

Conférence de presse

Le 12 février 2021



Consignes préalables



Micros coupés jusqu'à la fin de la conférence



Utilisateur de Mac ?
Connectez-vous via Chrome



Une question ?
En fin de conférence, levez la main



Réactivez votre micro et posez
votre question

gifam
Le groupement des marques
d'appareils pour la maison

**Nos
engagements,
nos missions**

Des marques engagées sur :

INNOVATION



Fonctionnalités
Design
Matériaux...

ENJEUX SOCIÉTAUX



Hygiène, confort, gain de
temps et d'espace,
qualité et gaspillage
alimentaire ...

ENVIRONNEMENT



Économie d'énergie,
substances, réparation,
durabilité, recyclage...

Une organisation dont la mission est :



Décrypter le marché et les tendances consos



Accompagner et influencer les évolutions réglementaires



Promouvoir les marques et les produits auprès de la presse et du grand public

— Agenda

➔ Bilan économique 2020

➔ Actualités réglementaires



Bilan 2020

Une année inédite

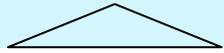


Le contexte macroéconomique français

PIB

-8,3% en 2020

(+1,5% en 2019)



9,0% T3 2020

(+0,9 pts vs T4 2019)

Chômage

Taux d'épargne

16,5% T3 2020

T2 : 26,7%

T1 : 19,2%



-4,9% en 2020

(+0,3% en 2019)

Consommation des ménages en biens

Confiance des ménages français

92 points en Janvier 2021



+3,3% T3 2020

T2 : -2,4%

T1 : -0,8%

Pouvoir d'achat

Construction

Logements autorisés :

-14,7% en 2020

Logements mis en chantier :

-6,9% en 2020



+0,5% en 2020

(+1,1% en 2019)

Indice prix à la consommation

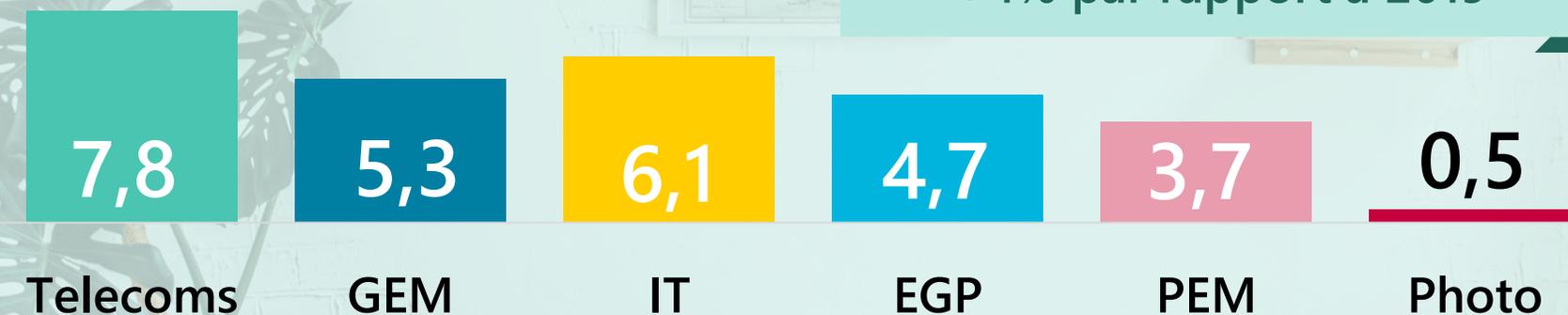
Electroménager : un marché réactif



L'univers de l'équipement de la maison

Valeur du marché (Mds d'€)

Total des biens techniques :
28,7 mds d'euros
+4% par rapport à 2019



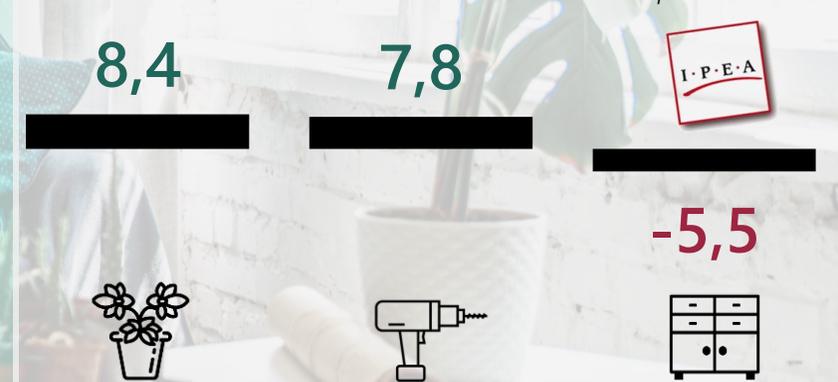
Données non disponibles

Evolutions du chiffre d'affaires (%)



Jardin Bricolage Meubles

En valeur à fin octobre



Notre filière électroménager

► GEM

5,3
milliards
d'euros

15,6
millions
de produits

PEM ◄

56,4
millions
de produits

3,7
milliards
d'euros

9,1
milliards d'euros

&

72,0
millions de
produits vendus

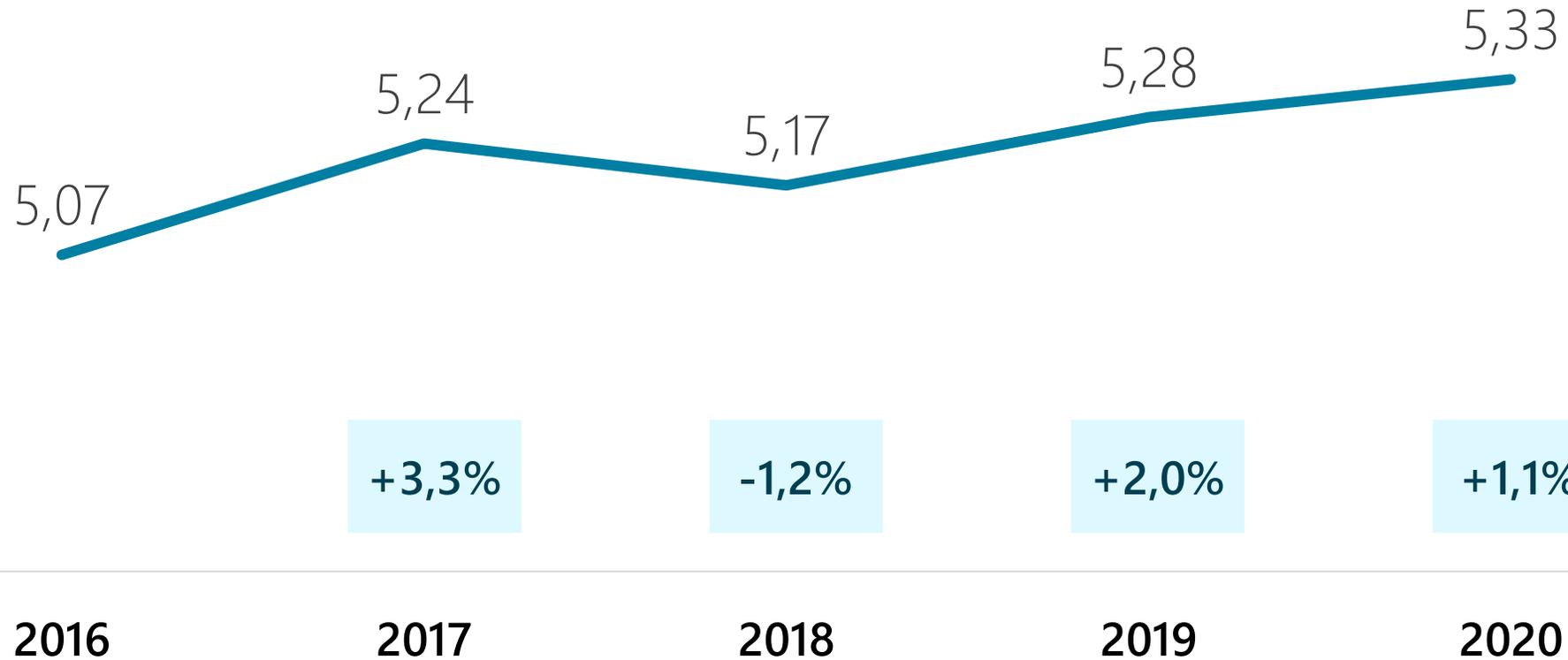


Bilan 2020 : le gros électroménager

Le gros électroménager



► Le GEM au fil des années : +260 millions d'€ en 5 ans.

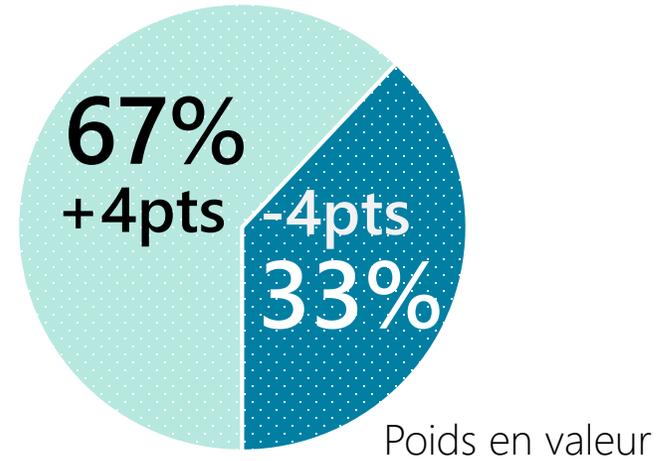


En milliards d'euros

Le gros électroménager



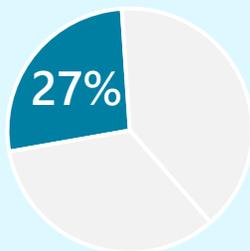
POSE LIBRE
+4,6%



INTÉGRABLE
-4,9%

Le gros électroménager

FROID
+4,7%



RÉFRIGÉRATEURS

↑ +2,1%



CONGÉLATEURS

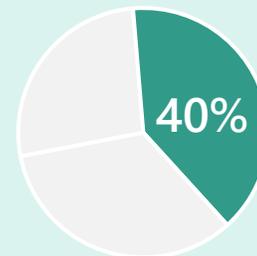
↑ +18,0%



CAVES À VIN

↑ +7,5%

LAVAGE
+2,0%



LAVE-LINGE

↑ +2,8%



SÈCHE-LINGE

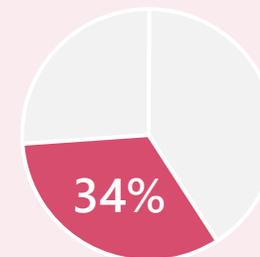
↑ +4,2%



LAVE-VAISSELLE

→ -0,3%

CUISSON
-3,0%



FOURS

↑ +2,3%



TABLES
DE CUISSON

↓ -4,1%



HOTTES
ASPIRANTES

↓ -17,5%



MICRO-ONDES ↑ +1,3%

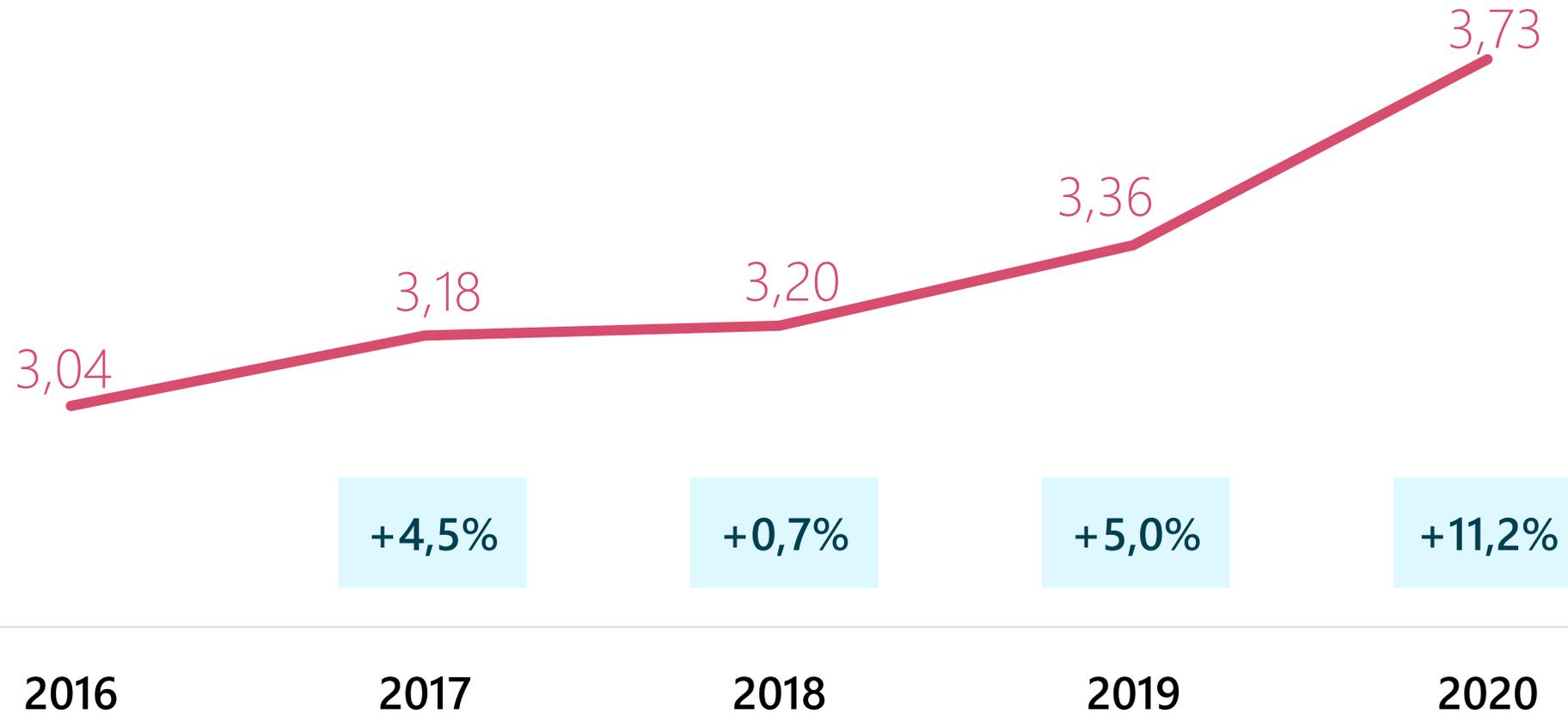


CUISINIÈRES ↓ -1,3%



Bilan 2020 : le petit électroménager

Le PEM au fil des années : croissance continue et soutenue



En milliards d'euros

Le petit électroménager

Total PEM : +11,2% en valeur



Entretien des sols
28% de la valeur

↑ +10,2%

Soin du linge
5% de la valeur

Beauté bien-être
17% de la valeur

↑ +8,7%

Traitement de l'air
6% de la valeur

↓ -11,2%

↓ -7,7%

Petit-déjeuner
16% de la valeur

↑ +14,5%

Cuisson des aliments
13% de la valeur

↑ +18,4%

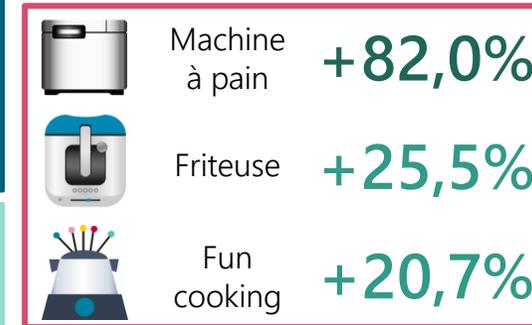
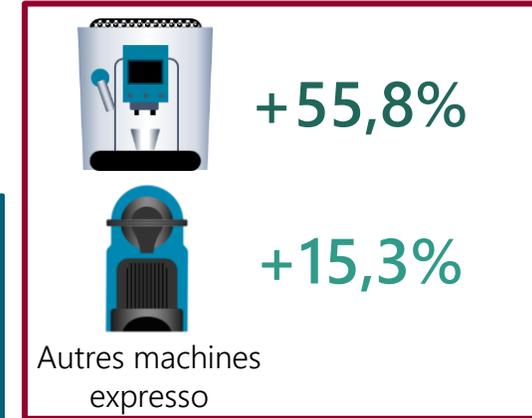
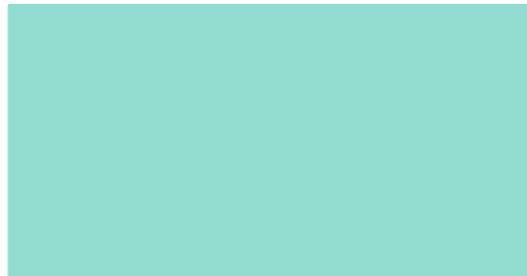
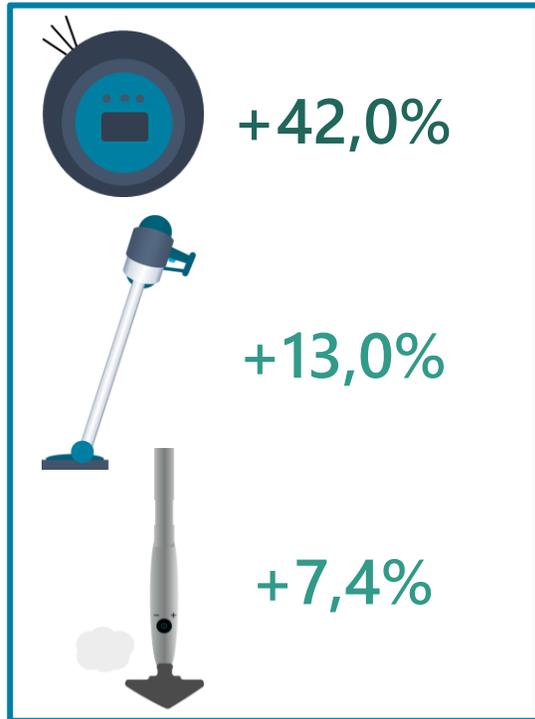
Préparation culinaire
11% de la valeur

↑ +27,5%



Le petit électroménager

Total PEM : +11,2% en valeur



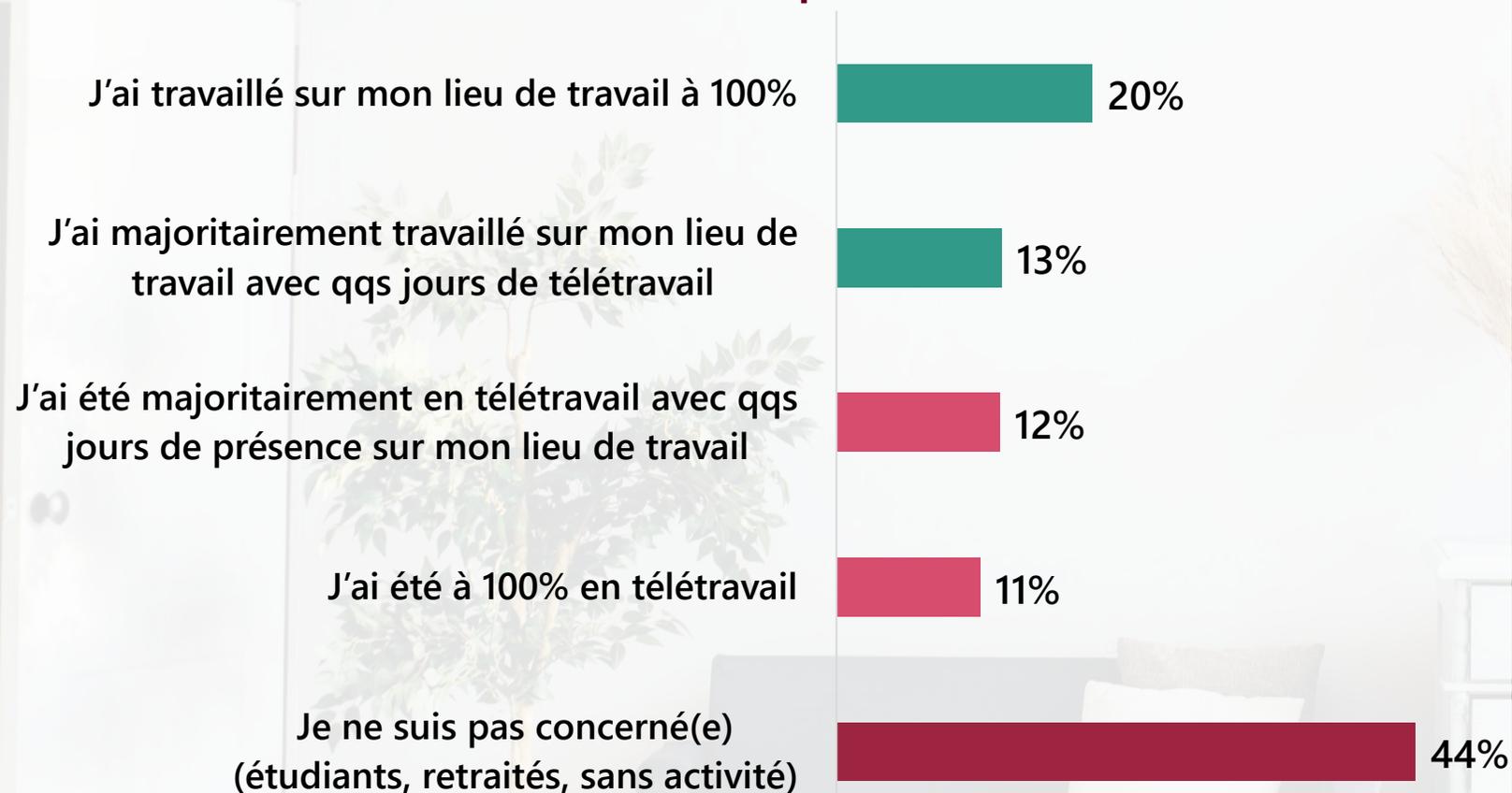
Tendances consos : ce qu'il faut retenir de 2020

Extraits de Trajectoires,
le baromètre du Gifam

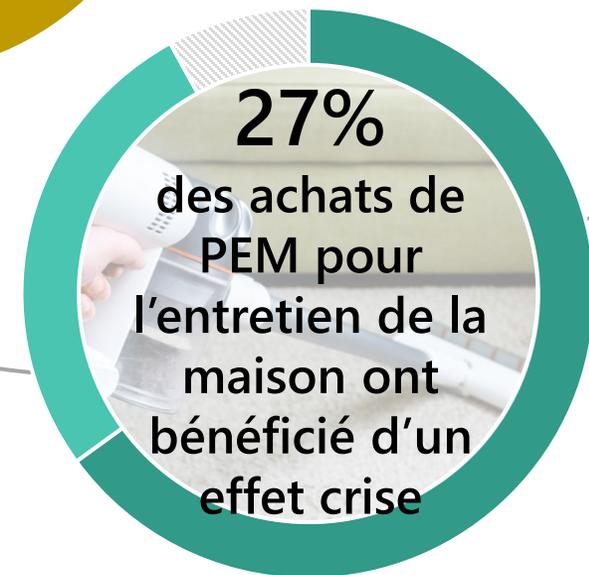
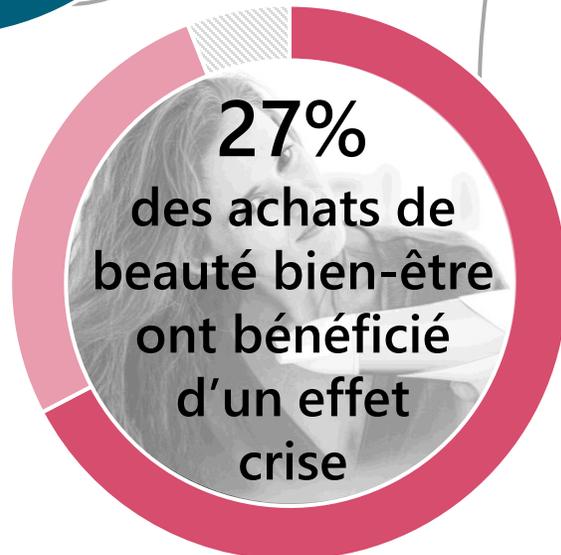
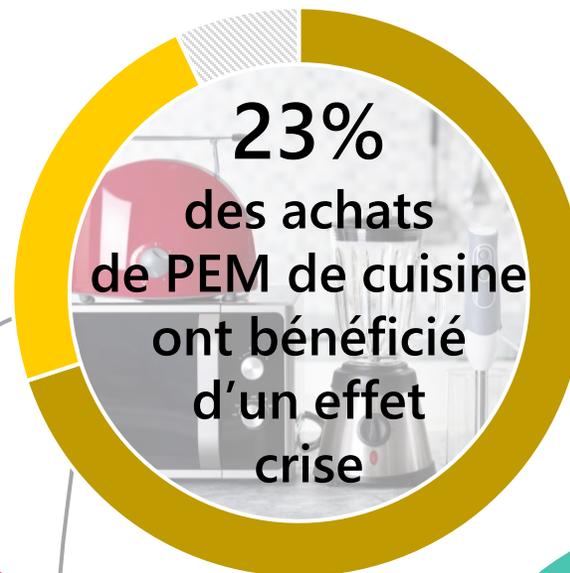
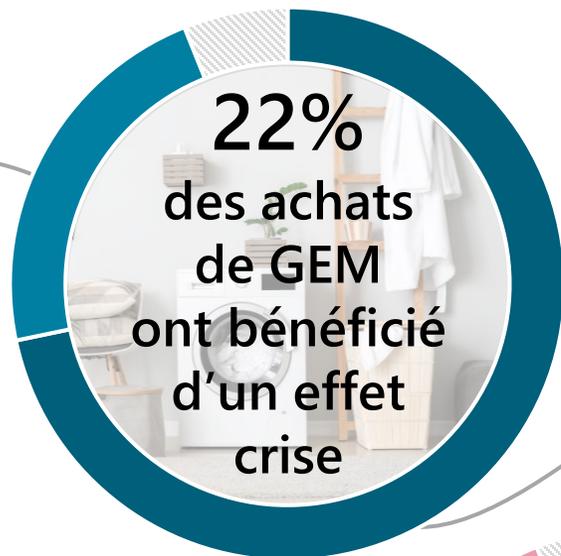
Une réorganisation
nécessaire
du quotidien,
accompagnée par
l'électroménager

Étude Trajectoires, le baromètre du Gifam

Depuis le début du second confinement, quelle situation décrit le mieux votre réalité professionnelle ?



Un quart des achats ont été déclenchés par le contexte



Les autres achats auraient eu lieu, crise ou pas crise



**1 FRANÇAIS
SUR 4
CUISINE PLUS**



**15%
DES FRANÇAIS
FONT PLUS
LE MÉNAGE**



**9%
DES FRANÇAIS
LAVENT
PLUS SOUVENT
LEUR LINGE**



**9%
DES FRANÇAIS
PASSENT
PLUS DE TEMPS
À PRENDRE
SOIN D'EUX**

**Un quart
des Français déclarent
utiliser plus souvent
leur GEM et
leur PEM de cuisine**

**1 Français sur 5
déclare entretenir les sols
plus fréquemment**

Prendre soin
de soi via
l'équipement
de son logement

Étude Trajectoires, le baromètre du Gifam

En juillet 2020

En décembre 2020

46%

des Français avaient envie d'améliorer leur logement et ses équipements suite au confinement.



51%

des Français avaient envie d'améliorer leur logement et ses équipements suite au confinement.

Moins de
35 ans



Télétravail

25%

**des Français ont un projet cuisine pour 2021,
dont 12% de décision ferme**

Plus d'1 personne sur 2
estime que le GEM sera très
important dans le succès du projet

8 personnes sur 10 achèteront
de nouveaux appareils de PEM
de cuisine et petit-déjeuner

35%

**des Français n'ayant pas de projet pour 2021
souhaiteraient avoir une rénovation de leur cuisine**

La crise du Coronavirus, a-t-elle renforcé vos attentes sur les sujets suivants ?

Des attentes renforcées sur tous les univers de la maison

64%

des répondants sont plus soucieux de **la qualité de leur alimentation**

55%

des répondants sont plus soucieux de **la propreté générale de leur logement**

54%

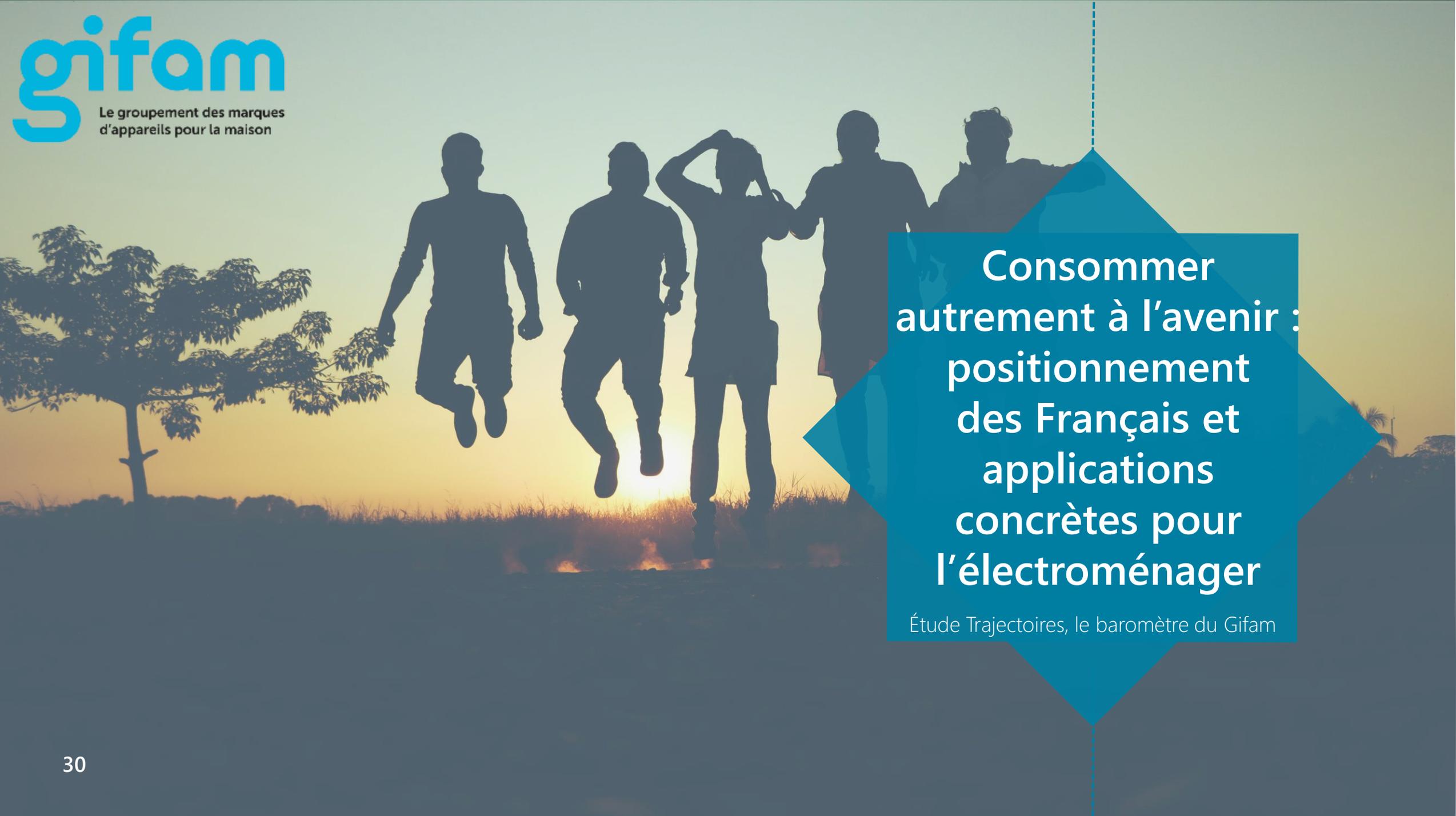
des répondants sont plus soucieux de **la qualité de l'air de leur logement**

52%

des répondants sont plus soucieux de **l'hygiène de leurs vêtements et du linge de maison**

47%

des répondants sont plus soucieux de **la propreté de leur vaisselle**

The background of the slide features a silhouette of five people running towards the right against a bright sunset sky. The sun is low on the horizon, creating a strong backlight effect. The people are in various stages of their running stride. A large blue arrow graphic points from the right towards the center, framing the main title text.

**Consommer
autrement à l'avenir :
positionnement
des Français et
applications
concrètes pour
l'électroménager**

Étude Trajectoires, le baromètre du Gifam

7 personnes sur 10
adoptent de nouveaux comportements,
plus ou moins radicaux, suite à la crise.



Déc. : **50%**

Juil. : **55%**

des répondants estiment que la crise sanitaire
leur a fait adopter quelques nouveaux
comportements de consommation qu'ils
pensent adopter définitivement.

Déc. : **15%**

Juil. : **11%**

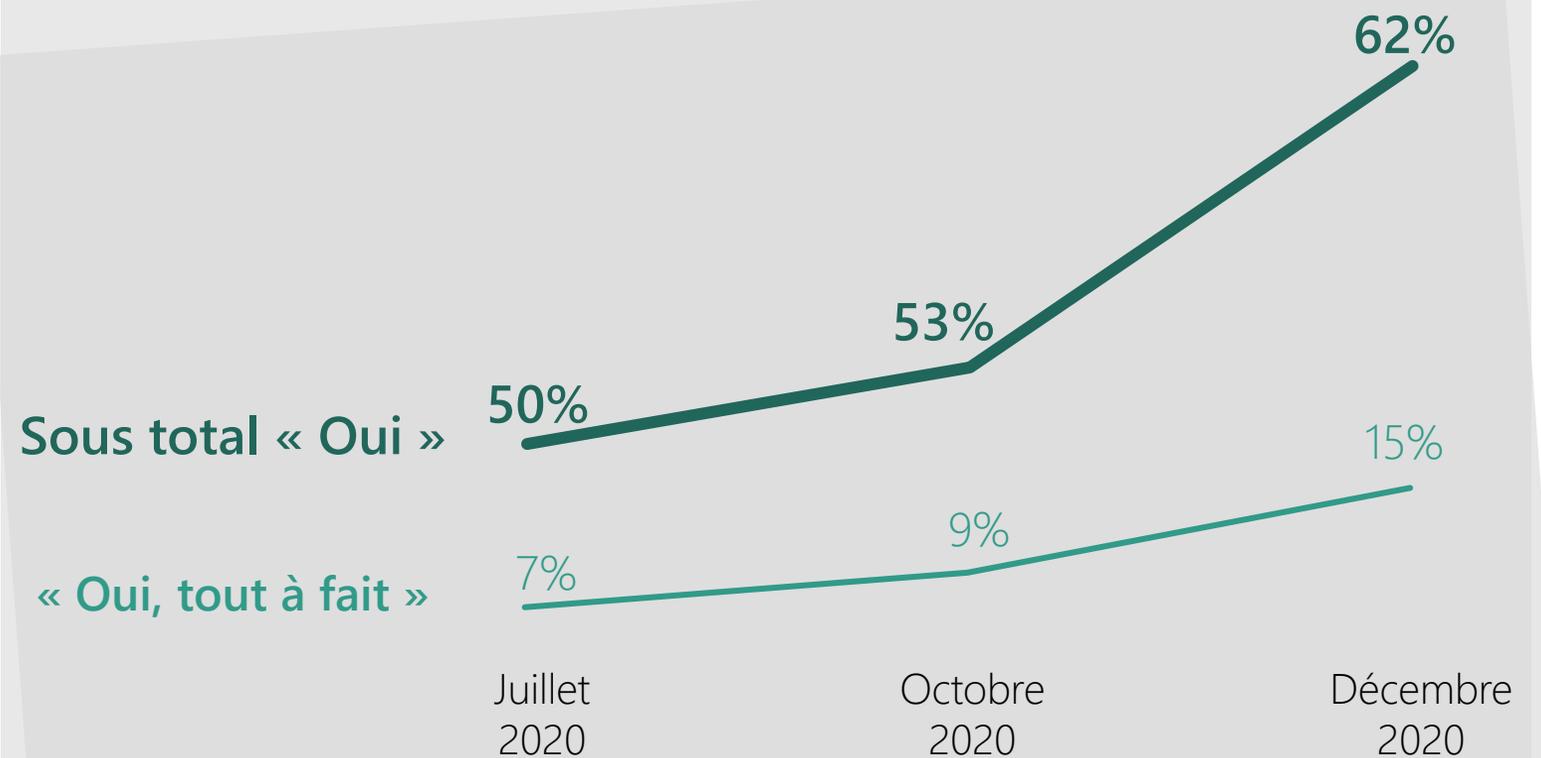
des répondants estiment que la crise sanitaire
leur a totalement fait repenser
leur manière de consommer.

Déc. : **35%**

Juil. : **35%**

des répondants estiment que la crise sanitaire
a ponctuellement changé leurs habitudes
mais qu'ils ont retrouvé une manière de
consommer identique à avant.

Le fait qu'une entreprise ait un comportement responsable vis-à-vis de la société et de l'environnement vous pousserait-il à payer plus cher un produit venant de cette entreprise plutôt que d'une autre ?



Parmi les caractéristiques suivantes, quelles seraient les plus importantes dans votre choix d'appareils d'électroménager ?

- 1 | La durée de vie de l'appareil
- 2 | Les consommations d'électricité ou d'eau
- 3 | La facilité de réparation
- 4 | Le pays de fabrication
- 5 | La recyclabilité de l'appareil
- 6 | L'incorporation de matières recyclées

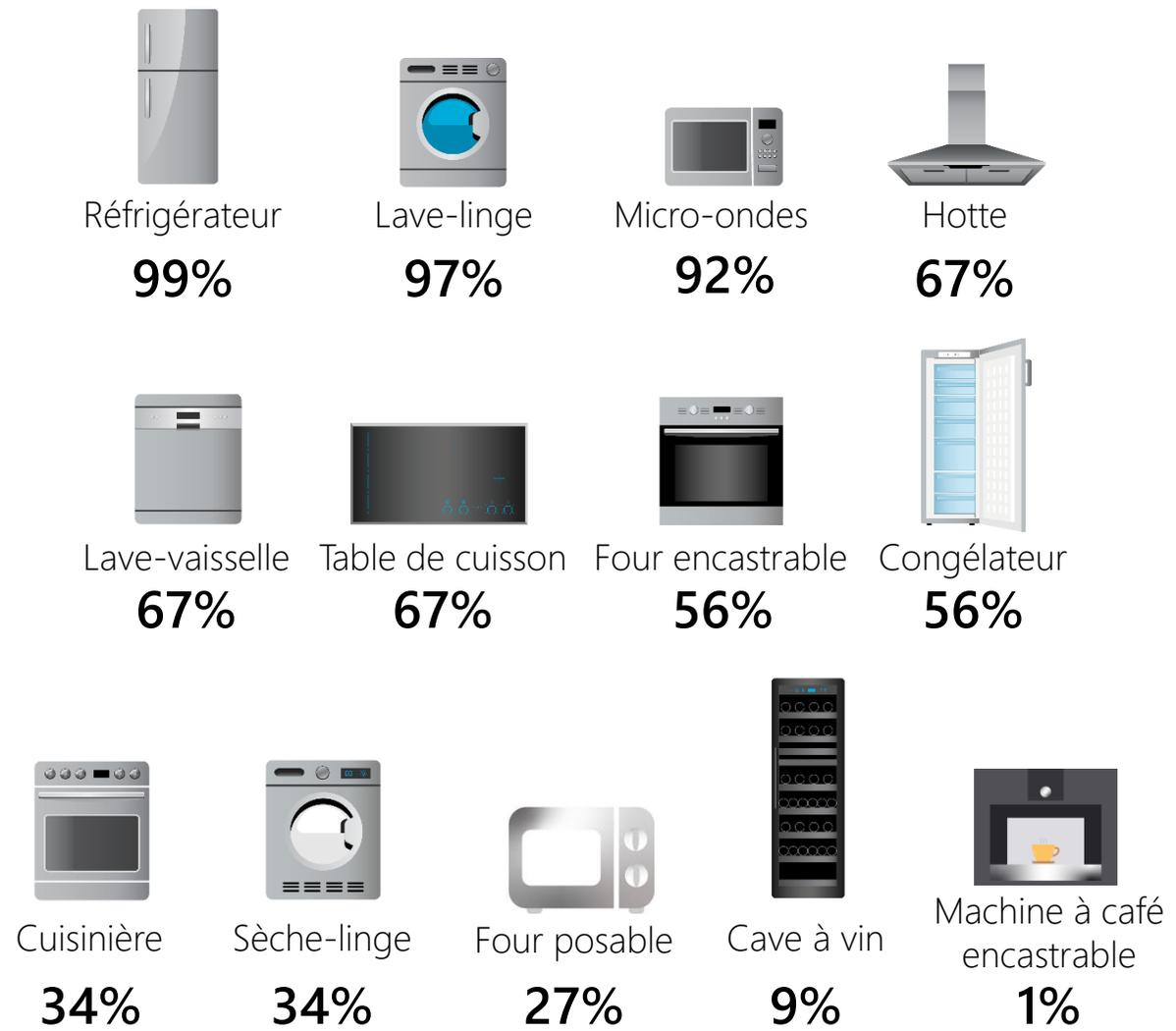
Le GEM dans la maison



Un parc de **208 millions** d'appareils de gros électroménager

Soit **7,4** appareils de GEM par foyer en moyenne

TAUX DE POSSESSION



Le PEM dans la maison



Un parc de **485 millions** d'appareils de petit électroménager

Soit **17,1** appareils de PEM par foyer en moyenne

TAUX DE POSSESSION



Robot chauffant
11%



Kitchen Machine
15%



Machine à pain
15%



Friteuse
38%



Machine à café filtre
43%



Café portionné
54%



Machine tout automatique
3%



Grille-pain
79%



Bouilloire
62%



Aspirateur traîneau
77%



Aspirateur balai
11%



Aspirateur robot
2%



Nettoyeur vapeur
21%



Défroisseur à main
1%



Sèche-cheveux
80%



Tondeuse électrique pour homme
41%



Lisseur
18%

Marchés Electroménager

Réactions variées



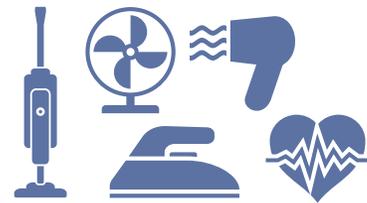
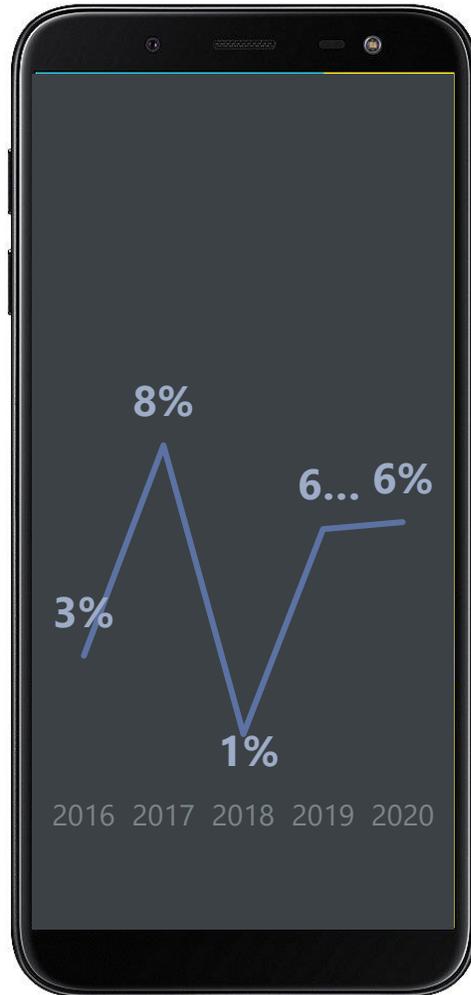


Petit Electroménager
Croissance fulgurante
liée aux tendances
@home

Les appareils de cuisine portent la croissance



Evolution en valeur et chiffre d'affaires additionnel



SOIN/ENTRETIEN

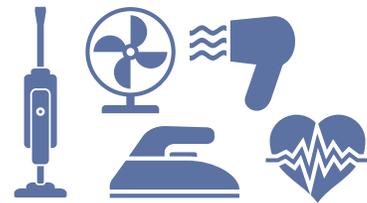
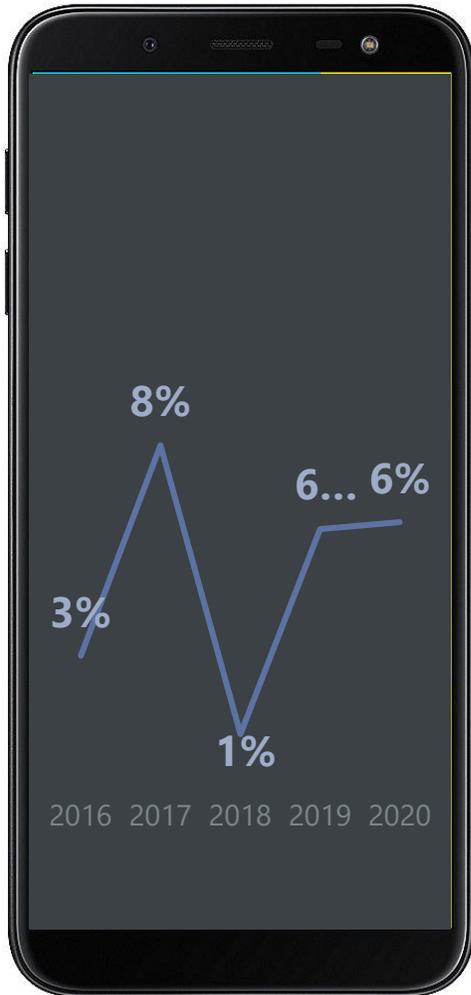
+6%
+132M€

Source : GfK Market Intelligence Sales Tracking redressé à 100% de couverture

Les appareils de cuisine portent la croissance



Evolution en valeur et chiffre d'affaires additionnel



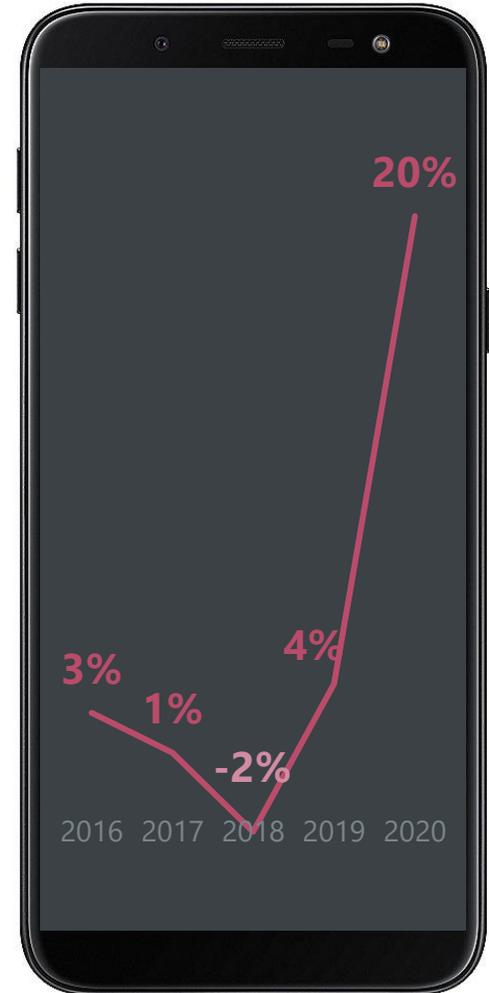
SOIN/ENTRETIEN

+6%
+132M€



CUISINE

+20%
+304M€

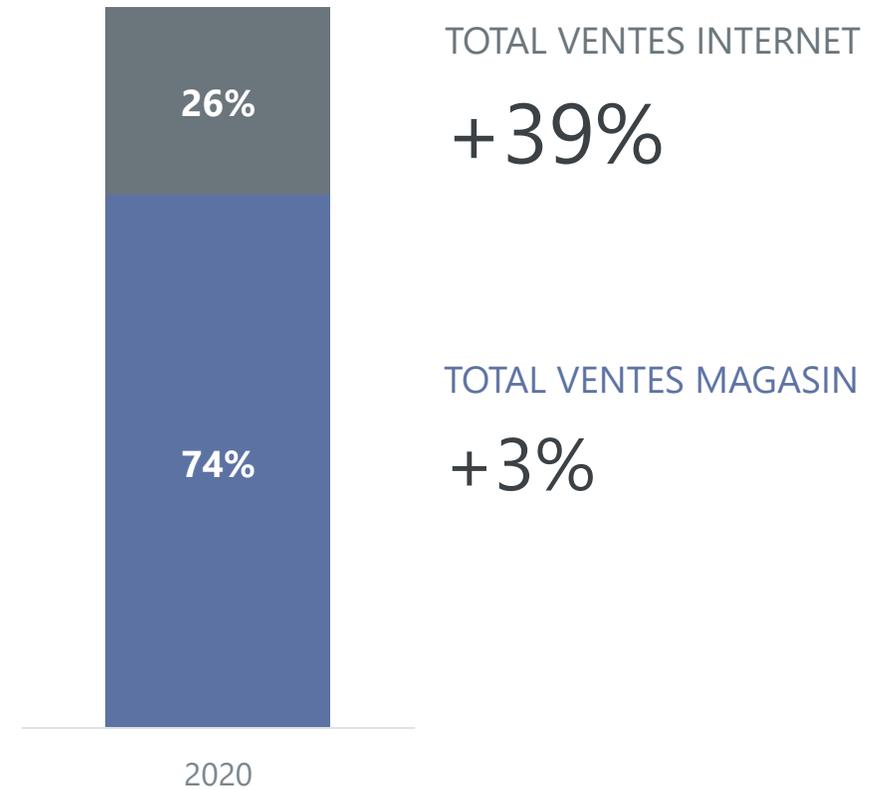
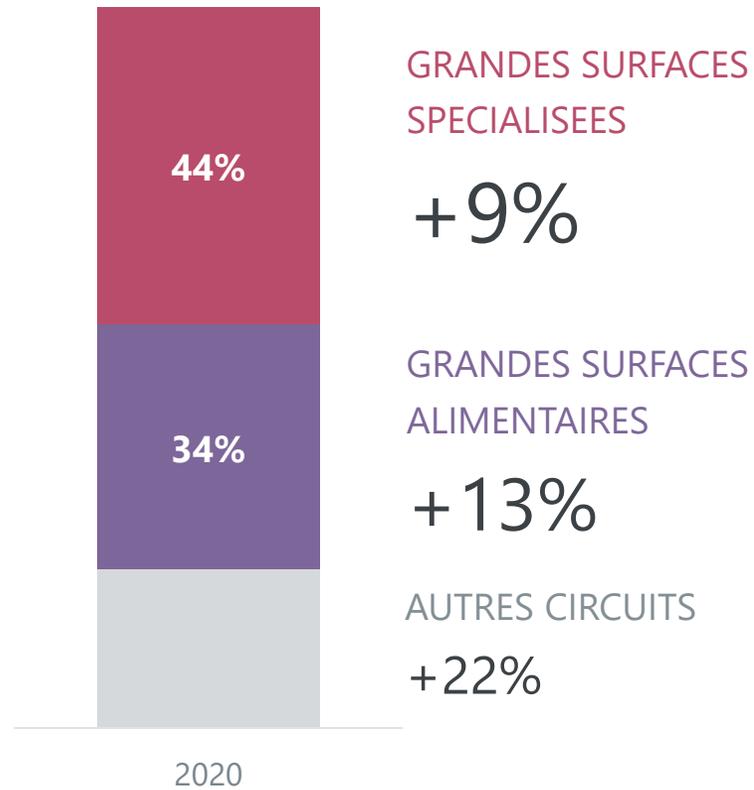


Source : GfK Market Intelligence Sales Tracking redressé à 100% de couverture

Multi-spécialistes et ventes en ligne, relais de croissance en 2020



Croissance CA, 2020 vs 2019



Source: GfK Market Intelligence Sales Tracking

La préparation culinaire s'envole dès le premier confinement

Evolution % CA PEM hors Confort Domestique et soin du linge



Le fait-maison, tendance phare de l'année

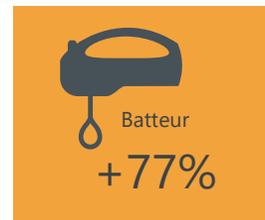
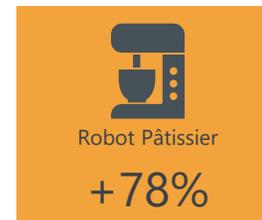
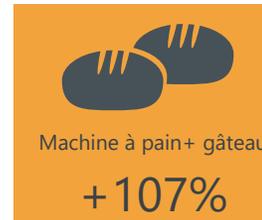
Top3, en croissance en valeur, par période (*hors confort domestique*)

CONFINEMENT #1

ENTRE-DEUX

CONFINEMENT #2

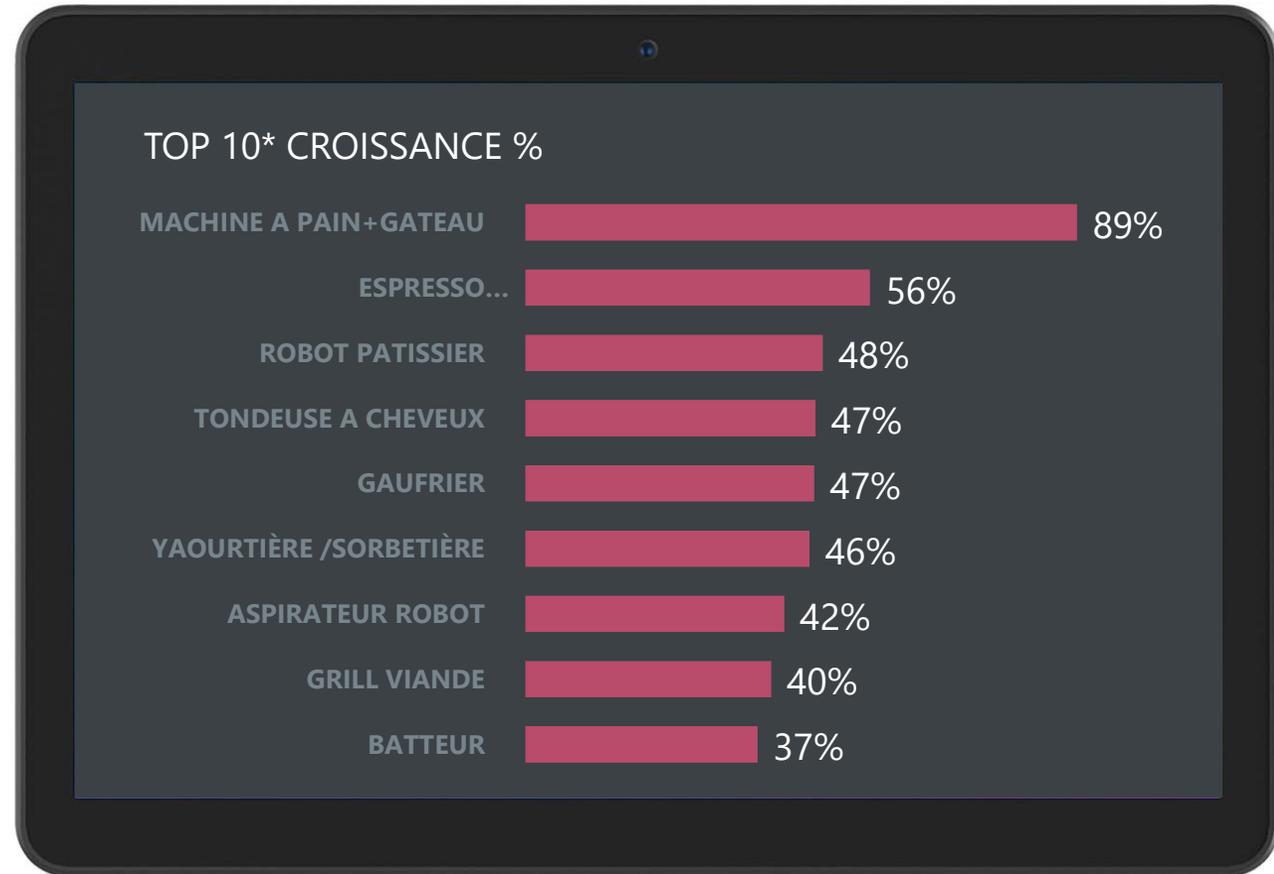
FIN D'ANNÉE



Le fait-maison et l'offre premium soutiennent le PEM



Evolution valeur et contribution valeur



Source: GfK Market Intelligence Sales Tracking redressé à 100% de couverture

* Segments dont le CA annuel est supérieur à 5 M€

Le fait-maison et l'offre premium soutiennent le PEM



Evolution valeur et contribution valeur

TOP 3 CONTRIBUTION VALEUR +M€



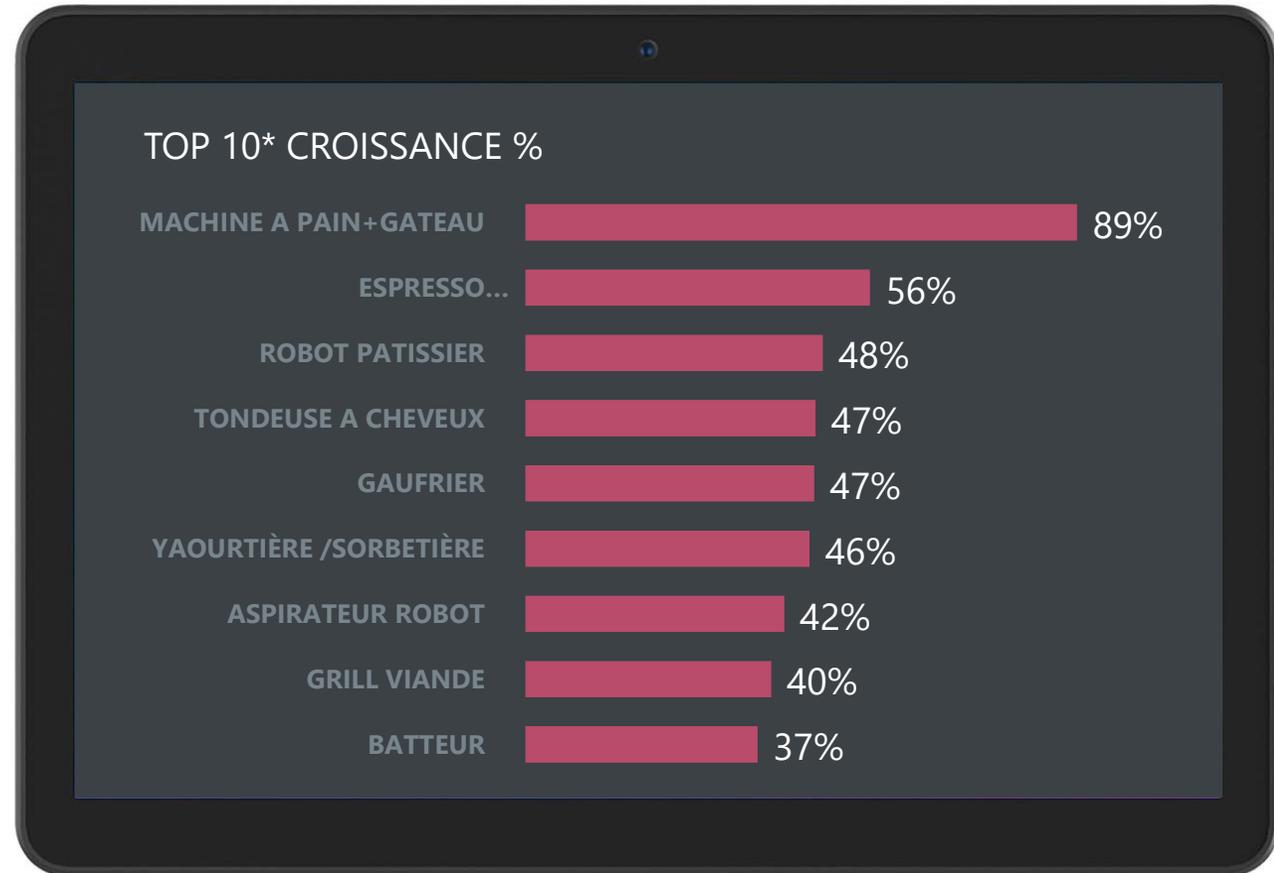
+ 82 M€



+ 61 M€



+42 M€



Source: GfK Market Intelligence Sales Tracking redressé à 100% de couverture

* Segments dont le CA annuel est supérieur à 5 M€

Valorisation via une forte demande pour les segments

Premium

Prix de vente moyen par catégorie | évolution par segment



Machine
à Boisson Chaude

Préparation
Culinaire

Aspirateurs

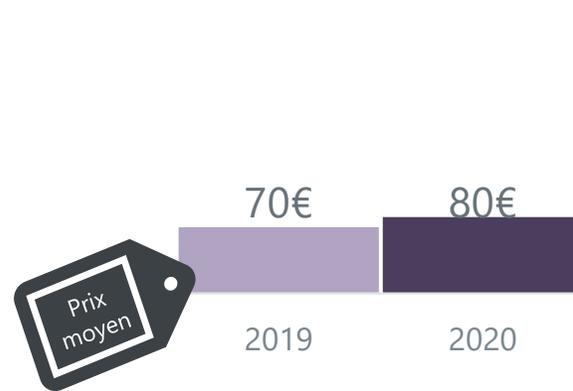
Source: GfK Market Intelligence Sales Tracking

Valorisation via une forte demande pour les segments

Premium

Prix de vente moyen par catégorie | évolution par segment

Machine
à Boisson Chaude



Préparation
Culinaire

Aspirateurs



Espresso Full Auto

+56%

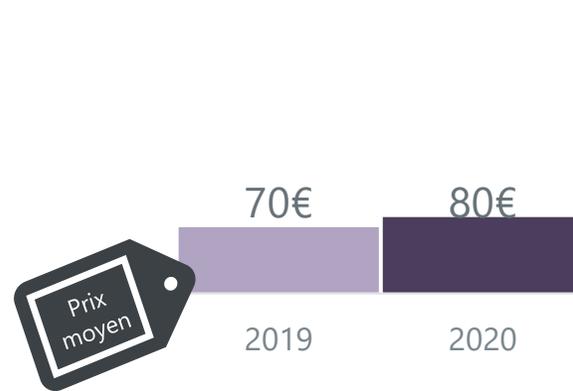
Valorisation via une forte demande pour les segments



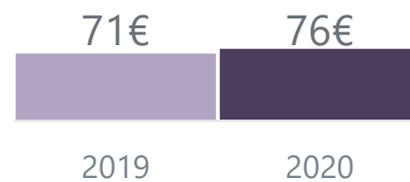
Premium

Prix de vente moyen par catégorie | évolution par segment

Machine
à Boisson Chaude



Préparation
Culinaire



Aspirateurs



Espresso Full Auto
+56%



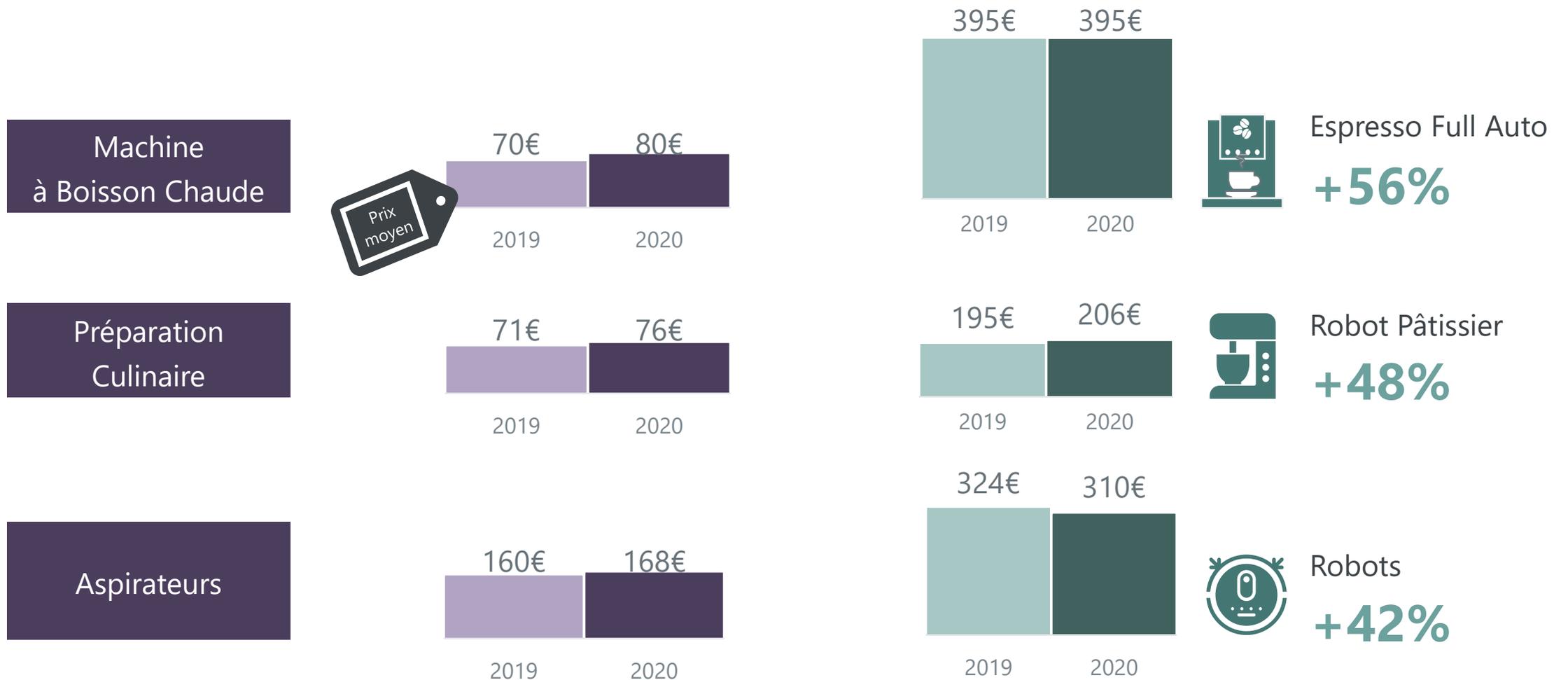
Robot Pâtissier
+48%

Valorisation via une forte demande pour les segments



Premium

Prix de vente moyen par catégorie | évolution par segment



Source: GfK Market Intelligence Sales Tracking



Horizons Petit électroménager

Toujours plus de fait-maison

Premium soutenu par les achats plaisir & cadeaux

Opportunités conservées : full-auto, aspirateurs balais / robots

Attentes sur le confort domestique



Gros Electroménager

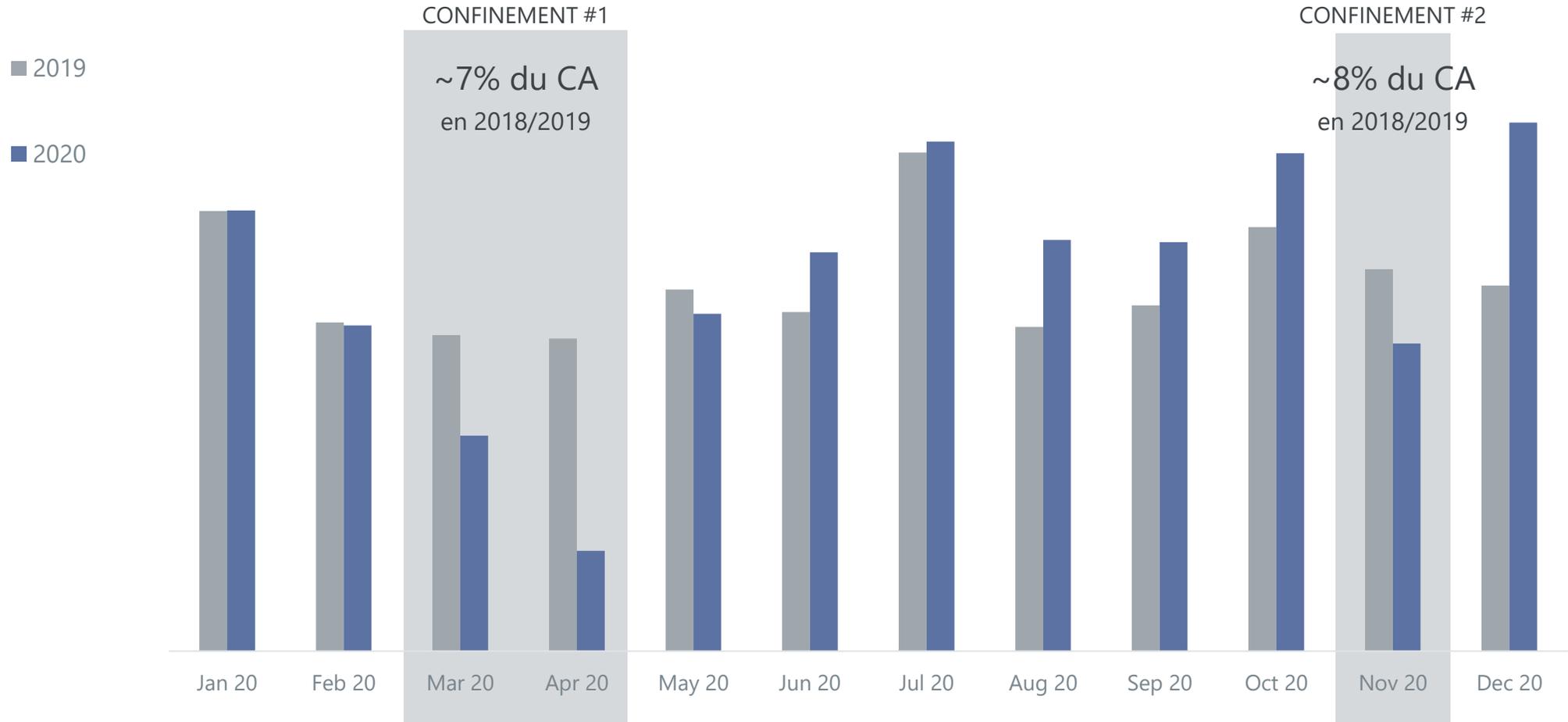
Résistance

face aux obstacles

Croissance exceptionnelle des ventes hors périodes de confinement

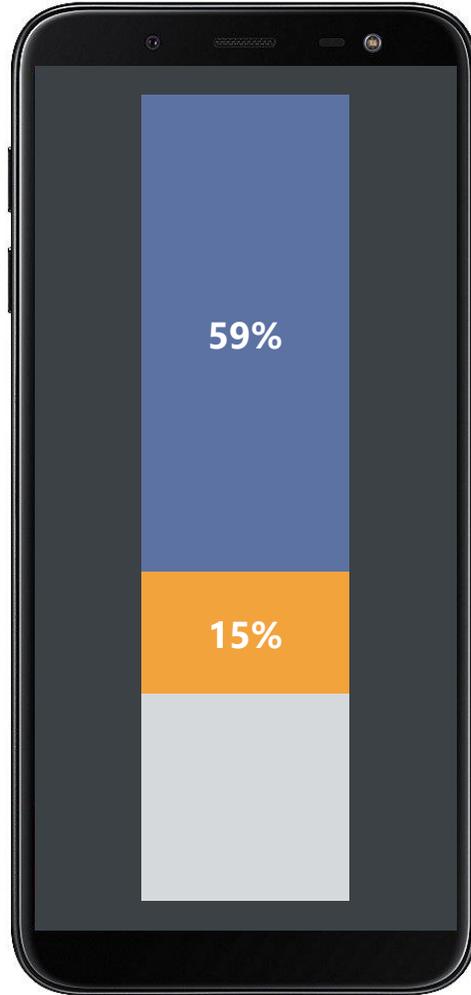


TOTAL GEM, CA (M€) MENSUEL



Multi-spécialistes et ventes en ligne, relais de croissance

Poids valeur % et croissance +/-%, 2020 vs 2019



GRANDES SURFACES
SPECIALISEES

+8%

CUISINISTES

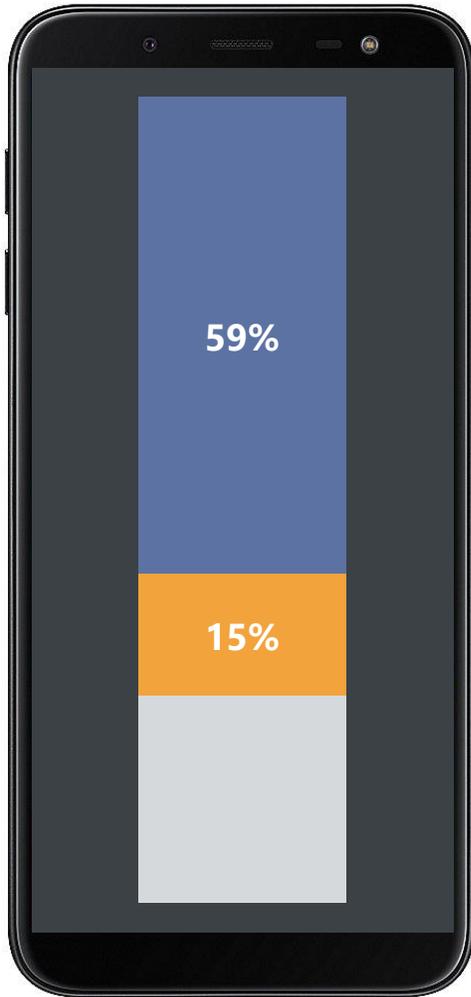
-17%

AUTRES CIRCUITS

-1%

Multi-spécialistes et ventes en ligne, relais de croissance

Poids valeur % et croissance +/-%, 2020 vs 2019



GRANDES SURFACES
SPECIALISEES

+8%

CUISINISTES

-17%

AUTRES CIRCUITS

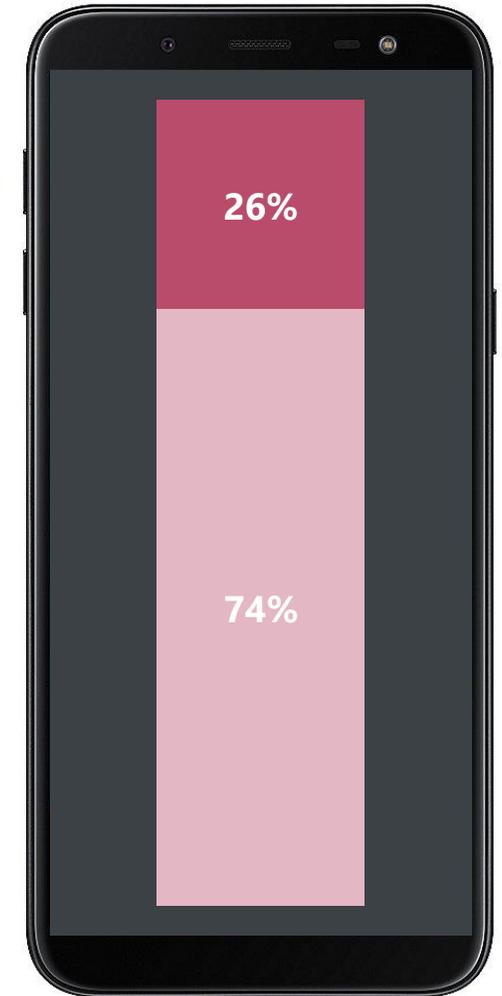
-1%

VENTES INTERNET

+27%

VENTES MAGASIN

-6%



GSS et ventes Internet assurent la reprise



GEM 9 – Evolution mensuelle % par circuit & type de distribution



GSS et ventes Internet assurent la reprise



GEM 9 – Evolution mensuelle % par circuit & type de distribution

ESTIMATION D'IMPACT EN CA
ADDITIONNEL

GSS
+133 M€

CUISINISTES
-144 M€

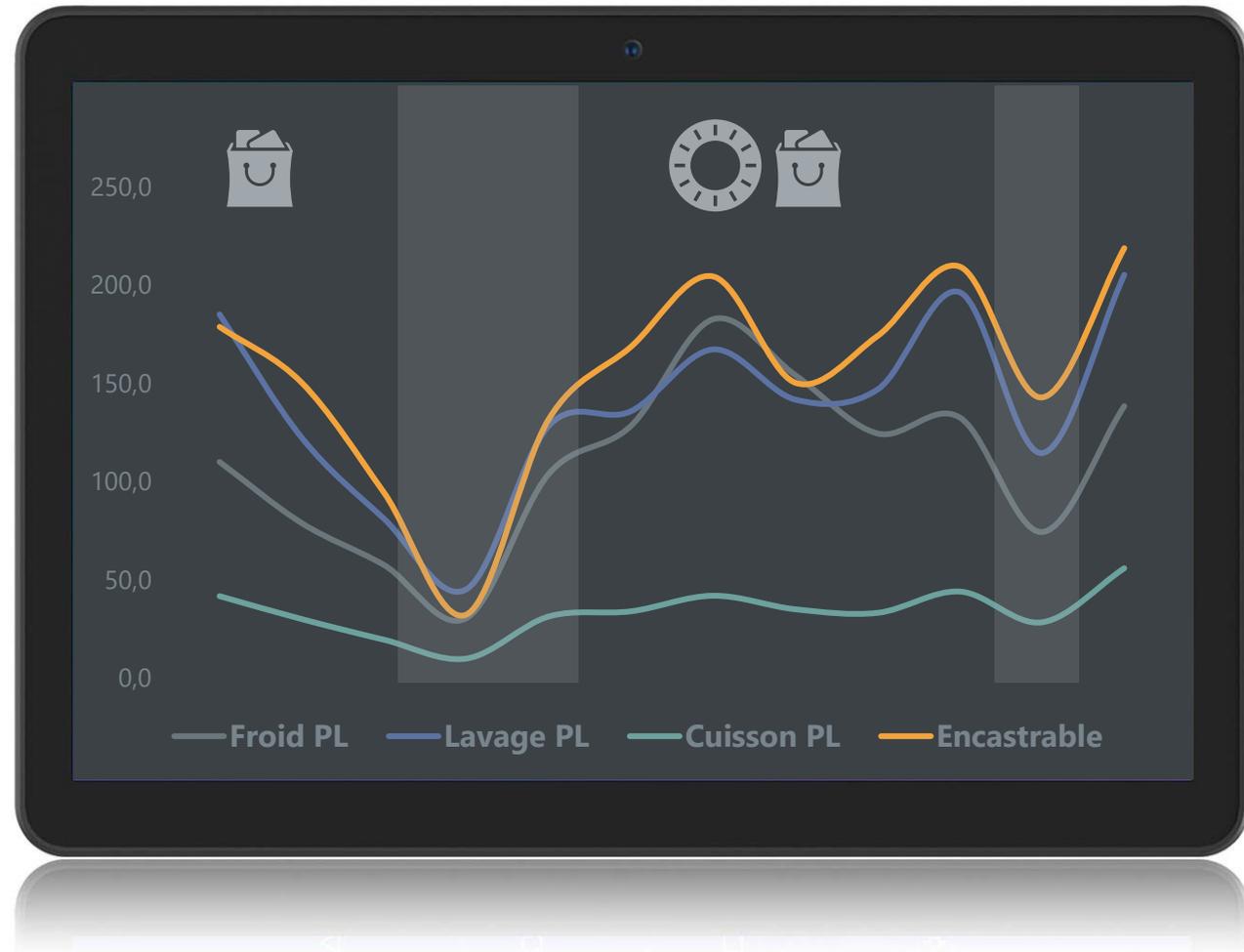
ONLINE
+254 M€



Les soldes d'été et la fin d'année fortement contributeurs au marché



VENTES VALEUR (M€), 2020



GfK Point of Sales Tracking

▪ Title of presentation (Insert / Header & Footer / Apply to All)

Les soldes d'été et la fin d'année fortement contributeurs au marché

VENTES VALEUR (M€), 2020



10%

des ventes sur les
mois de SOLDES

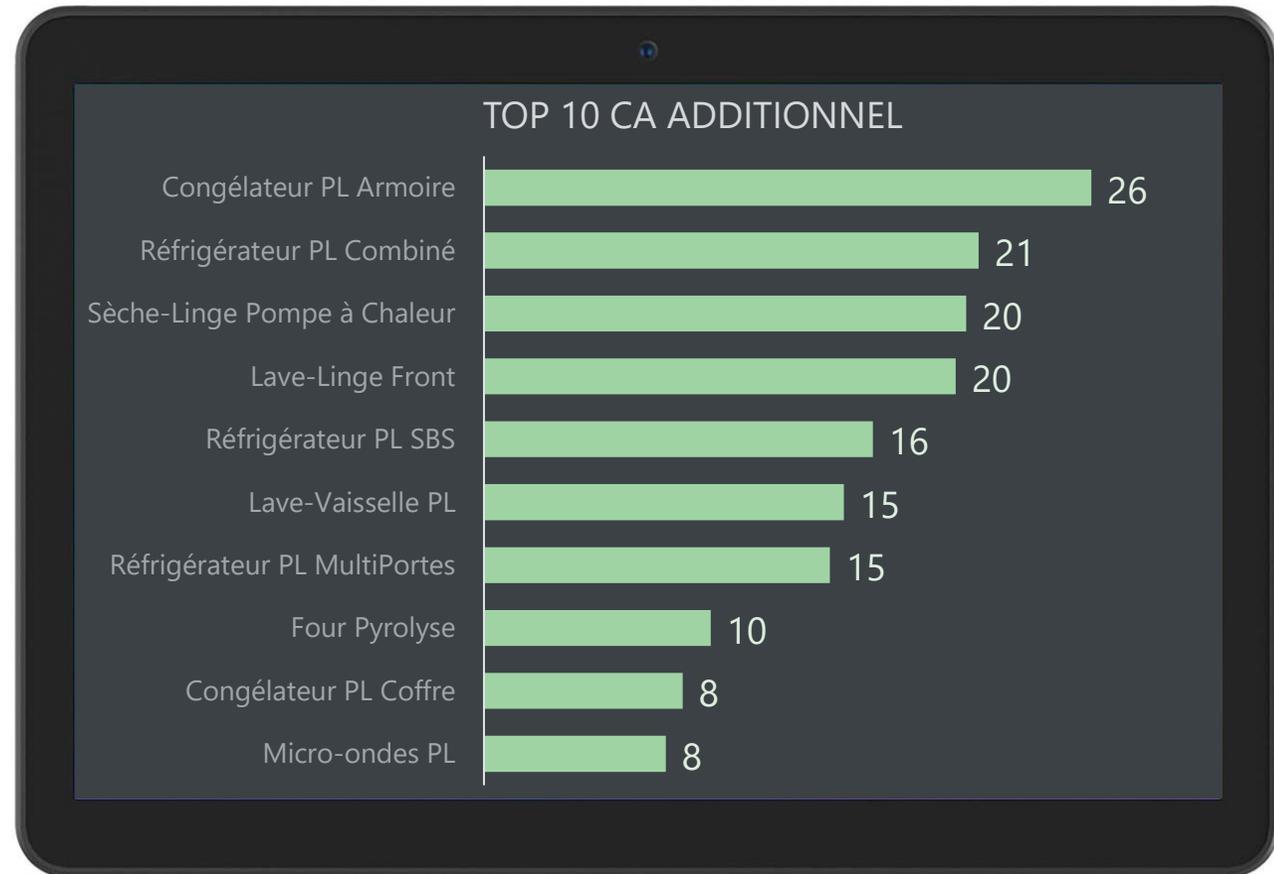
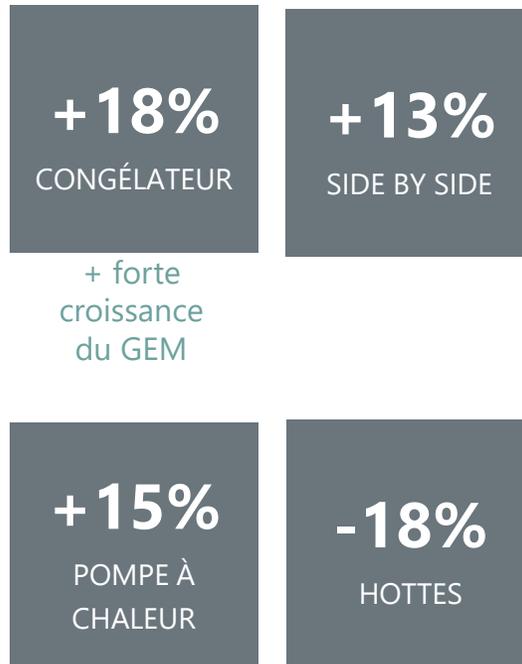


1 / 4

du CA réalisé en
SAISON ESTIVALE



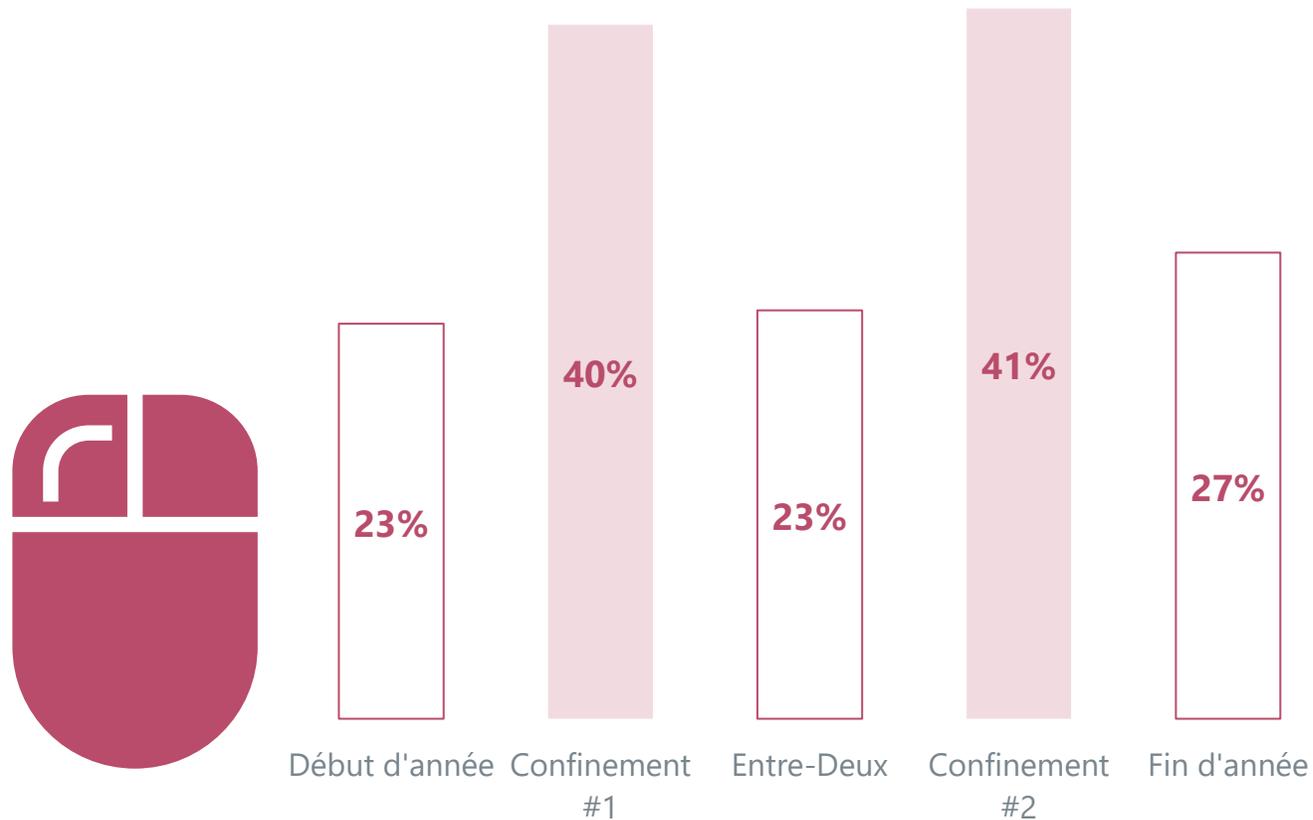
Le top des produits gagnants témoignent de cette année exceptionnelle



Accélération évidente du online en 2020 mais les ventes magasins encore largement majoritaires



POIDS VALEUR %, ONLINE 2020

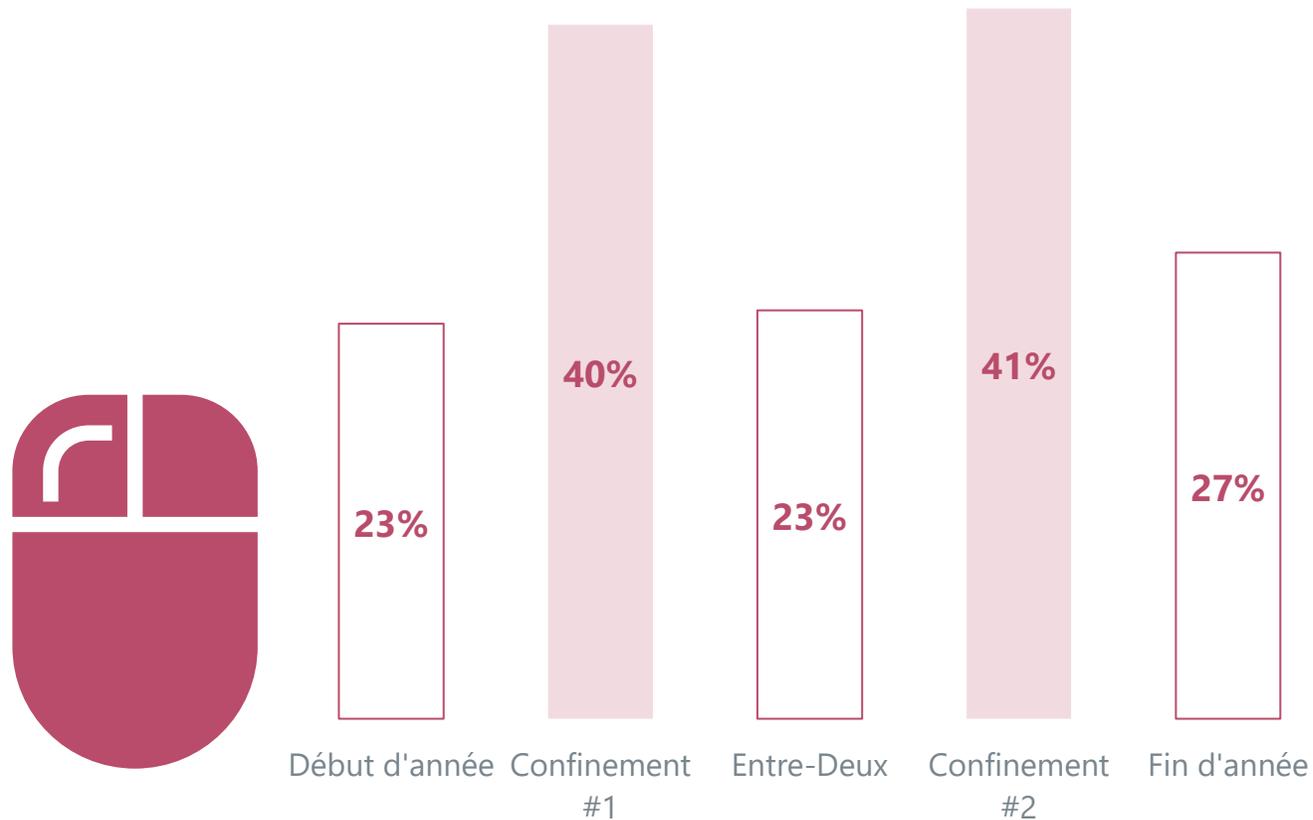


GfK Point of Sales Tracking, Internet Sales vs Traditional Sales

Accélération évidente du online en 2020 mais les ventes magasins encore largement majoritaires



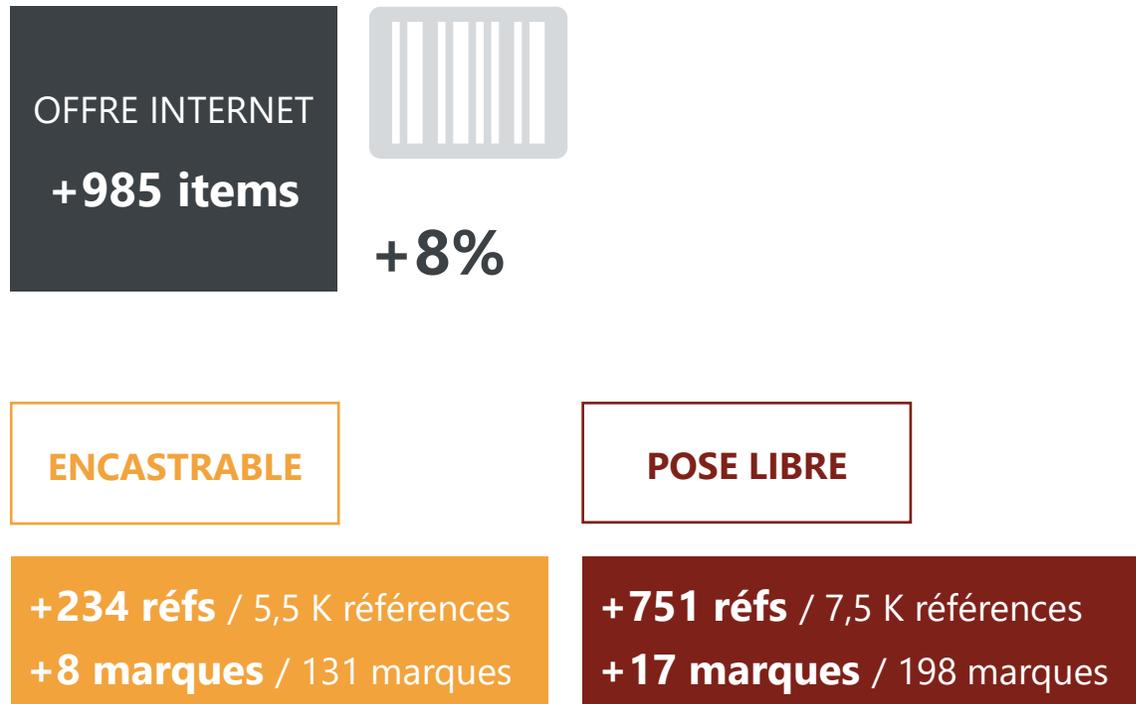
POIDS VALEUR %, ONLINE 2020



3 / 4 du CA
réalisé en circuit
physique



L'offre sur Internet s'élargit, notamment en Pose-Libre





Report
circuits

Le online plus fort en 2021, même si la GSS devrait retrouver son niveau d'avant Covid19

Consumer Pulse Covid-19 – Jan.2021 | Evolution Circuit d'achat principal - GEM

	Début d'année	Conf.#1	Post Conf.#1	Fin 2020	2021	2021 vs avant Covid19
Grandes surfaces spécialisées	49%	19%	36%	38%	46%	=
Online avec livraison	16%	20%	25%	29%	21%	▲
Click & Collect	3%	10%	3%	5%	5%	▲
Drive	3%	6%	3%	4%	1%	▼
TOTAL ONLINE (livraison + drive + click & collect)	22%	36%	31%	37%	27%	▲



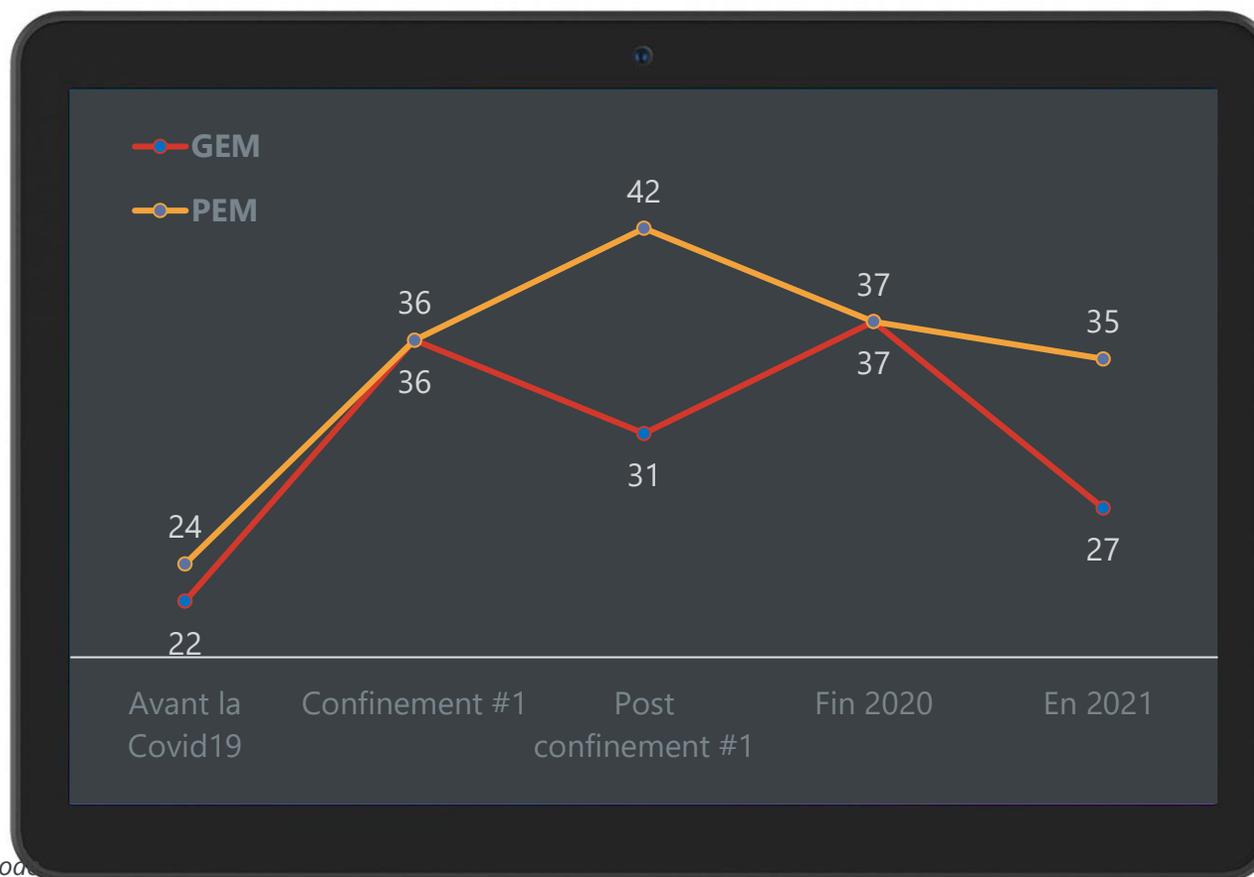
% calculés sur la base des acheteurs des catégories sur chaque période

Source: GfK Consumer Pulse

Un retour en magasins en 2021 plus marqué en GEM

Consumer Pulse Covid-19 – Jan.2021 | Evolution Circuit d'achat principal – GEM vs. PEM

**TOTAL
ONLINE
(livraison +
drive + click
& collect)**



% calculés sur la base des acheteurs des catégories sur chaque période

- Bases:
- Avant la Covid19 : vagues 5 à 13 cumulées (avril 2020 à janvier 2021)
 - Confinement #1: vagues 5 à 7 cumulées (avril à début mai 2020)
 - Post-confinement #1 : vague 8 (mi-mai 2020)
 - Fin 2020: vague 12 (novembre 2020)
 - En 2021: vague 13 (janvier 2021)



Horizons Gros Electroménager

Hygiène, une attente post-Covid-19 ?

De l'utile au confort

Ecologie & Economie d'énergie

Ré-invention de la distribution

Les données sont extraites des études Market Intelligence | France, suivi des ventes d'équipement électroménager neuf en circuit Grand public.

Cette présentation est à usage strictement interne et documentaire.

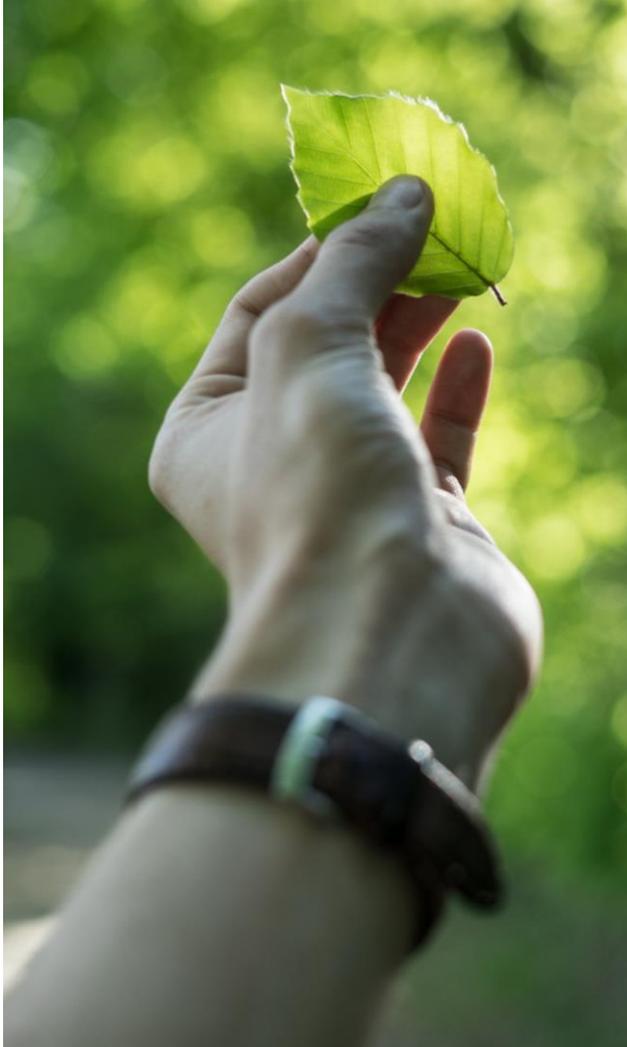
Celle-ci ne peut être publiée, ni partagée à des tiers, que ce soit partiellement ou dans son intégralité, sans une autorisation préalable et explicite de la part de GfK.

Merci d'adresser votre demande, en précisant les slides sélectionnées, à magali.saint-laurent@gfk.com



Actualités réglementaires

Loi économie circulaire dite « AGECE »



CONTEXTE

Une **loi économie circulaire** du **10 février 2020** pour favoriser la réparation et donner de nouvelles informations aux consommateurs français

Implication forte de la profession : engagée dans l'économie circulaire, des produits durables et réparables

- ▶ **Vers une information au consommateur qui se structure**

Loi AGECE : calendrier d'entrée en vigueur

2021



- ▶ Affichage d'un **indice de réparabilité** pour les **5 produits pilotes**. Evolution de cet indice en un **indice de durabilité en 2024**

2022



- ▶ Obligation d'**information sur la disponibilité des pièces détachées** : obligation pour le fabricant d'indiquer au vendeur la durée de disponibilité ou de non disponibilité des pièces détachées indispensables à l'utilisation du bien. En l'absence d'information, les pièces sont réputées non disponibles
- ▶ Le **délai de livraison des pièces détachées au réparateur** qui en fait la demande **passe de 2 mois à 15 jours**
- ▶ **Garantie légale de conformité : étendue de 6 mois en cas de réparation dans les 2 ans suivant l'achat ; renouvelée de 2 ans en cas d'échange** à neuf par le vendeur alors que le consommateur a demandé la réparation
- ▶ Obligation pour les éco organismes de mettre en place un **fonds dédié à la réparation et au réemploi des appareils**.
- ▶ Possibilité pour le consommateur d'opter pour des **pièces détachées issues de l'économie circulaire dans le cadre d'une réparation**

2024



- ▶ Affichage d'un **indice de durabilité**

Focus sur l'indice de réparabilité

Un indice, une
couleur selon la note



9,5
/10

INDICE DE RÉPARABILITÉ



6
/10

INDICE DE RÉPARABILITÉ



4,5
/10

INDICE DE RÉPARABILITÉ



2,5
/10

INDICE DE RÉPARABILITÉ



0,5
/10

INDICE DE RÉPARABILITÉ

Une note sur 10

Visible en magasin et en ligne au
moment de l'achat

Pour indiquer le niveau de réparabilité
du produit et favoriser la réparation

Un nouvel outil d'information pour les
consommateurs

Par l'ensemble des acteurs de la filière
(pouvoirs publics, distributeurs, fabricants, acteurs
de la réparation, associations environnementales et
de consommateurs...)

▶ 2 ans ½ de travaux de co-construction

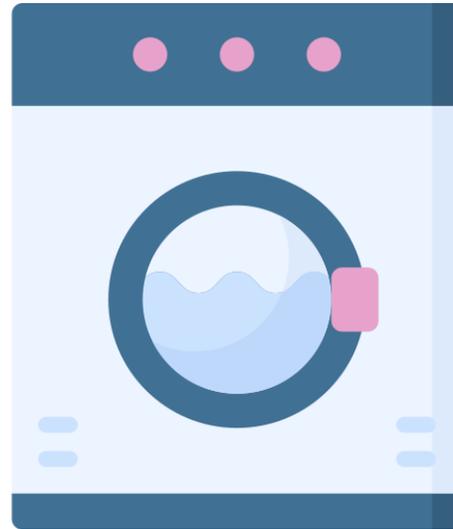
Indice de réparabilité : quels sont les produits concernés ?



Ordinateur
portable



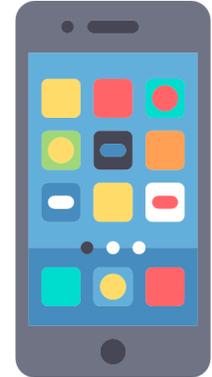
Télévision



Lave-linge
hublot



Tondeuse



Smartphone

Indice de réparabilité : quels sont les critères de notation ?



Disponibilité de la documentation

- ▶ Durée de disponibilité de la documentation technique et relative aux conseils d'utilisation et d'entretien



Démontabilité & accessibilité, outils, fixations

- ▶ Facilité de démontage des pièces détachées
- ▶ Outils nécessaires
- ▶ Caractéristiques des fixations entre les pièces détachées



Disponibilité des pièces détachées

- ▶ Durée de disponibilité des pièces détachées
- ▶ Délais de livraison des pièces détachées



Prix des pièces détachées

- ▶ Ratio prix des pièces sur le prix de l'équipement neuf



Critère spécifique au produit

- ▶ Pour le lave-linge : compteur d'usage, assistance à distance et réinitialisation logicielle

Indice de réparabilité : les obligations des producteurs et vendeurs

Les producteurs ou importateurs doivent :

1

Calculer l'indice de réparabilité ainsi que les paramètres ayant permis de l'établir.

2

Communiquer aux vendeurs le logo de l'indice de réparabilité et ses paramètres

3

Mettre à disposition l'indice et ses paramètres à toute personne qui en ferait la demande et au consommateur

Le vendeur doit :

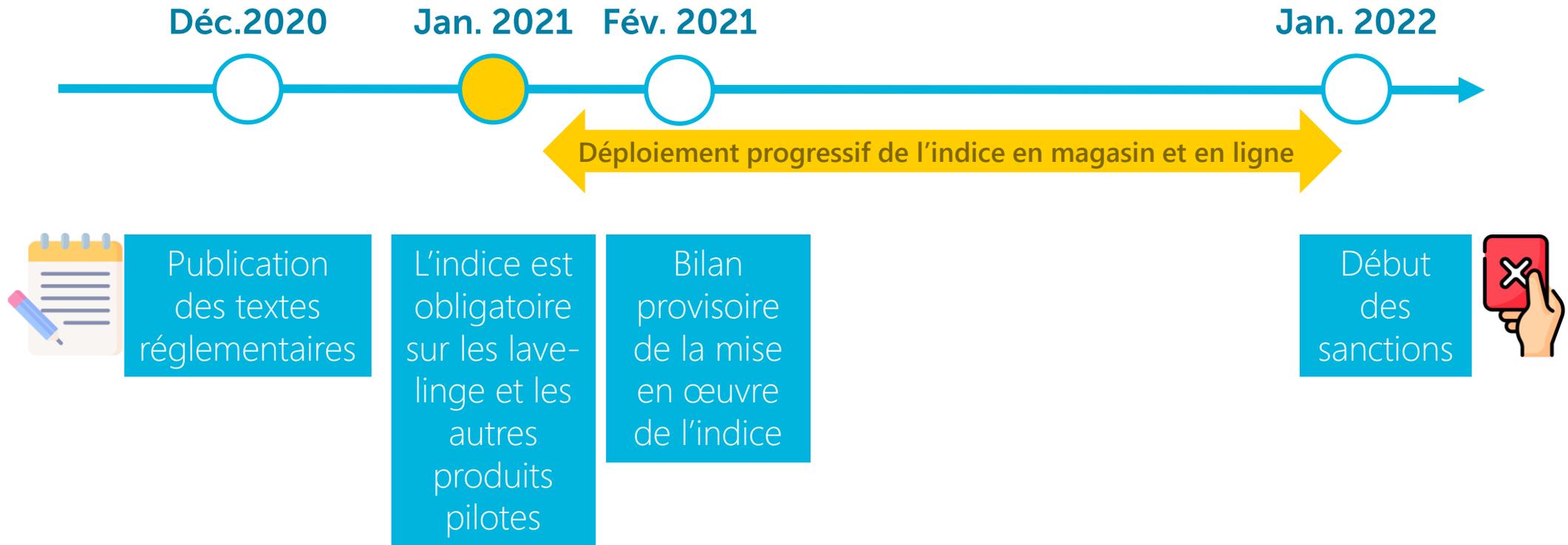
1

Lors de la vente en magasin et à distance faire figurer le logo de l'indice de réparabilité à proximité du prix

2

Mettre à disposition du consommateur les paramètres par tout procédé approprié.

Calendrier de mise en œuvre



Vers un indice de durabilité



Indice de durabilité

- Évolution de l'indice de réparabilité en un indice de durabilité obligatoire à compter du 1^{er} janvier 2024. Cet indice devra notamment inclure la robustesse et la fiabilité
- De premiers travaux lancés par l'ADEME

De nombreux défis

- ▶ Quelle articulation avec le futur indice européen de durabilité ?
- ▶ La durabilité d'un appareil dépend des conditions de son utilisation
- ▶ Informer au plus juste le consommateur au moment de son achat
- ▶ Durabilité ne signifie pas durée de vie réelle de l'appareil

L'étiquette énergie



75%
d'économie
d'énergie en
20 ans pour le
réfrigérateur

Qu'est-ce que l'étiquette énergie ?

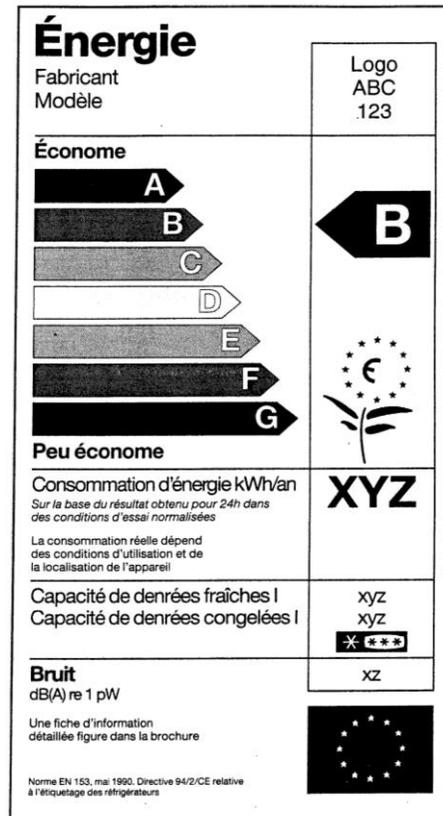
- ✓ **Outil d'information du consommateur** lui permettant de comparer les consommations énergétiques des appareils les unes par rapport aux autres pour **un choix éclairé**.
- ✓ **L'étiquette énergie mesure des critères précis (consommation d'électricité, classe d'efficacité énergétique...)**

Pourquoi la réviser ?

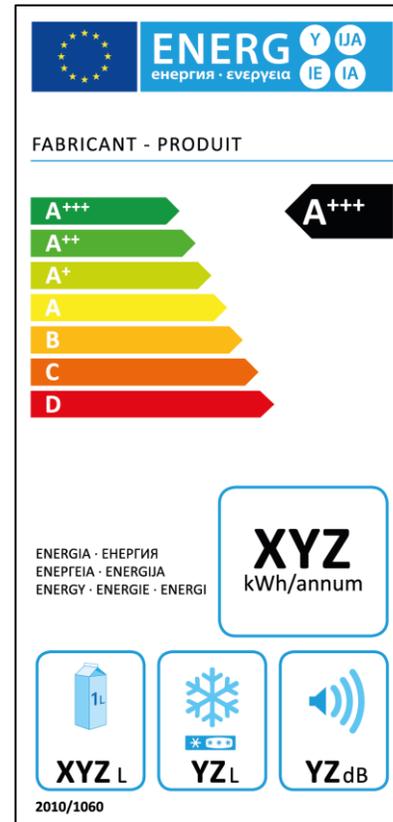
- ✓ **S'adapter aux innovations réalisées ces dernières années par les fabricants**
- ✓ **Améliorer la lisibilité pour le consommateur**

L'étiquette énergie

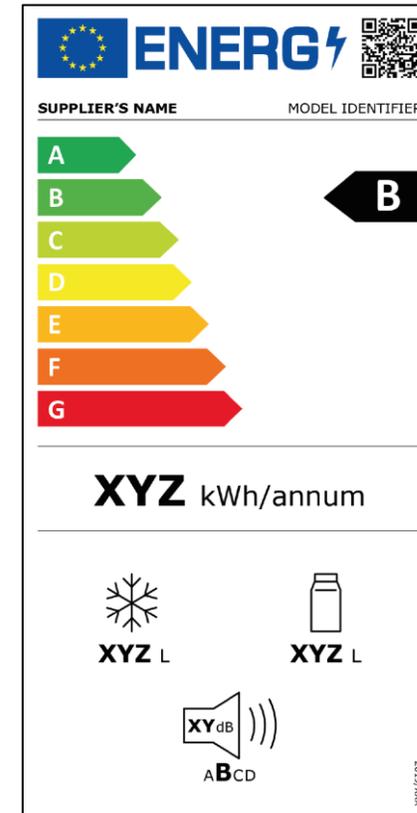
✓ 2021 = 3^e génération d'étiquette énergie



1995



2011



2021

L'étiquette énergie

Les appareils concernés

- **Appareils de froid** : réfrigérateur, congélateur, appareil combiné, cave à vin
- **Appareils de lavage** : lave-vaisselle, lave-linge et lavante-séchante



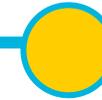
Calendrier

1^{er} nov. 2020



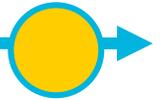
Étiquettes énergie actuelles et futures fournies avec chaque produit

1^{er} mars 2021



- Nouvelle étiquette énergie fournie avec chaque produit.
- Début remplacement ancienne étiquette par nouvelle sur linéaires et dans communications

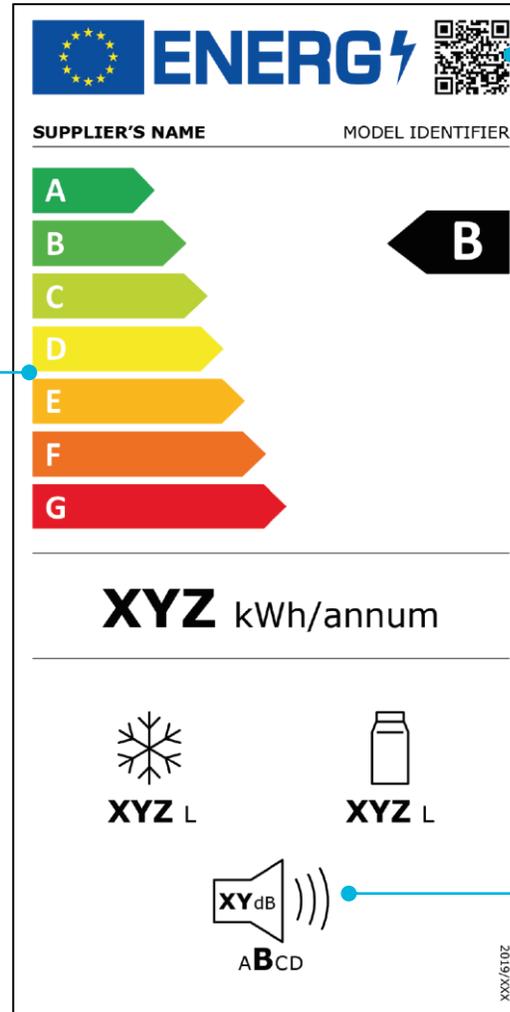
18 mars 2021



Nouvelle étiquette énergie obligatoire sur linéaires et dans communications

Évolutions communes à l'ensemble des familles de produits concernées

L'échelle des classes d'efficacité énergétique de A à G : les classes A+++, A++ et A+ sont supprimées. L'efficacité énergétique associée aux sept classes constitue de nouveaux objectifs pour les fabricants.



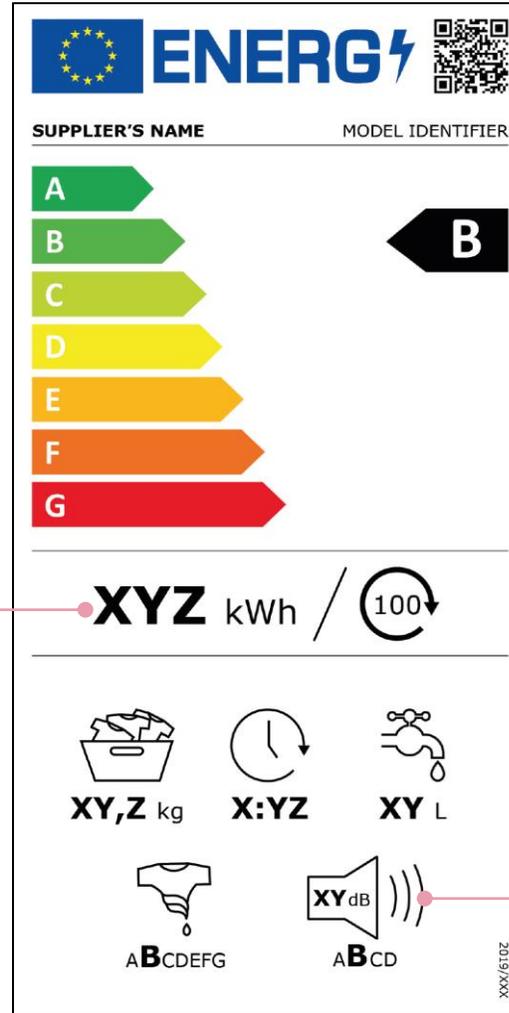
Le QR code permet au consommateur d'obtenir sur son smartphone les informations figurant sur l'étiquette énergie et celles indiquées dans la fiche d'information produit, enregistrées dans EPREL.

Classes de perception sonore : une échelle de A à D permet aux consommateurs de mieux apprécier le niveau sonore de l'appareil.

Évolutions spécifiques

Lave-linge

- La consommation d'énergie est indiquée pour 100 cycles.
- La durée du programme « eco 40-60 » est exprimée en heures et minutes



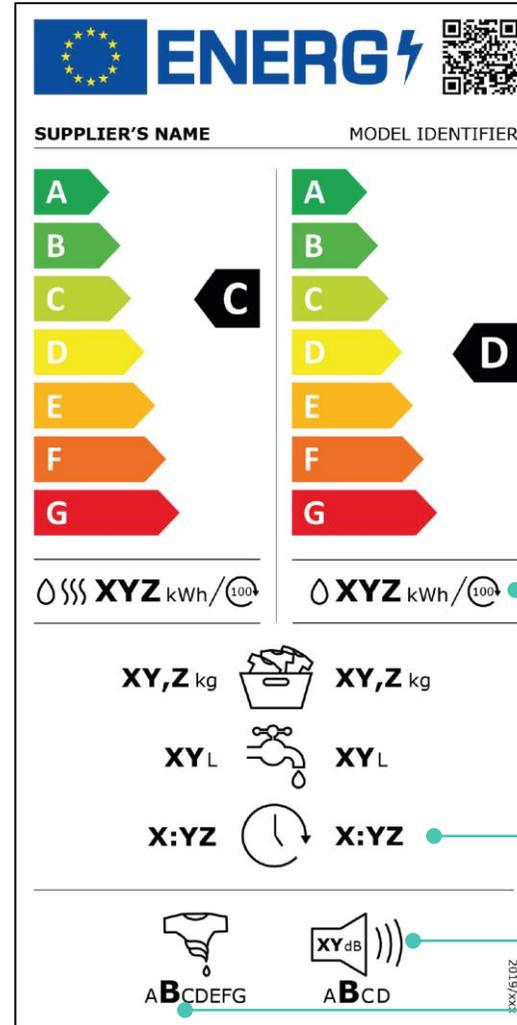
La valeur en dB et la classe de perception du bruit aérien en phase essorage.

Évolutions spécifiques

Lavante-séchante

À l'exception de la performance d'essorage et du niveau sonore, l'étiquette énergie distingue 2 types de fonctionnement de l'appareil :

- **Partie gauche :** indications du cycle de lavage et séchage.
- **Partie droite :** indications du cycle de lavage.



Pour ces deux types de fonctionnalités sont indiquées :

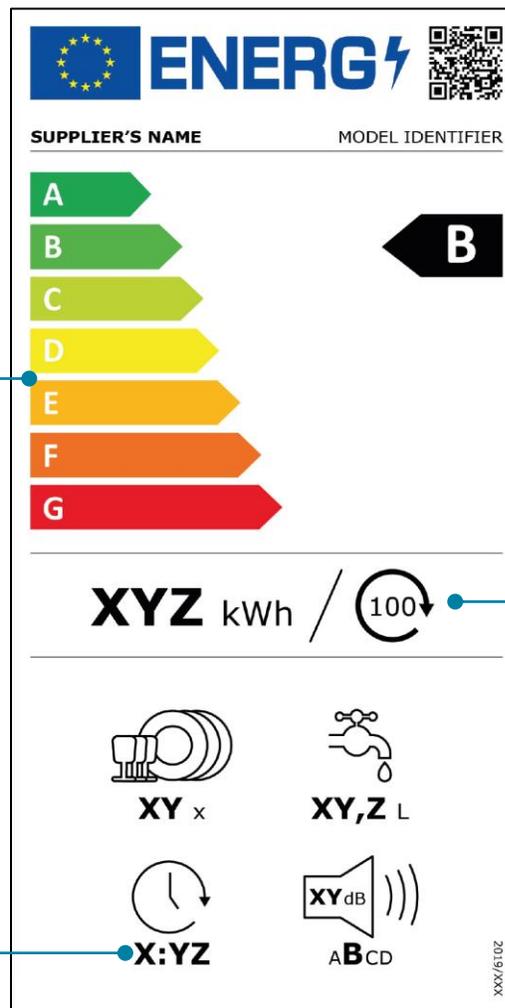
- Les consommations d'énergie pour 100 cycles.
- Les durées des programmes en heures et minutes.
- La valeur en dB et la classe de perception du bruit aérien en phase essorage.
- La performance d'essorage sur une échelle de A à G.

Évolutions spécifiques

Lave-vaisselle

Le programme « eco » devient le programme de référence pour déterminer la classe d'efficacité énergétique.

La durée du programme « eco » est exprimée en heures et minutes.



La consommation d'énergie est indiquée pour 100 cycles.

Retrouvez toutes les informations dans nos guides pratiques dédiés



L'écoconception

- ✓ **L'écoconception** a pour objectifs d'interdire, à échéances régulières, la mise sur le marché européen des produits les moins performants en consommations d'énergie, d'eau...
- ✓ Ce règlement s'applique uniquement aux fabricants et **s'impose pour la conception des produits.**

À compter du 1^{er} mars 2021 pour les appareils de froid et de lavage :

- ▶ Respect de valeurs seuils de consommation d'énergie et d'eau
- ▶ Obligation de mettre à disposition des pièces détachées pour les réparateurs professionnels mais également certaines pièces pour le particulier
- ▶ Harmonisation de la durée de disponibilité des pièces détachées au niveau européen (entre 7 et 10 ans selon les pièces et les appareils)
- ▶ Les pièces doivent pouvoir être remplacées à l'aide d'outils courants

L'écoconception

- ▶ **Mise à disposition des pièces détachées sous 15 jours ouvrables**, à compter de la demande du réparateur professionnel.
- ▶ **Accès à la réparation et à la documentation technique à tout réparateur professionnel** qui en fait la demande.
- ▶ **De nouvelles exigences en matière de démontage des appareils en vue de leur recyclage.** Le démontage doit pouvoir être réalisé à l'aide d'outils courants.

Questions