

Développer le reconditionné : que font les acteurs ?

Introduction :

Quand on vous dit « acteurs du reconditionnement », vous pensez très certainement à BackMarket. Mais il n'y a pas qu'eux ! Dans cet article, nous allons vous parler différents acteurs du reconditionnement dans un marché en pleine évolution. Nous aborderons aussi leurs actions concrètes pour que le reconditionnement soit accessible et utile à notre société.

Un milieu peu connu et peu attractif ?

On pourrait penser que le secteur du reconditionnement n'est pas très développé. En effet, étant assez jeune, ce marché pourrait ne pas être affluent. Mais cela est-ce vrai ? Différentes études du marché montrent qu'il évolue et se développe à grande vitesse. Ne serait-ce qu'entre 2020 et 2022^[1], les Français sont 11 % en plus à avoir acquis un smartphone reconditionné (soit 37 % en 2022). De plus, 51 % des Français se disent prêts à acheter un téléphone reconditionné auprès des professionnels. Et les résultats dans nos pays voisins européens sont similaires ! Environ la moitié des Anglais et Allemands, et 2/3 des Roumains sont prêts à le faire.

Cependant, ils restent encore beaucoup de réticents au reconditionné, et cela, pour différents facteurs. La qualité des produits est souvent remise en cause. Les craintes principales sont concentrées sur la durée de vie du matériel reconditionné et sur la visibilité sur l'origine du produit. Par exemple, selon une étude de Statista^[2], 66 % des personnes interrogées en octobre 2018 craignent que le téléphone acheté tombe rapidement en panne ou encore 28 % des interrogés émettent des doutes sur le niveau d'autonomie du téléphone acheté. Mais ce n'est pas le seul frein à l'achat.

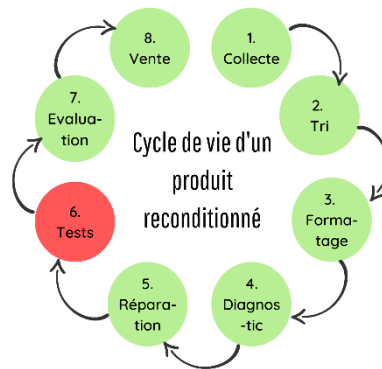
Les consommateurs ont aussi un grand manque de confiance envers les produits reconditionnés. Selon une enquête, datant de 2020, de la DGCCRF^[3] (*Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes*), les informations données par les sites ou lieux vendeurs ne seraient pas suffisantes pour donner un vrai état du produit (qui serait limité à l'aspect visuel) ou encore sur les garanties légales.

Enfin, l'attrait du neuf est un frein à l'achat très présent ! 40 % des Français ont une préférence pour le neuf^[1] et les nouvelles technologies ! Certains pensent encore qu'il y a toujours besoin d'être à la pointe de la technologie ou à la « mode » et suivre les dernières nouveautés des marques pour pouvoir briller en société.

Rendre les produits accessibles et fiables.

Mais alors que font les acteurs du reconditionnement et intermédiaires pour mettre fin à ces freins ?

Afin de rendre plus sûrs et fiables les produits, toutes les entreprises qui se chargent du reconditionnement font passer des tests fonctionnels à chacun de leur produit. Les produits doivent donc valider toutes les fonctionnalités attendues comme pour un produit neuf. Ces tests rentrent dans le cycle de vie d'un produit reconditionné^[4] :



^[5]Pour un smartphone, par exemple, ils se font essentiellement via l'interface Homme-Machine (test de l'écran, des boutons physiques, du son, du flash, de l'appareil photo, etc.).

Pour un ordinateur portable reconditionné, les tests sont plus longs : les producteurs de reconditionné passent d'abord par des contrôles de la partie matérielle (tel que les connecteurs ou ports, ou le châssis (si la fermeture et les charnières sont en bon état)) ; puis un contrôle des composants (tel que l'écran, le clavier, le pavé tactile, le son, le Wifi, ou encore ses performances) ; et enfin un contrôle de la batterie et du système. Tout ceci est supervisé par une des lois appliquées sur le reconditionné en France: la Loi Agec mais aussi grâce à des études d'experts tels que l'ADEME^[6].

Cette fine réparation permet donc de proposer un produit plus fiable mais aussi d'une durée de vie conséquente. Ceci est constaté en 2021 par une étude^[7] qui montre que la durée de vie des appareils neufs et reconditionnés sont les mêmes.

Les producteurs et vendeurs doivent aussi suivre des lois et normes au niveau des garanties de leurs produits. Pour un produit reconditionné, trois garanties différentes s'appliquent : la garantie légale de conformité qui dure 6 mois (4 fois plus petites que les produits neufs); la garantie des vices cachés qui elle dure 24 mois ; et lorsque la garantie légale s'expire, une garantie commerciale s'applique, celle-ci a une durée de 24 mois comme pour les produits neufs. Nous pouvons noter que cela n'est pas toujours le cas. L'association UFC-Que-Choisir a d'ailleurs porté plainte^[8], le 15 juin 2022, contre BackMarket pour « pratiques commerciales trompeuses » à ce sujet.

Afin de rendre le reconditionné accessible, les différents vendeurs et revendeurs (tels que BackMarket, Recommerce, Largo etc.) cassent les prix. En effet, ils établissent eux-mêmes des prix permettant de faire des bénéfices et en même temps de créer une vraie concurrence face aux prix du neuf. Il existe d'autres modèles financiers, comme dans le monde de la téléphonie numérique où les marques permettent d'avoir un smartphone reconditionné à l'achat d'un forfait mobile et avec possibilité de le changer tous les ans.

Importance de la communication

Pour que les consommateurs aient confiance à l'achat d'un produit reconditionné, il faut que les entreprises communiquent.

Cela se fait par la transparence sur les informations des produits. Une des choses reprochées aux revendeurs par la DGCCRF, lors de leur enquête^[3], est la transparence sur les provenances des produits. En effet, il est nécessaire de rendre cela le plus précis possible afin que les acheteurs puissent savoir où ils achètent. Mais cela est aussi important pour des raisons écologiques : il est possible qu'un consommateur préfère un produit reconditionné en France qu'un produit reconditionné aux Etats-Unis, même si le premier est plus cher.

De plus, pour rendre l'action du reconditionnement plus écologique, certaines entreprises montrent les « bienfaits » du reconditionnement sur l'environnement. Par exemple, BackMarket fait une campagne de publicité de 2022 où elle montre différents chiffres tirés de l'étude de l'ADEME avec humour. On peut prendre pour exemple deux slogans^[9] :

« La différence entre le neuf et le reconditionné ? 68 800L d'eau »

« Offre spéciale : -91% sur l'empreinte carbone. »

Ceci permet de sensibiliser, d'instruire la population, mais aussi d'éveiller des consciences qui voudront acheter du reconditionné dans le futur.

Pour finir, des mouvements se créent autour de la déculpabilisation de la population face aux enjeux climatiques et une envie de créer une fierté du reconditionnement. Camille Richard, PDG de BackMarket, en parle dans une interview sur le podcast « L'empreinte »^[10]. Elle nous dit :
« Chez BackMarket, on investit beaucoup dans le marketing [...] parce qu'on essaie de créer une fierté autour d'acheter de la deuxième main, de créer une communauté qui est fière de porter ces valeurs autour de l'économie circulaire. »

Elle nous dit aussi que même si beaucoup des consommateurs viennent pour les prix cassés, elle pense que c'est aussi une occasion pour les embarquer dans ce mouvement écologique, car eux aussi, ils ont posé leur pierre à l'édifice.

Bibliographie :

- [1]
M. Pauchet, « Baromètre Recommerce 2022 : Quels Sont Chiffres à Retenir ? », 12 avril 2021. <https://blog.recommerce.com/green-circle/reconditionne/barometre-recommerce/> (consulté le 15 décembre 2022).
- [2]
IFOP, « Les freins à l'achat d'un téléphone portable reconditionné France 2018 », *Statista*, 30 octobre 2018. <https://fr-statista-com.ezpum.scdi-montpellier.fr/statistiques/947425/freins-a-l-achat-d-un-telephone-portable-reconditionne-france/> (consulté le 15 décembre 2022).
- [3]
DGCCRF, « Produits électroniques reconditionnés, une alternative possible au neuf ? », *economie.gouv.fr*, 13 mai 2020. <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/produits-electroniques-reconditionnes-une-alternative-possible-au-neuf> (consulté le 15 décembre 2022).
- [4]
M. Pauchet, « Reconditionnement Téléphone : Les étapes De A à Z Pour (enfin) Tout Comprendre ! », 24 février 2021. <https://blog.recommerce.com/green-circle/reconditionne/telephone/> (consulté le 15 décembre 2022).
- [5]
« eTASQ - Test fonctionnel des smartphones reconditionnés : adieu les tests manuels ! », *eTASQ*, 1 février 2022. <https://etasqmotion.com/test-fonctionnel-des-smartphones-reconditionnes-adieu-les-tests-manuels/> (consulté le 15 décembre 2022).
- [6]
E. Fangeat *et al.*, « Évaluation de l'Impact Environnemental d'un Ensemble de Produits Reconditionnés - Synthèse », sept. 2022. Consulté le: 3 novembre 2022. [En ligne]. Disponible sur: https://bibliothecademe.fr/cadic/6720/ademe_impact_environnemental_reconditionnement_synthese.pdf
- [7]
F. Bordage, « Portables neufs et reconditionnés ont la même durée de vie », *Green IT*, 1 octobre 2021. <https://www.greenit.fr/2021/10/01/portables-neufs-et-reconditionnes-ont-la-meme-duree-de-vie/> (consulté le 15 décembre 2022).
- [8]
UFC-Que Choisir, « Back Market – L'UFC-Que Choisir porte plainte pour pratiques commerciales trompeuses », *Que Choisir*, 15 juin 2022. <https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-back-market-l-ufc-que-choisir-porte-plainte-pour-pratiques-commerciales-trompeuses-n101512/> (consulté le 15 décembre 2022).
- [9]
L. Pruvoost, « Back Market affiche l'impact environnemental du reconditionné ! », *J'ai Un Pote Dans la com*, 11 avril 2022. <https://jai-un-pote-dans-la.com/back-market-affiche-impact-environnemental-reconditionne/> (consulté le 15 décembre 2022).
- [10]
A. Vachet, « Camille Richard de Back Market : le reconditionnement, le futur d'un numérique plus vert ? -L'empreinte », *BaBaBam*, 1 juin 2022. <https://originals.bababam.com/lempreinte/202206010300-camille-richard-de-back-market-le-reconditionnement-le-futur> (consulté le 6 novembre 2022).