



SYNTHESE DE L'ÉTUDE RELATIVE AU DÉVELOPPEMENT DE LA RÉPARATION DES ARTICLES DE BRICOLAGE ET JARDIN THERMIQUES

06/08/2024

Remerciements

Ecologic et Inddigo remercient chaleureusement les membres du comité de pilotage de l'étude pour leur contribution active aux travaux réalisés, ainsi que les acteurs de la réparation qui ont apporté leur expertise au cours d'entretiens.

Membres du comité de pilotage :

- Robin RONCERAY (Ecologic)
- Vanessa MONTAGNE (Ecologic)
- Bertrand REYGNER (Ecologic)
- Ghislaine MATEOS (Ecologic)
- Luc GUILLIER (ADEME)
- Stéphane SERS (SEDIMA)
- Thomas LE RUDULIER (Fédération des Jardineries et Animaleries de France)
- Caroline HUPIN (Fédération des Magasins de Bricolage)
- David TARGY (AXEMA)
- Louis De GAULMYN (FICIME)
- Armelle PHILIPPART (FICIME - SECIMPAC)
- Rachet DETHIER (FICIME)
- Pierre-Emmanuel BOIS (INOHA)
- Delphine DE LA BARRIERE (INOHA)
- Candice PASQUET (Stihl France)
- Jérémy TOUEILLE (Réseau Mr Jardinage)
- Maxence ZACHARIE (Honda)
- Martial RIALLIN (Sabre France)
- Pascal Dona (Service plus 2)
- Géraldine Totier (In Vivo)
- Julien Fredon (Ets Crosnier)

Citation de ce rapport

Synthèse - Etude relative au développement de la réparation des articles de bricolage et jardin thermiques. Juillet 2024.

25 pages.

Auteurs : Julien Gil, Robin Cordella-Genin, Sandrine Rosset, Corentin Boison, Adrien Chateigner (Inddigo), pour Ecologic.

SOMMAIRE

1.	INTRODUCTION	4
1.1.	ENJEUX DE LA FILIERE ABJTH	4
1.2.	OBJECTIFS	4
2.	ANALYSE QUANTITATIVE	5
2.1	SONDAGE REPARATEURS	5
2.1.1	Analyse croisée	5
2.2	SONDAGE CONSOMMATEURS	7
2.2.1	Résultats bruts	7
2.2.2	Analyse inférentielle	11
3.	SYNTHESE DES FACTEURS INFLUENÇANT LA PREARATION	15
4.	PROPOSITION D’ACTIONS	19
4.1	CATEGORIES D’ACTIONS	19
4.2	ACTIONS COMPLEMENTAIRES	20
4.2.1	Synthèse des notations	20
4.2.2	Hierarchisation	22
5.	CONCLUSION	23
6.	TABLE DES FIGURES	25

1. INTRODUCTION

1.1. ENJEUX DE LA FILIERE ABJTH

La filière de responsabilité élargie du producteur sur les articles de bricolage et de jardin a été créée par l'article 62 de la loi AGECE et est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2022.

Sont considérés comme Articles de Bricolage et de Jardin Thermiques les machines et appareils motorisés thermiques, définis à l'article R543-40-2, ainsi que les accessoires, les consommables de l'ensemble de ces produits.

1.2. OBJECTIFS

Objectifs de l'étude :

Ecologic, l'éco-organisme agréé pour la gestion des articles de bricolage et jardinage thermiques (ABJ Th), conformément à l'article Article 4.5 du cahier des charges d'agrément a évalué en lien avec l'ADEME avant le 1er juillet 2024 les quantités d'articles de bricolage et de jardin usagés faisant l'objet d'une réparation, en distinguant :

- les articles de bricolage et de jardin réparés hors garantie par les réparateurs labellisés qui bénéficient du fonds dédié au financement de la réparation, en précisant ceux qui sont réparés grâce aux opérations soutenues par ce fonds ;
- les articles de bricolage et de jardin réparés grâce aux autres actions que l'éco-organisme accompagne ou met en œuvre dans le cadre du plan d'action susmentionné ;
- et les articles de bricolage et de jardin réparés par d'autres modes d'action auxquels il ne participe pas.

Cette étude évalue également l'adéquation des ressources financières et les modalités d'emploi des fonds avec les objectifs cibles indicatifs.

La présente étude permet ainsi de :

- 1. Analyser la réparation sous toutes ses formes afin de mieux comprendre les facteurs qui influencent son évolution.**
- 2. Proposer une série d'actions qui permettrait de lever les freins identifiés et de favoriser le développement de la réparation.**
- 3. Evaluer l'adéquation des ressources financières et les modalités d'emploi des fonds avec les objectifs cibles indicatifs**

2. ANALYSE QUANTITATIVE

2.1 SONDAGE REPARATEURS

- La grande majorité des réparateurs qui ont répondu à l'enquête **sont en activité depuis plus de 5 ans**, ce qui vient confirmer les différentes études qui avancent que le marché est mature et que l'activité de réparation des ABJ thermique n'est pas nouvelle.

7. Depuis quand votre société exerce cette activité de réparation de produits thermiques?

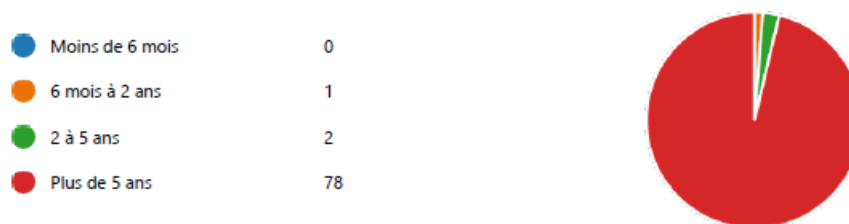


Figure 1: réponse à la question 7 de l'enquête réparateur

- En prenant l'hypothèse d'une distribution gaussienne, on considèrera qu'environ **20 à 30% des réparations d'ABJ thermique sont réalisées pour le compte de professionnels.**
- La plupart des réparateurs estiment que la limite acceptable **du prix de la réparation est de 45% du prix du neuf.**

2.1.1 ANALYSE CROISEE

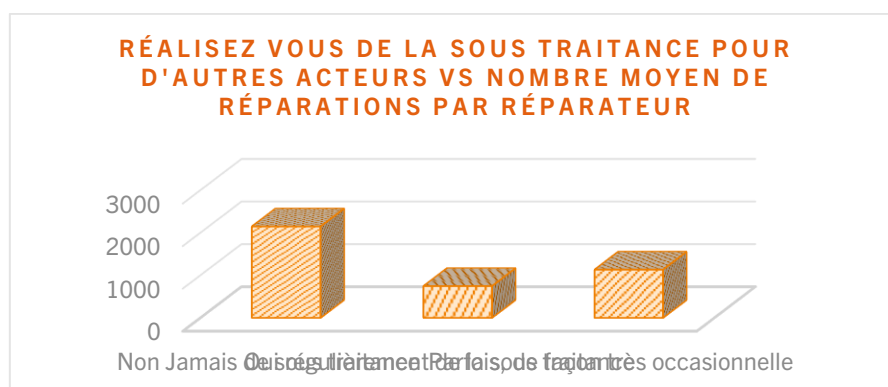


Figure 2: lien entre la sous-traitance et le nombre de réparations (en ordonnées)

Il ressort que les réparateurs qui réalisent des réparations pour d'autres enseignes sont aussi ceux qui réparent le moins. Cette observation paraît cohérente étant donné que les réparateurs qui ont beaucoup de travail n'ont pas besoin de réaliser des réparations en sous-traitance.

Les réparateurs affiliés à une centrale d'achat réparent en moyenne 2 fois plus que les autres.

Tableau 1: Lien entre affiliation à une centrale d'achat et nombre de réparation

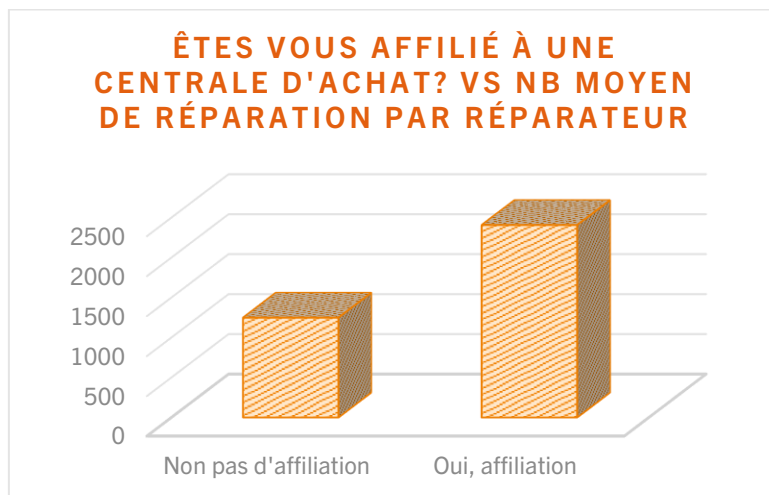


Figure 3: lien entre l'affiliation à une centrale d'achat et le nombre moyen de réparations effectuées (en ordonnées)

Ce sont plus généralement les réparateurs ayant une forte activité qui rencontrent des problèmes d'approvisionnement.

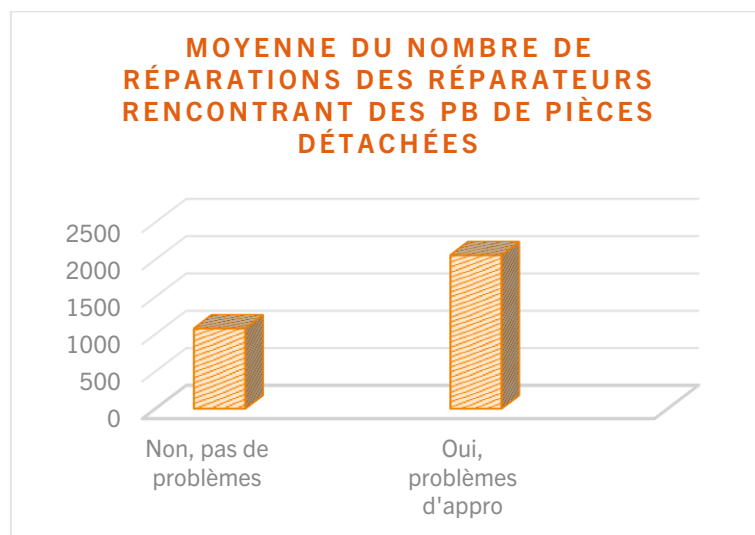


Figure 4: lien entre le nombre de réparation effectuées (en ordonnées) et les problèmes d'approvisionnement de pièces détachées

2.2 SONDAGE CONSOMMATEURS

2.2.1 RESULTATS BRUTS

Tableau 2: part des foyer français ayant fait réparer leur ABJ thermique ces 3 dernières années

PART DES FOYERS FRANÇAIS AYANT FAIT RÉPARER AU MOINS UN ABJ TH HORS GARANTIE CES 3 DERNIÈRES ANNÉES	
Nombre totale de réparation d'ABJ thermique par foyer	8,5%
Réparation par un réparateur indépendant	5,9%
Réparation par un magasin spécialisé	2,0%
Réparation dans un atelier associatif	0,3%
Réparation par une prestation à distance	0,3%

POTENTIEL D'AUGMENTATION DU GESTE DE REPARATION

37.5% des consommateurs n'ont pas essayé de faire réparer leur article (en thermique et électrique).

Ce chiffre descend à 28.4% pour les articles uniquement thermiques soit 9 points en moins.

On retiendra tout de même qu'il existe un potentiel non négligeable d'augmentation du nombre de réparations en attirant plus de consommateurs.



Question posée pour chaque équipement (à ceux s'en étant séparé)

Pour quelle raison vous êtes-vous séparé de votre [EQUIPEMENT] ?

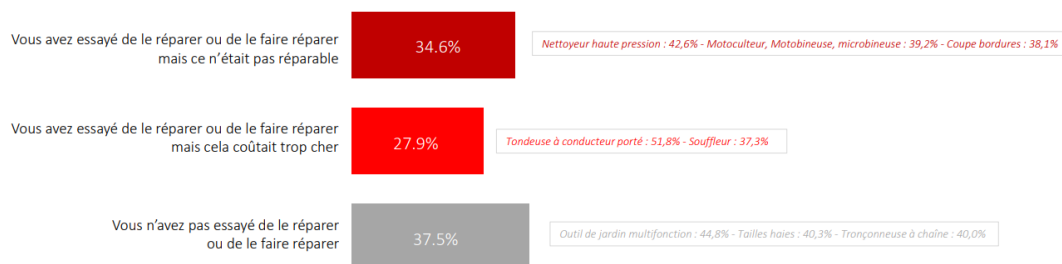
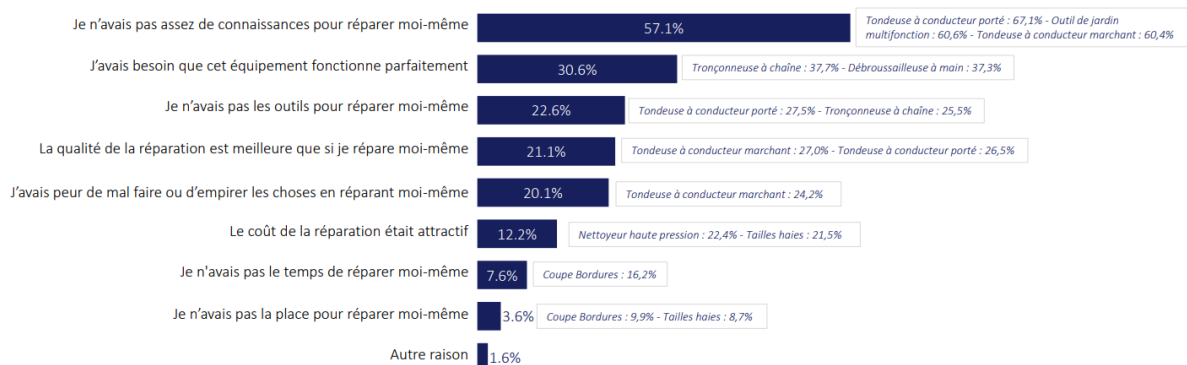


Figure 5 : Comportement des Français suite à la casse d'un ABJ thermique & électrique



Question posée pour chaque équipement réparé hors garantie

Parmi les raisons suivantes, quelles sont les 3 raisons principales expliquant pourquoi vous avez fait réparer votre [équipement] par un professionnel ?
3 réponses possibles



i Le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies.



Question posée pour chaque équipement (à ceux s'en étant séparé)

Pour quelle raison vous êtes-vous séparé de votre [EQUIPEMENT] ?

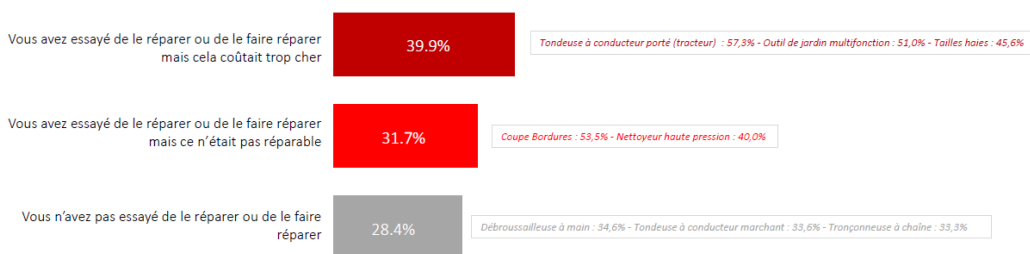


Figure 6: Comportement des Français suite à la casse d'un ABJ thermique

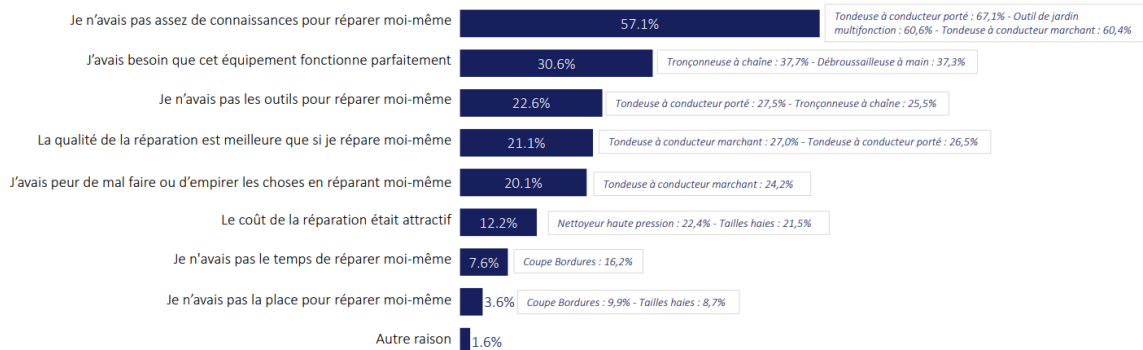
OPINION SUR LA REPARATION ET RAISON DE LA REPARATION

- La raison principale qui pousse les consommateurs à s'orienter vers un professionnel est la **complexité de la réparation** des ABJ thermiques et la volonté de fiabilité de l'outil une fois réparé (qui peut être en partie expliqué par la valeur élevée des articles ABJ thermiques).
- Le choix de l'autoréparation est principalement lié à une appétence pour réparer et rarement à une économie financière.
- Dans 14.2% des cas l'autoréparation intervient pour des raisons de délais trop importants.



Question posée pour chaque équipement réparé hors garantie

Parmi les raisons suivantes, quelles sont les 3 raisons principales expliquant pourquoi vous avez fait réparer votre [équipement] par un professionnel ?
3 réponses possibles



i Le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies.

Figure 7: Motivation de la réparation par un professionnel

Un résultat est particulièrement intéressant à analyser, celui de la perception de la réparation et des réparateurs. On observe dans le graphique ci-dessous que les **consommateurs ayant déjà expérimenté la réparation ont une meilleure opinion des réparateurs que les consommateurs qui n'ont jamais fait réparer**. Ce résultat nous renvoie directement au cadre structurel de la prise de décision qui explique que les représentations sociales (préjugés) sont un frein au changement de comportement, comme l'avait déjà observé Ecologic par le passé, [notamment sur une population étudiante](#). Ce résultat nous donne des perspectives intéressantes pour les actions à mettre en place.

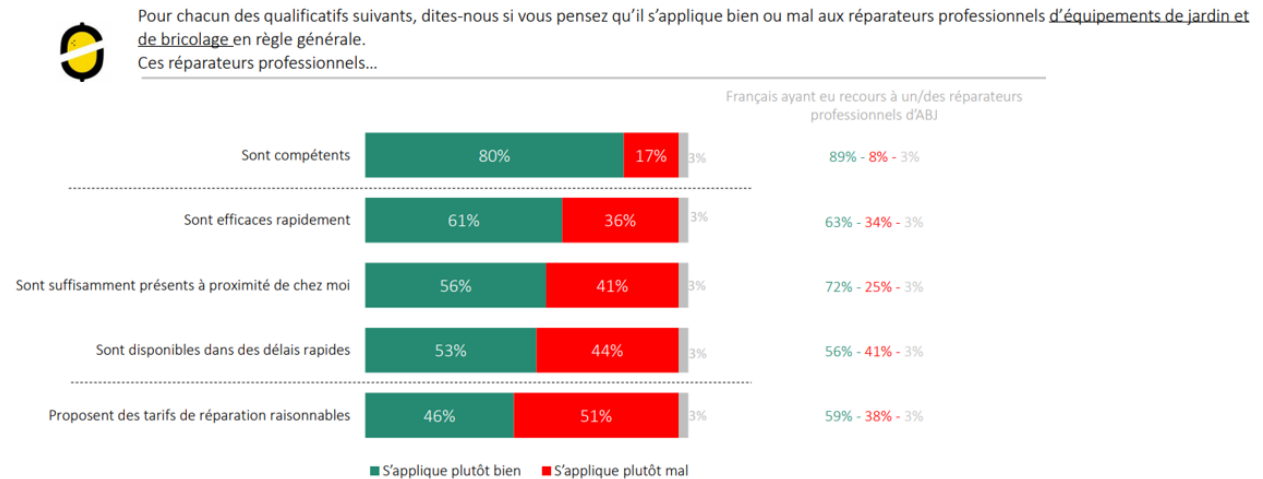


Figure 8: Opinion des consommateurs sur les réparateurs professionnels

TRADE OFF

Un « trade off » est décision situationnelle qui implique de diminuer ou de perdre une qualité, une quantité ou une propriété d'un ensemble (ici, de la prestation de réparation), en échange de gains dans d'autres aspects. En d'autres termes, c'est une méthode où **le répondant choisit ce qui lui semble être le meilleur compromis parmi deux offres de réparations**.

Les trade off ont été réalisés sur **2 articles spécifiques : les tondeuses à conducteur marchant et les débroussailleuses**. Dans les deux cas, nous demandions aux répondants le prix de leur machine avant de leur soumettre le trade off.

Les résultats sont résumés dans les graphes ci-dessous.

Première différence notable entre les deux articles étudiés : la différence de prix. Les consommateurs sondés possèdent en moyenne des débroussailleuses dont le prix moyen est de **200 euros** contre un prix moyen autour de **900 euros pour les possesseurs de tondeuse**.

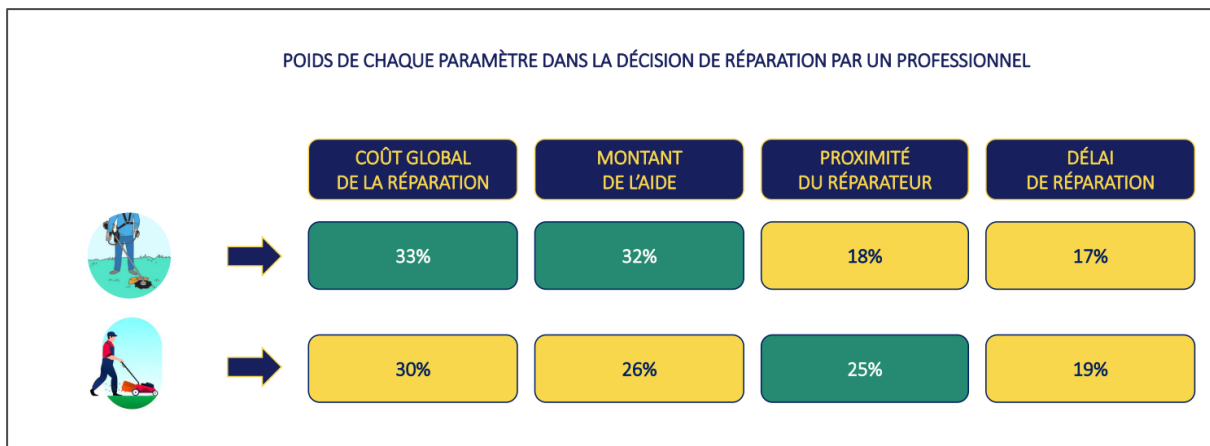


Figure 9: influence de chaque paramètre dans la décision de réparation par un professionnel

On note que la combinaison du prix de la réparation et du montant de l'aide est plus importante pour les débroussailleuses (65%) que pour les tondeuses à gazon (56%). A l'inverse la disponibilité du marché (délai et proximité) a plus d'importance pour les tondeuses (44%) que pour les débroussailleuses (35%).

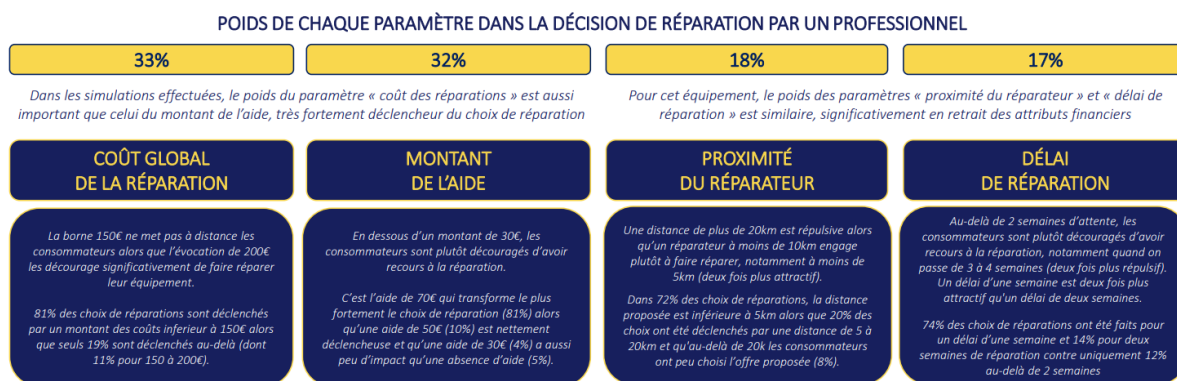


Figure 10: résultats détaillés pour les décisions des propriétaires de débroussailleuses

Les analyses ci-dessous montrent pour les débroussailleuses :

- Qu'une aide de 30€ a aussi peu d'impact qu'une absence d'aide
- Qu'une distance de 20km est répulsive alors qu'un réparateur à moins de 10km engage à réparer.
- Qu'au-delà de 2 semaines de délais, les consommateurs sont découragés à faire réparer
- Que jusqu'à 150€ (75% du prix du neuf) la réparation est acceptée

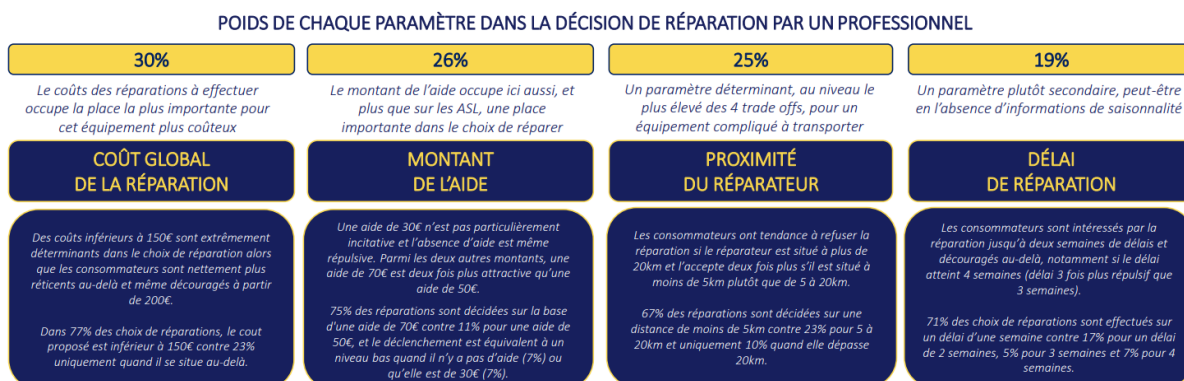


Figure 11: résultats détaillés pour les propriétaires de tondeuses

De même, les analyses ci-dessus montrent que pour les tondeuses :

- Qu'une aide de 30€ n'est pas particulièrement incitative (même résultat que pour une absence d'aide)
- Qu'une distance de 20km est répulsive
- Qu'au-delà de 2 semaines de délais, les consommateurs sont découragés à faire réparer
- Que jusqu'à 150€ la réparation est majoritairement acceptée, mais que cette variable a moins d'importance pour les tondeuses que pour les débroussailleuses (77% contre 81%)

Nous conseillons de ne pas prendre ces chiffres pour « vérité absolue » mais de les utiliser à titre comparatif.

Ainsi le seuil de déclenchement du geste de réparation semble **commencer à une aide de 30 euros pour les débroussailleuses quand le seuil d'aide commence à 50 euros pour les tondeuses.** Il faudra retenir principalement qu'à montant égal, une aide sera plus incitative pour des articles moins chers.

On retiendra donc que les aides financières seront probablement plus efficaces pour les articles dont le prix d'achat est faible.

Aussi, seuls **12% des choix de réparations de tondeuses/débroussailleuses impliquaient un délai supérieur à deux semaines.** Ce résultat en particulier vient résonner avec les informations récupérées précédemment qui donnent **des délais de réparation réels qui oscillent entre 3 et 4 semaines : un délai trop élevé pour les consommateurs.**

2.2.2 ANALYSE INFÉRENTIELLE

Les analyses inférentielles permettent d'aller plus loin que les analyses descriptives pour comprendre les réponses d'un échantillon donné, en corrélant certaines variables à d'autres.

Lien potentiel entre la prise de conscience sur la question écologique et le fait de réparer davantage :

La question 17 permettait d'analyser les cadres sociaux qui concernent le geste de réparation

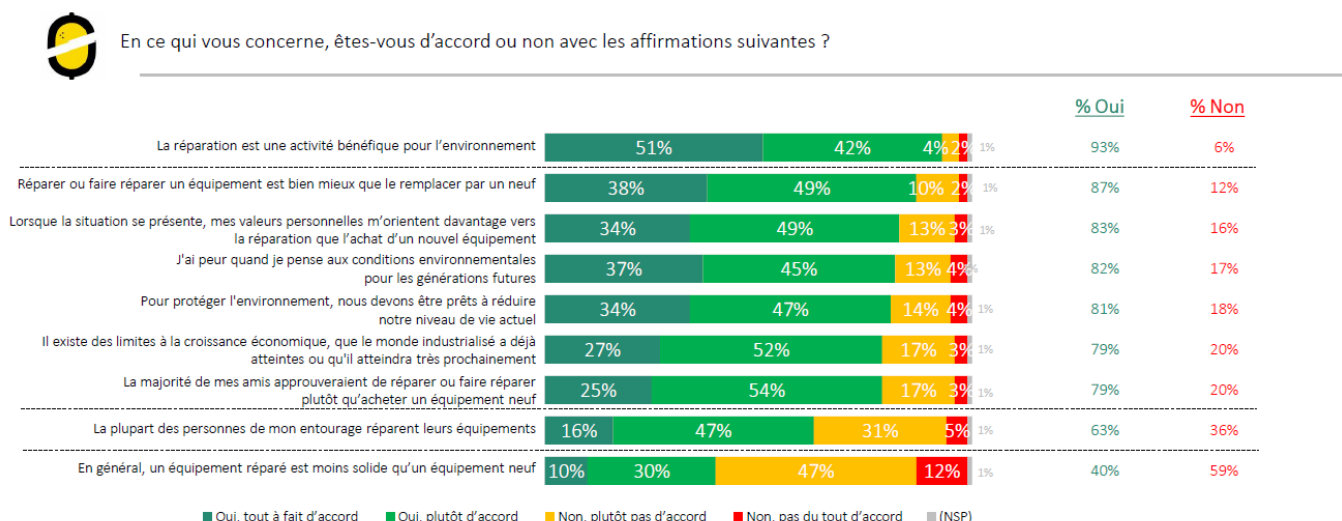


Figure 12: Cadres sociaux de la réparation

L'ensemble des propositions de réponses à cette question questionnent à la fois :

- **le rapport à l'environnement (Environmental Attitude Index)**

- le rapport du consommateur à la réparation
- les perceptions sociales de la réparation

Dans l'analyse de ces réponses et du nombre de réparation associées, **il ressort qu'il n'y a pas de lien évident entre les réponses à cette question et le fait de réparer davantage ses articles d'ABJ cassés.**

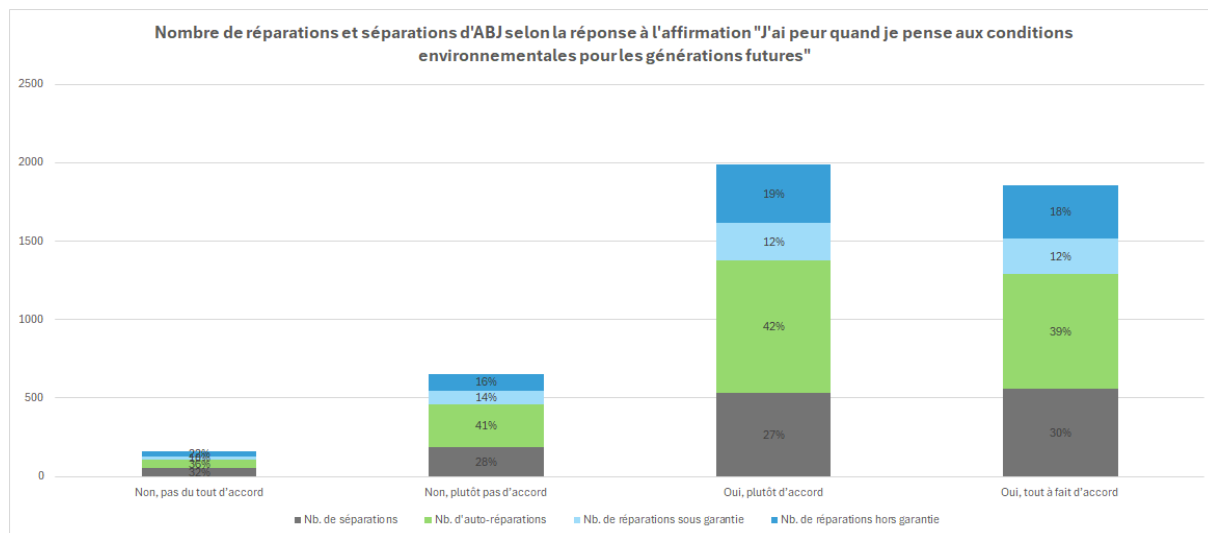


Figure 13: Comportement de séparation et réparation en fonction de la réponse "J'ai peur quand je pense aux conditions environnementales pour les générations futures"

Ce constat est similaire selon les différentes questions qui relèvent des préoccupations environnementales des consommateurs.

Nombre de séparations et réparations par article :

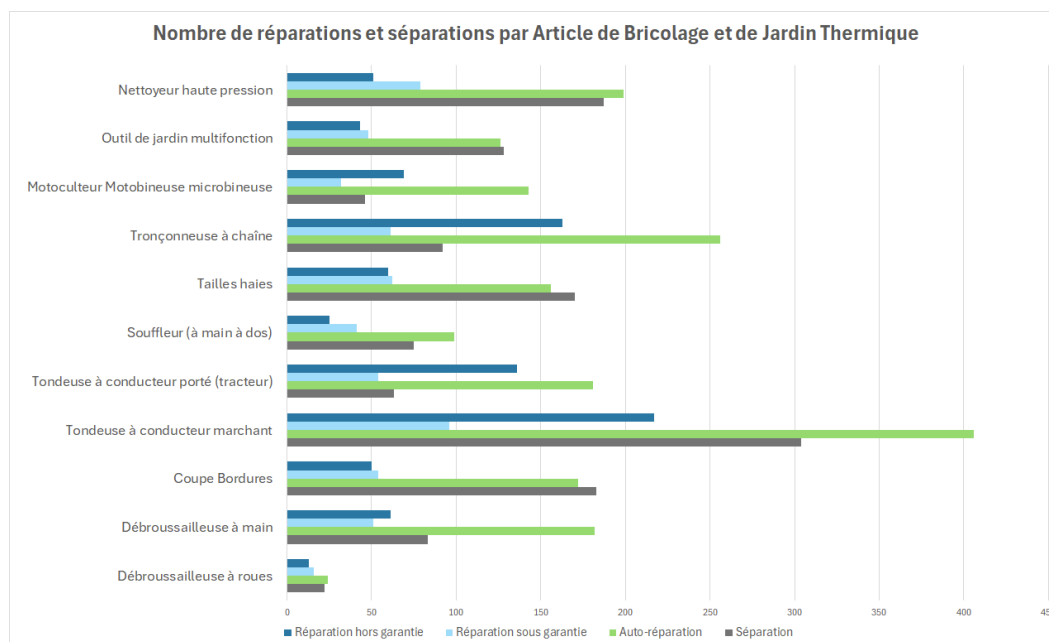


Figure 14: Nombre de réparations par articles

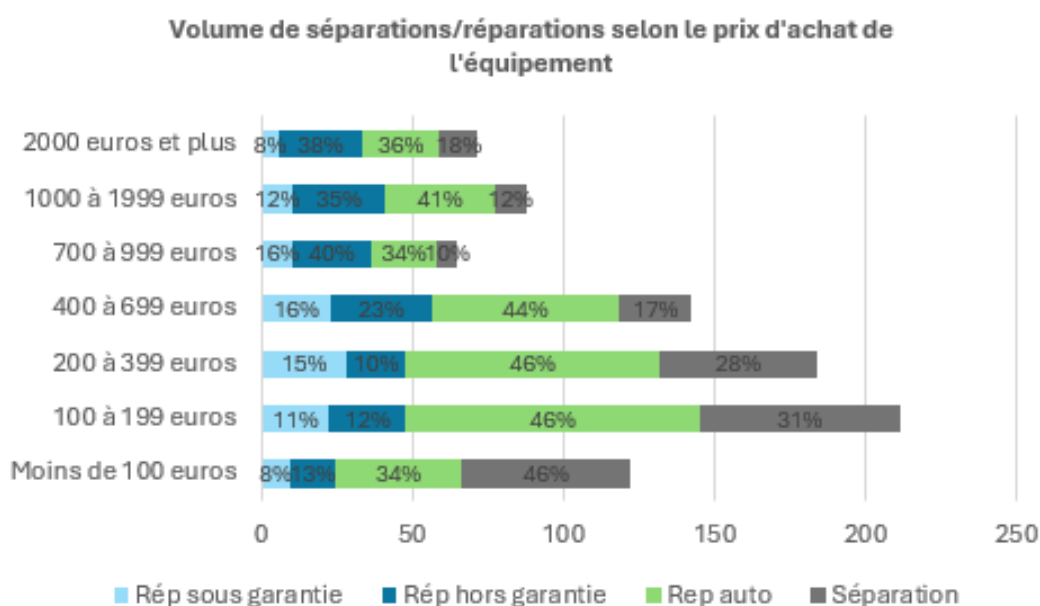
Ce résultat est plutôt contre intuitif. En effet les tronçonneuses et les coupes bordure ou tailles haies sont des articles relativement similaires. Un prix d'achat moyen quasi identique (entre 150 et 200 euros) voir un peu plus cher pour le taille-haie. Une transportabilité identique, une

réparabilité et un prix de réparation moyen qui semblent aussi identiques (93 euros selon l'ADEME).

Deux hypothèses peuvent être apportées pour expliquer ce résultat.

- Une confusion de langage : Le changement de chaîne/lame de la tronçonneuse qui peut être considéré comme une réparation par les consommateurs.
- Un besoin immédiat et saisonnier des coupes bordures ou tailles haies, moins prémédité que l'usage d'une tronçonneuse (qu'on utilise aussi hors saison) qui rend la réparation plus sensible aux problèmes de délais.

Lien entre le prix de l'article neuf et le geste de réparation :



En s'intéressant maintenant au prix de l'article neuf, **on constate une réelle relation entre le prix d'achat et le geste de réparation** avec 46% de séparation pour les articles qui coûtent moins de 100 € contre un taux de séparation qui varie entre 10 et 18% pour les articles qui coutent plus de 400 euros.

Lien entre l'âge de l'article et le fait de réparer ou non :

Le lien entre l'âge estimé de l'article qui a rencontré un problème et le comportement du consommateur face à celui a été étudié.

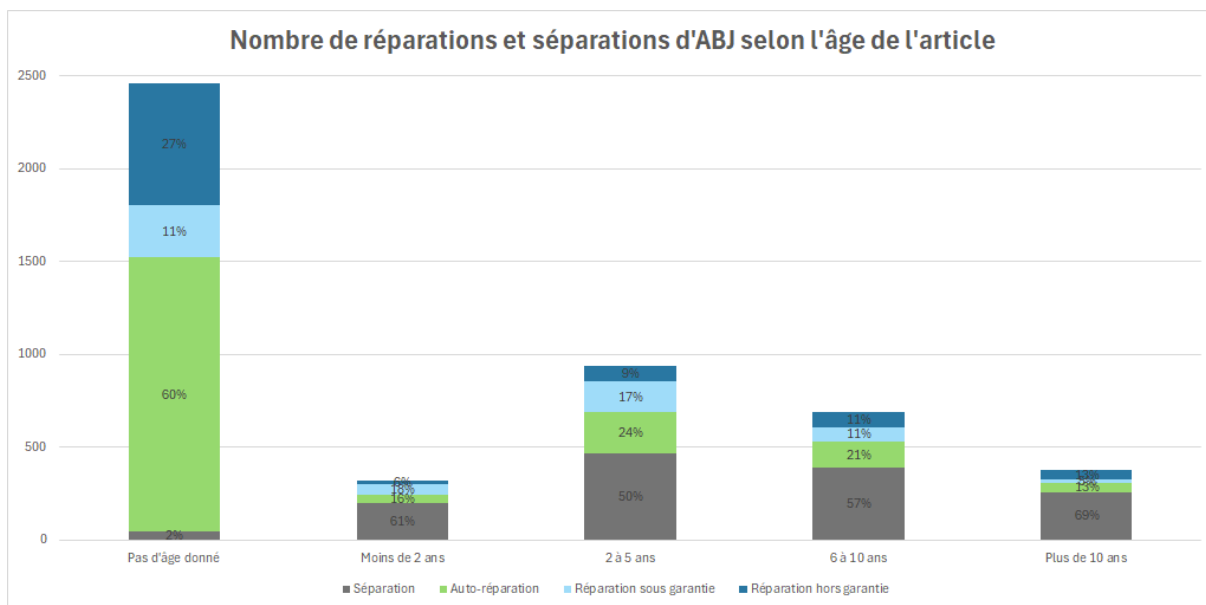


Figure 15: Geste de réparation en fonction de l'âge de l'article

On constate que même si le volume de dysfonctionnements est au plus bas (320) pour les articles de moins de 2 ans, **c'est à ce moment-là que les consommateurs se séparent le plus en proportions jusqu'au 10 ans estimé de l'article**. Effectivement, 61% des articles endommagés de moins de 2 ans ne sont pas réparés (195 séparations pour 125 réparations).

3. SYNTHÈSE DES FACTEURS INFLUENÇANT LA PRÉPARATION

LA CONNAISSANCE

La prise de décision rationnelle est totalement conditionnée par un accès à des connaissances claires et fiables, ou à une première expérience. Le manque de connaissance, des réparateurs, de la réparabilité des articles, des prix et des délais est un gros frein au geste de réparation.

LA CONFIANCE / LES REPRESENTATIONS SOCIALES

Le manque de confiance dans ce qui est nouveau, les préjugés, les croyances sociales, bloquent la prise de décision de changement de comportement. Cette cause est par ailleurs confirmée par les analyses quantitatives. On remarque que les consommateurs qui ont déjà fait réparer un article à minima une fois, ont beaucoup plus confiance dans la réparation que les autres.

LA FORCE DE L'HABITUDE / LES ROUTINES

Comme mentionné au paragraphe 2.2.5, les routines dictent les actions quotidiennes. Elles ne s'établissent par ailleurs pas forcément de manière volontaire et sont souvent systémiques. Assez trivialement on définit donc l'habitude de jeter, l'habitude de remplacer par du neuf comme étant une des raisons de la non réparation. L'analyse quantitative vient confirmer cette boucle de rétroaction.

L'ensemble de ces trois boucles de rétroactions traduit les différents cadres structurels qui influencent le geste de réparation chez le consommateur. On remarque que l'on peut combiner ces trois boucles pour créer un système du geste de réparation.

Ainsi, on remarque qu'ici, le facteur le plus important est **le manque d'expérimentation** de la part du consommateur. On en conclut **qu'une incitation au premier geste** de réparation sera tout autant efficace qu'une incitation à tous les gestes de réparation et sûrement plus économe.

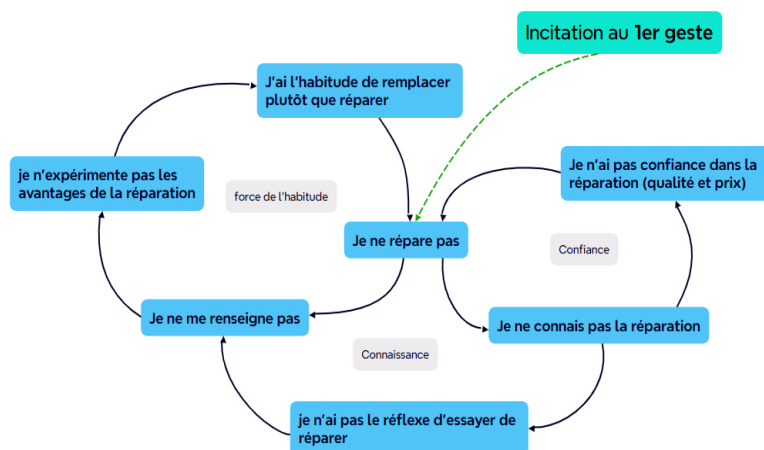


Figure 16: Système de la non-réparation - vision consommateur

CAPACITE DU MARCHE A REPARER

Comme évoqué à plusieurs reprises dans l'étude, l'augmentation du nombre de réparations passera obligatoirement par l'augmentation de la capacité à réparer. Les différentes phases de l'étude ont permis de mettre en lumière la complexité du marché de la réparation des ABJ thermique. **Sa singularité principale étant la saisonnalité de son activité**

Figure 17: Saisonnalité de la réparation d'ABJ thermique



Il est évident que le coût de la réparation est un enjeu crucial dans son évolution. Celui-ci est cependant directement **lié au coût horaire et au temps passé sur une intervention**.

Nous nous sommes rendu compte dans les différents retours terrains et témoignages que les réparateurs n'ont que **très peu de temps pour s'occuper des demandes de bonus réparation**. Cette charge ne peut pas être réduite car l'embauche d'un nouvel employé ne serait pas rentable. Mais le manque à gagner de la demande de bonus réparation pourrait aider à combler ce manque de rentabilité.

Par ailleurs, le **besoin d'expérience solide pour être rentable**, impose la capitalisation des compétences en fidélisant les employés formés. Or la faible rentabilité de la réparation provoque un **fort turn over** qui rend compliqué cette capitalisation de la formation.

Ce besoin de compétences très spécifiques et l'enjeu du temps passé à réparer pourrait potentiellement être compensé par une **plus forte industrialisation de la réparation**, mais le volume de réparation n'est pas suffisamment grand chez les petits réparateurs spécialisés pour proposer un effet de série.

Par ailleurs cette industrialisation et la réduction des coûts de réparation qui en découle ainsi que **la rentabilité de la réparation pour le consommateur sont directement liés à la réparabilité du produit et à sa valeur neuf**. Les articles lowcost et les articles peu réparables font donc partie du problème.

Enfin, un dernier verrou du marché décelé lors de l'étude est **le maillage du réseau**. La proximité des réparateurs à un effet direct sur le taux de réparation. Pour favoriser l'emergence de réparateurs pour proposer plus de proximité, il faudrait que le marché soit plus attractif.

On notera encore une fois que ces différentes boucles ou causes linéaires ont des nœuds en commun et s'enchevêtrent de manière à créer un système complexe de verrous à lever. Cette schématisation permet d'identifier des actions complémentaires qu'il serait intéressant de proposer pour lever ces freins à la réparation.

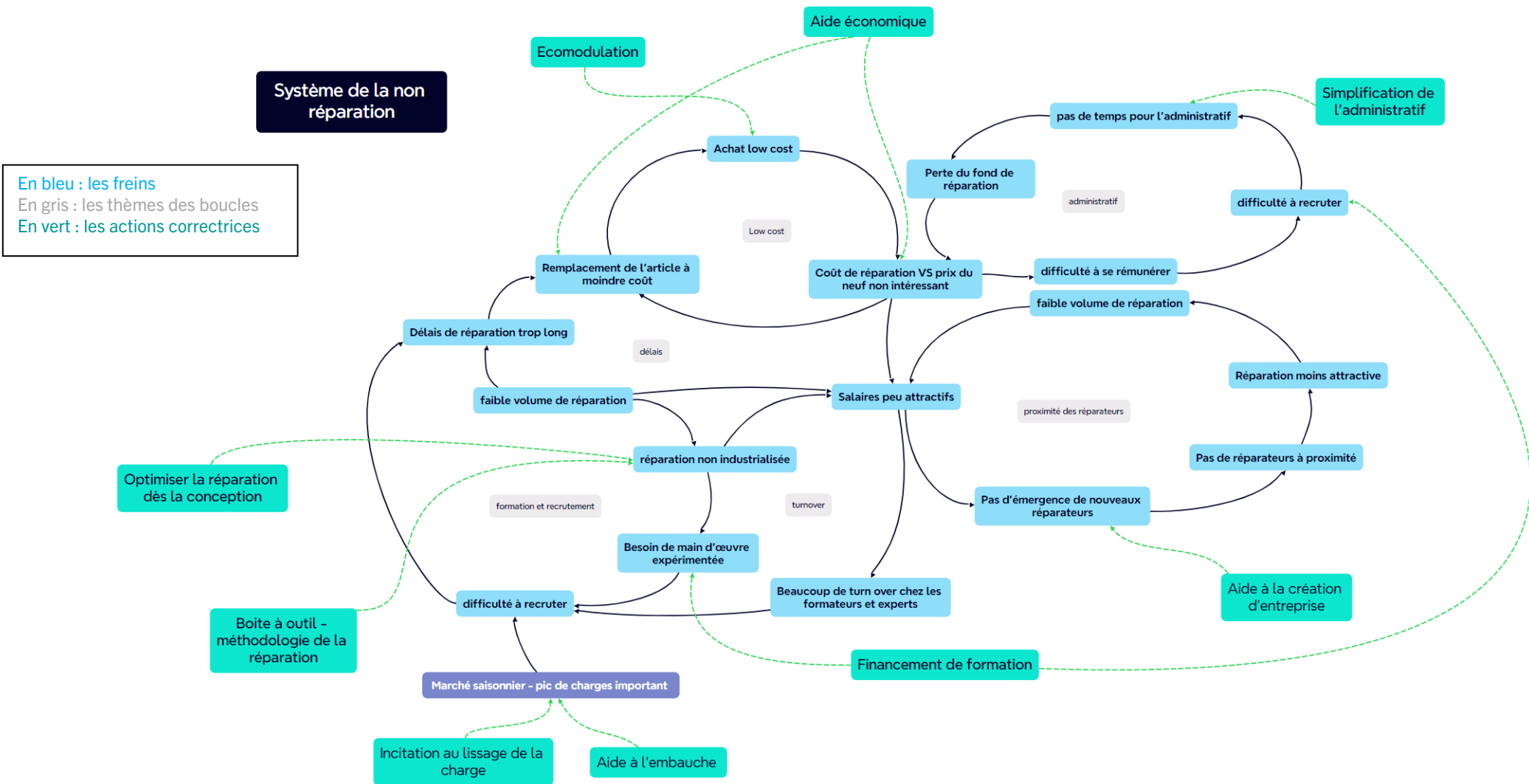


Figure 18: Schéma du système de la non-réparation. Vision marché

4. PROPOSITION D' ACTIONS

4.1 CATEGORIES D' ACTIONS

Au regard de l'analyse de l'ensemble des facteurs influençant la réparation, il ressort qu'il est nécessaire de poursuivre les objectifs suivants :

- **Encourager le geste de réparation**
- **Améliorer la rentabilité de la réparation /modèle économique**
- **Favoriser l'émergence de nouveaux réparateurs**
- **Améliorer la traçabilité de la réparation**

Pour atteindre ces objectifs, seront mises en œuvre :

- **Des aides financières**
- **Des actions complémentaires**

Il faudra placer un curseur pour définir une clef de répartition entre le montant du fonds alloué à l'aide financière sous forme de bonus réparation et le montant qui sera dédié aux actions complémentaires. Etant donné les différents résultats des parties précédentes, il semble intéressant de placer ce curseur à 70%.



Figure 19: Répartition du fonds

Ainsi sur 9.1 M€, 6.3M€ seraient alloués au bonus réparation et 2.8M€ dédiés aux actions complémentaires.

L'analyse systémique vue au paragraphe 5.3 permet de classer les actions complémentaires en 4 catégories que l'on définit ci-après.

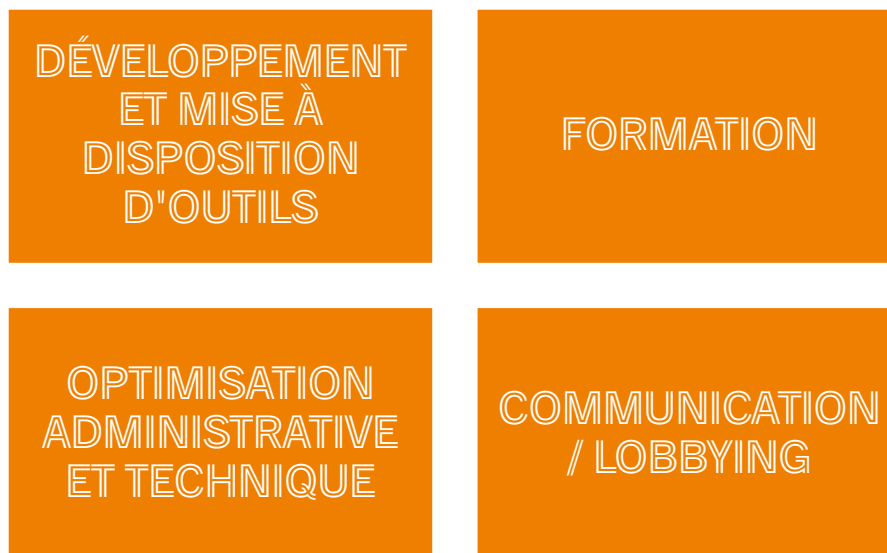


Figure 20: Catégories d'action complémentaires

4.2 ACTIONS COMPLEMENTAIRES

L'ensemble des actions proposées ont été évaluées selon les critères suivants

	CRITERES	PONDERATION
1	IMPACT ESTIME	4
2	COUT	3
3	TRAÇABILITE	2
4	FACILITE D'EXECUTION	2
5	TEMPORALITE	1
6	SUJET A LA FRAUDE	1

Cette pondération est issue d'une consultation de tous les membres du COPIL de cette étude pour validation de l'orientation à donner à l'évaluation.

4.2.1 SYNTHÈSE DES NOTATIONS

Le tableau ci-dessous présente une synthèse des notations des actions par catégorie. Le tableau Excel détaillant les notations est fourni en annexe

Tableau 3: Evaluation des actions proposées

SYNTHÈSE DE L'ÉVALUATION DES ACTIONS PROPOSÉES



4.2.2 HIERARCHISATION

Par catégorie, il est proposé de retenir 1 à 2 actions à mettre en œuvre prioritairement :

CATEGORIE COMMUNICATION

n°1 **Réalisation d'une campagne de communication via les collectivités avec mise à disposition de l'outil de l'ADEME « Longue vie aux objets.**

CATEGORIE FORMATION

Le **subventionnement de formations proposés par les fédérations et l'animation d'une communauté de réparateurs labellisés** ont quasiment les mêmes notes. Ces deux actions permettraient d'améliorer le partage de connaissance, la qualité du travail proposé, d'harmoniser les pratiques et donc, à terme, de donner confiance au consommateur.

CATEGORIE OPTIMISATION

Les actions qui obtiennent les meilleures notes au global sont

- L'action n°18 : **Encourager la diversification du marché en mettant en place de l'activité réemploi pendant les saisons creuses**
- L'action n°19 : **Lisser la charge de travail en encourageant le geste de réparation en hiver via la distribution d'un Bonus uniquement hors saison**
- L'action n°9 : **Mettre en place un système de prêt pendant la réparation pour les ABJ thermiques pour éviter les contraintes de délais rallongés.**
- L'action n° 6 : **Mise en place de la méthode « Réparatur » Remboursement auprès du client**

CATEGORIE OUTILS

L'action n°11 **Mutualisation des moyens pour créer le « Doctolib » de la réparation** obtient la meilleure note d'impact dans cette catégorie mais son coût est très élevé et cette action n'est pas facile à mettre en œuvre. Elle reste cependant à envisager à long terme.

5. CONCLUSION

L'accompagnement au changement

Pour amener les usagers vers la réparation, il est nécessaire de mettre en place des dynamiques d'accompagnement au changement. Pour ce faire, la solution ne se trouve pas dans un levier unique, mais dans la combinaison de différents leviers : **l'information, la coercition et l'incitation.**

Analyse quantitative

L'enquête réalisée met en évidence que le marché de la réparation est mature avec **une grande majorité des réparateurs installés depuis plus de 5 ans**. Entre 20 et 30% de réparations sont réalisées pour des détenteurs professionnels. Le prix limite d'acceptation de la réparation d'un article par un client serait d'environ 45% de son prix d'achat neuf d'après les réparateurs. Par ailleurs :

- les réparateurs montrent peu d'intérêt pour la mise en place du bonus réparation et la labellisation
- les réparateurs qui ont suffisamment de travail ne réalisent pas de réparations en sous-traitance pour d'autres acteurs.
- les réparateurs qui sont affiliés à une centrale d'achat réalisent en moyenne deux fois plus de réparations que les autres en absolue.
- les réparateurs qui réparent le plus sont aussi ceux qui rencontrent le plus des problèmes de rupture de stock de pièces détachées.

Analyse qualitative

Les éléments suivants sont mis en évidence dans les enquêtes :

- Il existe un potentiel non négligeable d'augmentation du nombre de réparations
- Les consommateurs ayant déjà expérimenté la réparation ont une meilleure opinion des réparateurs que les consommateurs qui n'ont jamais fait réparer
- Les aides financières seront plus efficaces pour les articles dont le prix d'achat est faible
- Le délai de réparation est un enjeu clef dans l'augmentation de l'activité
-
- Comme vu dans les analyses de changement de comportement, si la première expérience des consommateurs est négative (un délai trop long par exemple), le résultat sera contreproductif
- Les sondages indiquent qu'une distance de plus de 20 km est répulsive alors qu'un réparateur à moins de 10 km engage plutôt à faire réparer. On remarque cependant dans l'analyse géographique du 4.2.3 que la proximité réelle des réparateurs n'exerce pas une influence directe sur le nombre de réparation par foyer. On pourra expliquer ce résultat par le manque de connaissance de la localisation des réparateurs et la faible fiabilité de leur recensement.
- L'habitude de jeter ou de remplacer par du neuf alimente le fait de ne pas réparer

Scénarios et Actions

Au regard de l'analyse de l'ensemble des facteurs influençant la réparation, il ressort qu'il est nécessaire de poursuivre les objectifs suivants :

- Encourager le geste de réparation
- Améliorer la rentabilité de la réparation /modèle économique

- Favoriser l'émergence de nouveaux réparateurs
- Améliorer la traçabilité de la réparation

Pour cela il est proposé de mettre en place à la fois des aides financières et des actions complémentaires et de répartir 70% du fonds sur les aides financières et 30% sur les actions complémentaires.

Pour répartir les aides financières, il est proposé une **aide de 30 euros à partir de 90 euros de réparation pour les petites machines 2 temps** : les débroussailleuses à main, les coupes bordures, les souffleurs à main et les tronçonneuses. Pour plus de lisibilité sur les types de machines éligibles, il faudra probablement intégrer les tailles haies sur lesquels très peu de données sont disponibles mais qui permettra de fixer une règle plus facile pour la communication du type « **toutes machines thermiques portables** »

Il est considéré que **le marché de la réparation des tondeuses thermiques est déjà suffisamment mature** et équilibré et qu'il n'est donc pas nécessaire d'y ajouter de l'incitation à la réparation. Pour assurer une certaine continuité, il sera tout de même possible d'y allouer une aide de 20 euros par réparation tout en restant dans le budget initial. Cette aide pourra par ailleurs n'être distribuée que hors saison, par exemple, pour lisser la charge et réduire sa quantité pour augmenter sa valeur.

Des actions complémentaires ont été proposées, notées et hiérarchisées et **il ressort les actions prioritaires suivantes réparties selon différentes catégories :**

- 1. Communication** : Réalisation d'une campagne de communication via les collectivités avec mise à disposition de l'outil de l'ADEME « Longue vie aux objets : cette action permet d'encourager le geste de réparation
- 2. Formation** : Subventionnement de formations proposés par les fédérations afin de favoriser l'émergence de nouveaux réparateurs & animation de groupes de travail
- 3. Optimisation**
 - a. Encourager la diversification du marché en mettant en place de l'activité réemploi pendant les saisons creuses
 - b. Lisser la charge de travail en encourageant le geste de réparation en hiver via la distribution d'un Bonus uniquement hors saison
 - c. Mettre en place un système de prêt pendant la réparation pour les ABJ thermiques pour éviter les contraintes de délais rallongés.
 - d. Mise en place de la méthode « Bonus Reparatur » Remboursement auprès du client
- 4. Outils** : Développement d'une boîte à outils « optimisation d'une activité de réparation afin d'améliorer la rentabilité de la réparation et à terme, développer un outil de référencement, localisation, facturation et prise de rendez-vous commun à toutes les activités de réparation.

6. TABLE DES FIGURES

Tableaux :

Tableau 6: Lien entre affiliation à une centrale d'achat et nombre de réparation.....	6
Tableau 7: part des foyer français ayant fait réparer leur ABJ thermique ces 3 dernières années.....	7
Tableau 15: Evaluation des actions proposées	20

Figures :

Figure 3: réponse à la question 7 de l'enquête réparateur	5
Figure 4: lien entre la sous-traitance et le nombre de réparations (en ordonnées)	5
Figure 5: lien entre l'affiliation à une centrale d'achat et le nombre moyen de réparations effectuées (en ordonnées).....	6
Figure 6: lien entre le nombre de réparation effectuées (en ordonnées) et les problèmes d'approvisionnement de pièces détachées.....	6
Figure 7 : Comportement des Français suite à la casse d'un ABJ thermique & électrique	7
Figure 8: Comportement des Français suite à la casse d'un ABJ thermique.....	8
Figure 9: Motivation de la réparation par un professionnel.....	8
Figure 10: Opinion des consommateurs sur les réparateurs professionnels.....	9
Figure 11: influence de chaque paramètre dans la décision de réparation par un professionnel	10
Figure 12: résultats détaillés pour les décisions des propriétaires de débroussailleuses	10
Figure 13: résultats détaillés pour les propriétaires de tondeuses.....	10
Figure 17: Cadres sociaux de la réparation	11
Figure 18: Comportement de séparation et réparation en fonction de la réponse "J'ai peur quand je pense aux conditions environnementales pour les générations futures"	12
Figure 19: Nombre de réparations par articles	12
Figure 20: Geste de réparation en fonction de l'âge de l'article.....	14
Figure 22: Système de la non-réparation - vision consommateur	16
Figure 23: Saisonnalité de la réparation d'ABJ thermique	16
Figure 24: Schéma du système de la non-réparation. Vision marché.....	18
Figure 25: Répartition du fonds.....	19
Figure 26: Catégories d'action complémentaires.....	20