

“General consumers and the question of energy efficiency”

***Rexel unveils the results of the first international survey¹
conducted by Harris Interactive***

**AMERICANS READY TO REDUCE
THEIR ELECTRICAL CONSUMPTION BUT ARE IN NEED OF
INFORMATION AND ADVICE FROM EXPERTS**

Energy efficiency aims to reduce energy consumption without deteriorating the level of service and therefore reduce economic, ecological and social costs. Professionals in this field are very familiar with the issue, but how do American citizens perceive energy efficiency? How do they go about saving energy in their households? Are they prepared to make sacrifices and change their habits? And how do they view energy efficiency, as compared with citizens in France, England and Germany?

Rexel, a leading worldwide distributor of electrical supplies, called on Harris Interactive to ask a representative population from the United States, France, England, and Germany for their answers to these key questions.

The results of the survey reveal that, for most people, energy efficiency is important and requires action. In fact, respondents from all four countries see the subject of energy efficiency as important: between 86% and 95% of respondents judge the subject as important, of which nearly two-thirds say it is “very important”.

The survey also found that Americans consider themselves responsible for electrical efficiency and its promotion. They have already adopted some new habits and select applications according to their energy consumption. The issue of energy efficiency also appears to be inextricably linked to financial considerations. 54% of Americans cited the excessively high price of low-energy products as an obstacle in becoming more energy efficient. Consumers are keen to invest in order to reduce their electricity bills as long as they can measure the impact, and see the return on their investment.

Among all respondents, nine out of ten citizens view energy efficiency as an “important” issue, but after looking at the data they only have a superficial understanding of the measures already taken.

Although Americans are aware of energy efficiency issues, and believe they are informed about the measures taken in their country, their knowledge is actually somewhat limited. In the U.S. three out of four people claim to have heard that incandescent light bulbs are being phased out, but only 46% know exactly what the incandescent lamp phase out is. Similarly, in the U.S., 88% of respondents have heard of the Federal and State Government tax incentives related to home heating and ventilation systems and renewable energy devices, however, only 34% of them know exactly what it is.

U.S. respondents said that improving energy efficiency is justified for three important reasons: the desire to reduce expenses (97% said good reason, of whom 75% consider this to be a very good reason); the guarantee of energy security (95% said good reason, of whom 53% believe this to be a very good reason); environmental protection (91% said this was a good reason).

“This survey shows that we are moving towards a new energy model. As market leader, Rexel is particularly involved in accelerating change through innovative solutions and education that informs

¹ Survey administered on line between 9 and 19 July 2011. Representative samples of 4,000 people from each of the 4 countries filled in the survey via the Harris Interactive access panel. Representative samples: 1,000 people in France, 1,000 people in Germany, 1,000 people in Great Britain and 1,000 people in the USA. Quotas and readjustments were applied to the following variables: sex, age and profession of the person interviewed.

our clients how to adopt eco-efficient solutions. As a distributor we continue to play a driving role in energy efficiency issues within the electrical field,” says Chris Hartmann, CEO of Rexel Holdings USA. “It is also important for people to know that energy efficiency is not a one size fits all approach. Everybody can do their part even on the smallest level by simply upgrading to energy efficient light bulbs, but Americans should know that there are solutions available to accommodate varying levels of budget and energy objectives.”

American respondents also said that while they pay attention to their energy consumption (89%), many lack information about practical steps they can take towards improving their own energy efficiency. Only 33% regularly defrost their freezer and refrigerator, 52% fill the washing machine to the top before starting the wash cycle and 56% shut off electronic devices rather than switching to stand-by.

By publishing this study, Rexel solidifies its role as an industry leader in providing energy efficient solutions within the electrical sector and its active participation in developing partnerships with manufacturers and contractors. Rexel has also set up an information site, www.electrical-efficiency.com/, in order to promote awareness of electrical efficiency issues.

From small everyday habits to dedicated applications, our households are committed to the issue

Americans are very aware of energy efficiency issues and to some extent have already changed their everyday habits to save energy. For example: 69% of Americans purchase low energy light bulbs and 64% use power strips.

As far as investments are concerned, 72% of Americans have already, or are willing to, install an environmentally-friendly hot water system, and 75% would consider installing an eco-efficient heating system.

The issue of energy efficiency is strongly influenced by financial considerations

Respondents say they would make 3 types of effort to improve their energy efficiency: efforts in terms of time (76% in France, 82% in the UK, 75% in the USA), investment in equipment that is more expensive to buy but with long-term savings (69% in France, 78% in the USA), or giving up certain comforts (71% in the UK, 61% in France, 52% in the USA). Respondents were interested in the impact on their personal finances and tended to be torn between spending less in the short term and investments that reduce energy costs in the short and medium term.

Rexel: a market leader committed to promoting efficient electrical solutions

For 85% of American's, distributors of electrical material have an important role to play in the promotion of electrical efficiency. Rexel is committed to promoting electrical efficiency by actively participating in debates and discussing the industry's standpoints, but also by training and informing installers via its 2,200 outlets and the www.electrical-efficiency.com website.

Present in 36 countries, the Rexel group advises clients and selects the best solutions to master energy in buildings, optimize lighting and heating, install intelligent systems to pilot and regulate electricity consumption.

About Rexel Holdings USA

Rexel Holdings USA is the U.S. subsidiary of Rexel Group, a global leader in the distribution of electrical products, and a broad range of innovative energy management solutions. With annual sales of more than \$3.5 billion, 5,200 employees and 300 branches throughout the U.S., Rexel Holdings USA is a market leader serving the industrial, commercial and residential construction markets through both its Gexpro and Rexel commercial brands. The Company offers electrical and data communications products in addition to an integrated platform of solutions and services in energy efficiency and renewable energy, from lighting upgrades to alternative energy technologies, helping customers maximize their business operations.

For more information, please visit www.rexelholdingsusa.com.

About Rexel

Rexel, a global leader in the distribution of electrical supplies, serves three main end markets: industrial, commercial and residential. The Group operates in 36 countries, with a network of some 2,200 branches, and employs 28,000 people. Rexel's sales were €12.0 billion in 2010. Its majority shareholders are an investor group led by Clayton, Dubilier & Rice, Eurazeo and BAML Capital Partners. Rexel is listed on the Eurolist market of Euronext Paris (compartment A, ticker RXL, ISIN code FR0010451203). It is integrated in the following indices: SBF 120, CAC Mid 100, CAC AllTrade, CAC AllShares, FTSE EuroMid, FTSE4Good and STOXX600.

For more information, visit Rexel's web site at www.rexel.com

If you want to know more about Rexel's environmental responsibility programme: <http://www.rexel.com/en/commitments/>
To find out more about energy efficiency: <http://www.electrical-efficiency.com>, Rexel's online magazine for the electrical industry.

About Harris Interactive

Harris Interactive is a leading custom market research company (ranked 6th in the world). The French branch was founded by Nathalie Perrio-Combeaux and Patrick Van Bloeme under the name of Novatris and joined the group in March 2004. Harris Interactive offers innovative study methods and analysis as well as strategic advice that help clients make carefully considered, effective decisions. The group became well known for its Harris Polls and for being a pioneer of online surveys. The company claims to have the largest panel in the world: the Harris Poll Online. Harris Interactive serves customers throughout the world from offices in North America, Europe and Asia. For more information on Harris Interactive, please consult www.harrisinteractive.fr.

CONTACTS

Gibbs & Soell (in behalf of Rexel Holdings USA)

Kyle Kuhnel – kkuhnel@gibbs-soell.com

Greg Sherry – gsherry@gibbs-soell.com

212-697-2600

INTERVIEW WITH CHRIS HARTMANN CEO OF REXEL HOLDINGS USA

Why this international survey on energy efficiency?

Because there's a lot at stake. We know that professionals are aware of what's at stake, but we needed to know how the general public perceives the issue, their everyday habits and what encourages them to take action or holds them back. This question is not only of interest to professionals in this field. It also interests public authorities, associations...and above all, citizens and consumers. With the increase in fuel prices and the Fukushima disaster, people are worried about their buying power and energy and ecology in the future. This study enables them to compare their everyday habits and find new ways to take concrete action.

What is Rexel's position as far as energy efficiency is concerned?

As a leader, close to its customers on a daily basis throughout the world, and particularly committed to promoting eco-efficient solutions, we felt it was necessary to do an overall review and publish the results for those who influence electrical efficiency. As we are present in 36 countries, we also wished to underline the differences in practices and perceptions of 4 large countries. Although the issues are global, there are still cultural, historical and economic factors. Like all global and multi-local players, we have to take those differences into account.

As a leader in the distribution of electrical materials, how do you see the energy efficiency market evolving?

The market is dynamic; there is no doubt about that. At Rexel, we take great pride in offering our clients the most innovative solutions in terms of electrical efficiency and we have noticed that clients are investing: our global sales of renewable energy solutions (wind turbines, photovoltaic) increased by 40% between 2009 and 2010 and reached almost 270 million euros, and the group sold 230 million euros of low-energy light fittings in 2010 (an increase of 35% compared to 2009). Our consultancy and service business lines are also growing: for example, we are involved in energy and technical management of buildings or in the field of low-energy lighting for private companies or local authorities.

What is Rexel doing to promote energy efficiency?

We were among the first to develop custom-made consultancy services for our clients, giving them a return on investment in the field of electrical efficiency.

We also need information to accelerate the development of energy efficiency. The survey results reveal that. That's why Rexel has launched the www.electrical-efficiency.com/ website to give clients and partners access to information about the market, solutions and rules. Of course, as a company, we have drawn up a number of actions to minimize our energy consumption and reduce impact on the environment.

What strikes you with these results?

The sense of responsibility among citizens. Our survey shows that 95% of American people consider energy efficiency to be an important subject and that it is up to consumers to take action in favor of energy efficiency, before the state or industry. That means there is huge potential for developing electrical efficiency. I was also interested to see that citizens would like to be able to see the results of their efforts in the shape of lower energy bills. I think that is something we as professionals should be looking at in the future.

What are your priorities and what can you do now?

I am convinced that we can make even more progress on energy consumption in buildings. Why? Because buildings currently account for 40% of world energy consumption. Rexel is taking up the challenge with the eco-efficient solutions it promotes, the development of its custom consultancy and training for professionals. We must also persist in informing people both within the industry and in institutions, on the attitudes and technologies that improve energy savings.

The last word?

Tomorrow's world should consume less and electricity will have a prominent position among energy uses. With the development of renewable energy, home automation and the convergence of thermal, digital and electrical worlds, everything points to electricity being the main source of energy for tomorrow.

This survey shows that we are moving towards a new energy model. As a market leader, Rexel is particularly involved in accelerating change, helping clients create eco-efficient solutions and continuing to play a driving role in energy efficiency issues within the electrical field.

Sondage *Harris Interactive* pour *Rexel*

Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge et statut d'activité de l'interviewé(e).

* * * * *

Un sujet accepté et appréhendé, face auquel les Américains développent une vision comptable

©2011 Harris Interactive SAS. Tous droits réservés.

énergétique. Ainsi, **une grande majorité des Américains affirme connaître chacun des trois dispositifs testés** (entre 93% et 75%) dont deux sont plus clairement identifiés : les appareils et les rabais sur les prix proposés par Energy Star (connus précisément par 69%) et les incitations fiscales du gouvernement fédéral (connues précisément par 54%). L'interdiction prochaine des lampes à incandescence, connue par 75% des Américains, n'est clairement identifiée que par 46% d'entre eux.

Si les Américains attachent alors de l'importance à l'efficacité énergétique et y sont attentifs, **l'efficacité énergétique se justifie à leurs yeux non seulement par la protection de l'environnement** (91% des Américains jugeant là qu'il s'agit d'une bonne raison, dont 58% d'une très bonne raison), mais également par deux autres éléments : **la volonté de réduire leurs dépenses** (97% dont 75% une très bonne raison) et **la garantie de la sécurité énergétique** (92% dont 53% une très bonne raison). **Les Américains ont donc une approche comptable de l'efficacité énergétique**, concrète et recentrée localement. D'ailleurs, s'ils insistent sur le rôle des consommateurs dans la promotion de cette efficacité énergétique, ils mettent également en avant le rôle des Etats fédérés, dont l'action est autant voire davantage soulignée que celle de l'Etat fédéral (78% contre 76%).

Un manque de visibilité globale qui se traduit par une relative faiblesse des pratiques écologiques au quotidien

Les Américains semblent manquer d'informations sur les tenants et les aboutissants de l'efficacité énergétique, ce qui les conduit à ne pas toujours adopter de comportements allant dans ce sens. En effet, **l'adoption des gestes quotidiens permettant de réduire la consommation d'énergie** (le remplissage complet de la machine à laver avant son lancement, l'extinction des appareils plutôt que la mise en veille, etc.) **n'apparaît pas encore comme totalement intégrée, notamment au regard du nombre de personnes déclarant faire attention à leur consommation énergétique.**

En conséquence, **les Américains semblent être demandeurs d'informations sur l'impact écologique de ces petits gestes** : ils sont un sur cinq (26%) à souhaiter obtenir davantage d'informations sur ces comportements, ce qui en fait le deuxième thème le plus cité, après les travaux d'aménagement de l'habitat (32%).

Un fort potentiel d'amélioration qui s'appuie sur une meilleure information et un développement des investissements rentables

Les Américains semblent en réalité disposer d'un **fort potentiel pour diminuer leur consommation énergétique**. D'une part, si les comportements quotidiens des Américains ne semblent pas aller dans le sens d'une meilleure efficacité énergétique, **75% d'entre eux se disent prêts à fournir des efforts en termes de temps pour économiser l'énergie, et un sur deux se déclare prêt à modifier ses comportements pour améliorer son efficacité énergétique**. De même, si une majorité d'Américains insiste sur le prix trop élevé des produits économes en énergie (54%), ils sont un tiers à souligner le manque d'information sur ces produits et sur leur prix. Globalement donc, les Américains ne montrent pas d'hostilité particulière au développement de comportements plus économes en énergie, d'autant plus qu'ils **attendent davantage d'information sur les points pour lesquels ils sont actuellement plus réticents**.

D'autre part, **les Américains sont également en attente d'informations sur les travaux d'aménagement de l'habitat.** Cette information semble d'autant plus capitale qu'**une large majorité d'Américains se dit prête à réaliser des investissements dans son logement pour améliorer durablement leur efficacité énergétique** (83% pour le double vitrage, 75% pour une pompe à chaleur, 72% pour un chauffe-eau solaire, 68% pour un système d'alerte en cas de surconsommation, etc.). 70% environ d'entre eux étant propriétaires, **ces investissements rentables sur le long terme constituent d'importants leviers pour optimiser leur consommation énergétique,** d'autant plus que les Américains privilégient d'abord l'aspect financier dans la promotion de l'efficacité énergétique.

* * * * *

Baromètre France / Royaume-Uni / Allemagne / Etats-Unis : « Les citoyens-consommateurs et l'efficacité énergétique »



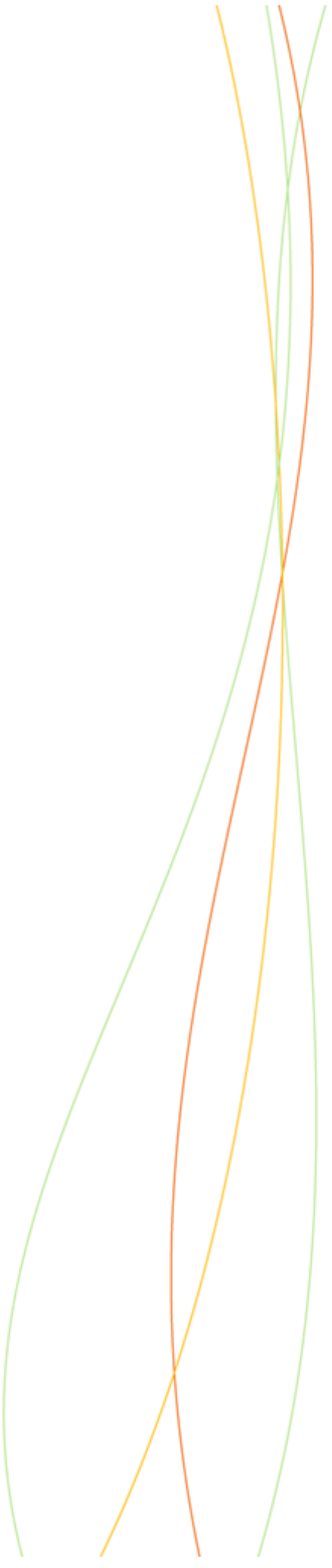
Rapport rédigé par :

Jean-Daniel Lévy, Directeur du Département Opinion & Corporate

Gaspard Lancrey-Javal, Chargé d'études au Département Opinion & Corporate

Méthodologie d'enquête

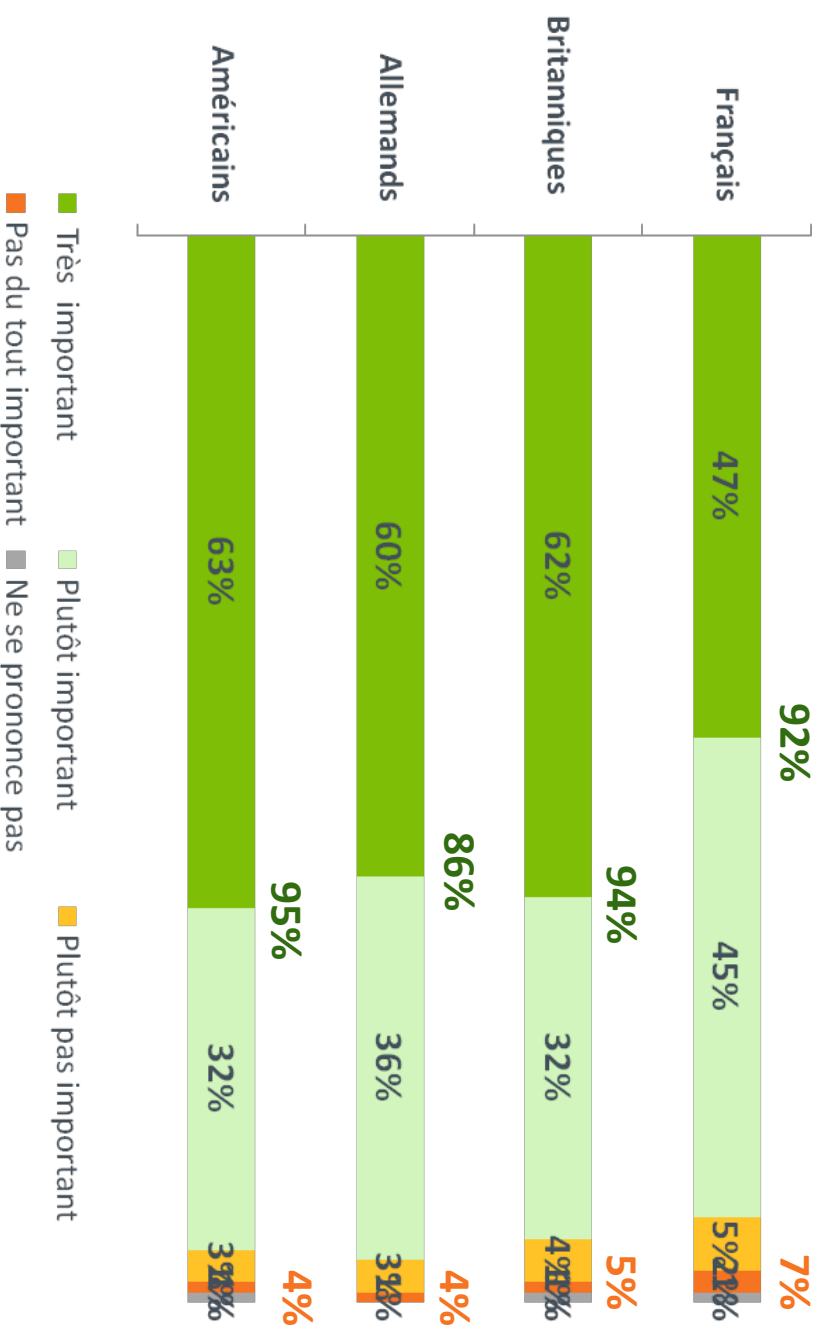
- Enquête réalisée en ligne du 9 au 19 juillet 2011.
- 4 échantillons de 1 000 personnes, soit un **échantillon global de 4 000 personnes**, représentatif de la population de chacun des 4 pays, à partir de l'*access panel Harris Interactive*.
- Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, et statut d'activité de l'interviewé(e).



Définition et motivations de l'efficacité énergétique

Importance attribuée à l'efficacité énergétique

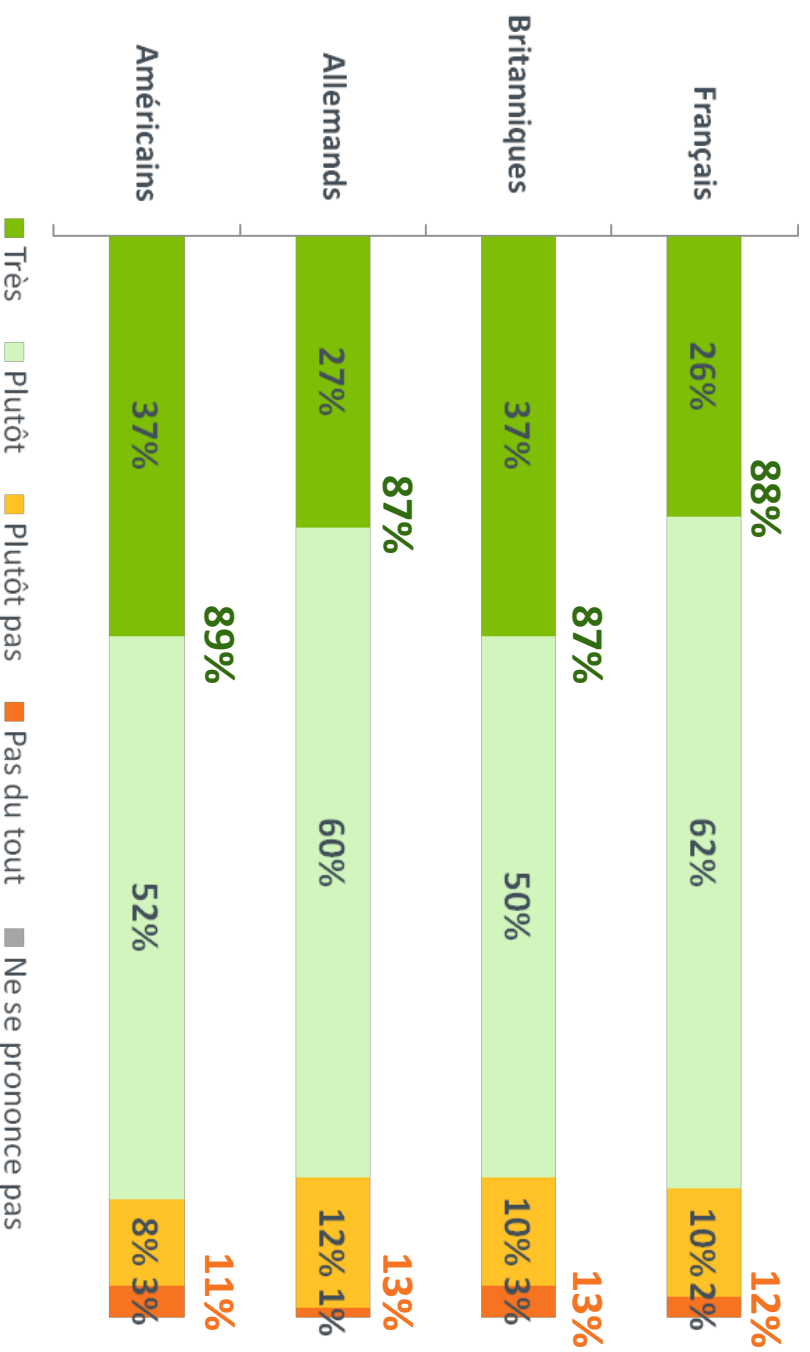
L'efficacité énergétique vise à réduire les consommations d'énergie sans dégrader le service rendu, et par conséquent à diminuer les coûts écologiques, économiques et sociaux liés à la production, à la distribution et à la consommation d'énergie. Diriez-vous que l'efficacité énergétique est un sujet très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important ?



■ Très important ■ Plutôt important ■ Plutôt pas important ■ Pas du tout important

Attention portée à sa propre consommation énergétique

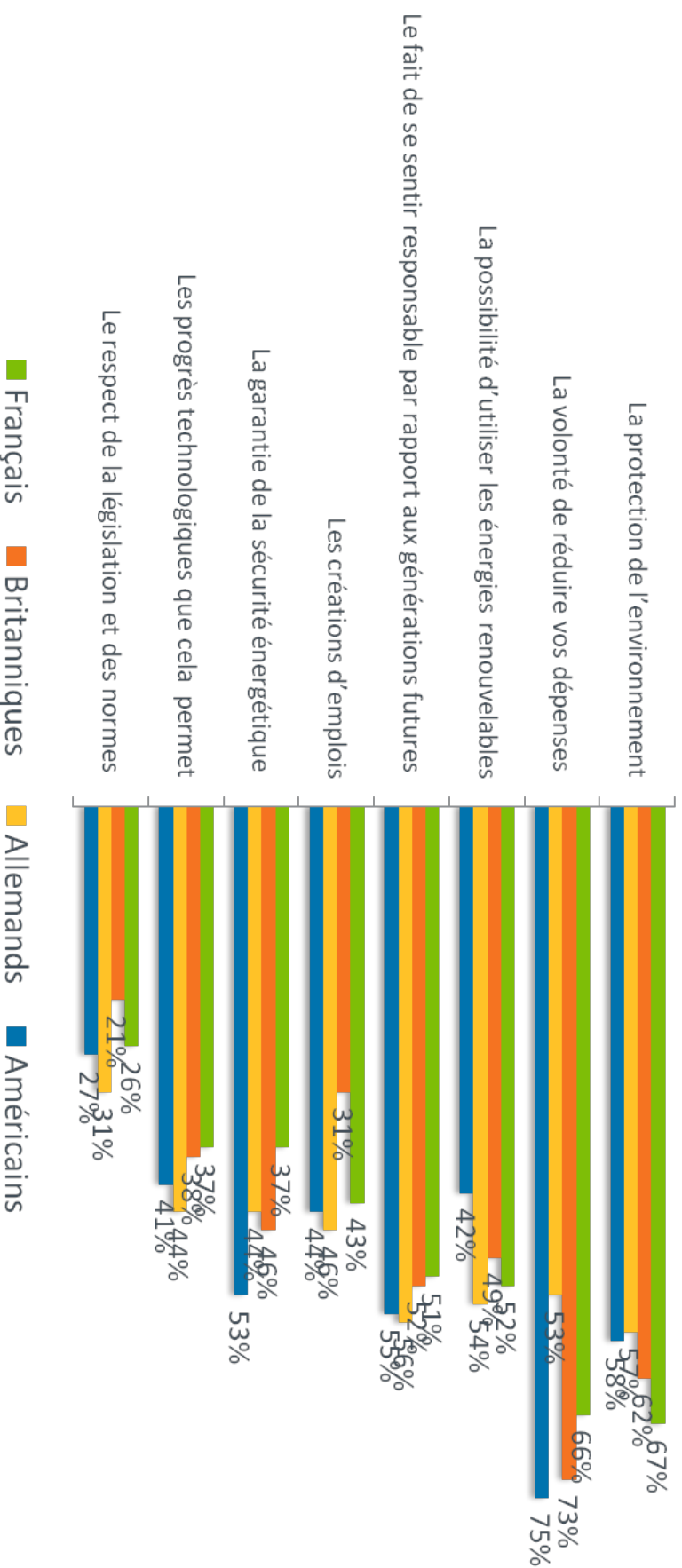
Personnellement, faites-vous très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout attention à votre consommation énergétique ?



Graphique récapitulatif : les bonnes raisons de promouvoir l'efficacité énergétique

Pour chacune des raisons suivantes, estimez-vous que c'est une très bonne, une assez bonne, une assez mauvaise ou une très mauvaise raison de promouvoir l'efficacité énergétique ?

% Très bonne raison

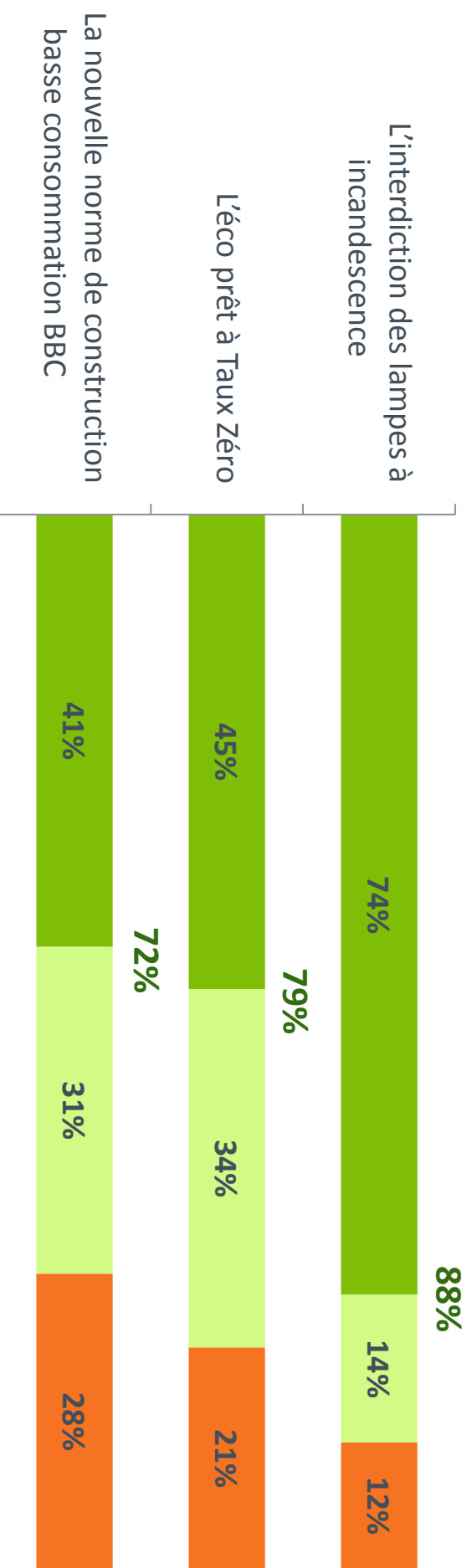


■ Français ■ Britanniques ■ Allemands ■ Américains

Notoriété des mesures en faveur de l'efficacité énergétique en France

Voici différentes mesures qui existent dans votre pays pour promouvoir l'efficacité énergétique. En avez-vous déjà entendu parler ?

Français

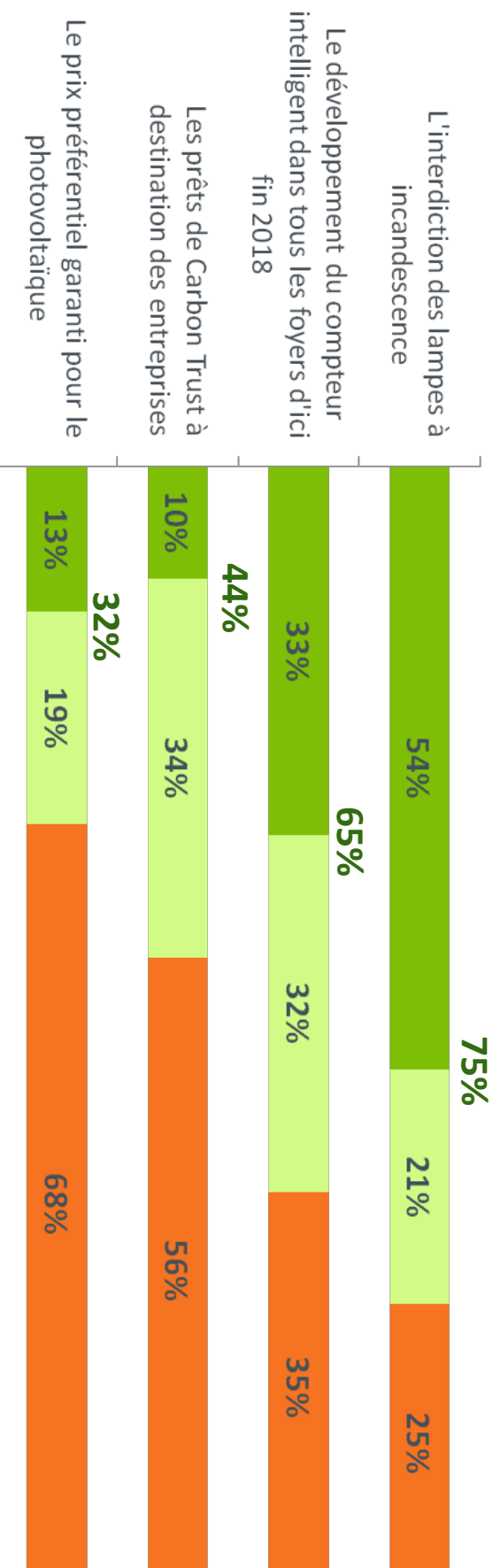


- Oui, et vous voyez bien ce dont il s'agit
- Oui, mais vous ne voyez pas bien ce dont il s'agit
- Non

Notoriété des mesures en faveur de l'efficacité énergétique au Royaume-Uni

Voici différentes mesures qui existent dans votre pays pour promouvoir l'efficacité énergétique. En avez-vous déjà entendu parler ?

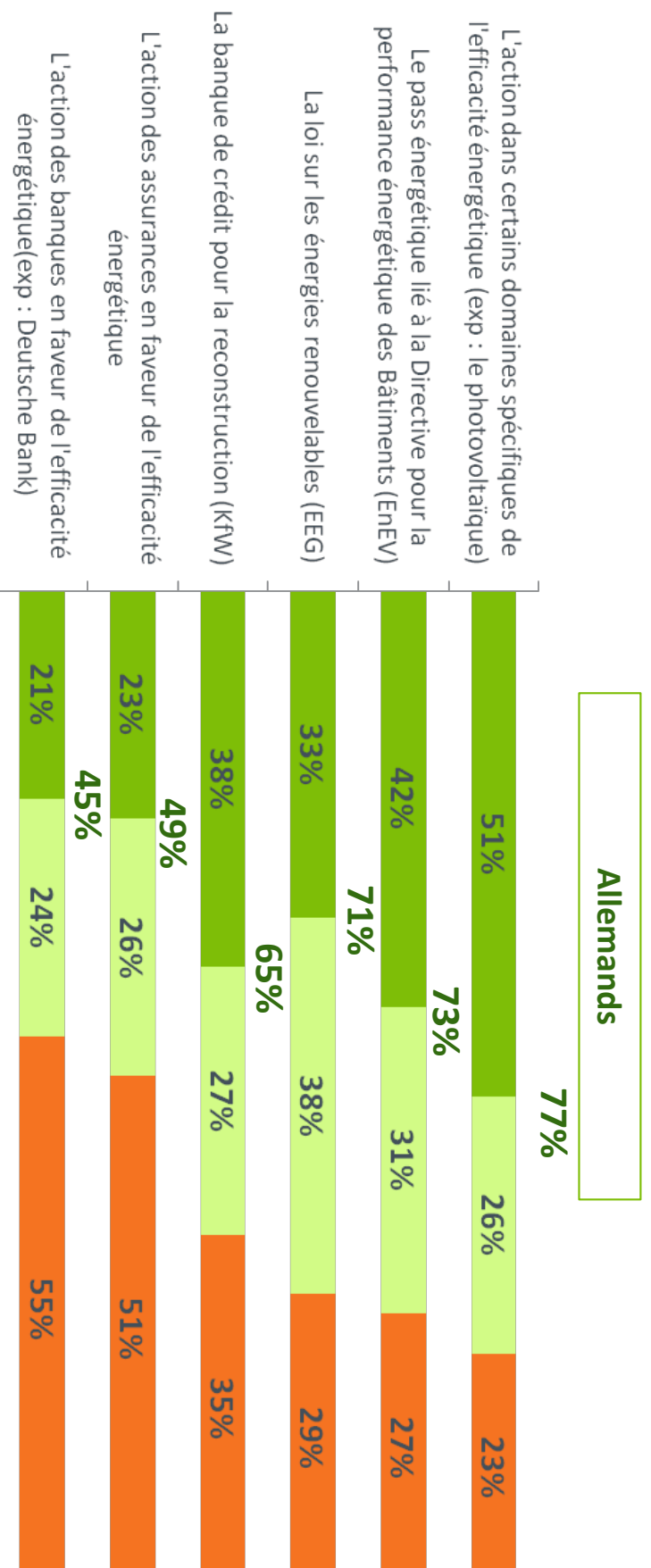
Britanniques



■ Oui, et vous voyez bien ce dont il s'agit ■ Oui, mais vous ne voyez pas bien ce dont il s'agit ■ Non

Notoriété des mesures en faveur de l'efficacité énergétique en Allemagne

Voici différentes mesures ou acteurs qui existent dans votre pays. Avez-vous déjà entendu parler de leur action en faveur de l'efficacité énergétique ?

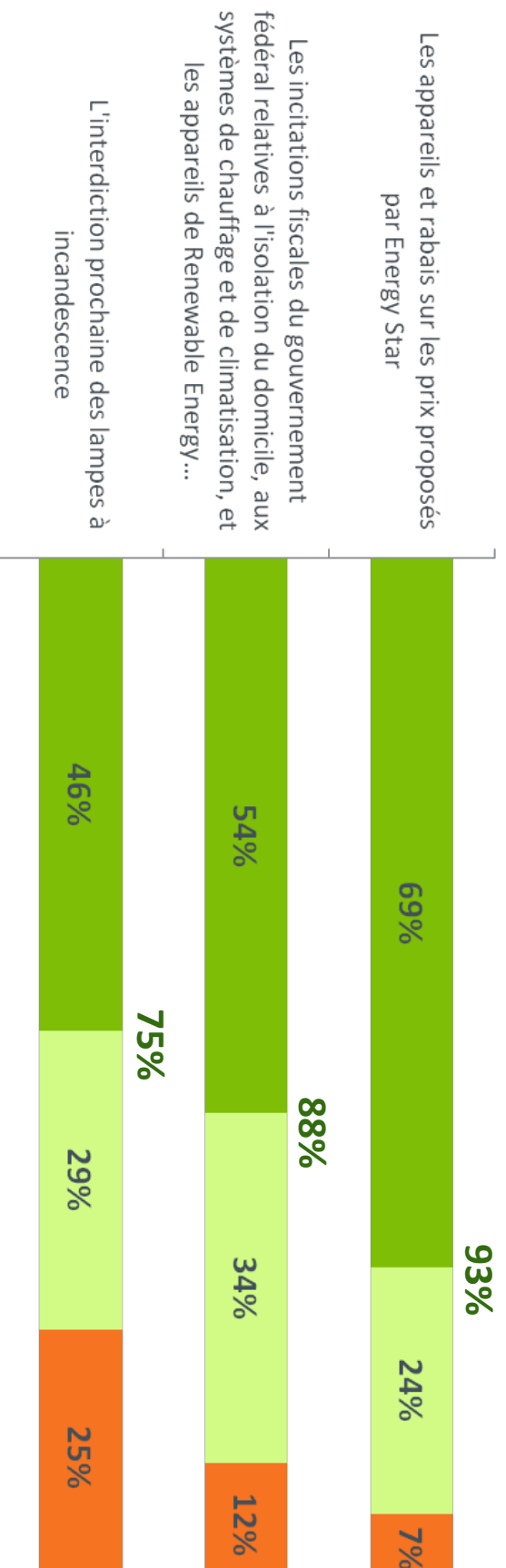


■ Oui, et vous voyez bien ce dont il s'agit ■ Oui, mais vous ne voyez pas bien ce dont il s'agit ■ Non

Notoriété des mesures en faveur de l'efficacité énergétique aux Etats-Unis

Voici différentes mesures qui existent dans votre pays pour promouvoir l'efficacité énergétique. En avez-vous déjà entendu parler ?

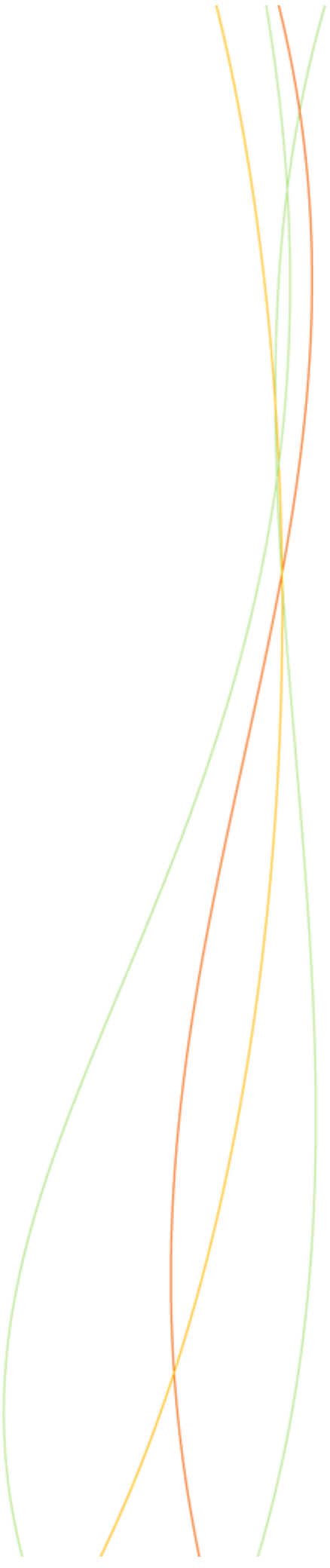
Américains



■ Oui, et vous voyez bien ce dont il s'agit

■ Oui, mais vous ne voyez pas bien ce dont il s'agit

■ Non

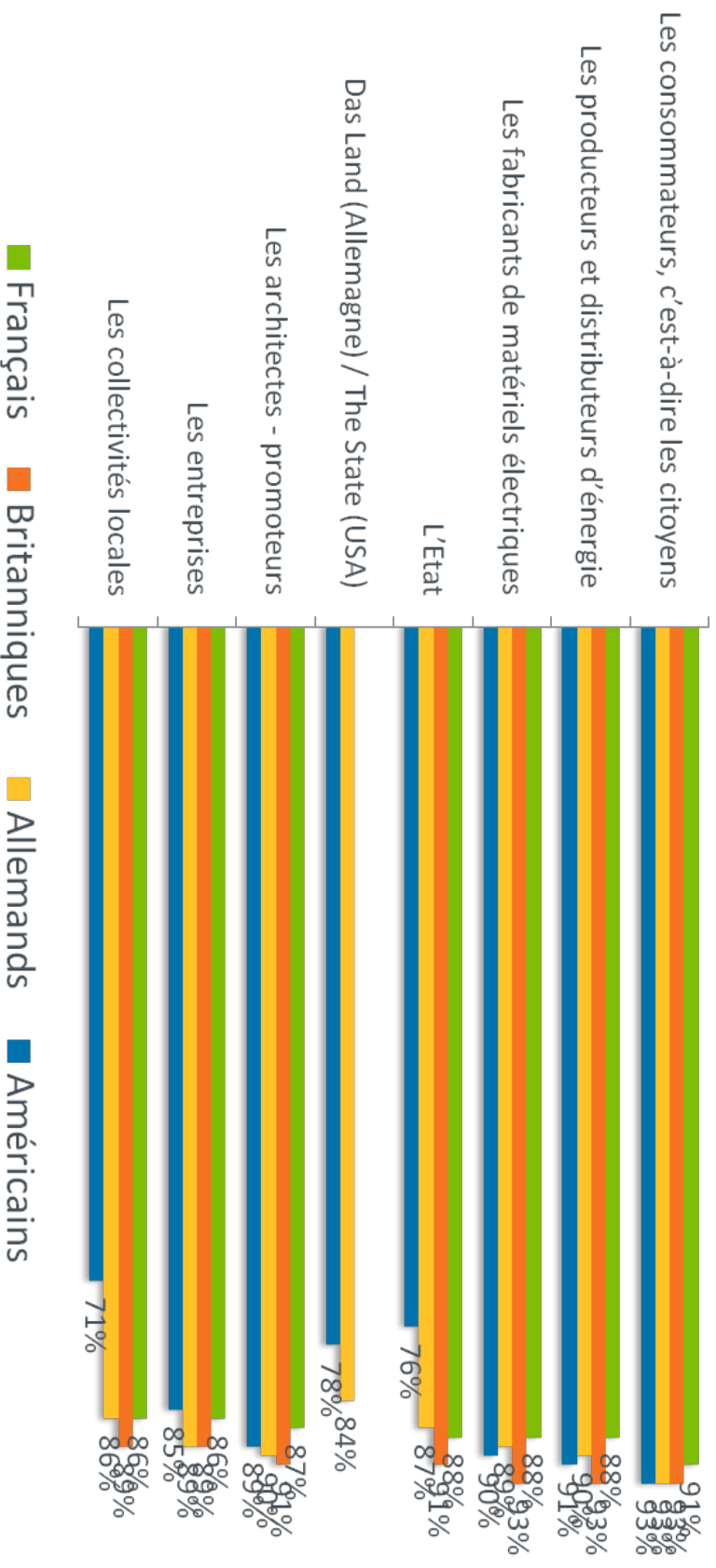


Les acteurs de l'efficacité énergétique

Graphique récapitulatif : les acteurs ayant un rôle à jouer dans la promotion de l'efficacité énergétique (1/2)

Pour chacun des acteurs suivants, estimez-vous qu'il a un rôle très important, assez important, peu important ou pas du tout important à jouer pour promouvoir l'efficacité énergétique ?

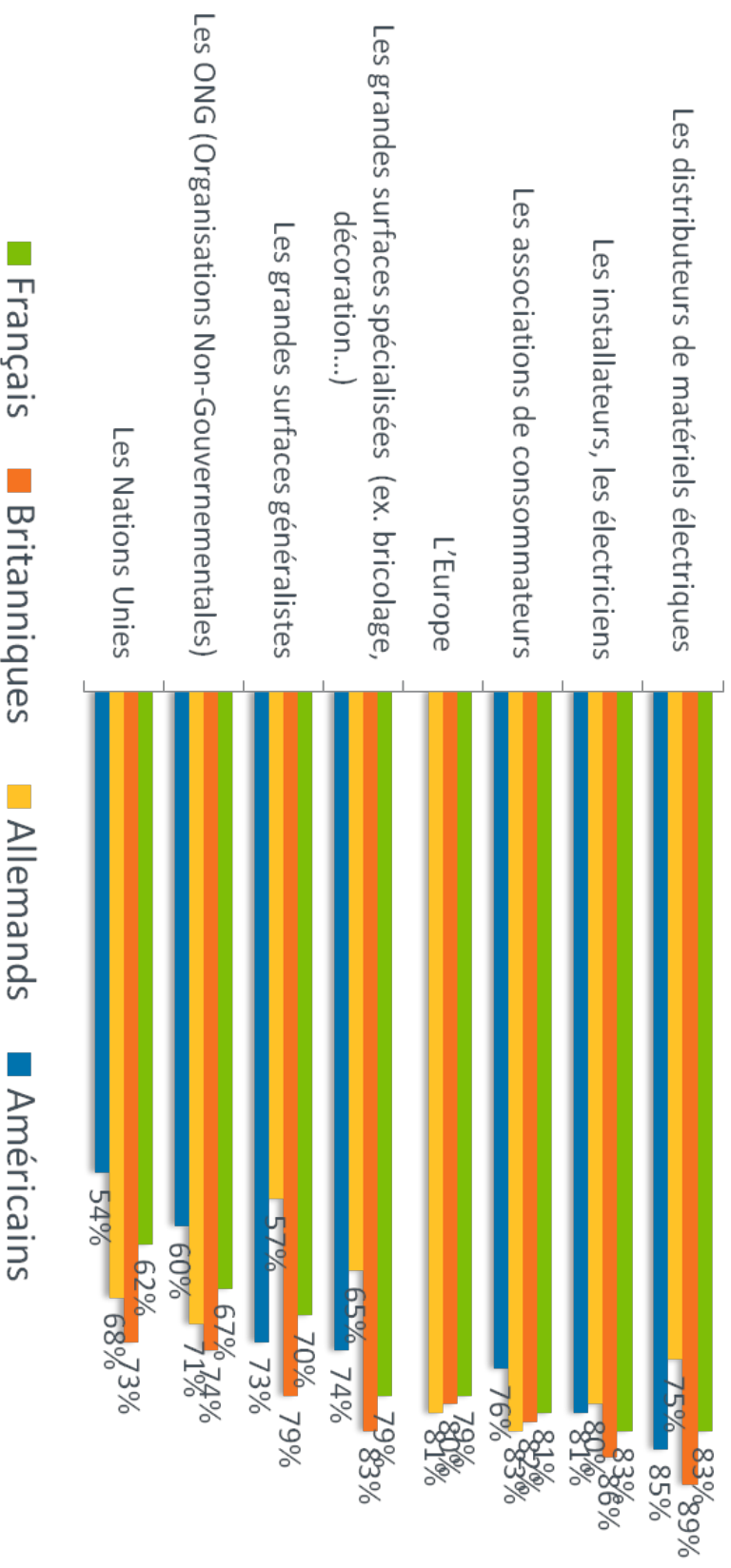
% Important

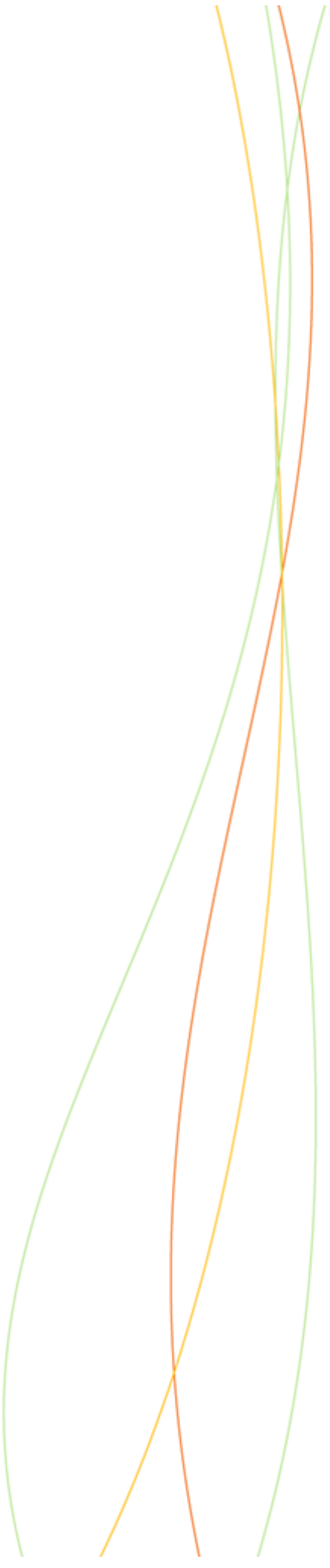


Graphique récapitulatif : les acteurs ayant un rôle à jouer dans la promotion de l'efficacité énergétique (2/2)

Pour chacun des acteurs suivants, estimez-vous qu'il a un rôle très important, assez important, peu important ou pas du tout important à jouer pour promouvoir l'efficacité énergétique ?

% Important



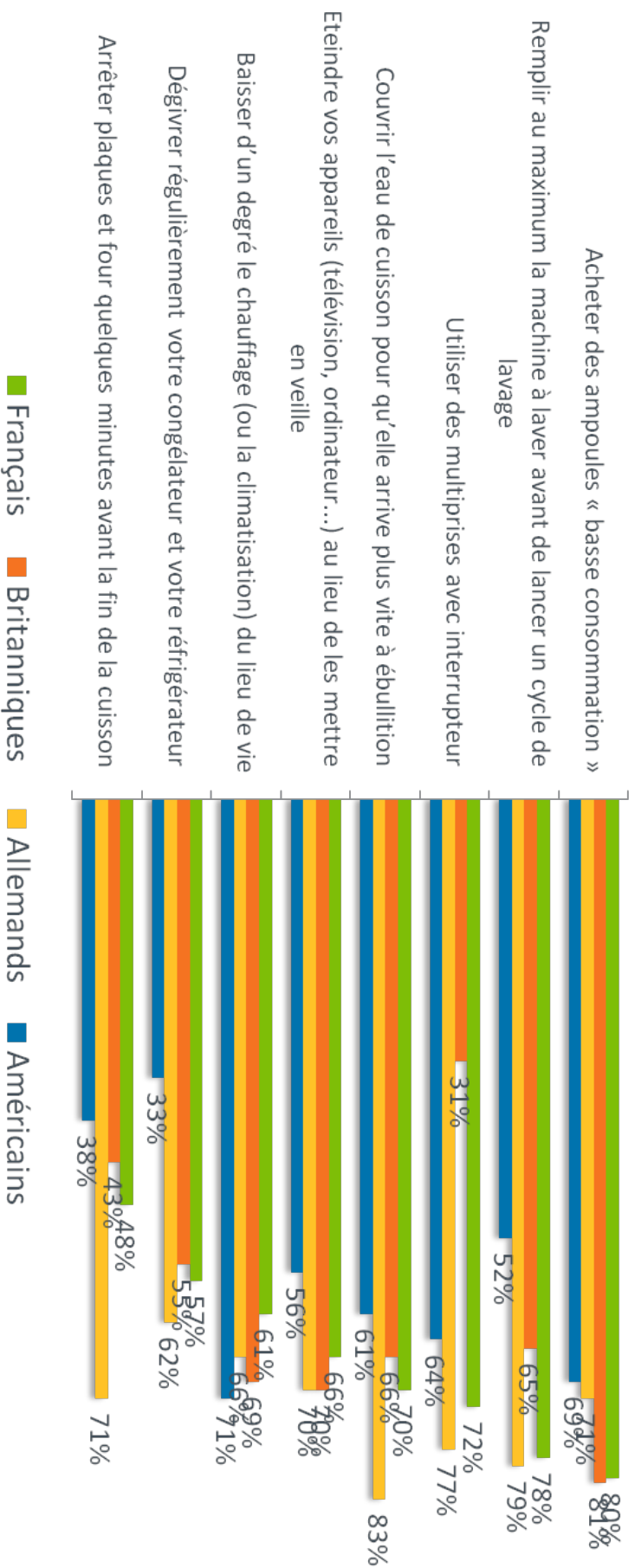


Les gestes de l'efficacité électrique au sein du logement

Graphique récapitulatif : les gestes de l'efficacité électrique

Nous allons parler maintenant plus précisément de l'efficacité électrique au sein de votre logement, à savoir tous les gestes que vous pouvez faire pour utiliser moins d'électricité dans votre vie quotidienne. Pour chacun des gestes suivants, le faites-vous déjà, seriez-vous prêt à le faire ou n'êtes-vous pas prêt à le faire ?

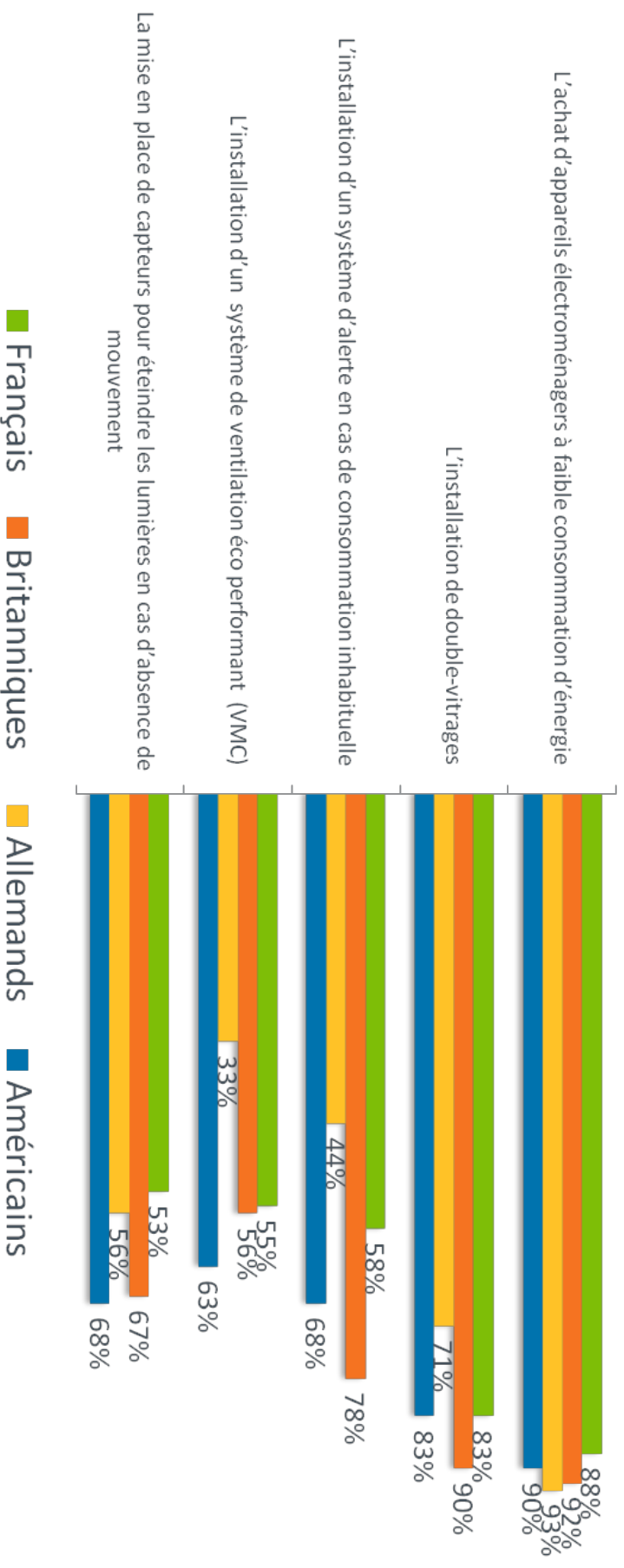
% Le fait déjà



Graphique récapitulatif : les investissements pour améliorer son efficacité énergétique (1/2)

Pour chacun des investissements suivants, l'avez-vous déjà fait ou seriez-vous prêt à le faire, ou n'êtes-vous pas prêt à le faire ?

% l'a déjà fait ou est prêt à le faire

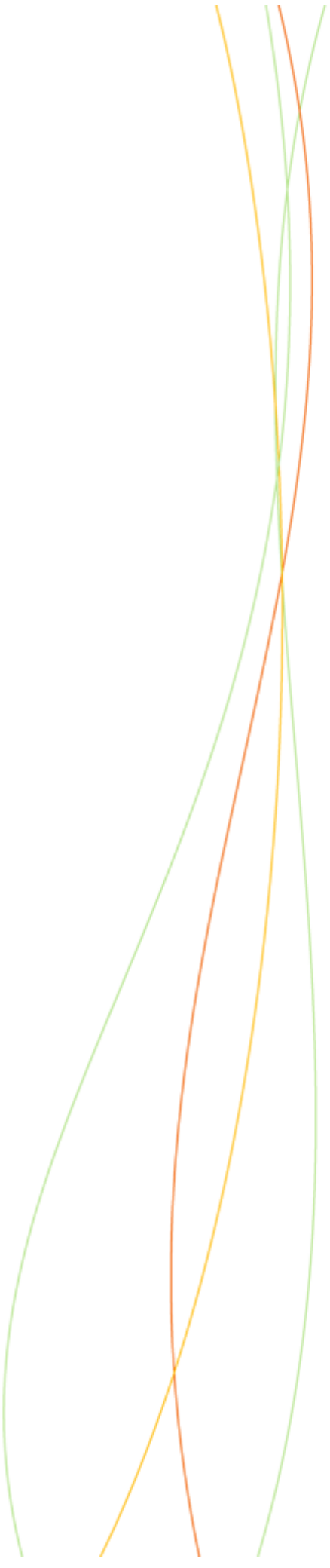


Graphique récapitulatif : les investissements pour améliorer son efficacité énergétique (2/2)

Pour chacun des investissements suivants, l'avez-vous déjà fait ou seriez-vous prêt à le faire, ou n'êtes-vous pas prêt à le faire ?

% l'a déjà fait ou est prêt à le faire

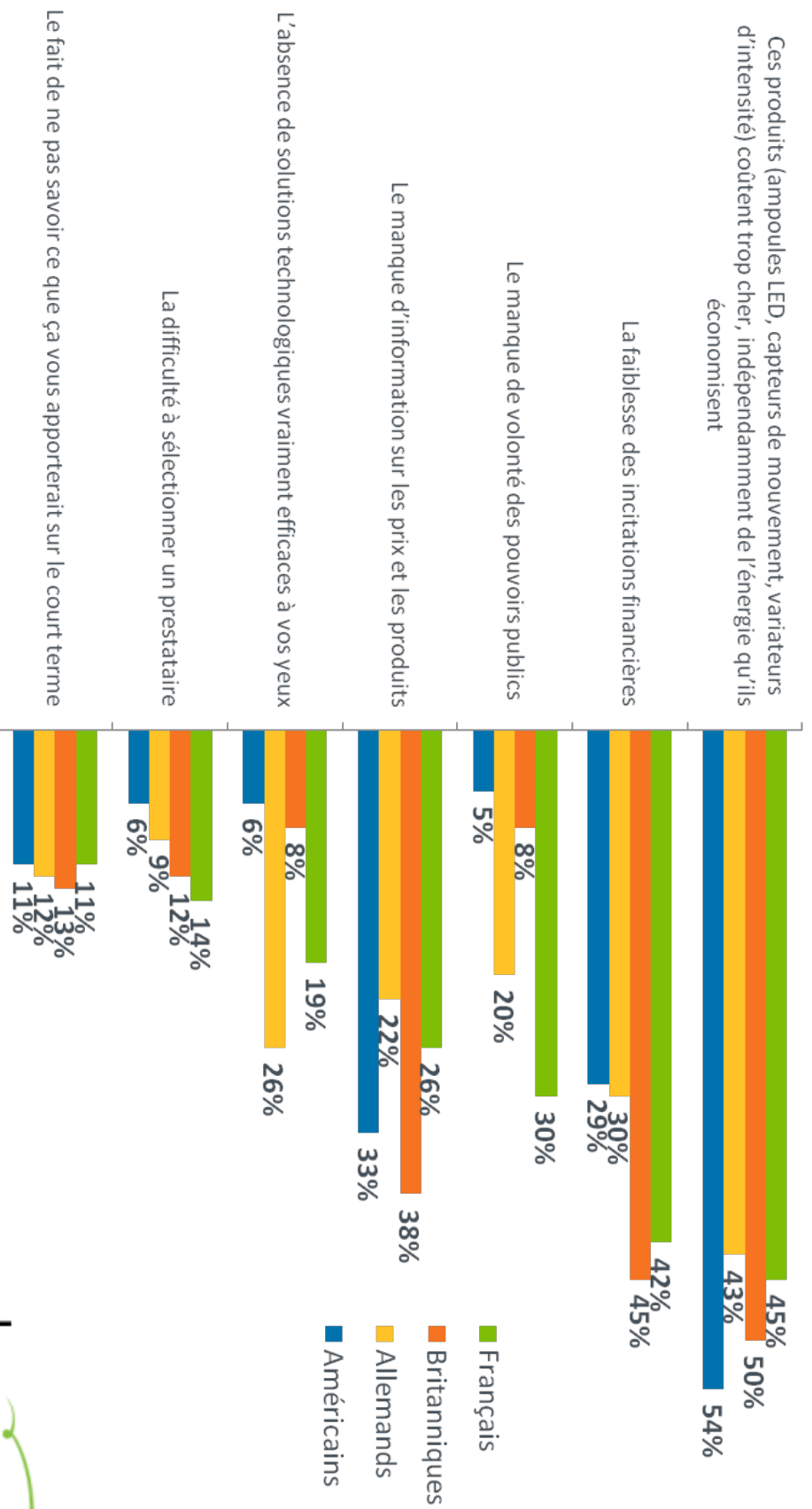




Les freins et les leviers de l'efficacité énergétique

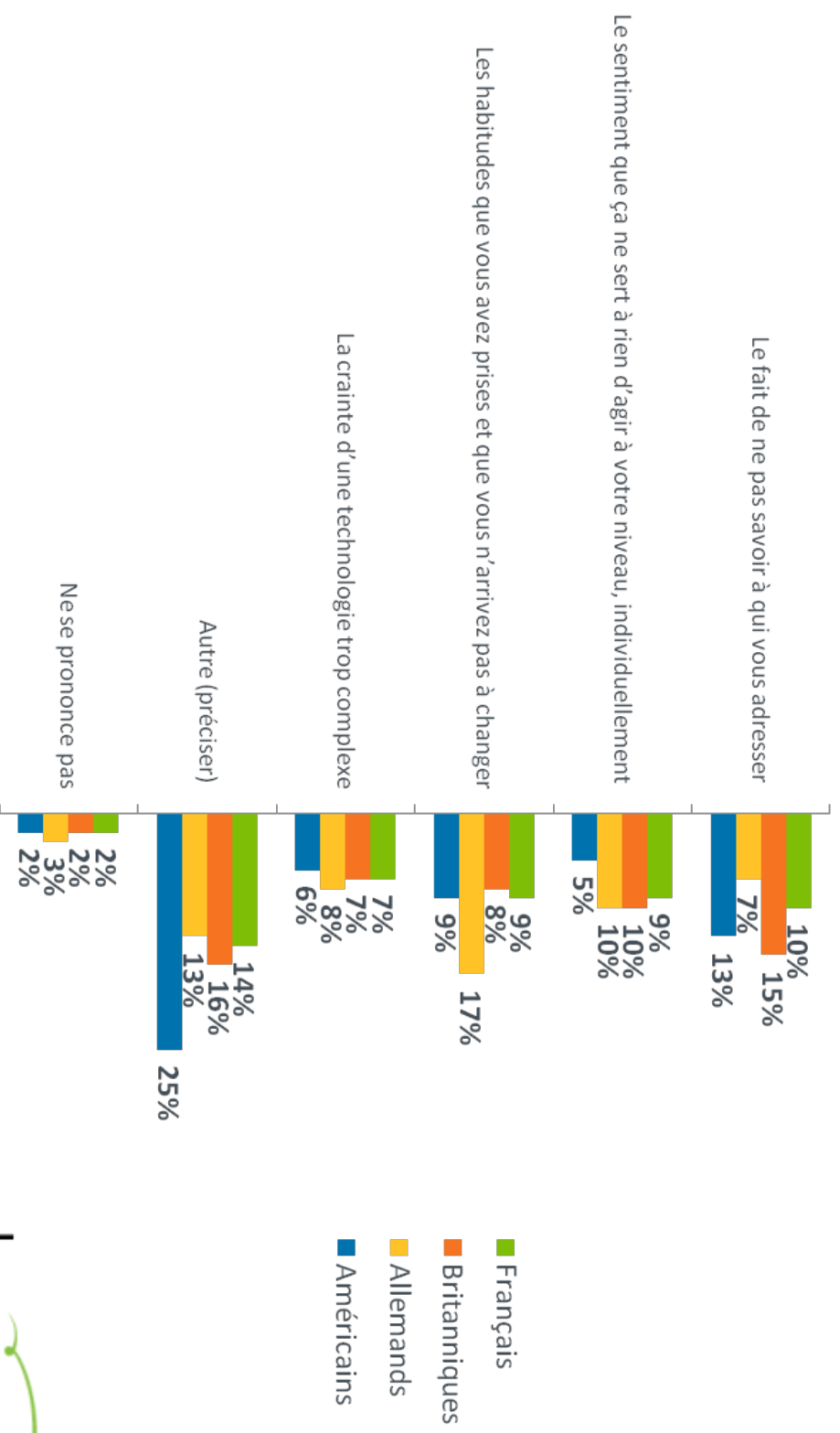
Graphique récapitulatif sur les freins de l'efficacité énergétique (1/2)

Quels sont les principaux freins qui vous empêchent d'économiser l'énergie, d'accroître l'efficacité de votre consommation énergétique ? (3 réponses possibles)



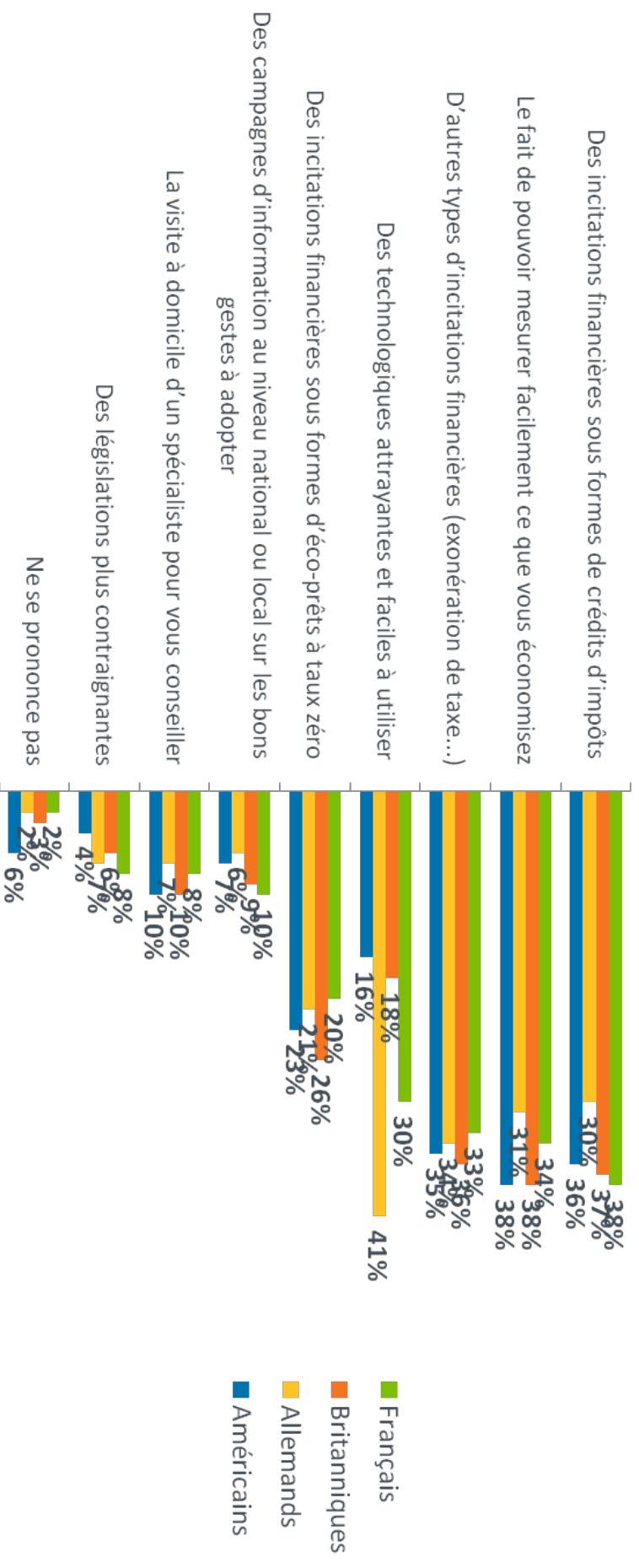
Graphique récapitulatif sur les freins de l'efficacité énergétique (2/2)

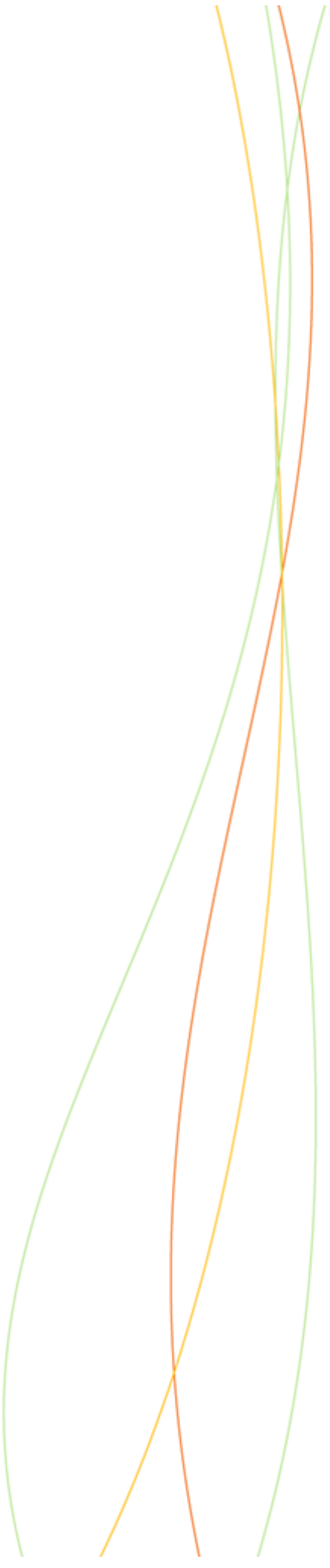
Quels sont les principaux freins qui vous empêchent d'économiser l'énergie, d'accroître l'efficacité de votre consommation énergétique ? (3 réponses possibles)



Les leviers de l'efficacité énergétique sont également d'ordre financier

Quels sont les principaux éléments qui vous incitent ou vous inciteraient à économiser l'énergie, à accroître l'efficacité de votre consommation énergétique ? (2 réponses possibles)

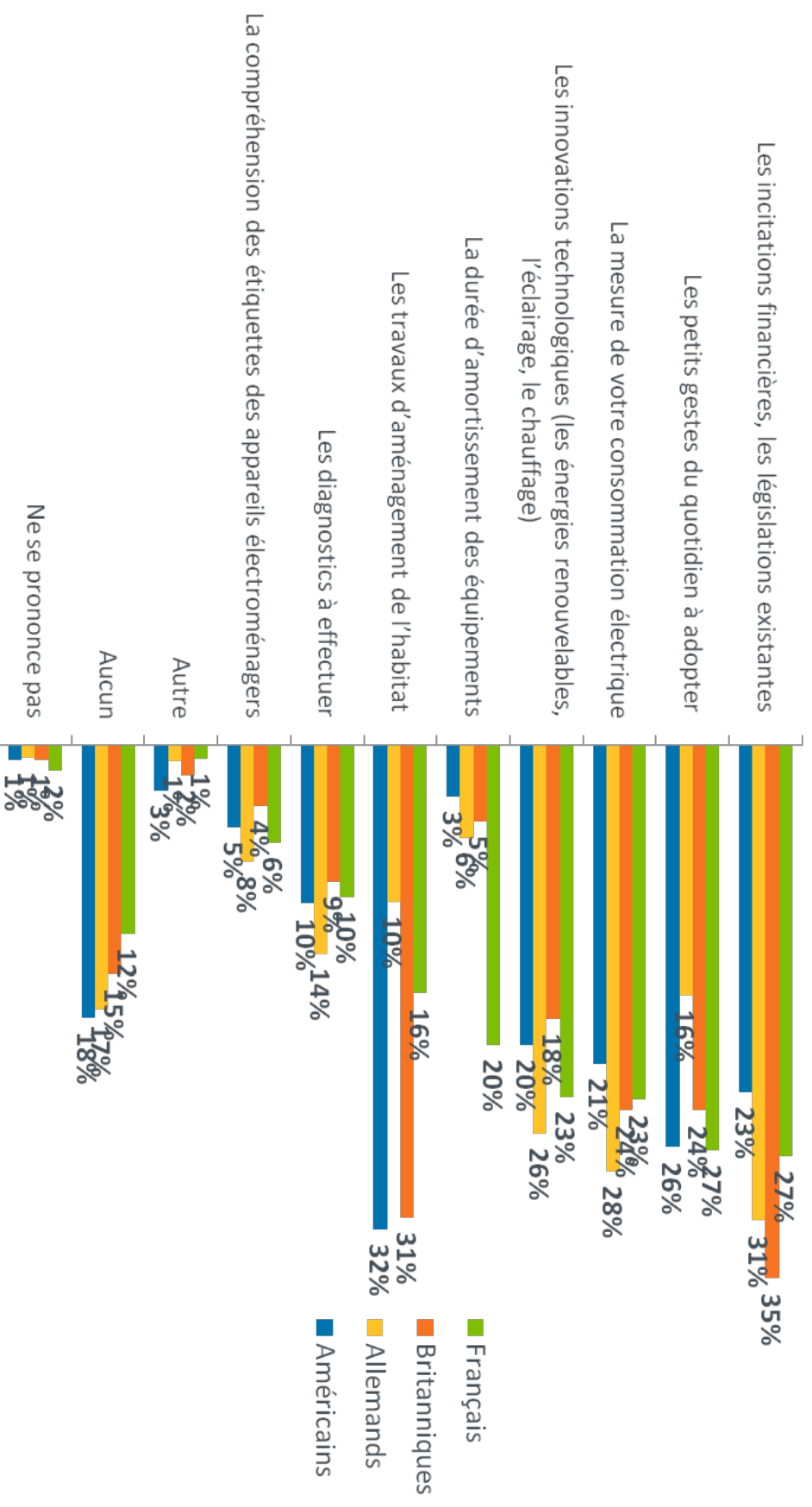




Les attentes et les efforts futurs

Les répondants attendent principalement des informations sur les incitations financières, les petits gestes à adopter, et la mesure de leur consommation

Sur quels thèmes souhaiteriez-vous en priorité recevoir des informations ? (2 réponses possibles)



Graphique récapitulatif : les répondants sont prêts à consacrer du temps, et à investir sur des équipements rentables à terme

Et vous personnellement, quels efforts supplémentaires êtes-vous prêt à faire pour économiser l'énergie ?

% Prêt

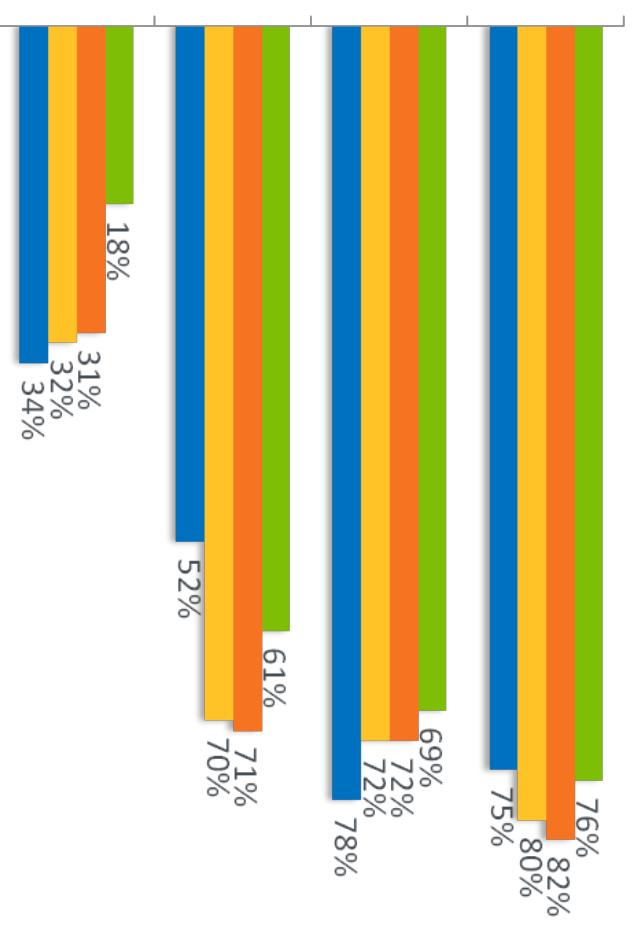
Des efforts en termes de temps : passer plus de temps à certaines tâches, adopter certains gestes contraignants en termes de temps comme fermer toutes les multiprises dans votre logement chaque soir

Des efforts pour investir dans des équipements plus chers mais rentables à court ou moyen termes

Des efforts en termes de renoncement à certaines pratiques ou certains équipements de 'confort' : renoncer au sèche linge, prendre des douches plus fraîches, limiter le nombre de vos appareils électroniques

Des efforts budgétaires : payer plus cher votre énergie

■ Français ■ Britanniques ■ Allemands ■ Américains



ECLAIRAGE DE JEAN-MARIE CHEVALIER SUR L'ETUDE

*PROFESSEUR A L'UNIVERSITE PARIS-DAUPHINE, CENTRE DE GEOPOLITIQUE DE L'ENERGIE
ET DES MATIERES PREMIERES (CGEMP)*

L'accroissement de l'efficacité énergétique est une priorité stratégique majeure de toute politique énergétique. Nous disposons sur ce sujet d'une étude conduite par Harris Interactive en juillet 2011, à la demande de Rexel, qui compare la perception de l'efficacité énergétique par les « citoyens consommateurs » dans quatre pays : la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et les Etats-Unis. Un certain nombre de conclusions importantes pourraient être utiles aux gouvernements et aux partis politiques pour définir la politique énergétique et aussi aux entreprises du secteur pour redéfinir leurs priorités stratégiques.

1. Les ménages ont conscience de l'importance de l'efficacité énergétique

Entre 86 % et 92 % des Allemands, des Américains, des Britanniques et des Français accordent de l'importance à l'efficacité énergétique. Entre 87 % et 89 % se déclarent attentifs à leur consommation énergétique, la première raison évoquée étant la réduction de la consommation, donc de la facture. Cette conscience reflète une bonne analyse de la situation. En effet, à moyen et long termes, le prix de l'énergie est appelé à être plus élevé que dans le passé. Des tensions pèsent sur l'équilibre offre/demande, que ce soit pour le pétrole, le gaz ou l'électricité : frénésie de la demande de produits pétroliers et d'électricité chez les pays émergents, retard des investissements, débats difficiles sur la contribution du nucléaire. En outre, l'accélération du réchauffement climatique est de plus en plus alarmante et devrait inciter à accroître l'efficacité énergétique, à développer des énergies moins intenses en carbone et à réduire les émissions. Dans ce contexte, il existe deux façons de s'adapter : l'efficacité énergétique (les économies d'énergie) et la diversification des bilans énergétiques.

2. L'étude vient confirmer les changements de comportement des Français à l'égard de l'efficacité énergétique dans les dernières années

Depuis 2008, avec la hausse du prix des carburants et l'introduction du bonus-malus automobile, les particuliers consomment moins de carburant. Selon les chiffres de juin 2011 du Comité Professionnel Du Pétrole (CPDP), les livraisons de carburants sur le marché français ont diminué de 3,1 % par rapport à juin 2010. Il y a probablement une modification définitive de leurs comportements. Dans le même ordre d'idée, l'étude commanditée par Rexel souligne que 91 % des Français estiment que c'est au consommateur d'agir pour l'efficacité énergétique, avant l'Etat ou les industriels – ce qui constitue une indication intéressante concernant la responsabilisation des Français à l'égard de cette thématique.

3. Des quatre nationalités sondées, les Français paraissent légèrement moins impliqués sur le sujet de l'efficacité énergétique, puisque seulement 47 % y accordent une très grande importance, contre environ 60 % pour les Allemands, les Américains et les Britanniques

Peut-être peut-on voir ici une trace du modèle énergétique français, fondé sur le nucléaire et une électricité globalement peu onéreuse. Il est probable que cette implication pourrait évoluer dans les années à venir. Les pouvoirs politiques devraient probablement accélérer cette prise de conscience. D'une part, les tarifs de l'électricité, politiquement bloqués, empêchent le consommateur français de prendre conscience de la nécessaire augmentation du prix de l'électricité à venir. L'électricité est artificiellement moins chère en France car les tarifs ont été maintenus à un niveau bas alors que les coûts pour EDF continuent à progresser. Les tarifs vont devoir être augmentés à court ou moyen terme car tous les indicateurs économiques tendent à montrer que les coûts vont augmenter et que les prix doivent refléter cette tendance. D'autre part, la France connaît une modification de sa situation en matière d'électricité : exportateur structurel depuis une vingtaine d'années, nous sommes aujourd'hui importateurs en hiver, dépendant de notre voisin allemand, qui a pris des décisions stratégiques lourdes avec l'abandon du nucléaire.

En effet, depuis quelques années, nous connaissons chaque hiver de nouveaux pics de consommation d'électricité (93.752 mégawatts le 14 décembre 2010, selon les données publiées par Réseau de Transport d'Electricité (RTE), contre 93.080 mégawatts le 11 février 2010). Le niveau de ce pic devrait malheureusement augmenter d'année en année dans les dix ans qui viennent. La France importe donc son électricité dans ces périodes de pic, notamment en provenance de l'Allemagne. Il est possible que l'abandon du nucléaire par l'Allemagne ait de graves conséquences sur nos capacités à « passer » les pics.

4. Les méthodes d'efficacité énergétique sont d'autant plus complexes à mettre en œuvre que nous traversons une crise économique majeure, qui contraint les budgets des Etats, des collectivités et des particuliers

Jusqu'à présent, les Etats utilisaient le levier des incitations fiscales et financières pour modifier les comportements des acteurs économiques. La crise, en exerçant une forte pression sur les capacités budgétaires des Etats, remet en cause cet ensemble d'incitations.

Les leviers majeurs d'efficacité énergétique se situent donc dans les comportements des ménages. Ceux-ci, nous le savons, sont sensibles à l'impact financier de l'efficacité énergétique. Selon l'étude, les ménages français sont prêts à investir dans des équipements plus chers mais rentables à court ou moyen terme (69 %), mais pas à dépenser plus sans gain potentiel ultérieur (18 %). Les résultats sont comparables dans les autres pays étudiés.

Ces résultats sont corroborés par plusieurs enquêtes, notamment l'Eurobaromètre d'avril 2011, qui montrent que les consommateurs ne sont pas prêts à payer plus cher leur énergie et sont prêts à mettre en œuvre des mesures d'efficacité énergétique à condition d'en limiter l'impact budgétaire dans le temps. Les citoyens-consommateurs sont très sensibles aux prix de l'énergie, la classe politique le sait mais, plutôt que d'entretenir des illusions, il serait préférable d'activer des leviers visant à accroître l'efficacité énergétique. Ce besoin exprimé doit alerter l'ensemble des décideurs de la chaîne de l'énergie : quels moyens sont offerts aux ménages pour mesurer leur consommation énergétique et les gains qu'ils peuvent réaliser ?

5. Les consommateurs, pour s'engager davantage dans des comportements d'efficacité énergétique, attendent des informations relatives à leur consommation d'électricité et aux gains qu'ils peuvent attendre de leurs changements de comportement ou de leurs investissements

L'étude met en évidence un écart relativement important entre l'intérêt des ménages pour la mise en œuvre de l'efficacité énergétique et la connaissance précise qu'ils en ont. Ceci est d'autant plus dommageable qu'ils se disent prêts à allouer du temps pour adopter certains gestes pour économiser de l'énergie (76 % des Français se disent prêts). Cette disponibilité en temps est un élément très important qui était jusque là sous-estimé.

Le compteur intelligent, associé aux réseaux électriques du futur (smart grids), est probablement l'une des clés dans l'adoption de mesures d'efficacité énergétique : ils permettront à chacun de mesurer sa consommation et le retour financier sur les investissements effectués. Ces réseaux permettront de développer les énergies renouvelables, et d'installer un ensemble de matériels électriques dans les bâtiments, afin de moduler la consommation d'énergie en fonction du prix et de la capacité de production, par exemple.

A plus court terme, les Français doivent pouvoir recevoir davantage d'informations sur la rentabilité des produits et services d'efficacité énergétique qui leur sont proposés.