



La protection contre les ondes, nouvel argument marketing

Libération Par MARIE PIQUEMAL 20 juin 2013

Du bandeau de grossesse au lit à baldaquin, plusieurs PME se positionnent sur les produits censés limiter les effets du WiFi ou des portables, sur fond de réglementation quasi-inexistante.

Avant, Philippe Jacquin travaillait dans la téléphonie mobile. Depuis peu, il s'est recyclé dans... la vente de «*vêtements antiondes électromagnétiques*» pour femmes enceintes. Et ça cartonne. Son chiffre d'affaires progresse de 30% chaque mois depuis son lancement en janvier 2012, avance-t-il. Ses bandeaux de grossesse directement importés des Etats-Unis se vendent 69 euros pièce sur Internet.

Il y a aussi cette start-up rouennaise, Ondelio, qui se présente comme professionnel de la gestion des risques électromagnétiques en tout genre : wi-fi, antennes relais, portables... Leur site internet ressemble à un catalogue de bricolage. On trouve de tout : rideaux, câbles, tapis, pots de peintures jusqu'au lit à baldaquin censé stopper net le champ électromagnétique (999 euros pièce, quand même).

Au départ, explique son dirigeant Jérôme Andreu, «*on proposait seulement des produits aux entreprises souhaitant appliquer le principe de précaution pour leurs salariés*». Puis, très vite, il s'est rendu compte que la demande existait aussi chez les particuliers. «*Il y a les personnes électrosensibles, bien sûr. Mais plus seulement.*»



Depuis un ou deux ans, le grand public est aussi en demande. Les risques liés aux ondes commencent à être connus, il y a une vraie prise de conscience.» Surtout depuis l'avis rendu par l'Organisation mondiale de la santé, en mai 2011 qui a jugé qu'en l'état actuel des connaissances, l'usage du téléphone portable était «*peut-être cancérigène pour l'homme*».

Peu de réglementation

Pour l'instant, la France, en matière réglementaire, n'a pas pris beaucoup de mesures de précaution. Le fameux Grenelle des ondes, de 2009, n'a abouti à quasiment rien - si ce n'est de promouvoir le kit main libre et d'interdire la publicité pour les portables visant les moins de 12 ans. La députée EE-LV Laurence Abeille, s'en désolait dans nos colonnes il y a peu.

Elle a déposé au début de l'année une proposition de loi visant à interdire l'utilisation du wi-fi dans les maternités et les crèches. Le texte n'a même pas été débattu à l'Assemblée... «*Un déni de démocratie et une nouvelle victoire du lobby des opérateurs de téléphonie mobile*», dénonçait-elle. «*C'était un texte à minima pourtant avec des mesures simples, de bon sens. Aussi étonnant que cela puisse paraître, rien n'est interdit aujourd'hui. Je ne comprends pas que l'on puisse tergiverser encore aujourd'hui en matière de risque sanitaire. On est donc incapable d'agir quand il est encore temps ?*» En face, la ministre du numérique Fleur Pellerin parlait de «*peurs irrationnelles*» liées aux ondes, dont «*la dangerosité n'est pas scientifiquement étayée*».

Début janvier, le dernier rapport Bioinitiative, mené par 29 experts internationaux à partir de 1800 études, a apporté de nouvelles preuves de la nocivité des champs électromagnétiques et des technologies sans fil, notamment pour les jeunes enfants et les femmes enceintes. Dans ce contexte, les entreprises se positionnent. «*Il y a un marché, c'est évident. L'offre est en train de se structurer, notamment pour les femmes enceintes et les enfants*», assure Philippe Jacquin, qui commercialise la marque de vêtement de grossesse Belly Armor. En ce moment, il réfléchit à des écharpes de portage anti-ondes pour les bébés et des vêtements pour les femmes qui allaitent.

Un argument marketing

Autre exemple, Babymoov, qui fabrique des babyphones, ces écouteurs qui permettent d'être alerté à distance des pleurs de l'enfant. Ces petits boîtiers (il s'en achète 400 000 par an quand même) sont régulièrement pointés du doigt sur les forums par des parents inquiets des ondes qu'ils émettent. «66% des parents que nous avons interrogé se déclarent inquiets des impacts des ondes sur la santé», indique Laurent Windenberger, fondateur de Babymoov.

L'entreprise en a fait un argument marketing, pour se démarquer de ses concurrents. «Nous avons décidé très tôt d'utiliser une technologie moins performante mais émettant moins d'ondes. C'était un pari. Aujourd'hui, ça a payé, nous sommes leader en France.» Mardi, les dirigeants conviaient la presse pour présenter les résultats d'une étude commandée par leurs soins, sur les ondes électromagnétiques émises par les babyphones.

Dépêché pour l'occasion : Sébastien Girard, physicien d'un labo de recherche à Clermont-Ferrand, qui a mené l'étude. «Il n'existe pas proprement dit de limite légale de puissance d'émission des babyphones», explique-t-il. Seule la technologie employée est réglementée et les normes varient beaucoup de l'une à l'autre. Pour les appareils utilisant une technologie analogique, le seuil de puissance maximum est de 10 mw contre 250 mw pour les technologies DECT.

Jérôme Andreu, de l'entreprise Ondelio, s'inquiète lui de l'absence de régulation du marché. «Pour l'instant, c'est très peu réglementé. En tapant "ondes électromagnétiques" sur Internet, on trouve un peu tout et n'importe quoi. Comme des coques pour téléphone censées protéger des ondes mais qui parfois peuvent avoir l'effet inverse... Le risque, c'est de décrédibiliser tous les autres produits. Nous, on a choisi de les faire certifier par un laboratoire accrédité par la Cofrac.»

Le marché est en train de se structurer. Chacun assure que son produit a été testé, que l'efficacité a été prouvée, par tel ou tel laboratoire présenté comme étant indépendant, évidemment.