne changerait que la partie abîmée ou obsolète. Dyson, de son côté, communique clairement sur une durée de vie de 5 ans pour ses aspirateurs. Le Creuset, quant à lui, peut clamer fièrement la garantie à vie de certains de ses plats.

Les industriels ont été accusés de complot avec cette programmation de la défektivité. Ils commencent à comprendre aujourd’hui qu’une mort propre reste préférable, et qu’il vaut parfois mieux arrêter un produit que d’être sous le feu des projecteurs d’une image de marque écornée.

De nombreux groupes surfent désormais sur la vague des nouvelles pratiques de consommation dont l’économie de fonctionnalité et la consommation collaborative sont deux piliers, et cela dans une logique d’éco conception, de partage, et d’approche écologique : réduire, recycler, réutiliser, refabriquer. Il s’agit de vendre l’usage, et pas forcément le produit.

### **Existe-il une bonne obsolescence programmée ?**

On ne peut répondre à cette question sans distinguer durée de vie et durée d’utilisation. L’exemple du réfrigérateur est parlant : son impact environnemental dépend davantage de sa consommation, et non de sa production. Plus un frigo est récent, plus il répond aux critères écologiques. Il en va de même pour les voitures, dont la date moyenne d’obsolescence optimale serait de 14 ans, pour correspondre aux exigences de pollution. En revanche, quand on sait que la durée d’utilisation moyenne d’une perceuse est de 10 minutes par an, cela n’a aucun sens de communiquer sur sa durée de vie.

Quelle communication sur le sujet ?

Le phénomène doit être considéré de façon plus structurelle, sans vision idéologique ni normes impossibles à comprendre pour le consommateur. 92% des européens demandent simplement une meilleure information sur la durée de vie des produits, de manière à être maîtres de leur acte d’achat, en connaissance de cause.

Une communication influente portera donc plus volontiers sur la visualisation des avantages et l’importance d’être positif, dans une logique collective. Il en va de l’intérêt général, entreprises et consommateurs, d’avancer ensemble, dans une dynamique responsable et éclairée.

Pour en savoir plus, le blog de Thierry Libaert :  
<http://tlibaert.info>

**Propos recueillis par Françoise Moulin**  
[www.touslesmots.fr](http://www.touslesmots.fr)