

*Dans le cadre du partenariat avec les collectivités locales*

# Action de réduction des déchets

## Présentation des résultats de l'enquête des acteurs de la réparation



Mercredi 23 novembre 2011  
BORDEAUX



# Sommaire

**1 - Contexte et enjeux**

**2 - Méthodologie**

**3 - Résultats**

**4 - Conclusions et pistes à engager**



# Sommaire

**1 - Contexte et enjeux**

2 - Méthodologie

3 - Résultats

4 - Conclusions et pistes à engager



# Contexte et enjeux

***Définition*** : « Réparation à la demande du consommateur consistant à remettre en état un produit en vue d'en allonger la durée de vie »

- **Levier pour les politiques de réduction de déchets des collectivités** ⇒ Loi Grenelle I (2009) fixe -7% de déchets ménagers et assimilés d'ici 2015
- **Plan locaux de prévention des déchets (Loi Grenelle II)**
- **Une réponse à une nouvelle approche de la consommation**

**« Réparer fait durer et génère moins de déchets »**



# Pourquoi une enquête ?

- **Connaître l'offre de service des artisans locaux sur la réparation**
- **Mesurer l'impact de la mise sur le marché de nouveaux produits sur l'offre de réparation**
- **Répondre aux besoins des artisans pour optimiser et développer leur activité**
- **Promouvoir les savoirs faire de l'artisanat avec la mise en place d'un plan de communication**



# Sommaire

1 - Contexte et enjeux

**2 - Méthodologie**

3 - Résultats

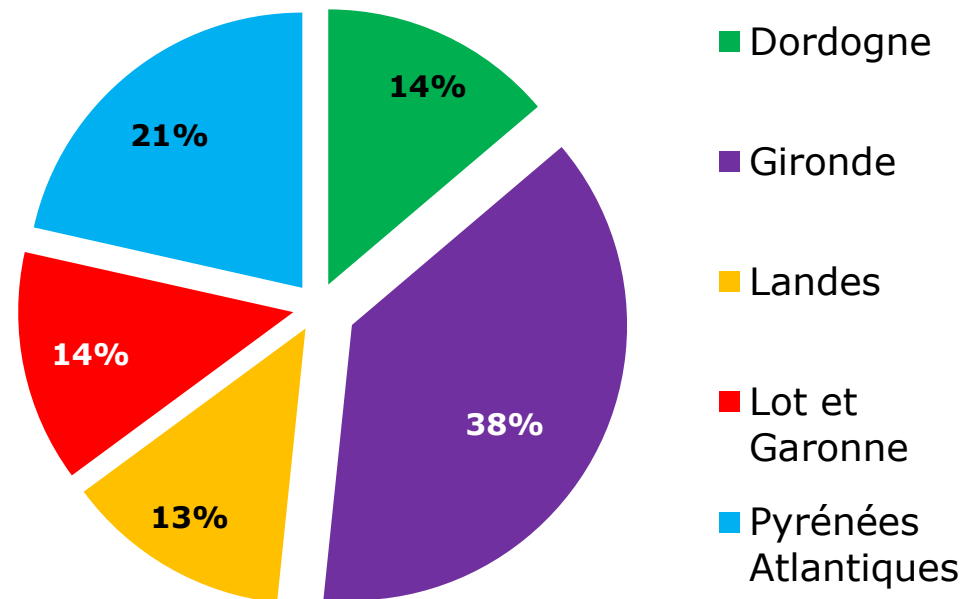
4 - Conclusions et pistes à engager



# Méthodologie

➤ Une sélection des métiers de la réparation

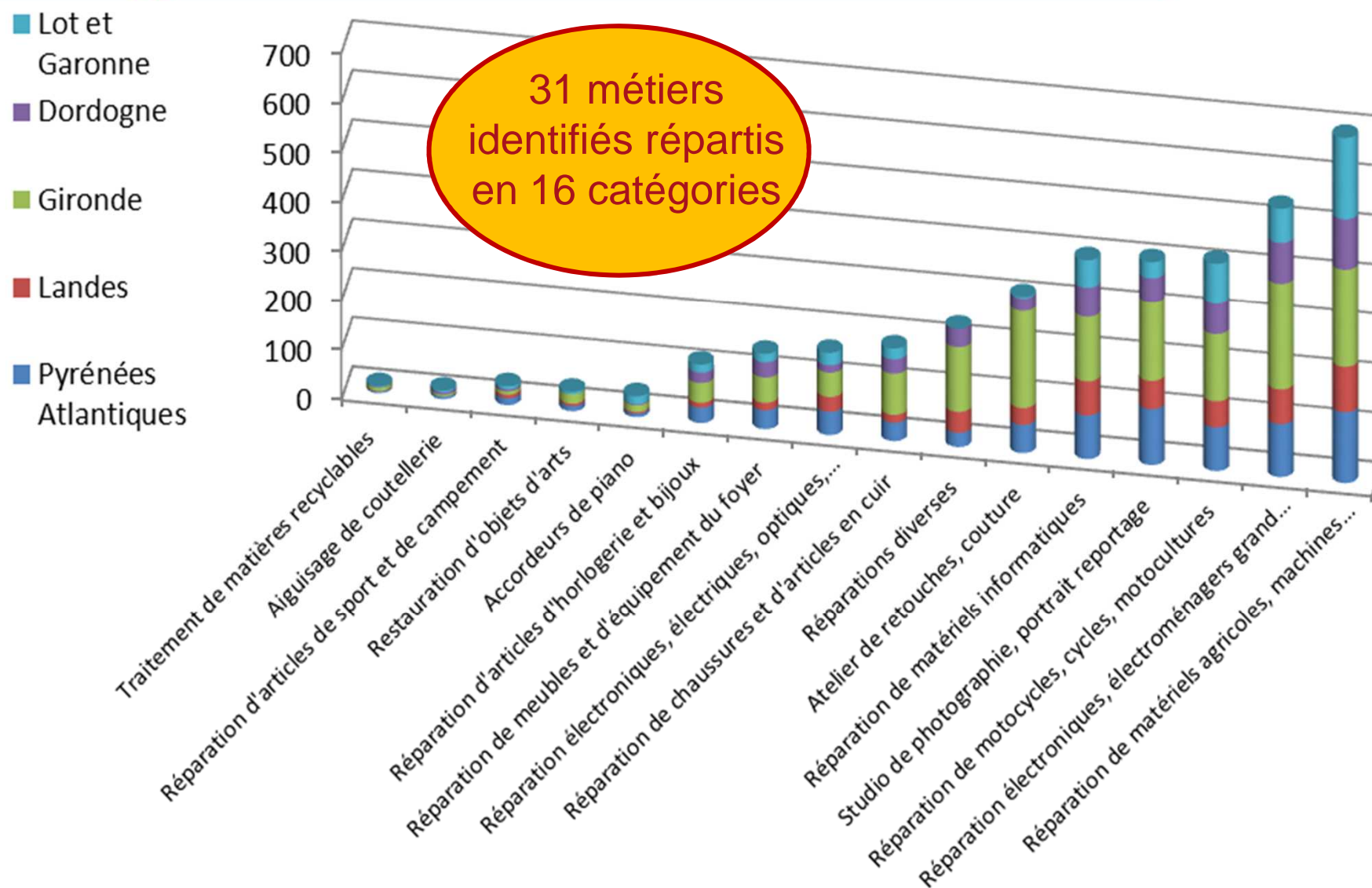
➤ Cible : 3800 entreprises artisanales des métiers de service en Aquitaine



➤ En Gironde : 1400 entreprises artisanales

➤ Elaboration d'un questionnaire

# Panorama des métiers de la réparation ciblés





# Thèmes évoqués dans l'enquête

- **Profil général des entreprises** : *activité exercée, CA, effectif, évolution de l'activité...*
- **L'offre de réparation** : *les matériels de moins en moins, et de plus en plus réparés et les raisons associées*
- **Typologie de la clientèle**
- **Vision des professionnels quant à l'évolution de leur activité**
- **Besoins pour le développement de l'activité**
- **Intérêt d'un annuaire des professionnels de la réparation et participation à un événement de promotion des métiers de la réparation durant la SERD 2012**



# Sommaire

1 - Contexte et enjeux

2 - Méthodologie

**3 - Résultats**

4 - Conclusions et pistes à engager



# Taux de retour de l'enquête

Répartition des taux de retours : 4,4 % (169 questionnaires pour 3803 envois)

- Dordogne : 4,4 %
- Landes : 5,7 %
- Pyrénées atlantiques : 4,6 %
- Gironde : 4,7 %
- Lot et Garonne : 2,5 %

Répartition de l'échantillon par département :

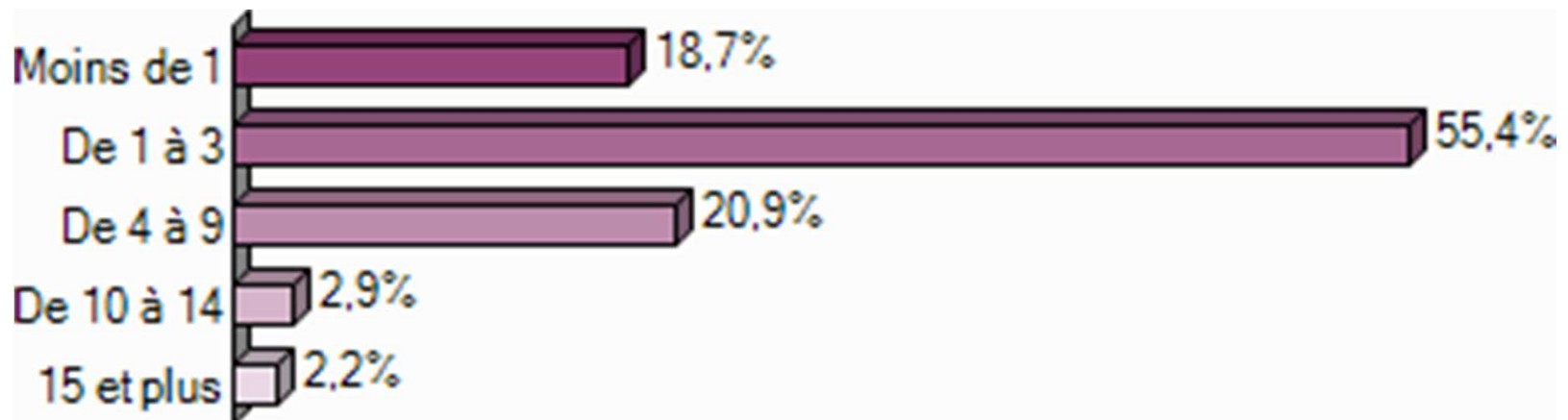


# Typologie des entreprises

## Profil général des entreprises

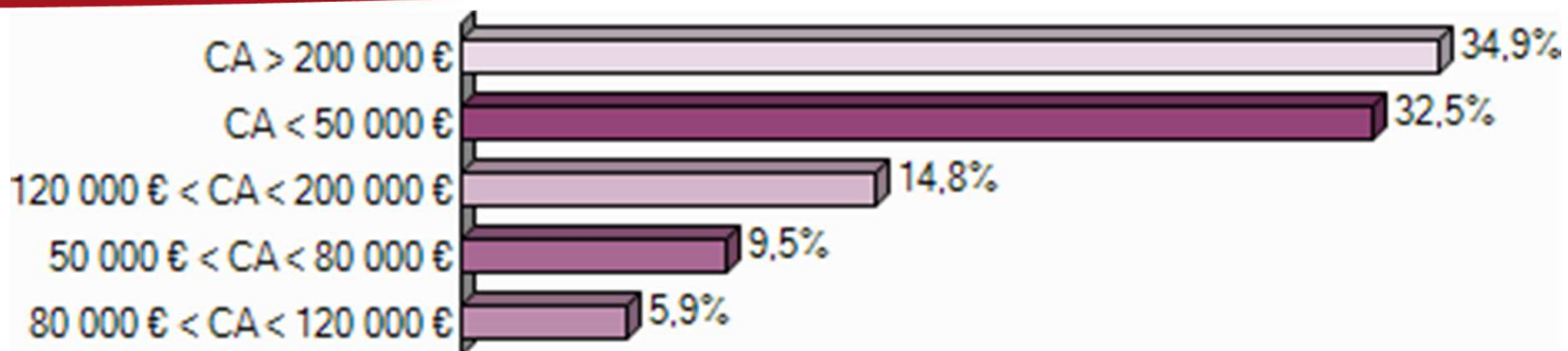
### Taille des entreprises :

Effectif : Min = 0 Max = 24

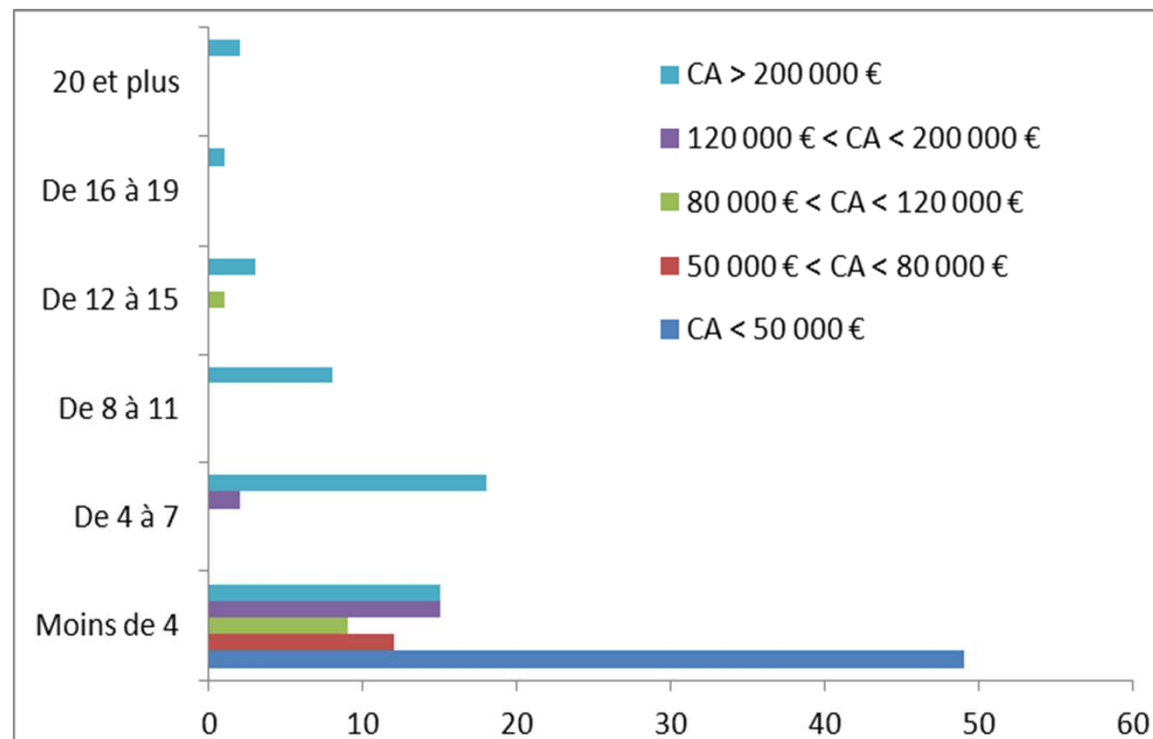


# Typologie des entreprises

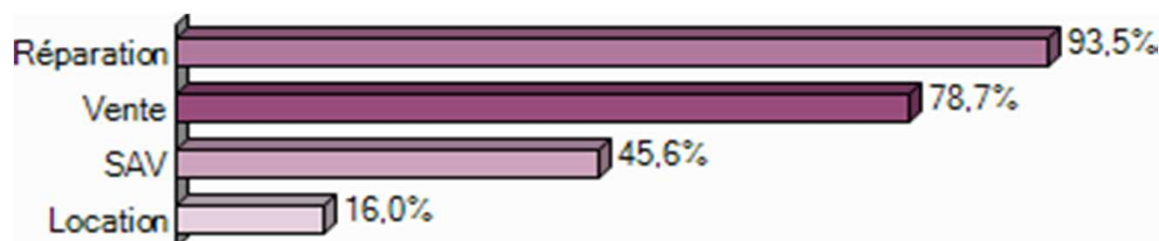
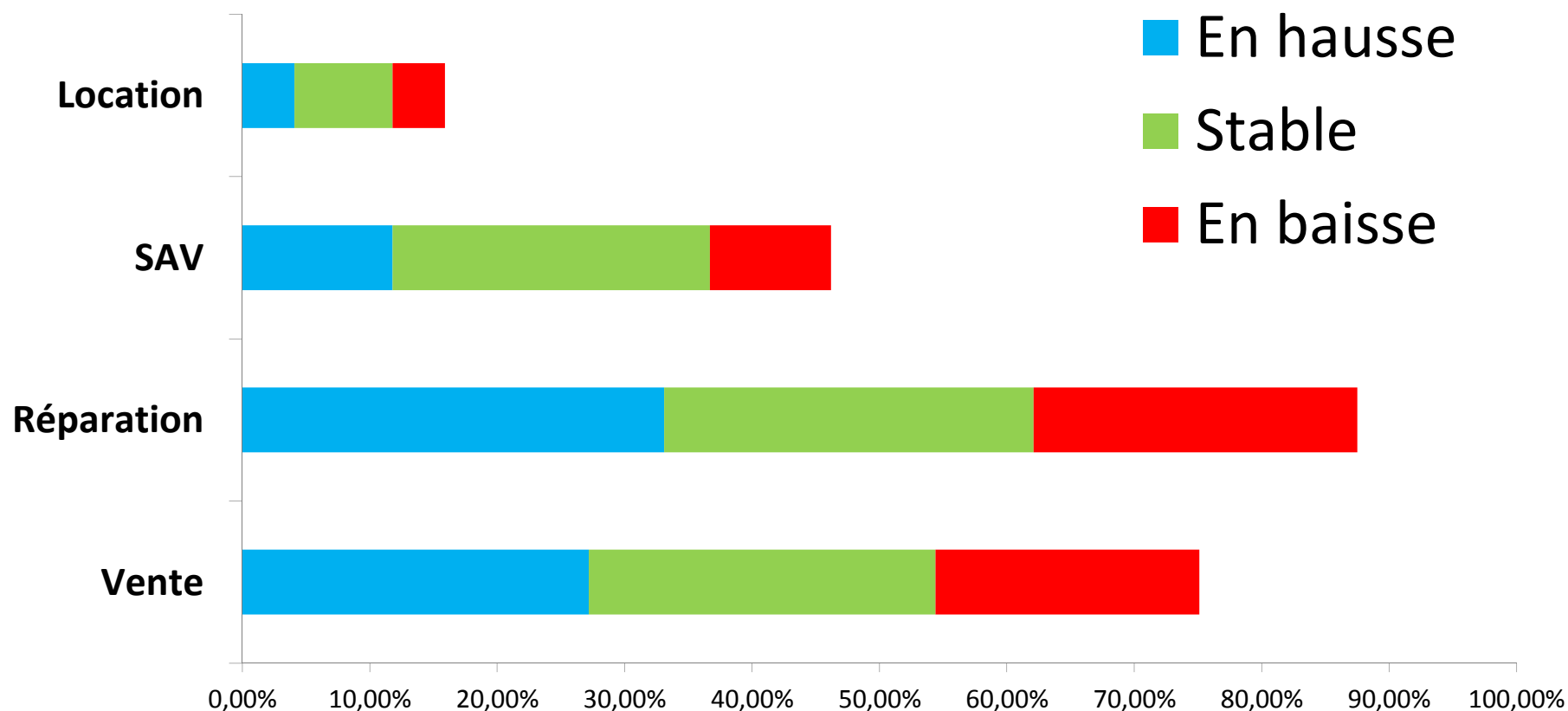
## Profil général des entreprises



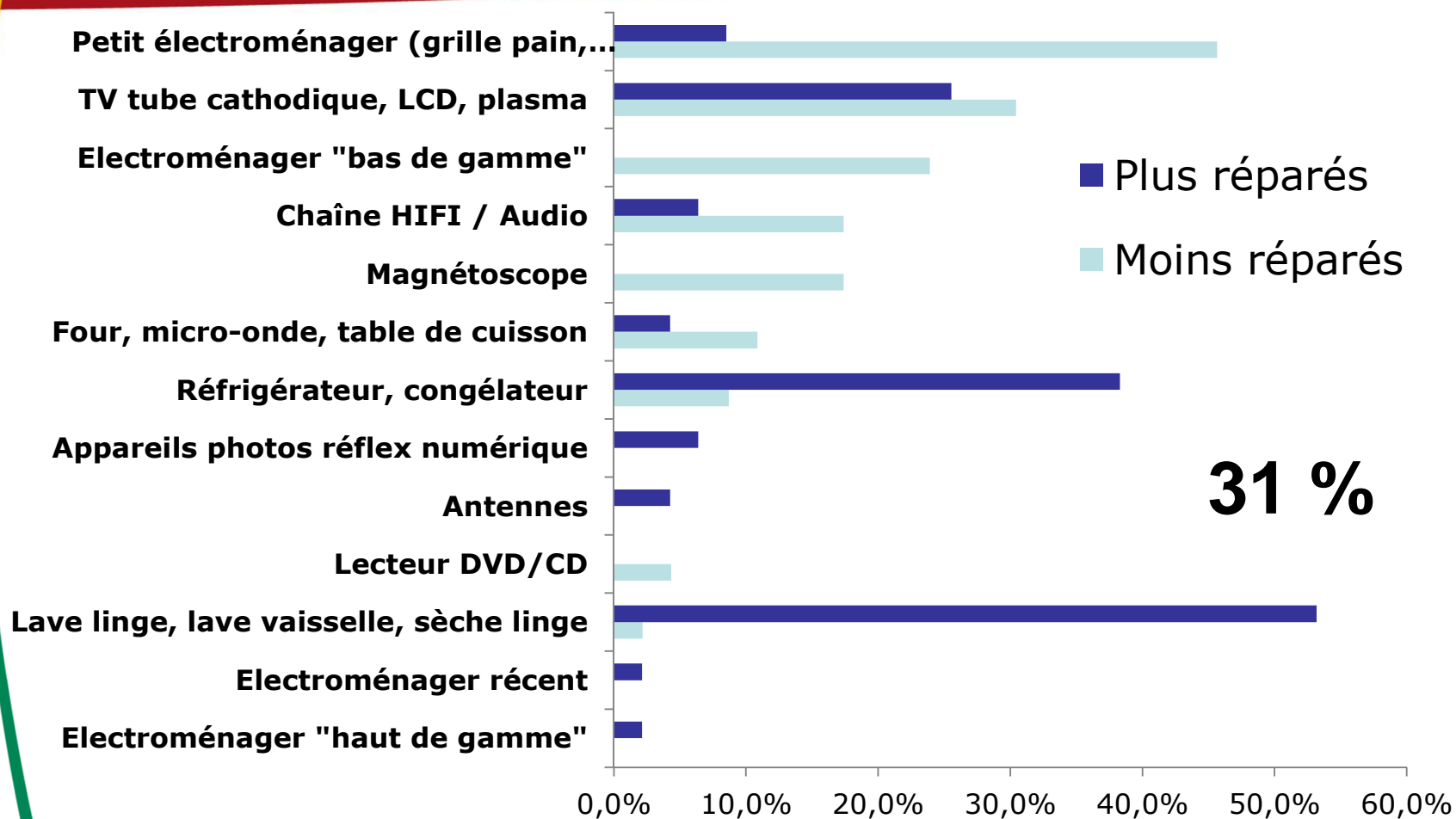
## Chiffre d'affaire des entreprises de la réparation



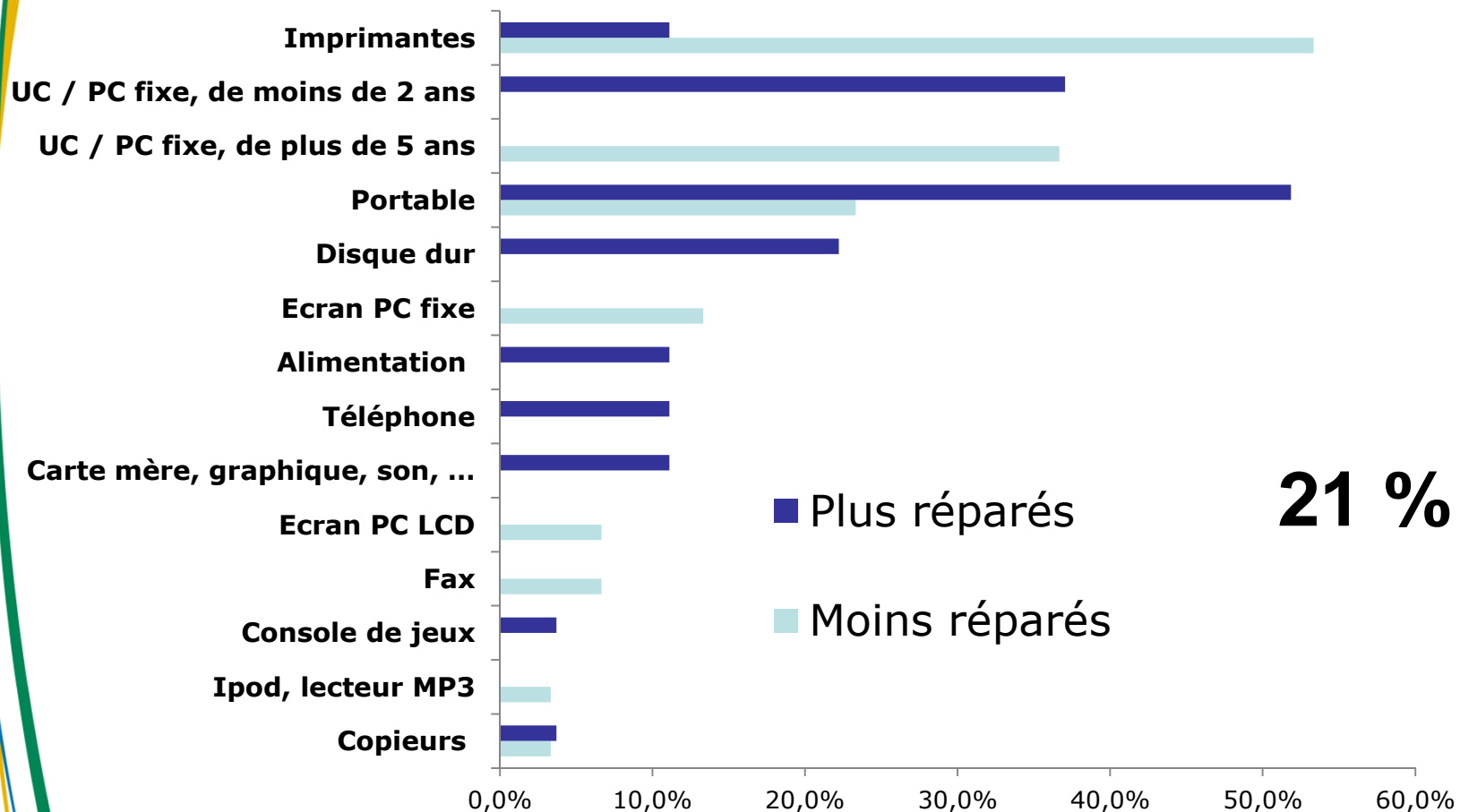
# Offre de services des artisans de la réparation et tendance évolutive



# Offre de réparation Les produits les moins et plus réparés

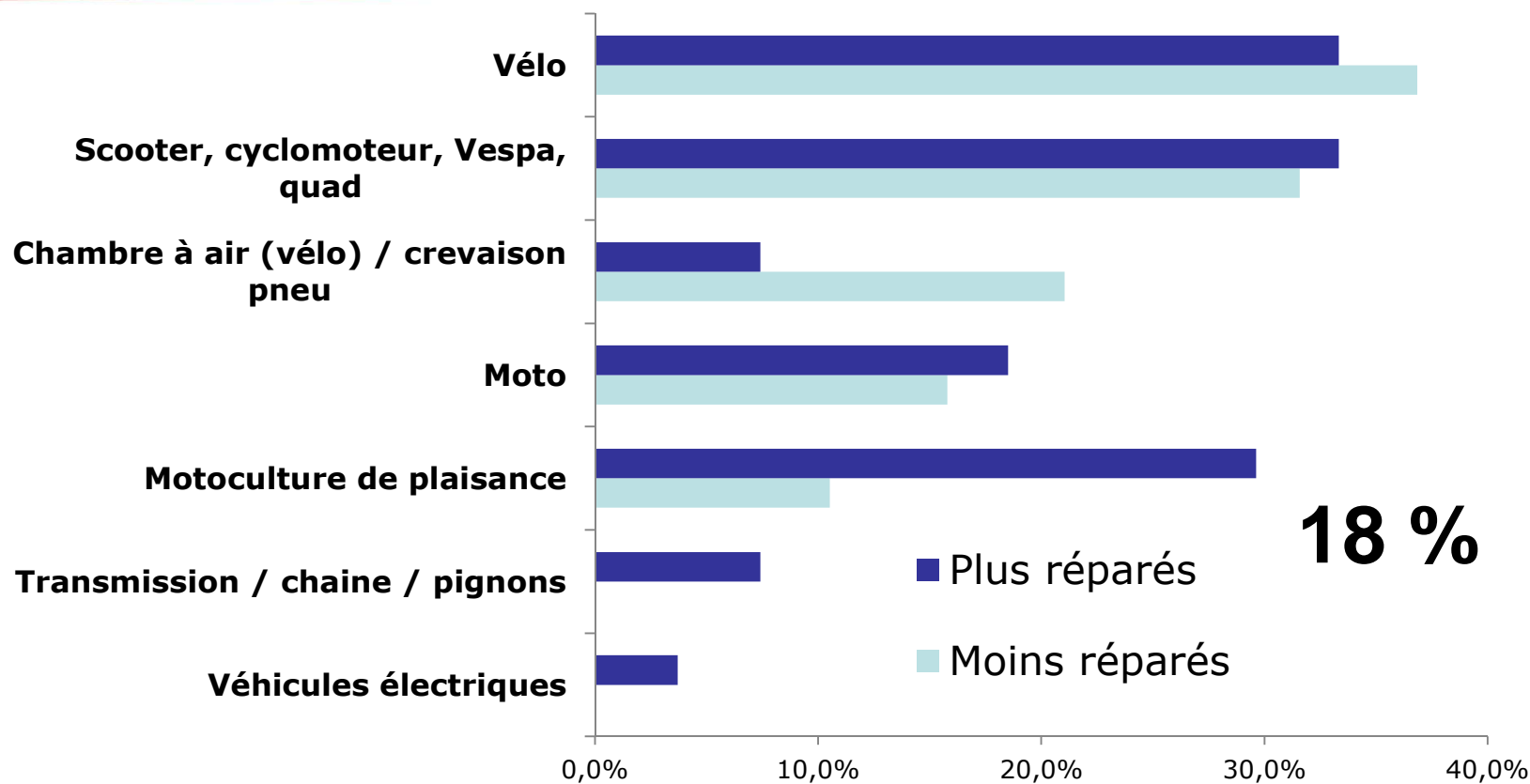


# Offre de réparation Les produits les moins et plus réparés





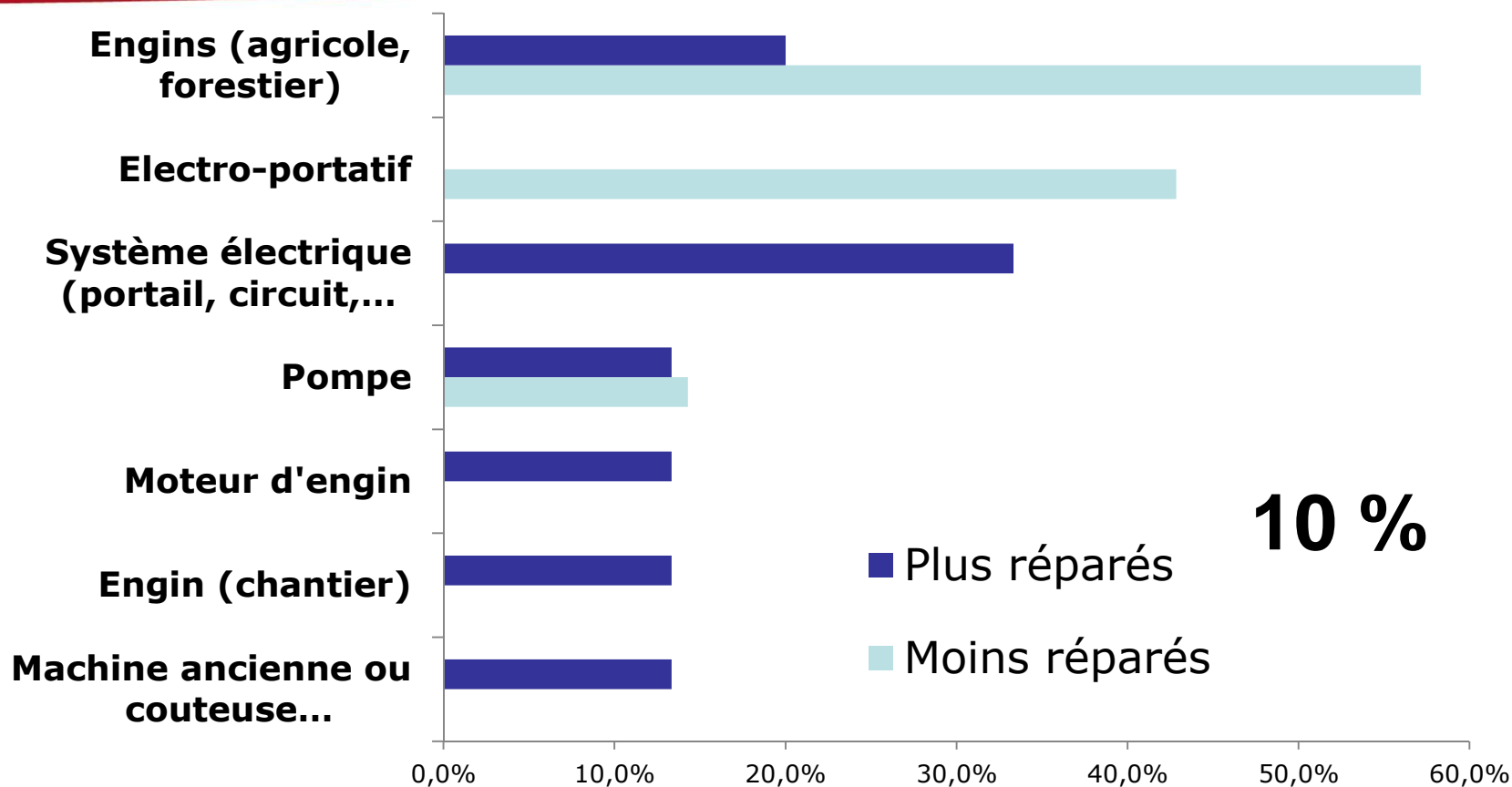
# Offre de réparation Les produits les moins et plus réparés



**Entreprises de la réparation de  
cycle, motocycle et  
motoculture**



# Offre de réparation Les produits les moins et plus réparés

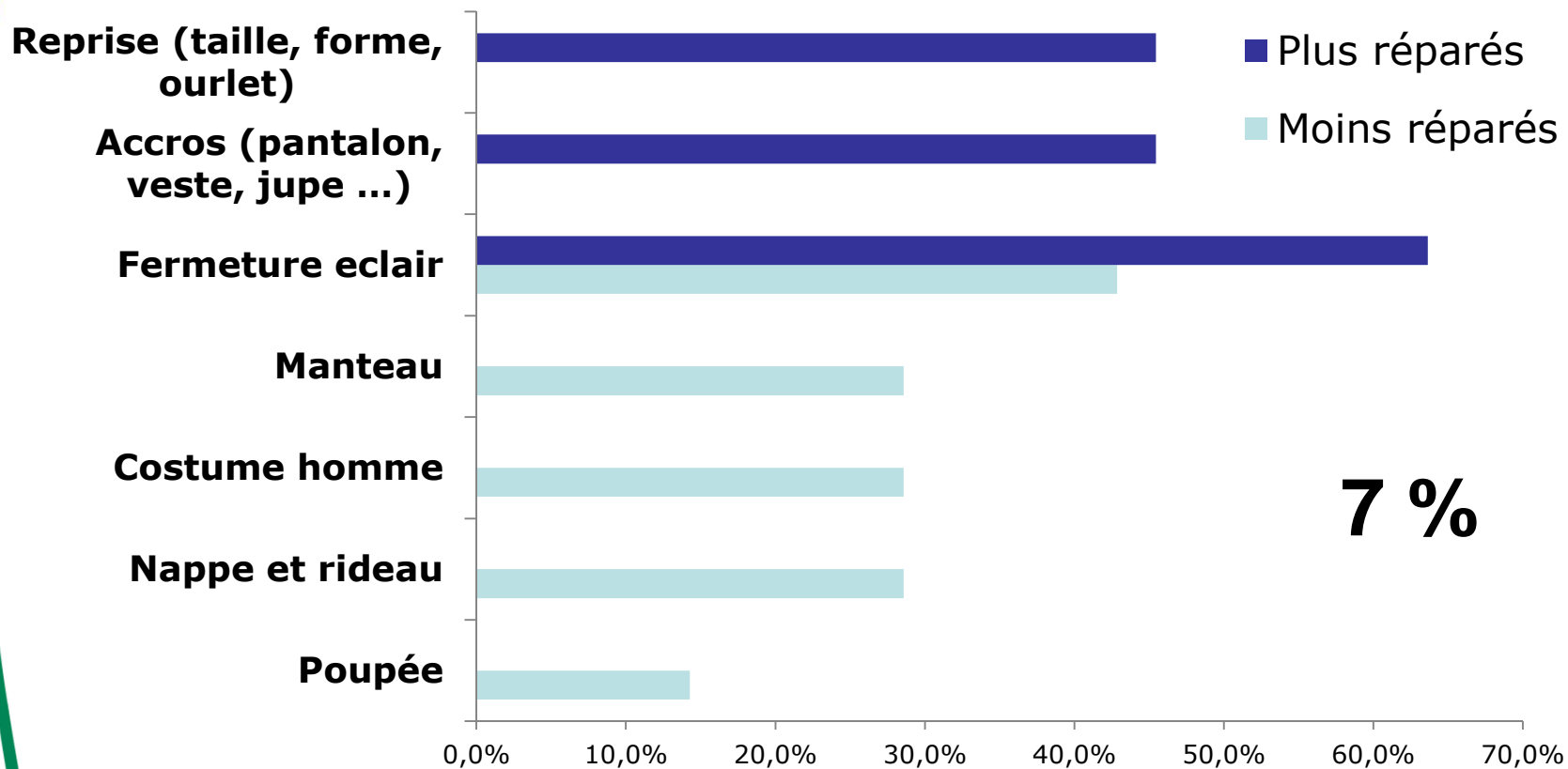


**10 %**

**Entreprises de la réparation des matériels agricoles et machines**



# Offre de réparation Les produits les moins et plus réparés



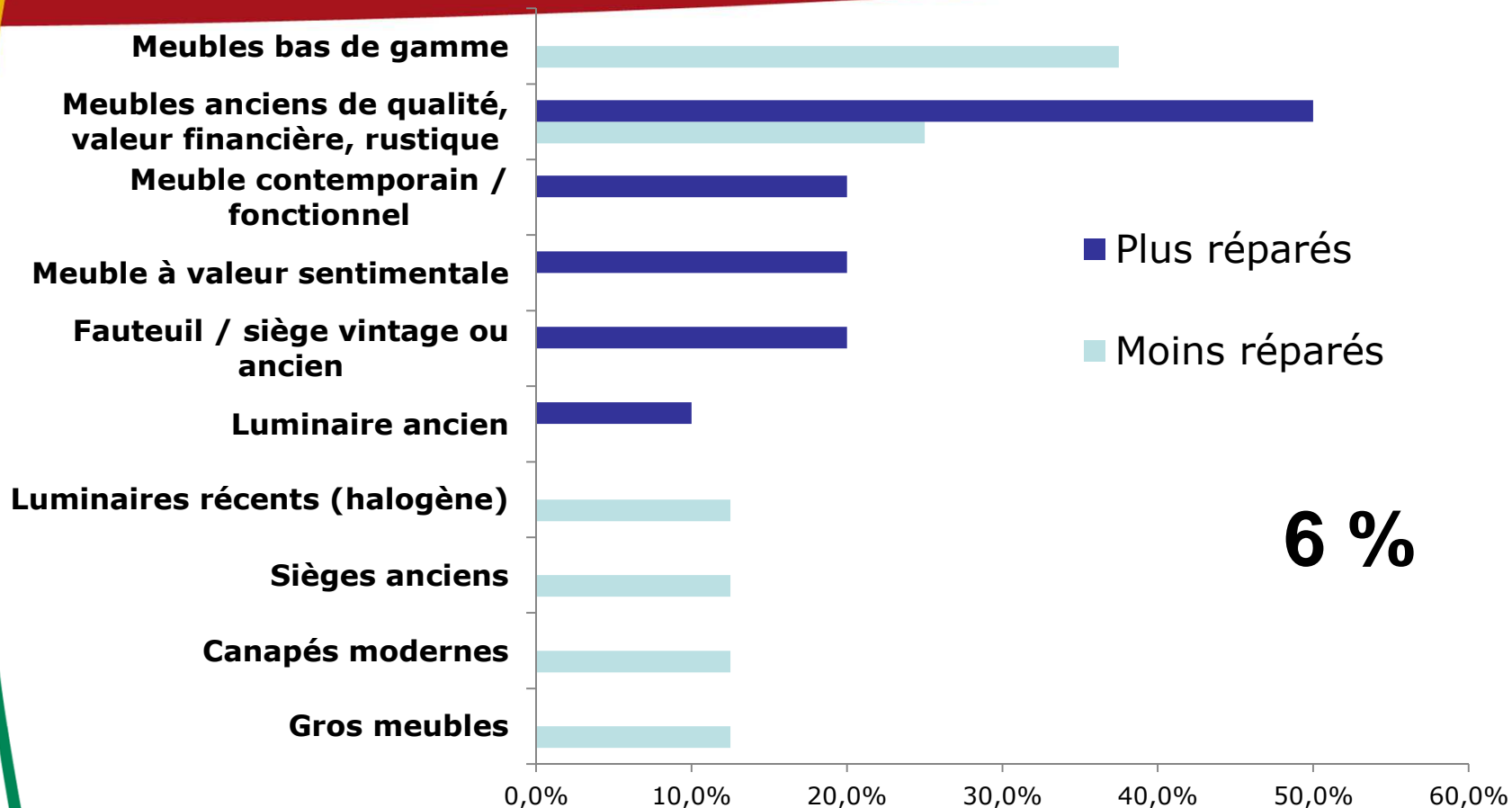
7 %

Entreprises de retouche /  
couture de textile



Par métiers

# Offre de réparation Les produits les moins et plus réparés

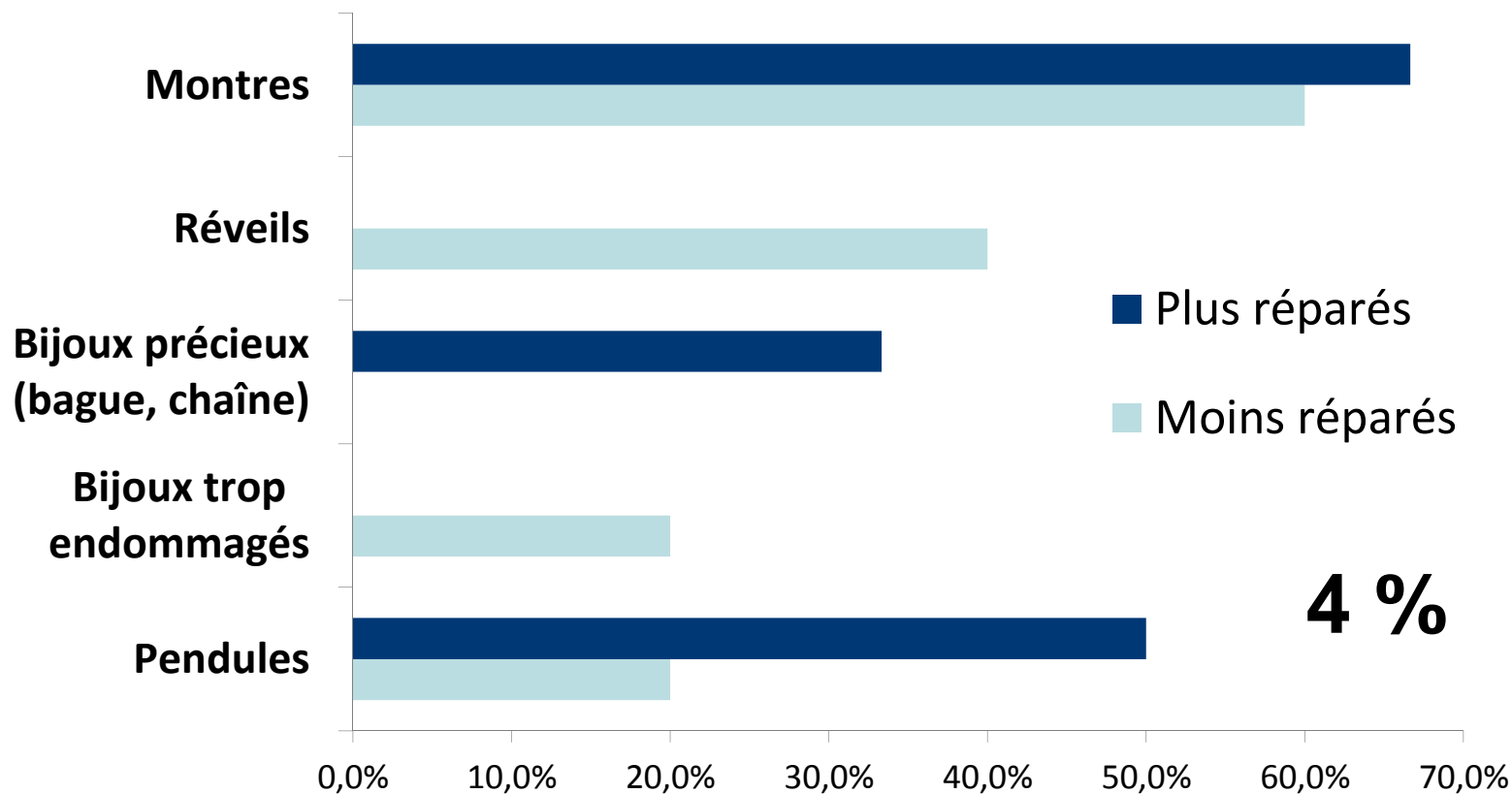


6 %

Entreprises de la réparation  
d'ameublement et équipement  
de la maison



# Offre de réparation Les produits les moins et plus réparés



## Offre de réparation Les produits les moins réparés

- **Accordeurs de pianos et réparateur d'instruments de musiques (2 %)** : Pianos à cadre en bois, instruments anciens (avant 1900) ou de mauvaise facture.
- **Affutage (0,5 %)** : Affutage des couteaux lisses, micro-dentés ou à dents des pains et poissons. Affutage des ciseaux de couture, tailleur. Affutage de trancheuses à jambon. Tout type de rénovation de couteaux de poche et de table.
- **Réparation de chaussures (0,5 %)** : Chaussures moulées faites à base de pétrole.



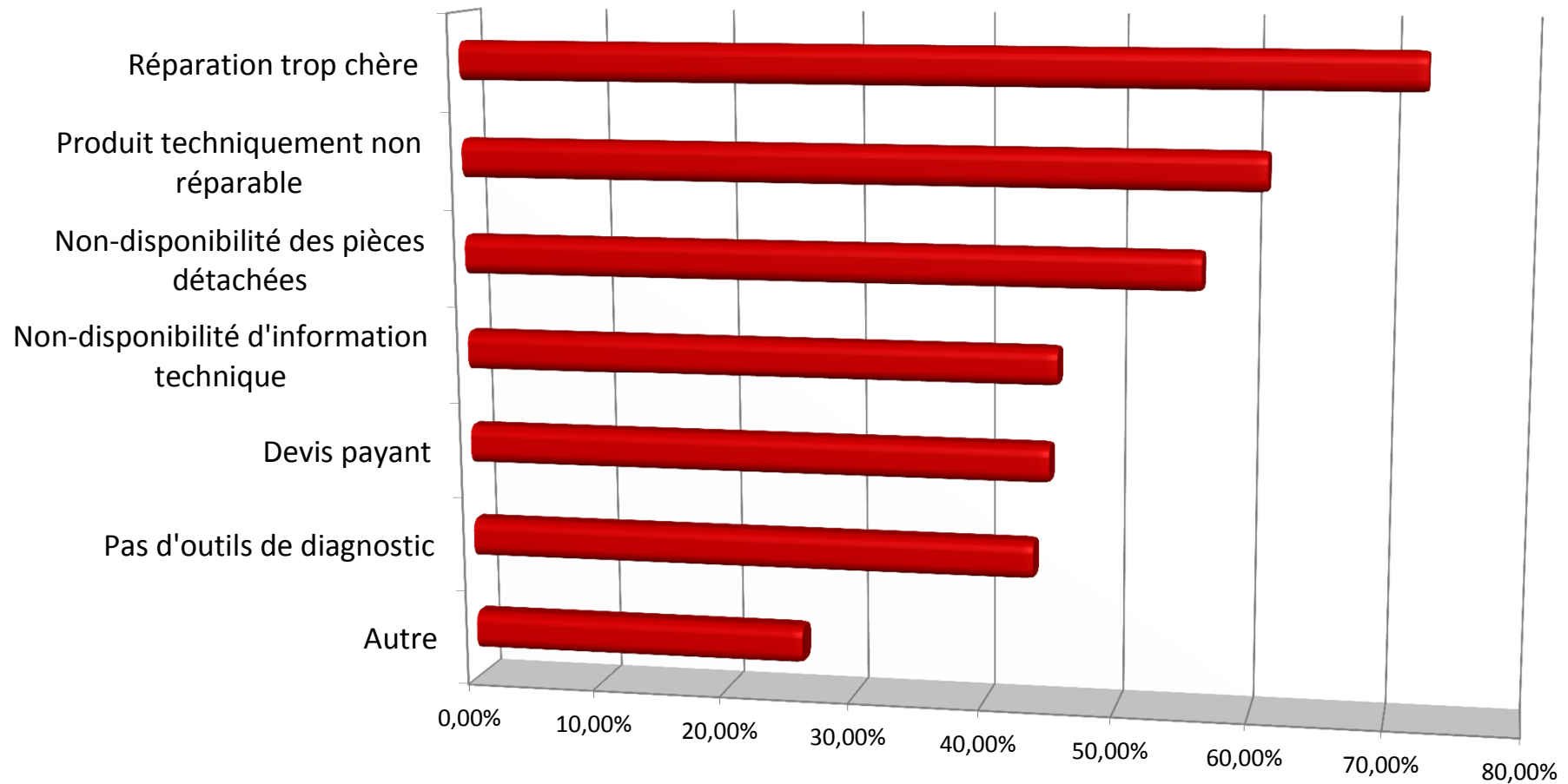
## Offre de réparation Les produits les plus réparés

- **Accordeurs de pianos et réparateur d'instruments de musiques (2 %)** : Guitares (cœur de l'activité), pianos dont les propriétaires optent plus pour la restauration que le renouvellement et pianos droits à cadre métallique et plus récents.
- **Affutage (0,5 %)** : Les scies circulaires carbures.
- **Réparation de chaussures (0,5 %)** : Chaussures démontables donc réparables et celles fabriquées avec des matériaux nobles comme le cuir.



# Offre de réparation

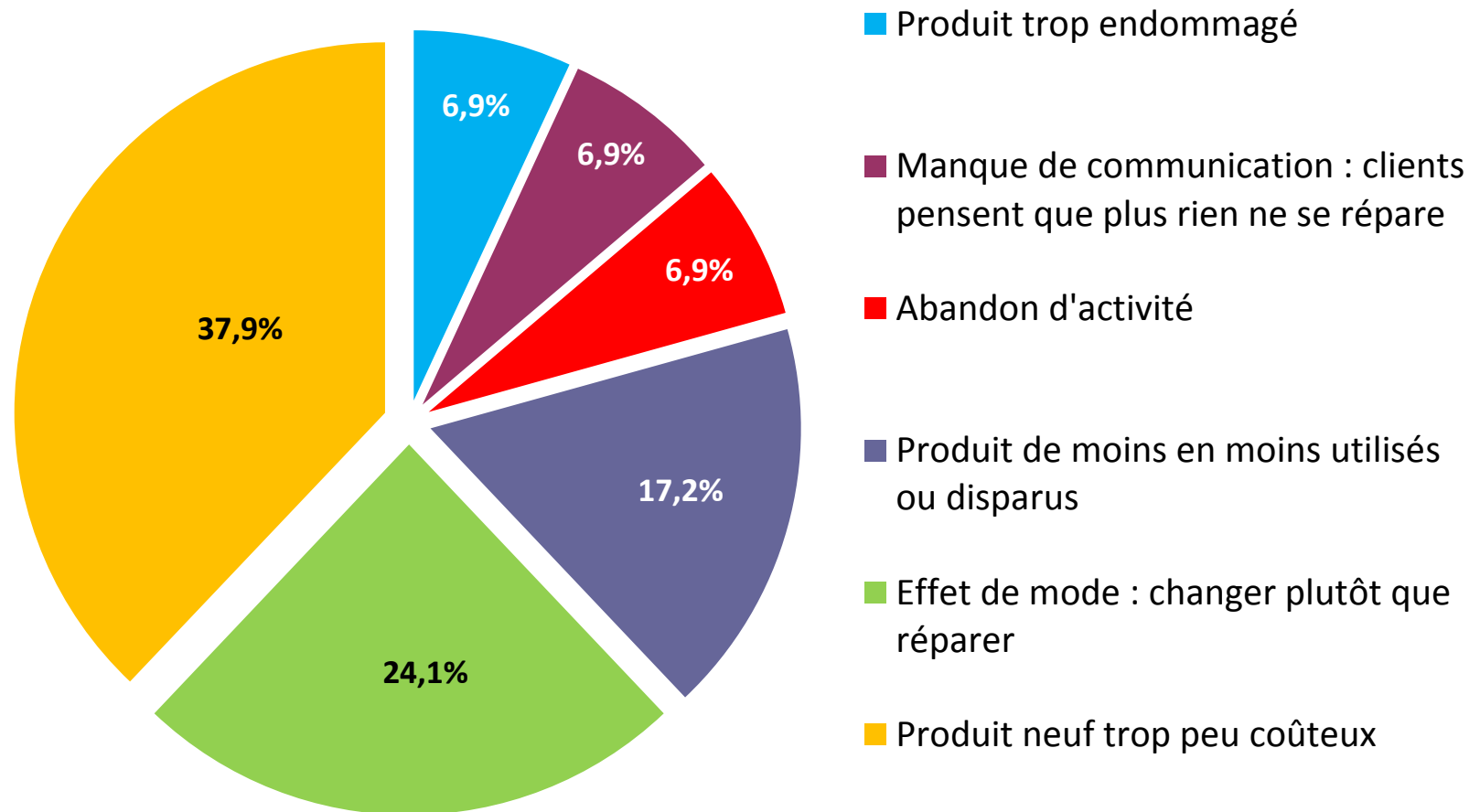
## Pourquoi les objets sont-ils moins réparés ?





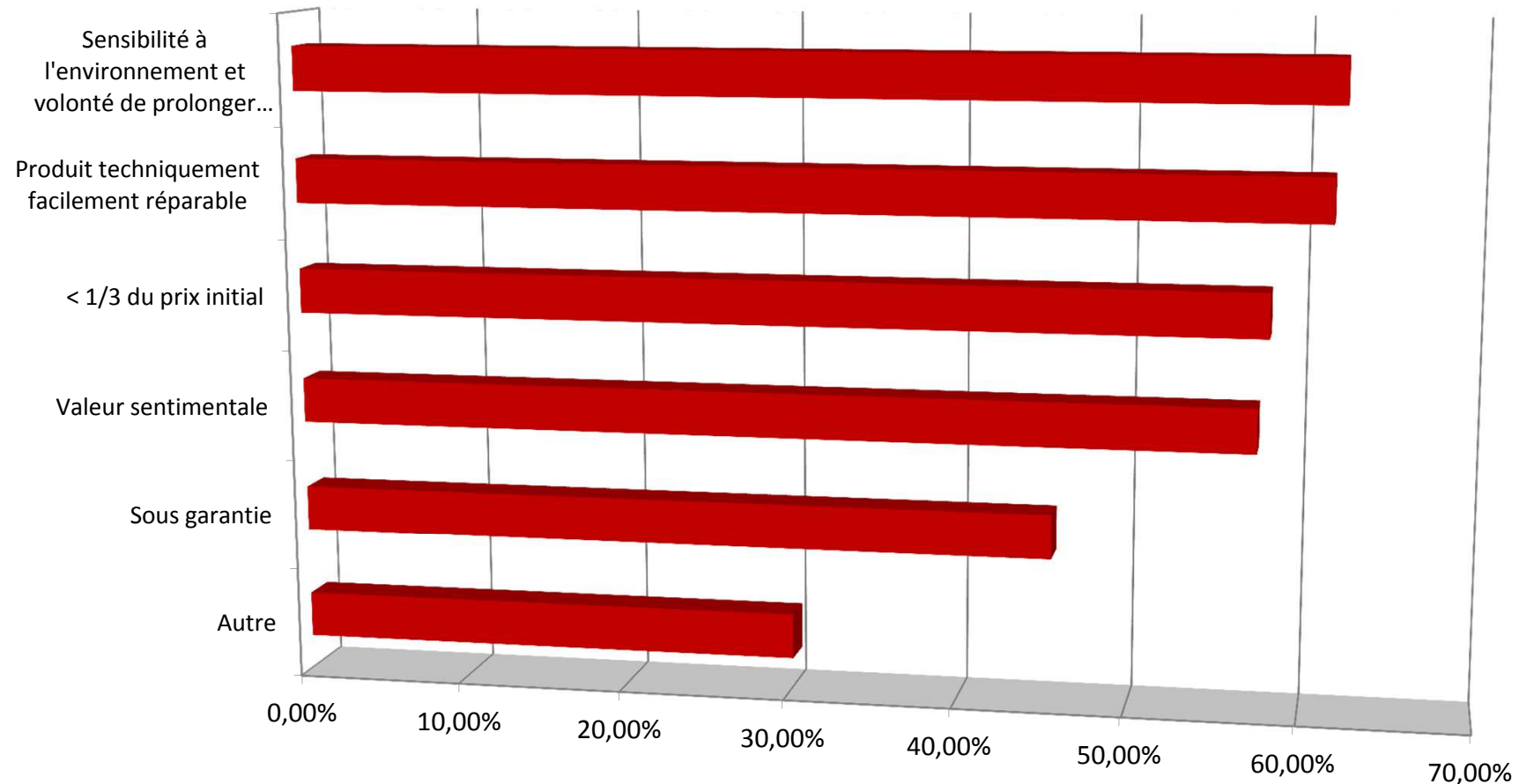
# Offre de réparation

## Pourquoi les objets sont-ils moins réparés ?



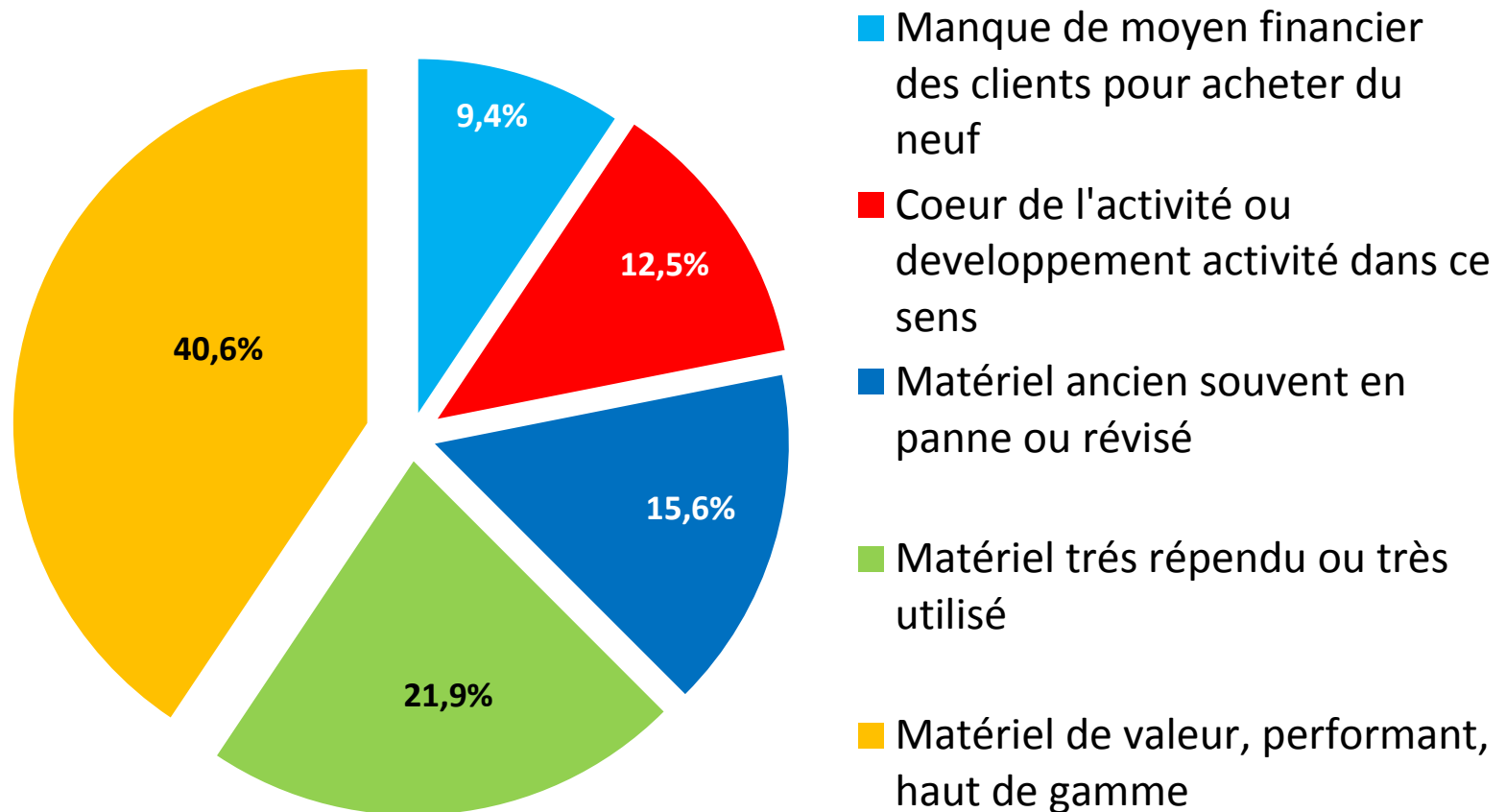
# Offre de réparation

## Pourquoi les objets sont-ils plus réparés ?



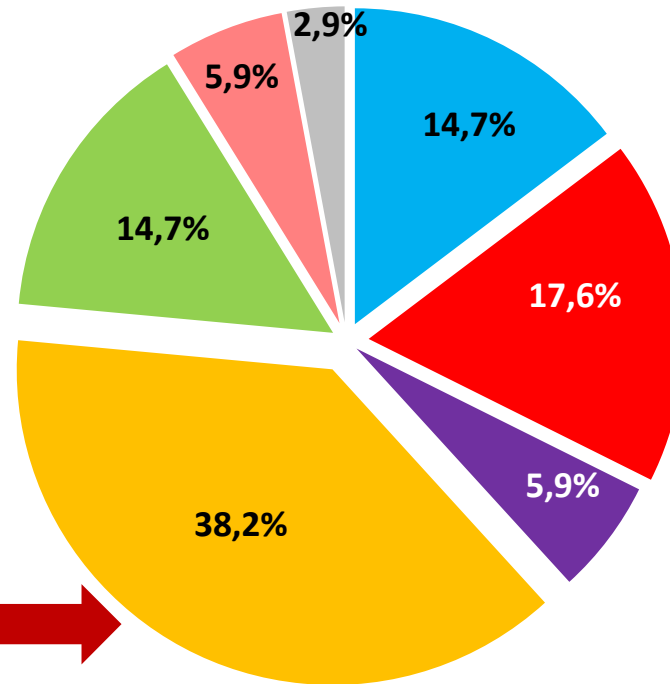
# Offre de réparation

## Pourquoi les objets sont-ils plus réparés ?



# Typologie de la Clientèle

**3/4 des entreprises estiment ne pas avoir de clientèle particulière et pour les autres :**

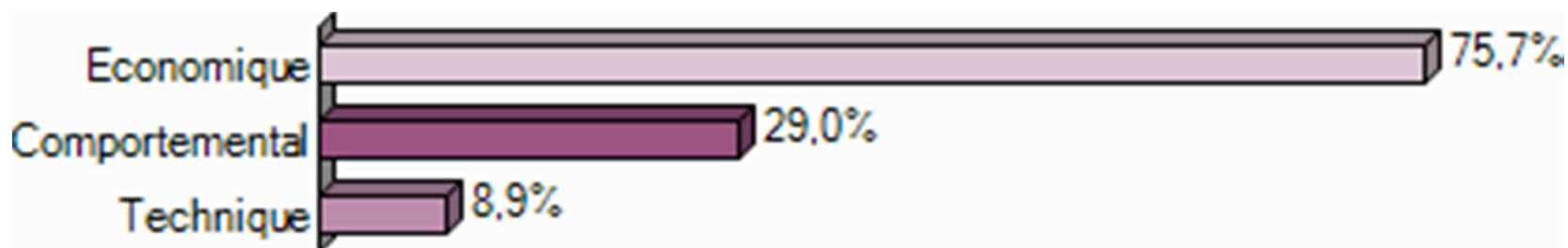


- Classe moyenne, aisée, cadre
- Agée
- A faible moyen financier
- Professionnelle
- Liée à l'activité (musique, moto ...)
- Liée au territoire
- Déçue des SAV de la grande distribution

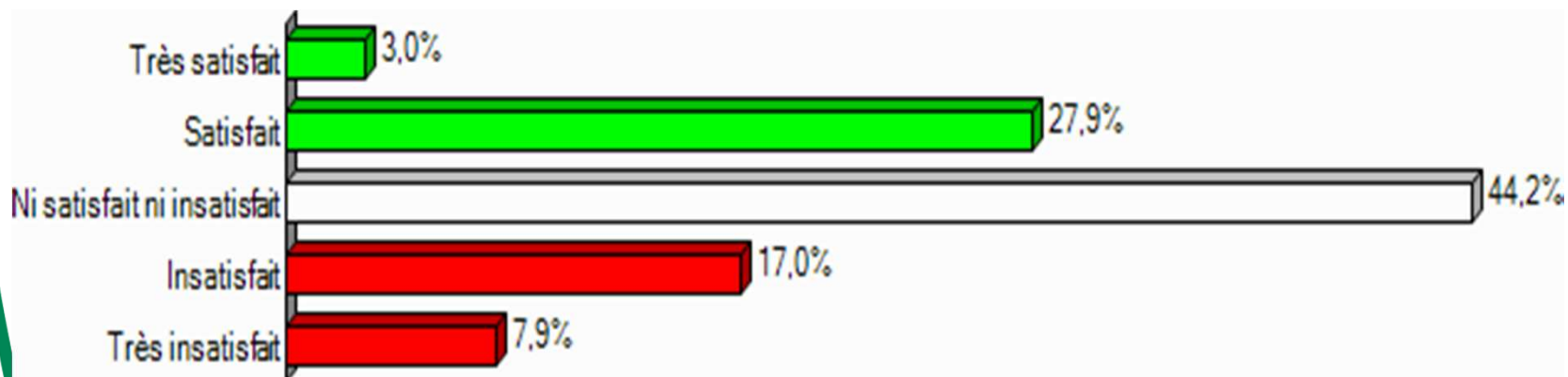


# Avis des professionnels

## ➤ Les freins au développement de la réparation :

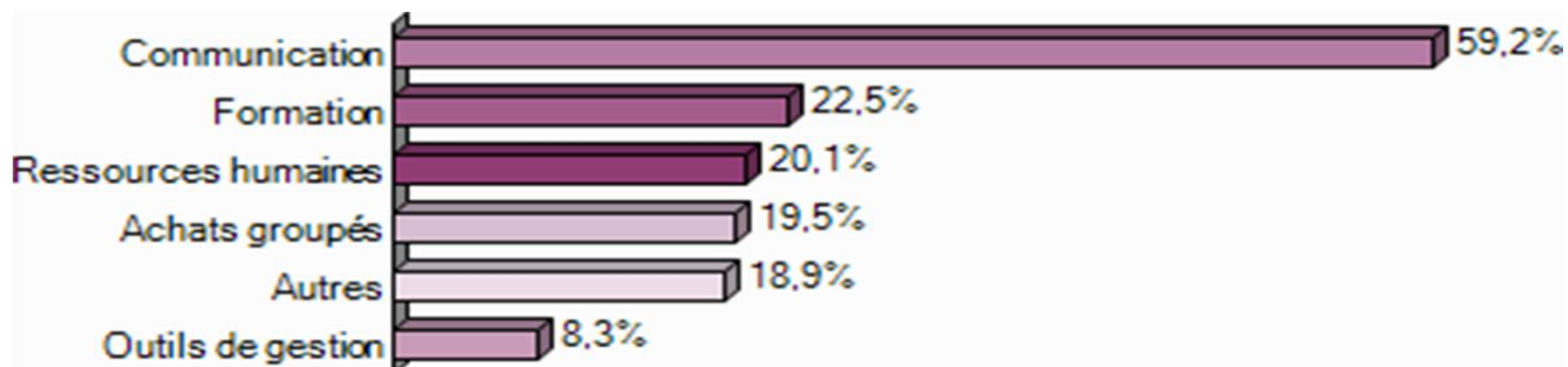


## ➤ Avenir de la profession :

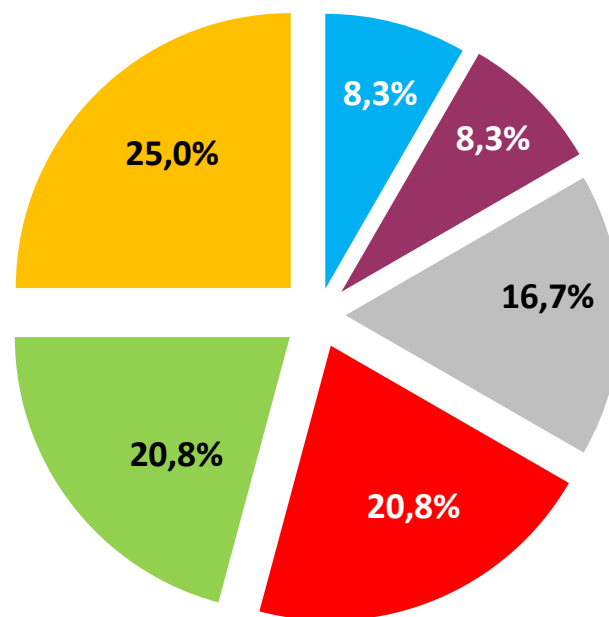


# Avis des professionnels

## ➤ Les besoins exprimés



## ➤ Autres besoins exprimés



- Supprimer les produits bas de gamme et discounting
- Personnel qualifié
- Locaux plus adaptés (accessibilité, surface ...)
- Financier (trésorerie, marge, prêt ...)
- Financier (baisse des charges)
- Développer l'activité (stratégie commerciale)

# Avis des professionnels

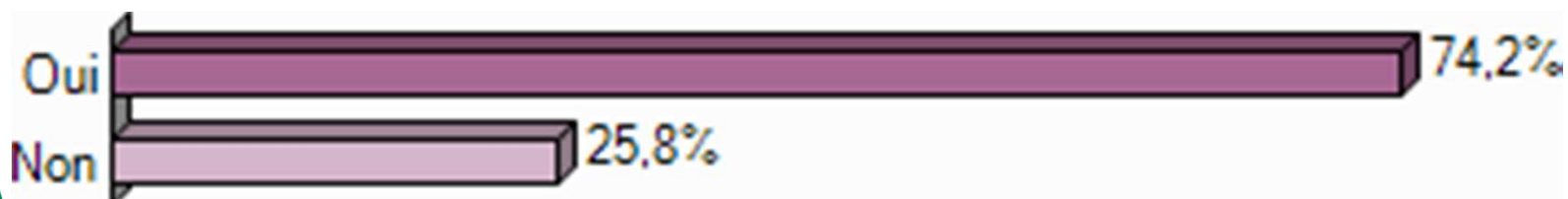
## ➤ Intérêt pour un annuaire ?



## ➤ Permettrait-il un développement du CA des entreprises ?



## ➤ Participation à un événement promotionnel durant la SERD 2012 ?



28 % se sont  
exprimés

## Avis des professionnels

### Expression libre ... Les points les plus marquants

- **Besoin de communication** ou de promotion de leurs métiers (**28 %**)
- **Crainte de l'offre de service de la grande distribution et des ventes sur internet** qui mettent sur le marché des produits à faible coût qui ne seront jamais réparés et qui seront automatiquement remplacés (**21 %**)
- **Comportement des clients** qui, soit ne savent plus que certains produits peuvent se réparer, soit qui préfèrent directement remplacer le produit (**13%**)

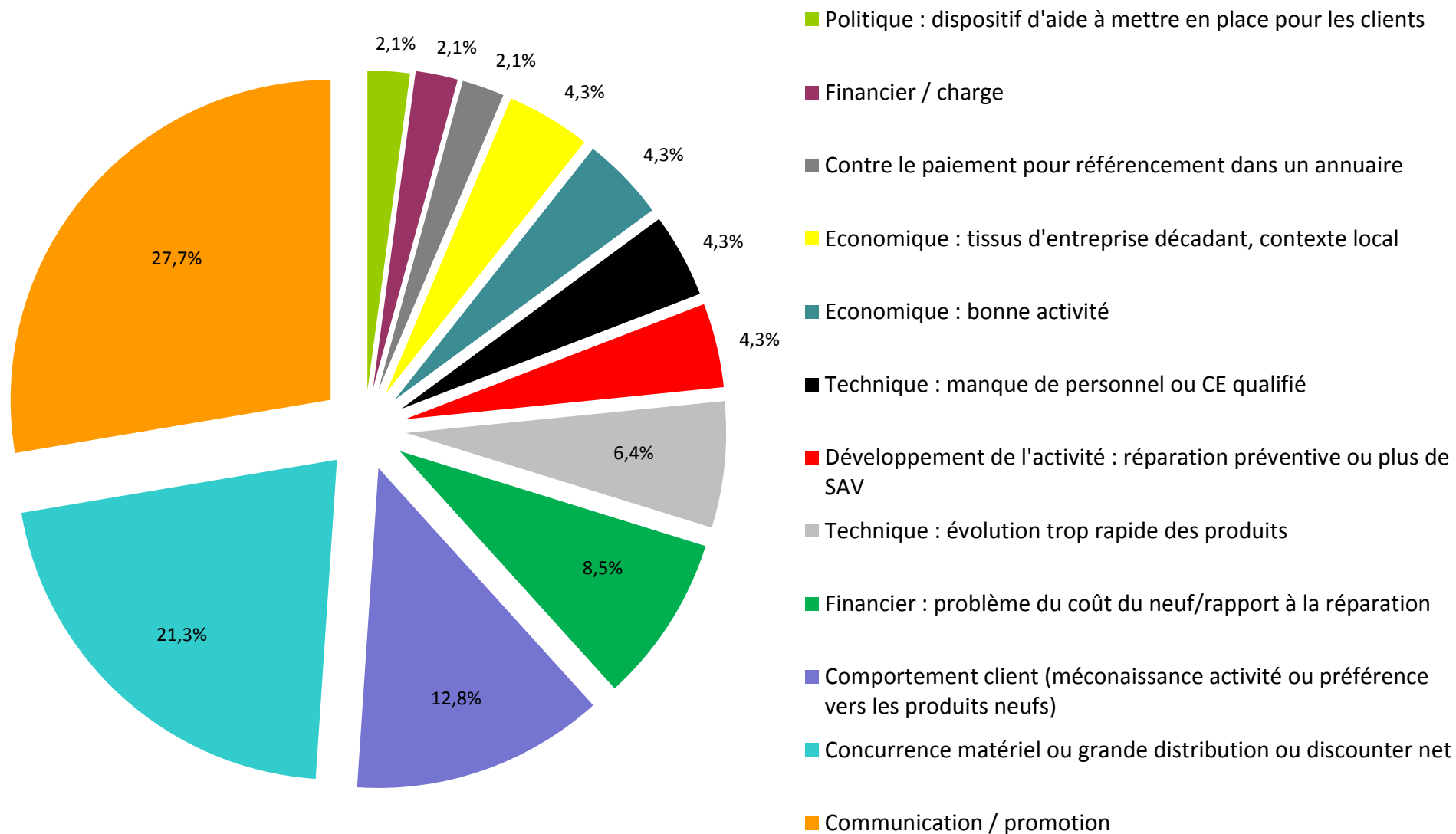




28 % se sont exprimés

# Avis des professionnels

## Expression libre ... tous les points abordés



# Sommaire

1 - Contexte et enjeux

2 - Méthodologie

3 - Résultats

**4 - Conclusions et pistes à engager**



# Conclusions

- Entreprises tributaires de la mise sur le marché des différents produits et matériels.
- Tendence vers une stabilité de l'activité de réparation.
- Le SAV et la vente de produits permet de maintenir la prestation de réparation et peut être même de la développer.
- **75 %** des entreprises très favorables à la mise en place d'une action de communication pour faire connaître leur offre de service en terme de réparation.





## Pistes envisagées

- Rendre visible ces acteurs de la réparation : créer une identité visuelle et un annuaire numérique à décliner par territoire → alternative au tout jetable
- SERD 2012 : créer une manifestation spécifique pour les professionnels de la réparation
- Poursuivre le travail avec le groupe de réflexion : CG / collectivité / CMA