



MÉDIAS et TECH

Alerte aux smartphones faussement reconditionnés

Une longue enquête de la DGCCRF met en lumière les manquements d'un secteur encore peu structuré.

ELSA BEMBARON [@elsabembaron](#)

ÉLECTRONIQUE Les consommateurs plébiscitent les produits reconditionnés, ces appareils de seconde main, garantis après avoir été testés et remis en bon état si nécessaire. Du moins, en théorie. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) vient de publier les résultats d'une large enquête menée en 2020 et 2021, portant sur les smartphones et tablettes reconditionnés. Elle constate « des anomalies, plus ou moins importantes, dans 62 % des établissements contrôlés (...). D'une manière générale, les éléments fournis aux consommateurs ne leur permettaient pas de connaître le degré éventuel de perte de la qualité d'usage des équipements, ni de comparer les produits, notamment entre un produit reconditionné et un produit neuf ».

L'enquête met en lumière le manque d'informations se rapportant à l'état extérieur des produits, comme « très bon état », « premium », « bon état » ou « parfait état », sans plus de précisions, quand ils ne sont pas accompagnés de la simple mention « fonctionnel ». Autrement dit, certains acteurs se contentent de donner un petit coup de chiffon au smartphone, souvent acheté en Asie, de le remettre dans un emballage neuf, et de le revendre comme « reconditionné ». Or les officines revendant des produits supposés avoir été reconditionnés ont fleuri, portés par la croissance du secteur. En 2020, 2,8 millions de smartphones reconditionnés ont été vendus en France, soit 13 % du marché total de la téléphonie.

La filière s'organise

La situation nuit à l'ensemble de la filière, notamment aux « vrais » reconditionneurs qui disposent d'ateliers de réparation sur le territoire. « Ce qui manque sur les places de marché en général, ce sont les informations portant sur la provenance du produit, le pays dans lequel il a été reconditionné », tranche Jean-Christophe Estoudre, président et cofondateur de Sofi Group/Smaaart. « Back Market est la place de marché la plus connue. Leur communication a permis de faire connaître le reconditionné et de le positionner en alternative au neuf », salue le patron de Smaaart.

D'autres acteurs du marché sont plus critiques à l'égard du leader français, à qui il est reproché de ne « pas donner suffisamment de place à l'information ».

Or plus de transparence et de traçabilité sur les produits permettraient aux consommateurs de disposer de nouveaux critères de choix et de ne pas se baser uniquement sur le prix. « Nous effectuons 37 points de contrôle et 123 tests sur les smartphones que nous recevons. Ceux qui ne sont pas conformes sont réparés », illustre Christophe Brunot, cofondateur de Largo, un reconditionneur basé à Nantes. De son côté, YesYes parie sur la vente directe aux consommateurs, sur internet mais aussi en magasin, avec l'ouverture d'une première « boutique atelier » à Caen. Les clients voient les techniciens de YesYes intervenir sur les smartphones qu'ils pourront acheter.

Jean-Christophe Estoudre appelle aussi à « faire en sorte que les vendeurs respectent les lois françaises et qu'ils s'acquittent tous de la TVA, de la redevance copie privée, et qu'ils respectent bien les normes CE ». Ce qui est loin d'être toujours le cas. À cela s'ajoute l'origi-

ne des appareils revendus. La clarté et la transparence des informations disponibles faciliteraient la mise en avant des « meilleures pratiques » du secteur. Sur les grandes places de marché, les entreprises qui collectent des smartphones en France et les reconditionnent sont en concurrence directe avec des acteurs plus exotiques. Dans certains cas, les smartphones proviennent des États-Unis, ont été reconditionnés en Chine et sont revendus en France. Pour l'empreinte carbone, peut mieux faire. Face à cela, charge au consommateur d'être vigilant. ■



MICHAEL ESDOURRUBAILH/
PHOTOPOR/LE MIDI/LIBRE/MAXPPP

« Ce qui manque sur les places de marché en général, ce sont les informations portant sur la provenance du produit », explique Jean-Christophe Estoudre, président et cofondateur de Sofi Group/Smaaart.

