

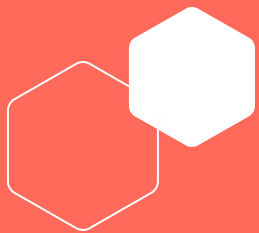


LA DÉSIRABILITÉ DU RÉEMPLOI



valobat

CONTEXTE, OBJECTIFS & MÉTHODOLOGIE



VALOBAT 2025 - LA DÉSIRABILITÉ DU RÉEMPLOI



The background image shows a construction site. On the left, there is a large window. In the foreground, there are stacks of black plastic trays and several white ceramic toilet bowls and sinks. The floor is concrete and appears to be under construction. The text is overlaid on a white rectangular box in the center-left.

LE CONTEXTE & LES ENJEUX POUR VALOBAT

Le réemploi des matériaux dans le secteur du bâtiment est aujourd'hui **un enjeu crucial pour l'avenir de la construction**. Avec la raréfaction progressive des ressources naturelles, il devient impératif de repenser la manière dont nous construisons et rénovons.

Aujourd'hui, pourtant, malgré ses avantages évidents, **le réemploi reste une pratique très mineure en France**.



Cette réticence est souvent liée à des freins **d'ordre technique, réglementaire ou économique**, mais aussi, découler d'un manque d'acculturation ou d'un imaginaire collectif encore peu valorisant autour du réemploi, tant chez les professionnels que chez les usagers.

C'est dans ce contexte que Valobat a souhaité mener une étude sur la désirabilité du réemploi des matériaux dans le secteur du bâtiment pour **mieux comprendre les perceptions, les motivations et les freins qui poussent et /ou ralentissent son développement.**



LES OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

EXPLORER



les représentations du réemploi auprès des différentes parties prenantes (Prescripteurs et Utilisateurs, Cf. page suivante),
comprendre les enjeux et les attentes qui en découlent.

IDENTIFIER



précisément les **motivations**,
les freins et les leviers susceptibles de les lever :

- ✓ Où sont et quels sont les **leviers activables** ?
- ✓ **En fonction de quels critères** : par matériaux, par cible, par type de chantier, par type de réemploi, etc. ?
- ✓ **Quelles sont les éventuelles limites** en l'état actuel des choses ?

DÉGAGER



des pistes d'action pour rendre le réemploi (plus) désirable :

- ✓ **Comment parler du réemploi** (avec quels mots, quelles promesses) ?
- ✓ Quel argumentaire **développer** ?
- ✓ Quelles pratiques, quels services **encourager concrètement** ?

Dans un objectif d'impartialité, Valobat a **mandaté l'institut d'études indépendant BVA** pour la réalisation de cette enquête.

LES PARTIES PRENANTES QUE NOUS AVONS RENCONTRÉES

Interrogées entre le 25 mars 2025
et le 15 avril 2025



26

PROFESSIONNELS DU BÂTIMENT

18 ENTRETIENS DE 1H

2 QUATUORS DE 1H30

6

MAÎTRISE
D'OUVRAGE

4

MAÎTRISE
D'ŒUVRE

6

MAÎTRISE
D'ŒUVRE

2

ENTREPRISES DU
BATIMENT / ARTISANS

6

ENTREPRISES DU
BATIMENT / ARTISANS

29

CLIENTS FINAUX



15 ENTRETIENS DE 1H

2 GROUPES DE 2H

4

LOCATAIRES

7

USAGERS DE LOCAUX
PROFESSIONNELS

5

ACQUÉREURS DE
LOGEMENT NEUF

7

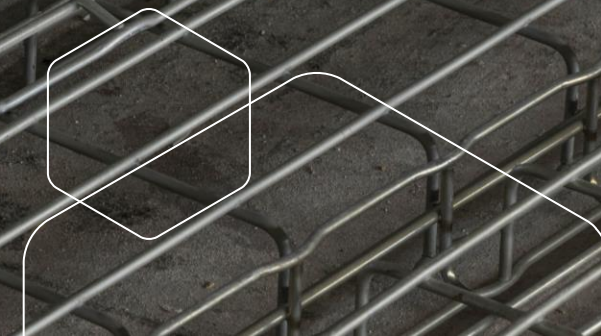
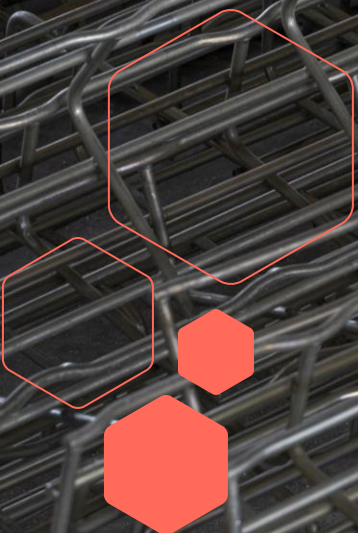
USAGERS DE LOCAUX
PROFESSIONNELS

6

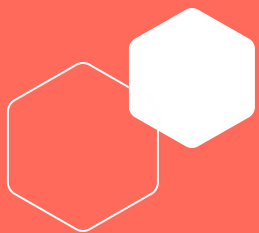
PROPRIÉTAIRES AVEC
TRAVAUX DE RENOVATION



LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE



QUELS SONT LES ENJEUX DE LA DÉsirABILITÉ DU RÉEMPLOI ?



VALOBAT 2025 - LA DÉsirABILITÉ DU RÉEMPLOI



AUJOURD'HUI

RÉEMPLOI

=

Un terme **technique**

Un terme **neutre** ...

Comme les **mots** en « re- »

DEMAIN

UN POTENTIEL SÉMANTIQUE PLUS
ASPIRATIONNEL À DÉVELOPPER, AUTOUR
DES NOTIONS DE « **SECONDE VIE** » OU DE
NOUVELLE FAÇON DE CONSOMMER

Sur un plan plus émotionnel, d'autres façons de dire sont empruntées
des pratiques plus ancrées de l'économie circulaire, et semblent
porteuses de bénéfices (auprès des clients finaux) :

« 2e vie »



connotation éminemment positive

« RECONDITIONNÉ »



nouvelle « condition physique »

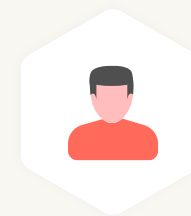
« VINTAGE »



promesse d'authenticité



LA DÉSIRABILITÉ DU RÉEMPLOI COMMENCE AVEC LES MOTS ET LES PROMESSES QU'ILS PORTENT



AUJOURD'HUI

DEMAIN

RÉEMPLOYER

=

Devoir

Motivation écologique

IL GAGNERAIT, POUR LES CLIENTS FINAUX, À
ÊTRE ASSOCIÉ À DES BÉNÉFICES POSITIFS

✓ BÉNÉFICE ÉCONOMIQUE

Pour tous les clients finaux, il va de soi que le réemploi est moins cher que le neuf – selon la logique du marché de l'occasion

✓ BÉNÉFICES D'USAGE

La **disponibilité** versus les cas de pénurie,

La **diversité** versus une certaine standardisation du neuf

✓ BÉNÉFICE D'IMAGE

Les **VALEURS** du produit : **esthétique**, **historique**, **patrimoniale**, ...

La **personnalisation** : apporter sa touche personnelle, restaurer, « customiser »

RÉEMPLOYER → VOULOIR

AUJOURD'HUI

RÉEMPLOI =

UNE PERSPECTIVE **ANXIOGÈNE** (« ÉCO-ANXIÉTÉ »)

Les projections dans un avenir « où le réemploi se serait banalisé » sont majoritairement basées sur la contrainte réglementaire ou des scénarios « catastrophes » :



- (en mineur) Au mieux, on projette une prise de conscience qui a permis de généraliser le réemploi...



Vision du futur

- Le cadre réglementaire s'est développé...

- Le modèle économique a profondément évolué...



- (en majeur) Au pire, il a fallu une catastrophe écologique et/ou économique pour que le réemploi s'impose.

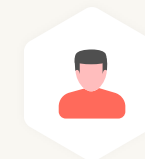
DEMAIN

IL GAGNERAIT À
S'INSCRIRE DANS **UNE
VISION POSITIVE DE LA
TRANSITION
ÉCOLOGIQUE**

INVENTION DE
NOUVELLES SOLUTIONS
CRÉATIVITÉ
EFFICACITÉ

...

CHEZ LES CLIENTS FINAUX, L'ACCEPTATION DU RÉEMPLOI
VARIE SELON LA CATÉGORIE ET INDUIT UNE GRADATION DES ATTENTES



LES INALTÉRABLES

paraissent inusables, peu sensibles au vieillissement,

CONFIANCE

≈ Le réemploi peut reposer sur la confiance en l'avis du vendeur / poseur

LES ALTÉRABLES

peuvent porter des traces d'usure avec l'enjeu de la vérifiabilité de ces traces à l'œil nu

RECONDITIONNEMENT

≈ Le réemploi appelle un reconditionnement accompagné d'une garantie

LES SÉCURITAIRES

ont un lien direct avec la sécurité qui appelle un traitement particulier

RE-CERTIFICATION

≈ Le réemploi appelle un renouvellement de la garantie initiale

LES SENSIBLES

ont un lien à l'hygiène et/ou au symbolique

CERTIFICATION SPÉCIALE

≈ Le réemploi s'expose au rejet et appelle un « traitement hygiénique » particulier

#4 – Le choix des matériaux : tenir compte des perceptions sur l’usage des matériaux réemployés

Plusieurs paramètres structurent la perception de réemployabilité des produits et matériaux

STRUCTUREL

La distinction [structurel] vs [non structurel] est évoquée par quelques Particuliers / Utilisateurs et semble centrale chez les Professionnels du bâtiment / Prescripteurs.

NON STRUCTUREL

NON VISIBLE

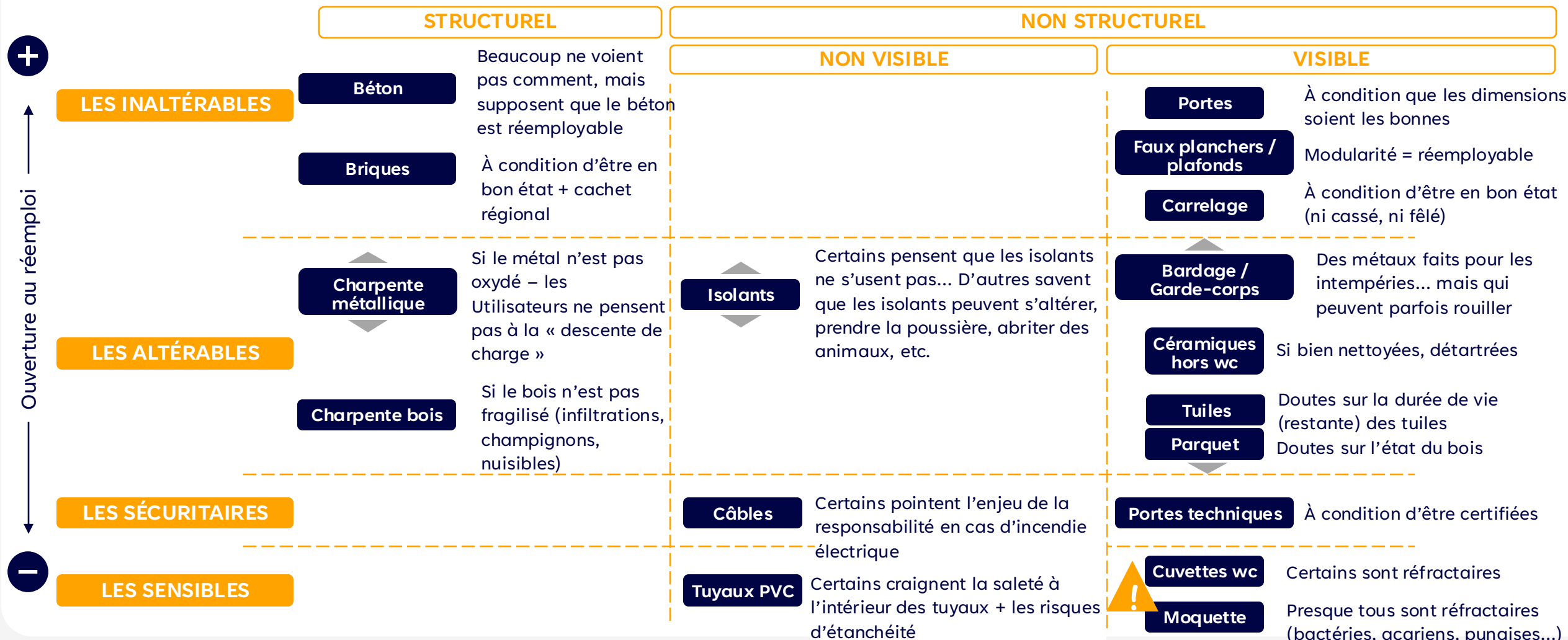
VISIBLE

Au sein du [non structurel], la distinction entre ce qui est [visible] et [non visible] peut être faite

4 Dans le détail, la diversité des produits et matériaux réemployables est presque toujours une surprise



■ Dans le détail, on peut les projeter de la façon suivante :



ENJEU 4

LES MATERIAUX : certains sont perçus comme plus réemployables que d'autres



CHEZ LES **PROFESSIONNELS**, LA PERTINENCE DU REEMPLOI S'ÉVALUE AU REGARD DES CONTRAINTES ET OBSTACLES À PRENDRE EN COMPTE

STRUCTUREL

NON STRUCTUREL

+



Ouverture au réemploi



-

LES INALTÉRABLES

LES ALTÉRABLES

LES SÉCURITAIRES

LES SENSIBLES



DES CONTRAINTES MAÎTRISABLES

DÉPOSE SOIGNÉE, RECONDITIONNEMENT, ÉVENTUELLE RE-CERTIFICATION



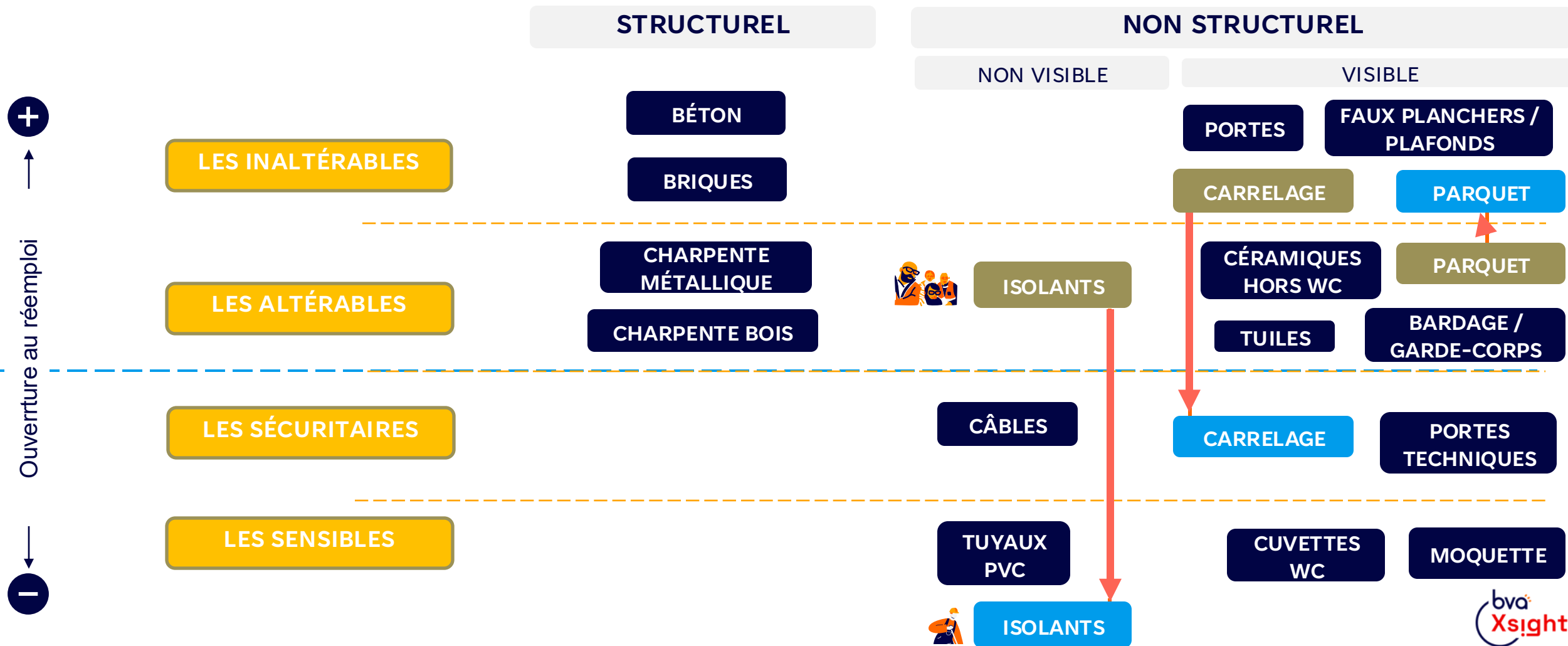
DES CONTRAINTES POTENTIELLEMENT DISSUASIVES

DIFFICILES À DÉPOSER, DIFFICILES À REMETTRE AUX NORMES OU À UTILISER DANS DES CONDITIONS OPTIMALES, **DIFFICILES À VENDRE AUX CLIENTS FINAUX**, ... MIEUX VAUT LES DIRIGER VERS LE RECYCLAGE

ENJEU 4

LES PRODUITS REEMPLOYES : certains sont plus acceptés que d'autres

AU FINAL, ON CONSTATE **SEULEMENT QUELQUES DIFFÉRENCES** ENTRE LES PERCEPTIONS DES CLIENTS FINAUX ET DES PROFESSIONNELS





**QUELLES PISTES POUR
RENDRE DÉSIRABLE LE
RÉEMPLOI ?**

Distinguer deux types de réemploi

LE RÉEMPLOI « ESTHÉTIQUE », QUI SE VOIT

” Le fait qu’il y ait des projets de réemploi, ça va faire que les gens vont en avoir envie : c’est beau, et en plus c’est écologique. MOE-Archi

un réemploi emblématique, dont la mission est de « **PORTER LES COULEURS DU RÉEMPLOI** »

LE RÉEMPLOI « DISCRET », QUI NE SE VOIT PAS

” Dans les show-rooms, on met des sanitaires neufs et de réemploi et on joue, on laisse les gens deviner et ils se trompent tout le temps. MOA-BE

un réemploi pragmatique, dont la mission est de **RÉEMPLOYER UN MAXIMUM DE PRODUITS ET MATÉRIAUX**

Le réemploi qui se voit est au service de celui qui ne se voit pas
≈ la **DÉSIRABILITÉ** de l’un travaille pour l’**ACCEPTABILITÉ** de l’autre

Distinguer deux types de réemploi

LE RÉEMPLOI « ESTHÉTIQUE »,
QUI SE VOIT

On revendique une attitude

Le bénéfice-image a autant d'importance que
le bénéfice d'usage.

” [Réemploi demain] Ça porterait **un nom qui décrit tout un système**, le site web, les corners de magasin, le fait de revendre soi-même comme particulier.

On garde la possibilité de revendiquer ou pas une attitude.

L'usage prime sur l'image.

” Si un produit est certifié, c'est même pas la peine de dire que c'est réemployé.

LE RÉEMPLOI « DISCRET »,
QUI NE SE VOIT PAS

Quels leviers de désirabilité pour le réemploi qui se voit ?

RÉEMPLOI « ESTHÉTIQUE » (QUI SE VOIT)

- ⚙️ **LES MATÉRIAUX RARE OU TYPIQUES**
Pierres, briques, tuiles...



- ⚙️ **LES MATÉRIAUX REVALORISÉS PAR L'ARTISANAT**
Typiquement le bois



- ⚙️ **LA QUALITÉ D'AVANT**
Eviers en pierre / inox épais...



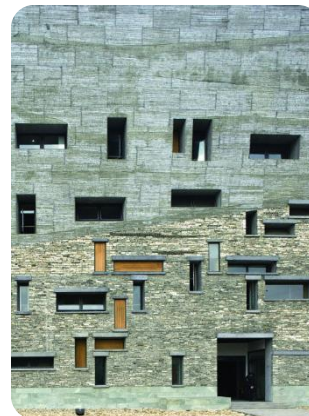
- ⚙️ **UNE NOUVELLE ESTHÉTIQUE ARCHITECTURALE**
Créativité, singularité, modernité...



Conseil de l'UE
(Bruxelles)
Samyn & Partners

- ⚙️ **UNE CULTURE POSITIVE DU RÉEMPLOI**

Via les mots, les objets



Ningbo Historic Museum
Wang Shu

PISTES DE RÉFLEXION :

➔ Développer un **RÉEMPLOI PREMIUM** auprès d'une cible spécifique ? (CSP+)

➔ **METTRE EN VALEUR LE TRAVAIL ARTISANAL** autant que les produits et matériaux (transmission du savoir-faire, dimension locale, etc.) ?

➔ Mettre en avant le **RÉEMPLOI DE QUALITÉ**

➔ Faire connaître les **RÉALISATIONS** d'architecte (sur les plans régional et national : expos, visites, circuit culturel, etc.)

➔ Développer un **LANGAGE POSITIF DU RÉEMPLOI** (« déjà-là », « seconde vie », « résilience », etc.)

Quels bénéfices à activer pour le réemploi qui ne se voit pas ?

RÉEMPLOI « DISCRET » (QUI NE SE VOIT PAS)

⚙️ **CONSOMMER MALIN**
vs surconsommer



Cycle Up : sanitaires

⚙️ **LA QUALITÉ RETROUVÉE**
vs le risque de vétusté



Réhabilitation sociale

⚙️ **UNE BONNE ACTION POUR L'ENVIRONNEMENT**
sans forcément la revendiquer



Scop3 communication web

PISTES DE RÉFLEXION :



Développer **L'ESPRIT « LA BONNE AFFAIRE »** dans l'habitat et le bâtiment (via les ressourceries, les matériaux thèques, etc.)
+ la dimension Certification (label)



Promouvoir le réemploi comme **UNE CHANCE** vs un risque



Permettre une **APPROPRIATION NON MILITANTE** du réemploi (pragmatisme)



Les attentes : communication, labellisation, distribution

Plusieurs pistes sont évoquées :

- **UN EFFORT DE SENSIBILISATION, D'INFORMATION**
≈ influenceurs, ambassadeurs, etc.
- **DONNER DES IDÉES**
≈ suggestions via les algorithmes, etc.
- **MONTRER DES RÉALISATION EMBLÉMATIQUES**
≈ maisons-témoins, réalisations visibles, etc.
- **DÉVELOPPER UNE CERTIFICATION**
≈ label indépendant lié aux normes françaises
≈ appli de type Yuka pour vérifier les produits
- **DÉVELOPPER UN RÉSEAU DÉPÔT ET VENTE**
≈ via les grandes enseignes de bricolage et/ou via des points dédiés

”

Publicité, publicité, publicité !

Faire comme la pub des Légumes moches parce qu'on jetait ce qui ne correspondait pas à une certaine norme

*Informers, à la télé, dans le cadre scolaire, professionnel, **montrer l'intérêt commun et pas seulement individuel.***

*Les **influenceurs** : Paulo et Lulu,...*

*Des **vidéos** par les Compagnons du devoir.*



”

*En période de travaux, **plus je cherchais des idées, et plus les algorithmes me donnaient des idées.***

”

*Il faut **montrer que ça fonctionne.***

*Des **maisons-témoins** avec que du réemploi, un trompe-l'œil avec une maison construite avec 100% de matériaux neufs.*

*La maison de retraite de mon grand-père a été construite avec du réemploi, il y a **une plaque à l'entrée.***

”

*Qu'il y ait une **certification**, un contrôle de l'état du produit.*

*Il faut un **label éco-responsable**, comme une AOC.*

*Il faut un **certificat de reconditionnement**, que ça répond aux normes actuelles, pour le consommateur et pour l'artisan.*

Il faut que les matériaux soient labellisés, vérifiés par des experts, on aura une garantie, comme Norme française.

*Une appli Yuka spécialisée dans le bâtiment, **qui atteste que tout est contrôlé, opérationnel.***



”

Des grandes enseignes de bricolage pourraient proposer des matériaux reconditionnés, et donner des bons d'achat aux clients qui les ramènent, tout le monde serait gagnant.

*J'imagine un **distributeur automatique** pour acheter ou remplacer un produit, comme du silicone.*

SLIDE POUR LA DIFFUSION ECRITE



Les attentes : communication, labellisation, distribution

Plusieurs pistes sont évoquées :

- **UN EFFORT DE SENSIBILISATION, D'INFORMATION**
≈ influenceurs, ambassadeurs, etc.
- **DONNER DES IDÉES**
≈ suggestions via les algorithmes, etc.
- **MONTRER DES RÉALISATION EMBLÉMATIQUES**
≈ maisons-témoins, réalisations visibles, etc.
- **DÉVELOPPER UNE CERTIFICATION**
≈ label indépendant lié aux normes françaises
≈ appli de type Yuka pour vérifier les produits
- **DÉVELOPPER UN RÉSEAU DÉPÔT ET VENTE**
≈ via les grandes enseignes de bricolage et/ou via des points dédiés



SLIDE pour le webinar

Le futur idéal du réemploi est projeté comme un développement des initiatives actuelles



➔ On a développé DES FILIÈRES DE REQUALIFICATION (rentables)



➔ On a créé **UN LABEL DE REQUALIFICATION / RE-CERTIFICATION** ou unifié les labels existants



Le futur idéal du réemploi est projeté comme un développement des initiatives actuelles



On a développé **DES FILIÈRES DE REQUALIFICATION** (rentables)

”

*Mobius a levé des barrières assurantielles et juridiques sur les **planchers techniques** et les chemins de câble.*

Proclus, ils font des luminaires et des équipements électriques reconditionnés. Ils viennent eux-mêmes les déposer, ils les ramènent à l'atelier, ils les testent, ils sortent les fiches techniques, et ils les livrent presque comme du neuf.



On a créé **UN LABEL DE REQUALIFICATION / RE-CERTIFICATION** ou unifié les labels existants

”

*Un mainteneur qui veut remplacer un produit défectueux, l'enjeu est de lui faire comprendre qu'en réemploi, **il aura le même niveau de sécurité que son produit neuf de chez son négoce habituel.***

Si demain on peut considérer un matériau de réemploi au même niveau qu'un produit neuf, ça lèverait pas mal de verrous.



Le futur idéal du réemploi est projeté comme un développement des initiatives actuelles



On a soutenu **LES COLLECTIFS QUI EXPLORENT DES SOLUTIONS**

LES BUREAUX D'ÉTUDES ET LES ARCHITECTES QUI SE POSITIONNENT SUR L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

”

Les archis ont un rôle à jouer, mais ça veut dire aller chiner, regarder ce qui est dispo plutôt que de commander sur catalogue, c'est une autre gymnastique.

C'est de la R&D à grande échelle, pour le bien commun, avant de massifier.

Il y a des théories architecturales à mettre en place, comme les grands principes de l'architecture moderne au XXe s, le pavillon de Mies van der Rohe à Barcelone en 1929, personne de comprenait.



On a unifié **L'ACCÈS AUX PLATEFORMES NUMÉRIQUES DE PRODUITS ET MATÉRIAUX**

”

Aujourd'hui, c'est tentaculaire ! Il y a un spécialiste par matériau, plus on a de filières, plus c'est compliqué.

Il y a déjà des sites en ligne mais il faut que ce soit plus centralisé, un lieu unique où on pourrait tout recenser, avec des filtres par département, délai de disponibilité, types de matériaux, avec les fiches techniques, la requalification, qu'on n'ait pas de doute sur la performance et la conformité à la réglementation.



On a développé **UN MAILLAGE TERRITORIAL DE RESSOURCERIES (ouvertes aux Utilisateurs)**

”

Il n'y a pas assez de ressourceries de matériaux. Ça pourrait être dans chaque métropole, porté par les pouvoirs publics, ça ouvrirait le champ.

Des matériauthèques qui s'ouvrent aux particuliers.



On a amélioré **LA FLUIDITÉ DE LA MISE EN RELATION ENTRE DÉTENTEURS ET ACHETEURS**

”

Il faudrait que les bailleurs et les maîtres d'ouvrage publient les projets, 'j'ai tant de lavabos, ça intéresse qui ?' et qu'on ait une vision sur les gisements potentiels, une interconnexion territoriale, en flux tendu.



EN CONCLUSION

Synthèse des enjeux clés et des leviers activables

Enjeux clés identifiés

 **Langage & perception**

 **Motivations client**

 **Vision du futur**

 **Typologie des matériaux**

 **Publics différenciés**

 **Esthétique vs discrétion**

Constats principaux

Le mot "réemploi" est perçu comme technique, neutre, voire peu attractif

La motivation écologique ne suffit pas seule à déclencher l'envie

Le réemploi est souvent perçu comme contraint ou anxiogène

Tous les matériaux réemployés ne sont pas acceptés de la même manière

Attentes et freins varient selon les profils (pro vs client final)

Le réemploi visible porte l'image du réemploi invisible

Leviers de désirabilité à activer

- Promouvoir des termes plus émotionnels : "seconde vie", "déjà-là", "vintage", "reconditionné"
- Mettre en avant les bénéfices économiques, d'usage, esthétiques et identitaires
- Inscrire le discours dans une vision **positive**, créative et innovante de la transition écologique
- Identifier et **valoriser les matériaux "emblématiques"** du réemploi ; clarifier les garanties
- Adapter le discours, les preuves et les offres selon la cible : usage, image, certification
- Développer des projets vitrines, valoriser l'artisanat, créer un effet de désir d'appropriation

Pour aller plus loin



Avec le soutien de **valobat**

DOSSIERS CONSTRUCTION21

**Réemploi :
de l'acceptabilité
à la désirabilité**

Rédaction en chef **cycle up** DES RESSOURCES À L'IMPACT **booster** du réemploi **BTP Consultants**