

Lancement de la campagne « Un appareil c'est comme une relation, ça s'entretient » pour inciter les Français à mieux entretenir leurs appareils d'électroménager

Alors qu'une panne sur deux est liée à un défaut d'entretien, l'ADEME, agence de la transition écologique, le Gifam, groupement des marques pour la maison, Boulanger, But Conforama, Fnac Darty et Electro Dépôt, lancent le 8 février 2024 une campagne de sensibilisation digitale pour inciter les Français à mieux entretenir et ainsi faire durer leurs appareils électroménagers.

En partenariat avec



Conforama



L'entretien, pilier d'une relation durable avec ses appareils

« **Il faut qu'on parle** » Si les appareils électroménagers pouvaient parler, ils auraient certainement deux ou trois conseils à prodiguer aux Français pour que « leur relation » perdure le plus longtemps possible. Le choix a ainsi été porté sur une campagne au ton décalé personnifiant quatre appareils d'électroménager incontournables dans nos foyers : le lave-vaisselle, le lave-linge, l'aspirateur et la machine à café. L'objectif ? Interpeller les consommateurs sur les bons gestes à adopter au quotidien pour prolonger la durée de vie de leurs appareils préférés.

« 7 français sur 10 savent qu'il y a des gestes d'entretien à réaliser sur les appareils électroménagers mais seulement 4 sur 10 les appliquent vraiment (source : Etude Gifam). Nous saluons ainsi cette campagne de communication coconstruite par l'ADEME, les fabricants du Gifam et les principaux acteurs de la distribution, en faveur de l'allongement de la durée de vie des produits » déclare Anne-Charlotte Bonjean, Coordinatrice pôle Durabilité et ressources à l'ADEME.

Créée par l'agence Jellyfish, la campagne sera diffusée pendant un mois sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram. Les consommateurs pourront retrouver l'intégralité des conseils sur la plateforme de l'ADEME : [La bible de l'entretien - ADEME \(epargnonsnosressources.gouv.fr\)](https://www.epargnonsnosressources.gouv.fr)



Une campagne dans la lignée de l'engagement historique de la filière

Allongement de la durée de disponibilité des pièces détachées, information au consommateur au travers de l'indice de réparabilité et bientôt de l'indice de durabilité, facilité d'accès à la réparation grâce au bonus réparation et aux offres de service qui se multiplient... cette campagne inédite à laquelle s'associe les pouvoirs publics, les fabricants du Gifam et les principaux distributeurs d'électroménager, s'inscrit dans la continuité des mesures que la profession a engagé et soutenu ces dernières années pour favoriser la réparation des appareils et allonger leur durée de vie.

A propos de l'ADEME

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires et du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Dans tous les domaines - énergie, économie circulaire, alimentation, mobilité, qualité de l'air, adaptation au changement climatique, sols... - l'ADEME conseille, facilite et aide au financement de nombreux projets, de la recherche jusqu'au partage des solutions. À tous les niveaux, l'ADEME met ses capacités d'expertise et de prospective au service des politiques publiques.

Plus d'informations sur : www.ademe.fr

À propos du Gifam

Groupement des marques d'appareils pour la maison, le Gifam rassemble plus d'une centaine de marques, grands groupes internationaux et PME, qui accompagnent le consommateur au quotidien en proposant des produits innovants en électroménager et confort thermique électrique sous des marques de grande notoriété.

Cette campagne a été faite en collaboration par les marques du Gifam qui fabriquent les produits concernés : AEG, Amica, Asko, Beko, Black & Decker, Bosch, Brandt, Candy, De Dietrich, Delonghi, Dyson, Electrolux, Fagor, Faure, Gaggenau, Grundig, Haier, Hoover, Hotpoint, Indesit, Jura, Krups, LGE, Livoo, Miele, NEFF, Philips, Polti, Radiola, Rosières, Rowenta, Saeco, Samsung, Schneider, Scholtes, Siemens, Smeg, Thomson, Vedette, Whirlpool, WMF.

Plus d'informations sur : www.gifam.fr

A propos de But

Depuis 50 ans, BUT poursuit son développement et ne cesse de conforter sa position de 1er réseau d'équipement de la maison avec plus de 330 magasins. Acteur omnicanal de référence et de proximité de la distribution des biens d'équipement de la maison avec plus de 160 millions de visites par an dont 125 millions online, BUT continue de développer ses différents canaux de distribution physique et digitaux. De la cuisine au salon ou à la chambre, de la décoration à l'électroménager, BUT s'attache, avec ses fournisseurs et son studio de design et style à renouveler l'offre produits pour répondre aux envies, aux besoins et aux budgets de chacun. BUT, qui compte plus de 9 000 collaborateurs fortement engagés, tisse depuis toujours des liens particuliers avec ses clients. L'enseigne a su combiner le meilleur de la vente au détail physique et en ligne pour enrichir son expérience client.

Plus d'informations sur : www.but.fr

A propos de Conforama

Acteur majeur dans son secteur avec 165 millions de visites par an (dont 31 millions en magasin et 134 millions en ligne), Conforama est le multi spécialiste omnicanal de l'équipement, de l'aménagement et de la décoration de la maison. Démocratisateur de tendances, Conforama propose, à travers son réseau de plus de 170 magasins en France et en Outre-mer, et sur son site Web, une large sélection de produits au meilleur prix pour équiper entièrement sa maison : du mobilier à la décoration en passant par l'électroménager et l'électronique de loisirs.

Plus d'informations sur : www.conforama.fr

A propos de Boulanger

Boulanger est le spécialiste des équipements de la maison en électroménager et multimédia. Sa mission est d'aider chacun à profiter pleinement de l'usage de ses produits, à la maison comme en mobilité. Pour accompagner ses clients dans leurs modes de vie et dans le plaisir de consommer autrement, les équipes Boulanger, présentes en France dans 217 magasins et sur boulanger.com, déploient une offre de services utile, facilitante et adaptée à chaque usage comme le retrait en 1h ou la livraison à domicile dès le lendemain. De l'aide au choix aux conseils d'entretien, en passant par la réparation, Boulanger apporte des solutions pour prolonger la durée de vie des produits : l'abonnement à la réparation illimitée avec Boulanger Le Club INFINITY, la reprise et le rachat des anciens appareils, les offres de produits reconditionnés ou encore la location d'équipements. Boulanger, c'est le plaisir de consommer autrement !

Plus d'informations sur : www.boulanger.com

A propos de Fnac-Darty

Présent dans 12 pays, Fnac Darty est un leader européen de la vente de produits de divertissement et de loisirs, d'électronique grand public et d'électroménager. Le Groupe, qui compte plus de 25 000 collaborateurs, dispose d'un réseau multiformat de 987 magasins à fin décembre 2022, et se positionne comme un acteur majeur du e-commerce en France (près de 24 millions de visiteurs uniques par mois en moyenne) avec ses trois sites marchands, fnac.com, darty.com et natureetdecouvertes.com. Acteur omnicanal de premier plan, Fnac Darty a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 8 milliards d'euros en 2022, dont 22% en ligne.

Plus d'informations sur : www.fnacdarty.com

A propos d'Electro Dépôt

Créé en 2004, ELECTRO DEPOT est le spécialiste du low-cost en électroménager et multimédia. Présente en France, en Belgique et en Espagne avec plus de 100 magasins, l'enseigne propose des produits de marques distributeurs et internationales à des prix imbattables. Elle s'engage à offrir à ses clients le meilleur rapport qualité-prix, avec un large choix de produits et un service client de qualité.

Plus d'informations sur : www.electrodepot.fr

Contacts presse

- Pauline Carde – 06 32 03 22 55 – pauline.carde@maarc.fr
- Victoria Bareille – 06 70 73 01 73 – victoria.bareille@maarc.fr