



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 24 octobre 2016

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Étiquette énergie, les consommateurs réclament du concret

Alors que la révision de la directive Etiquette énergie est toujours en cours à l'échelon européen, l'UFC – Que Choisir publie les résultats sans appel d'une enquête qualitative¹ qui souligne les très fortes attentes des consommateurs en termes d'information sur la performance et la durabilité des produits électriques et électroniques. L'association met également en lumière les inquiétudes des consommateurs quant à la fiabilité de l'étiquette énergie, ainsi que la nécessité d'une augmentation de la durée de garantie variable selon le type de produit.

- **Révision de l'étiquette énergie : moins de « + » et plus de concret, l'équation gagnante pour les consommateurs**

L'étiquette énergie, largement utilisée par les consommateurs interrogés et notamment les plus jeunes, est arrivée au bout d'un cycle ; sur certains produits, l'offre se concentre sur un petit nombre de classes énergétiques : 83 % des lave-linge en vente sont ainsi étiquetés A+++ et A++. Selon notre enquête qualitative, un retour à l'échelle énergie originelle, allant de A à G, est très majoritairement perçu comme positif même s'il soulève quelques inquiétudes liées à la période d'adaptation.

De même, une large part des consommateurs interrogés souligne le caractère trop abstrait des informations sur les niveaux de consommations. Exprimées en kilowattheure et en litre, elles ne permettent pas de juger du coût d'usage. Or, l'information sur le coût d'usage est attendue par les personnes interrogées, et apparaît comme la solution pour réconcilier écologie et économie. Elle fait ainsi prendre conscience que, même plus cher à l'achat, un équipement écologiquement vertueux peut s'avérer plus économique sur toute sa durée de vie. Sur dix ans d'utilisation d'un lave-linge, le prix d'achat ne représente en effet que 28 % à 35 % du coût global !

- **Contrôle des allégations des professionnels : les consommateurs appellent à tirer les leçons du scandale sur la pollution automobile**

Les entretiens menés avec les consommateurs soulignent leur méfiance sur l'origine et la fiabilité des données. Certains acheteurs, plus rares, vont jusqu'à volontairement ignorer l'étiquette pour ces raisons. Plusieurs campagnes européennes de contrôle² ont bel et bien montré des grands écarts de consommation par rapport aux allégations sur l'étiquette. Par exemple, dans le cadre projet MarketWatch financé par la Commission européenne³ et auquel l'UFC - Que Choisir a activement participé, près d'1 produit testé sur 5 sous estimait sa consommation réelle.

- **L'information sur la durée de vie et une réforme de la durée de garantie s'imposent**

L'accroissement du taux d'équipement des ménages en produits électroménagers et électroniques augmente les cas de panne : sur un an, 1 ménage sur 3 subit une panne de son électroménager. Or, poussés par des prix de réparation de plus en plus élevés (+ 116 % en 15 ans), et parfois en l'absence de réparateur ou de pièces détachées, 40 % des consommateurs préfèrent alors remplacer leur produit plutôt que de le faire réparer. Ces freins à la réparation pourraient être en partie levés par une évolution de la durée de garantie, variable selon la gamme de produits.

L'étude montre que les consommateurs interrogés souhaitent pouvoir faire un choix plus rationnel en disposant d'une information leur permettant de connaître la durée de vie attendue des produits. Là encore, les enjeux

¹ Enquête qualitative cofinancée par l'ADEME. Elle repose sur 4 groupes de discussion regroupant chacun 7 à 9 personnes. Les groupes de discussion ont été interrogés sur les thématiques de l'étiquette énergie, la durée de vie des produits et sur les coûts d'usage.

² Atlete I, Compliant TV ou encore Premium Light

³ <https://www.quechoisir.org/actualite-marketwatch-pour-une-etiquette-energie-fiable-n10255/>



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 24 octobre 2016

économiques et écologiques se rejoignent : avec cet affichage, les ventes des produits les plus durables augmentent de 56%⁴, même quand ils sont plus chers à l'achat.

L'UFC-Que Choisir a également montré que l'allongement de la durée de garantie est parfaitement acceptable en termes de prix, puisqu'un passage de deux à cinq ans sur l'électroménager n'augmenterait ceux-ci que de 1 % à 3 %.

Forte de ces constats, l'UFC-Que Choisir, soucieuse de stimuler une offre de produits durables et moins énergivores, demande aux pouvoirs publics nationaux et européens:

- **au-delà d'un rééchelonnement strict de l'étiquetage énergie de A à G, le renforcement des contrôles des allégations de performances ;**
- **l'obligation d'un affichage du coût d'usage et de la durée de vie des produits ;**
- **l'instauration d'une durée de garantie légale variable en fonction des critères économiques et de la durée de vie des produits, afin d'améliorer leur réparabilité.**

⁴ REF CESE Augmentation en moyenne de 56% des ventes des produits les plus durables et de 118% pour la France. Les participants se disent prêts à payer en moyenne 102 euros de plus pour un lave-vaisselle vendu entre 300 et 500 euros