

*« Les citoyens-consommateurs face aux enjeux de l'efficacité énergétique » :  
Rexel dévoile les résultats du 1<sup>er</sup> baromètre international  
réalisé avec Harris Interactive*

**EUROPÉENS ET AMÉRICAINS MOBILISÉS POUR RÉDUIRE  
LEUR CONSOMMATION ÉLECTRIQUE MAIS EN ATTENTE  
D'INFORMATION ET DE CONSEILS EXPERTS**

L'efficacité énergétique vise à réduire les consommations d'énergie sans dégrader le service rendu et par conséquent à diminuer les coûts économiques, écologiques et sociaux. Cet enjeu est bien connu des professionnels, mais comment les citoyens français, anglais, allemands et américains perçoivent-ils l'efficacité énergétique ? Comment économisent-ils l'énergie au sein de leurs foyers ? Quels efforts sont-ils prêts à faire pour changer leurs comportements ?

Pour répondre à ces questions clés, Rexel, un leader mondial de la distribution de matériel électrique, a mandaté l'institut Harris Interactive pour interroger un échantillon représentatif de la population dans ces 4 pays<sup>1</sup>. Les résultats de ce premier baromètre montrent que l'efficacité énergétique est au cœur des préoccupations :

- **Près de 9 citoyens sur 10 considèrent l'efficacité énergétique comme un enjeu important.** Ils se considèrent comme promoteurs et premiers acteurs de l'efficacité électrique, mais reconnaissent avoir une connaissance superficielle des mesures existantes.
- **Des petits gestes quotidiens aux installations dédiées, les ménages sont globalement engagés.** A titre d'exemple : 80 % des Français achètent des ampoules à basse consommation et 72 % utilisent des multiprises avec interrupteur.
- **La problématique de l'efficacité énergétique est fortement influencée par les considérations financières.** La mesure des économies réalisées est primordiale dans la décision d'investir dans de nouveaux équipements.
- **Les distributeurs de matériels électriques ont un rôle important à jouer dans la promotion de l'efficacité électrique,** et ce pour 83 % des Français.

Au cœur de la filière électrique, Rexel réaffirme, en publiant cette étude, son expertise en matière de solutions d'efficacité énergétique et sa participation active à leur développement en partenariat avec les fabricants, installateurs et donneurs d'ordre... Afin de contribuer à la compréhension des enjeux de l'efficacité électrique, Rexel a également créé le site d'information [www.efficacite-electrique.fr/](http://www.efficacite-electrique.fr/).

*« Ce baromètre montre que la transition vers un nouveau modèle énergétique est en route. En tant que leader mondial de la distribution de matériel électrique, Rexel est particulièrement mobilisé pour accélérer ce changement, accompagner les clients pour concevoir des solutions éco-efficaces et continuer à jouer un rôle moteur sur les questions d'efficacité énergétique au sein de la filière électrique »,* déclare Jean-Charles Pauze, Président du Directoire de Rexel<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Enquête réalisée en ligne du 9 au 19 juillet 2011. Échantillons de 4 000 personnes représentatifs de la population dans chacun des 4 pays, à partir de l'access panel Harris Interactive. Échantillons représentatifs de : 1 000 personnes en France, 1 000 personnes en Allemagne, 1 000 personnes en Grande-Bretagne et 1 000 personnes aux États-Unis. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge et statut d'activité de l'interviewé.

<sup>2</sup> Voir Interview de Jean-Charles Pauze

## **Un enjeu « important » pour près de 9 citoyens sur 10 mais une connaissance superficielle des mesures existantes**

Les répondants des quatre pays s'accordent pour attribuer une forte importance au sujet de l'efficacité énergétique : selon les pays, entre 86 % et 95 % des répondants jugent en effet ce sujet « important », dont près de deux tiers « très important ».

Si les citoyens se montrent attentifs à la question de l'efficacité énergétique et estiment connaître les mesures mises en place dans leur pays, cette connaissance s'avère parfois superficielle. Ainsi, en France, 4 répondants sur 5 ont entendu parler de l'éco Prêt à Taux Zéro, mais seuls 45 % d'entre eux voient précisément ce dont il s'agit. Concernant la nouvelle norme de construction basse consommation BBC, 72 % des répondants en ont entendu parler, dont 31 % ne voient pas précisément ce dont il s'agit.

Les répondants soulignent leurs attentes en matière d'information : incitations financières et législations existantes (pour 27 % des Français et 35 % des Britanniques), suivi de leur consommation électrique (pour 23 % des Français et 28 % des Allemands) et découverte d'innovations technologiques (pour 23 % des Français et 26 % des Allemands).

## **Des petits gestes quotidiens aux installations dédiées, des ménages globalement engagés**

Sensibles à la question de l'efficacité énergétique, les Européens et les Américains réalisent déjà dans leur logement de nombreux gestes quotidiens pour économiser l'énergie. A titre d'exemple : 80 % des Français achètent des ampoules à basse consommation et 72 % utilisent des multiprises avec interrupteur.

Côté installation, si 88 % des Français privilégient les équipements à faible consommation d'énergie, 53 % déclarent être prêts à installer (ou l'ont déjà fait) des capteurs pour éteindre les lumières en cas d'absence de mouvement et 42 % un système de chauffage éco-performant.

## **La problématique de l'efficacité énergétique fortement influencée par les considérations financières**

Les répondants affirment être prêts à trois types d'efforts pour accroître leur efficacité énergétique : efforts en termes de temps (76 % en France, 82 % au Royaume-Uni), investissement dans des équipements plus chers à l'achat mais rentables à court ou moyen terme (69 % en France, 78 % aux Etats-Unis) ou encore renoncement à certaines pratiques de confort (71 % au Royaume-Uni, 61 % en France, 52 % aux Etats-Unis). La grande attention portée par les répondants à leur budget les pousse ainsi à osciller entre leur souci de dépenser moins à court terme et leur intérêt affirmé pour des investissements réduisant le coût de leur énergie à court ou moyen terme.

## **Rexel : un leader engagé pour favoriser la promotion des solutions d'efficacité électrique**

Pour 83 % des Français, les distributeurs de matériel électrique ont un rôle important à jouer dans la promotion de l'efficacité électrique. Rexel s'engage ainsi pour promouvoir l'efficacité électrique en participant activement aux débats et prises de position de la filière mais aussi en formant et informant les installateurs via ses 2 200 points de vente et avec son site dédié [www.efficacite-electrique.fr](http://www.efficacite-electrique.fr).

Présent dans 36 pays, le Groupe Rexel conseille ses clients et sélectionne pour eux les meilleures solutions pour maîtriser l'énergie dans les bâtiments, optimiser l'éclairage et le chauffage, installer des dispositifs intelligents de pilotage et de régulation de la consommation électrique.

Rexel poursuit sa stratégie de renforcement dans les services à travers l'enrichissement de ses compétences, notamment dans les domaines de l'audit et du diagnostic énergétique, et du conseil en Bâtiment Basse Consommation (BBC).

#### **A propos de Rexel**

Leader mondial de la distribution de matériel électrique, Rexel sert trois marchés finaux : l'industrie, la construction résidentielle et la construction tertiaire. Le Groupe est présent dans 36 pays, à travers un réseau d'environ 2 200 agences et emploie 28 000 collaborateurs. Rexel a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 12 milliards d'euros. Son principal actionnaire est un groupe d'investisseurs dirigé par Clayton Dubilier & Rice, Eurazeo et BAML Capital Partners.

Rexel est coté sur le marché Eurolist d'Euronext Paris (compartiment A, symbole RXL, code ISIN FR0010451203) et intégré dans les indices suivants : SBF 120, CAC Mid 100, CAC AllTrade, CAC AllShares, FTSE EuroMid, FTSE4Good et STOXX600. *Pour plus d'informations, vous pouvez consulter le site [www.rexel.com](http://www.rexel.com)*

Pour en savoir plus sur les offres et la démarche de responsabilité environnementale de Rexel : <http://www.rexel.com/fr/engagements>

Pour en savoir plus sur l'efficacité énergétique : <http://www.efficacite-electrique.fr>, un magazine en ligne de Rexel à destination de sa filière.

#### **A propos de Harris Interactive**

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6ème rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004. Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter [www.harrisinteractive.fr](http://www.harrisinteractive.fr)

#### **CONTACTS PRESSE**

Pénélope Linage  
☎ +33 1 42 85 76 28  
plinage@rexel.com

Floriane Geroudet / Séverine Godet  
☎ +33 1 56 03 14 79  
rexel-presse@i-e.fr



- Quel que soit le pays considéré, les répondants jugent que **la promotion de l'efficacité énergétique doit impliquer à la fois les citoyens, les producteurs et distributeurs d'énergie, les fabricants de matériels électriques, les pouvoirs publics et les distributeurs de matériel électrique.**
  
- **Pour limiter leur consommation d'énergie au domicile via des gestes quotidiens, les Allemands se disent relativement plus impliqués que les Français et les Britanniques, tandis que les Américains semblent l'être nettement moins.**
  
- **La problématique de l'efficacité énergétique apparaît indissociable de considérations financières :** les principaux freins sont liés aux coûts des installations, les principaux leviers sont liés à des mécanismes d'incitations financières. Et les répondants attendent avant tout des informations concernant les aides financières existantes et la rentabilité de leurs investissements.
  
- En conséquence, **les répondants indiquent être prêts à réaliser des efforts pour modifier leurs comportements, mais ils n'envisagent pas de payer plus cher leur énergie.** A tout le moins remarque-t-on que la différence entre dépense et investissement n'apparaît pas nettement à leurs yeux.

*Dans le détail :*

### **Le thème de l'efficacité énergétique est jugé très majoritairement important et impliquant**

**Les habitants des quatre pays s'accordent pour attribuer une forte importance à ce sujet de l'efficacité énergétique** : selon les pays, entre 86% et 95% des répondants jugent ce sujet important, dont près de deux-tiers « très important » (entre 60% et 63%), à l'exception de la France, où l'intensité des réponses est moindre (seulement 47% « très important »).

Parallèlement, **les citoyens interrogés déclarent très largement faire attention à leur consommation énergétique** (entre 87% et 89%), même si les anglo-saxons sont sensiblement plus nombreux à déclarer faire « très attention » à leur consommation énergétique (37% au Royaume-Uni et aux Etats-Unis contre 26% en France et 27% en Allemagne). Toutefois, nous le verrons, cela ne correspond pas nécessairement à une réalité en termes de pratiques, mais bien à des perceptions, en fonction notamment du niveau d'exigence de chacun.

### **Il existe selon les habitants des 4 pays de très nombreuses « bonnes raisons » pour promouvoir l'efficacité énergétique**

**Les sondés identifient également de très nombreuses bonnes raisons de promouvoir l'efficacité énergétique, de façon relativement homogène quel que soit le pays** : la volonté de réduire les dépenses est considérée comme une « bonne raison » par 93% à 97% des sondés selon les pays (mais seulement 53% « très bonne raison » en Allemagne, pour 66% à 75% dans les autres pays), devant la protection de l'environnement (entre 91% et 94% de « bonne raison »), la possibilité d'utiliser les énergies renouvelables (entre 90% et 93%), le sentiment de responsabilité vis-à-vis des générations futures (entre 89% et 94%), ou la garantie de la sécurité énergétique (86% en France, 91% ou 92% pour les autres pays ; et même 53% « très bonne raison » aux Etats-Unis). Sont également désignées comme de « bonnes raisons » les créations d'emplois (entre 84% et 88% ; dont seulement 31% « très bonne raison » au Royaume-Uni, pour 43% à 46% dans les autres pays), les progrès technologiques que cela permet (85% en France, 91% ou 92% pour les autres pays ; et même 44% « très bonne raison » en Allemagne), ou encore le respect de la législation et des normes (82% « bonne raison » en Allemagne, dont 31% « très bonne raison, pour 71% à 75% de « bonne raison » dans les autres pays).

**Les mesures mises en place dans les différents pays pour promouvoir l'efficacité énergétique sont connues par une large partie des populations concernées, même si cette connaissance apparaît souvent comme assez superficielle**

Plus concrètement, les sondés ont ensuite été interrogés sur leur connaissance de mesures mises en place dans leur pays pour promouvoir l'efficacité énergétique.

- **En France, les trois mesures testées sont majoritairement connues par les Français, même s'ils ne sont pas toujours une majorité à savoir précisément ce dont il s'agit** : 88% des Français ont entendu parler de l'interdiction des lampes à incandescence, dont 74% voient ce dont il s'agit ; 79% ont entendu parler de l'éco-prêt à Taux Zéro, dont 45% ayant le sentiment de savoir précisément ce dont il s'agit ; enfin 72% des Français ont entendu parler de la nouvelle norme de construction basse consommation BBC, 41% déclarant même connaître cela en détail.
- **Au Royaume-Uni, les Britanniques déclarent majoritairement avoir entendu parler de mesures intérieures : l'interdiction des lampes à incandescence (75%, dont 54% savent précisément ce dont il s'agit), et le développement du compteur intelligent dans tous les foyers d'ici fin 2018 (65%, dont 33%)**. En revanche, deux autres mesures semblent relativement mal connues par les Britanniques : les prêts de *Carbon Trust* à destination des entreprises (44% en ont entendu parler, dont seulement 10% voient précisément ce dont il s'agit) et le prix préférentiel garanti pour le photovoltaïque (32%, dont 13%).
- **En Allemagne, entre les deux-tiers et les trois-quarts des Allemands ont entendu parler de quatre mesures promouvant l'efficacité énergétique** : des actions spécifiques en faveur de l'efficacité énergétique comme le photovoltaïque (73% entendu parler, dont 42% connaissant précisément), le Pass énergétique lié à la Directive pour la performance énergétique des bâtiments (73%, dont 42% qui savent ce dont il s'agit), la loi sur l'efficacité énergétique (71%, dont 33%) et la banque de crédit pour la reconstruction (65%, dont 38%).

- **Aux Etats-Unis, les Américains déclarent quasi unanimement avoir entendu parler des appareils et rabais sur les prix proposés par *Energy Star*** (93%, dont 69% connaissant précisément), et des incitations fiscales du gouvernement fédéral relatives à l'isolation du domicile, les systèmes de chauffage/climatisation, et les appareils de *Renewable Energy* (88% entendu parler, dont 54% voyant bien ce dont il s'agit). Les Américains sont également nombreux à déclarer avoir entendu parler de l'interdiction prochaine des lampes à incandescence (75%, dont 46% voyant bien ce dont il s'agit).

**Quel que soit le pays considéré, les répondants jugent que la promotion de l'efficacité énergétique doit impliquer en priorité les citoyens, devant les producteurs et distributeurs d'énergie, les fabricants de matériels électriques et les pouvoirs publics**

Dans chacun de ces 4 pays, **certains acteurs sont unanimement identifiés comme des acteurs importants pour promouvoir l'efficacité énergétique : les consommateurs, c'est-à-dire les citoyens**, sont considérés comme « importants » par plus de neuf sondés sur dix (de 91% à 93% selon les pays), tandis que **les producteurs et distributeurs d'énergie** (de 88% à 93%) ou **les fabricants de matériels électriques** (de 88% à 93%) sont également désignés comme des acteurs majeurs de la promotion de l'efficacité énergétique. Notons que plus des deux-tiers des Britanniques accordent même un rôle « très important » à ces deux derniers acteurs (respectivement 66% et 70%, pour environ 50-60% dans les autres pays). D'autres acteurs sont désignés comme importants de façon consensuelle : les architectes-promoteurs (entre 87% et 91% « important » selon les pays), les entreprises (entre 85% et 89%), les installateurs/électriciens (entre 81% et 86%), les distributeurs de matériel électrique (entre 75% et 89%).

Certaines spécificités nationales fortes apparaissent néanmoins. Ainsi, si le rôle de l'Etat est également jugé très majoritairement important en France, au Royaume-Uni et en Allemagne (respectivement 88%, 91% et 87%), il est légèrement moins mis en avant aux Etats-Unis, où l'Etat fédéral (*Federal Government*, 76%, dont seulement 45% « très important ») se voit même attribuer une importance comparable à celle accordée aux Etats fédérés (*State*, 78%) – tandis que les Allemands accordent un peu plus d'importance à l'Etat fédéral (*Bundesregierung*, 87%) qu'à l'Etat fédéré (*Land*, 84%). De plus, les Américains accordent relativement moins d'importance aux collectivités locales (71% « important » aux Etats-Unis, pour 86% à 89% dans les autres pays ; et seulement 31% « très important » contre 54% au Royaume-Uni et 47% en France), mais aussi aux associations des



consommateurs (76%, contre 81% à 83% dans les autres pays) aux ONG (60%, contre 67% à 74%) ou aux Nations Unies (54%, contre 62% à 73%). Les Allemands font quant à eux figure d'exception dans l'importance moindre qu'ils accordent aux lieux de vente, qu'il s'agisse des grandes surfaces spécialisées (65%, contre 74% à 83%) ou généralistes (57%, contre 70% à 79%). On le voit, si tous les pays se retrouvent dans le rôle important joué en bout de chaîne par les consommateurs, certains insistent davantage sur l'importance des pouvoirs publics (les pays européens) tandis que d'autres insistent un peu plus sur les responsabilités des acteurs du privé et des distributeurs (les Etats-Unis).

**Pour limiter leur consommation d'énergie au domicile, les Allemands déclarent adopter plus fréquemment de nombreux petits gestes quotidiens d'économie d'énergie, tandis que les Anglo-saxons semblent davantage envisager des investissements conséquents à leur domicile**

Lorsque l'on interroge les individus sur les **pratiques qu'ils déclarent déjà mettre en œuvre pour utiliser moins d'électricité au sein de leur logement**, des **contrastes plus forts apparaissent selon les pays considérés**. Ainsi, de façon globale, **les Allemands déclarent beaucoup plus mettre en pratique des gestes simples favorisant leur efficacité énergétique** : la quasi-totalité des gestes évoqués sont ainsi revendiqués par plus des deux-tiers des Allemands. A l'inverse, **les Américains déclarent moins mettre en œuvre ces pratiques, et ne sont pas toujours prêts à le faire à l'avenir, Français et Britanniques se situant le plus souvent dans un entre-deux**. Si l'on déclare davantage acheter des ampoules basse consommation en France et au Royaume-Uni (80% et 81%, pour respectivement 71% en Allemagne et 69% aux Etats-Unis), les Allemands sont les plus nombreux à affirmer remplir au maximum leur machine à laver avant de la lancer (79% en Allemagne et 78% en France, pour 65% au Royaume-Uni et seulement 52% aux Etats-Unis), utiliser des multiprises avec interrupteur (77% en Allemagne pour 72% en France et 64% aux Etats-Unis, et seulement 31% au Royaume-Uni), couvrir l'eau de cuisson pour qu'elle arrive plus vite à ébullition (83% en Allemagne, entre 61% et 70% dans les autres pays), éteindre les appareils plutôt que de les mettre en veille (70% en Allemagne et au Royaume-Uni, 66% en France et seulement 56% aux Etats-Unis). Si les Américains sont les plus nombreux à déclarer réduire d'un degré leur usage du chauffage ou de la climatisation de leur lieu de vie (71%, pour 61% à 69% dans les autres pays) – ce qui fait sans doute moins référence au chauffage qu'à la climatisation, très répandue aux Etats-Unis –, ils sont par comparaison peu nombreux à revendiquer dégivrer régulièrement leur congélateur et leur réfrigérateur (33%,

pour 55% à 62% dans les autres pays) ou arrêter leurs plaques et four quelques minutes avant la fin de la cuisson (38%, pour 43% au Royaume-Uni, 48% en France et 71% en Allemagne).

Les habitants des quatre pays interrogés privilégient, deux types d'investissements : **des appareils électroménagers à faible consommation d'énergie** (entre 88% et 93% y sont prêts ou l'ont déjà fait) **et l'installation de double-vitrages** (71% en Allemagne, entre 83% et 90% dans les autres pays). On constate que les habitants des pays anglo-saxons, Britanniques comme Américains, déclarent envisager davantage d'investissements dans leur logement que les habitants des autres pays.

Reste que ces résultats sont à nuancer. En effet, l'intention des habitants de s'équiper en investissements énergétiquement efficaces peut dépendre d'une multitude de facteurs : incitations financières et fiscales, structure de l'offre, niveau d'information, ou encore structure de l'habitat. Ainsi, sur ce dernier point, notons que **les pays anglo-saxons ont un taux très élevé de propriétaires** : autour de 70% pour les Etats-Unis comme pour le Royaume-Uni, tandis qu'il n'est que de 60% pour la France, et même inférieur à 50% en Allemagne. **Si les Allemands se montrent peu enclins à des investissements dans leur logement, alors qu'ils étaient en pointe en termes de gestes quotidiens d'économie d'énergie, cela s'explique peut-être en partie par la marge de manœuvre limitée dont la majorité de locataires dispose.**

**La problématique de l'efficacité énergétique est indissociable de considérations financières : les principaux freins sont liés aux coûts des installations, les principaux leviers ont trait à des mécanismes d'incitations financières, et les répondants attendent avant tout des informations concernant les aides financières existantes et la rentabilité de leurs investissements**

**Les principaux freins qui empêchent les répondants d'accroître l'efficacité énergétique de leur logement sont selon eux d'ordre financier** : le coût trop élevé des produits « énergétiquement efficaces » est cité par 43% à 54% des répondants, devant la faiblesse des incitations financières (45% au Royaume-Uni, 42% en France, 30% en Allemagne et 29% aux Etats-Unis). Si les Français (30%) et dans une moindre mesure les Allemands (20%) pointent du doigt le manque de volonté des pouvoirs publics, ce n'est pas le cas des Anglo-saxons (8% au Royaume-Uni et 5% aux Etats-Unis), qui citent davantage le manque d'information sur les prix et les produits (38% des Britanniques et 33% des Américains, pour 26% en France et 22% en Allemagne). Français et Allemands

se démarquent également par le fait qu'ils sont plus nombreux à citer l'absence de solutions technologiques vraiment efficaces à leurs yeux (cité par 19% des répondants en France et 26% en Allemagne). Les autres freins sont cités par moins de deux répondants sur dix, quel que soit le pays considéré : la difficulté à sélectionner un prestataire (entre 6 % et 14%, selon les pays), le fait de ne pas percevoir l'apport à court terme (entre 11% et 13%), le fait de ne pas savoir à qui s'adresser (seulement 7% en Allemagne, 10% à 15% pour les autres pays), le sentiment d'impuissance au niveau individuel (entre 5% et 10%), les habitudes trop difficiles à changer (17% en Allemagne, mais 8% ou 9% dans les autres pays), ou enfin la crainte d'une technologie trop complexe (6% ou 7%).

En parallèle, **les principaux leviers qui pourraient inciter les répondants à accroître l'efficacité de leur consommation énergétique sont également d'ordre financier** : quel que soit le pays, plus de trois répondants sur dix jugent incitatives des aides financières sous forme de crédits d'impôt (de 30% en Allemagne à 38% en France), le fait de pouvoir mesurer facilement ses économies (de 31% en Allemagne à 38% au Royaume-Uni et aux Etats-Unis), ou encore d'autres types d'incitations financières (de 33% en France à 36% au Royaume-Uni).

En revanche, si le fait d'avoir des technologies attrayantes et faciles à utiliser est cité comme un des principaux leviers par plus de quatre Allemands sur dix (41%) et trois Français sur dix (30%), cela n'apparaît comme une incitation majeure que pour 16% des Américains et 18% des Britanniques. Autour d'un quart des répondants cite des incitations financières sous formes d'éco-prêts à taux zéro (de 20% en France à 26% au Royaume-Uni), quand les autres leviers envisagés ne sont jamais cités par plus d'un répondant sur dix : des campagnes d'information sur les gestes à adopter (de 6% en Allemagne à 10% en France), la visite à domicile d'un conseiller spécialiste (de 7% en Allemagne à 10% aux Etats-Unis et au Royaume-Uni). Enfin, le levier jugé le moins efficace consiste en des législations plus contraignantes (de 4% aux Etats-Unis à 8% en France).

**Les thèmes sur lesquels les répondants souhaitent en priorité recevoir des informations sont par conséquent avant tous les incitations financières et législations existantes** (de 23% au Etats-Unis à 35% en Allemagne), devant **les petits gestes du quotidien à adopter** (16% en Allemagne, mais entre 24% et 27% dans les autres pays), **la mesure de leur consommation électrique** (28% en Allemagne, mais entre 21% et 24% dans les autres pays) voire **les innovations technologiques** (de 26% en Allemagne à 18% au Royaume-Uni). D'autres thèmes suscitent des réactions plus contrastées en fonction du pays des répondants : concernant les travaux d'aménagement de l'habitat, les Anglo-saxons (31% des Britanniques et 32% des Américains) sont nettement plus demandeurs d'informations que les Français (16%) ou les Allemands (10%). Les répondants se disent moins

intéressés par des informations concernant les diagnostics à effectuer (entre 9% et 14%) ou la compréhension des étiquettes des appareils électroménagers (de 4% à 8%).

### Les répondants sont prêts à réaliser des efforts pour modifier leurs comportements, mais ils n'envisagent pas de payer plus cher pour leur énergie

Enfin, **les répondants se déclarent majoritairement prêts à trois types d'efforts de modification de leurs comportements pour accroître leur efficacité énergétique** : ils sont d'abord **prêts à des efforts en termes de temps**, par l'acquisition de petits réflexes (de 75% aux Etats-Unis à 82% au Royaume Uni), mais également **à des efforts d'investissement** dans des équipements plus chers à l'achat mais rentables à court ou moyen termes (78% aux Etats-Unis, de 69% à 72% dans les autres pays), ou encore **à des efforts en termes de renoncement à certaines pratiques de « confort »** – même si les Américains (52%), et dans une moindre mesure les Français (61%), s'y déclarent moins prêts que les Britanniques (71%) ou les Allemands (70%). **En revanche, moins d'un tiers des répondants se déclare prêt à réaliser des efforts budgétaires, à payer plus cher leur énergie** – ce qui pourrait par exemple compenser les coûts de production plus élevés liés à la transition vers les énergies renouvelables : seulement 18% en France, et 31% à 34% pour les autres pays. Rappelons que cette vague d'enquête a été réalisée dans un contexte de fortes tensions économiques.

La grande attention portée par les répondants à leurs finances personnelles les pousse ainsi à osciller en permanence entre leur souci de moins dépenser à court terme, et leur intérêt affirmé pour des investissements réduisant le coût de leur énergie à moyen ou long terme. En dépit d'une réelle appétence des citoyens pour les solutions permettant d'économiser de l'énergie (gestes quotidiens, investissements, etc.), le concept d'efficacité énergétique n'est pas encore assez intégré : en effet, les répondants semblent craindre que la quête d'efficacité énergétique ait un impact négatif sur leur quotidien, en les contraignant à renoncer à un certain confort, ou en faisant gonfler leur(s) facture(s) d'énergie. Un effort de pédagogie reste donc nécessaire pour convaincre les citoyens qu'il est possible de consommer mieux sans avoir à sacrifier leur mode de vie.

\*\_\*\*

***Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.***

**A propos de Harris Interactive**

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6<sup>ème</sup> rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter [www.harrisinteractive.fr](http://www.harrisinteractive.fr)

**Contact Harris Interactive en France:**

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - [llavernhe@harrisinteractive.fr](mailto:llavernhe@harrisinteractive.fr)

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Opinion & Corporate - 01 44 87 60 30 – [jdlevy@harrisinteractive.fr](mailto:jdlevy@harrisinteractive.fr)

# DECRYPTAGE DU BAROMETRE REXEL – HARRIS INTERACTIVE

**« LES CITOYENS-CONSOMMATEURS FACE AUX  
ENJEUX DE L'EFFICACITE ENERGETIQUE »**

**CONTACTS PRESSE**

Pénélope Linage  
☎ +33 1 42 85 76 28  
plinage@rexel.com

Floriane Geroudet / Séverine Godet  
☎ +33 1 56 03 14 79  
rexel-presse@i-e.fr

## PERCEPTIONS & CONNAISSANCES

*DES CONSOMMATEURS CONSCIENTS DES ENJEUX DE L'EFFICACITE ENERGETIQUE MAIS UNE CONNAISSANCE PARFOIS LIMITEE DES MESURES ET EQUIPEMENTS EXISTANTS*

Les Français, les Britanniques, les Allemands et les Américains accordent tous de l'importance à l'efficacité énergétique et sont attentifs à leur consommation d'énergie. Ils identifient de très nombreuses « bonnes raisons » de promouvoir l'efficacité énergétique, de la réduction de leurs dépenses en passant par la protection de l'environnement et la création d'emplois. Les mesures mises en place dans chaque pays pour promouvoir les économies d'énergie sont le plus souvent connues des ménages même si cette connaissance est hétérogène et parfois assez superficielle. Les répondants, toutes nationalités confondues, jugent que la promotion de l'efficacité énergétique doit impliquer à la fois les citoyens mais aussi les professionnels de la filière et les pouvoirs publics.

### **Une conscience élevée de l'importance de l'efficacité énergétique**

Les Européens (Français, Britanniques et Allemands) et les Américains accordent tous, dans leur grande majorité, un intérêt important au sujet de l'efficacité énergétique. Selon les pays, entre 86 % et 95 % des répondants jugent en effet ce sujet « important », dont près de deux tiers « très important », exception faite de la France, où ils sont un peu moins de la moitié à considérer ainsi le sujet. Par ailleurs, en ce qui concerne la pratique, une très forte majorité - près de 9 répondants sur 10 - déclare faire « attention » à sa consommation énergétique. Les Anglo-saxons sont en outre, de loin, plus nombreux à estimer faire « très attention » (plus d'un tiers des répondants en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis, contre un quart en France et en Allemagne).

### **Des motivations diverses et variées, avec en tête, des dépenses réduites**

Plusieurs raisons motivent l'intérêt porté par les consommateurs à l'efficacité énergétique : la volonté de réduire les dépenses en premier lieu (93 % à 97 % des sondés), la protection de l'environnement ensuite (entre 91 % et 94 %), la possibilité d'utiliser les énergies renouvelables (entre 90 % et 93 %) le sentiment de responsabilité vis-à-vis des générations futures (entre 89 % et 94 %) et la garantie de la sécurité énergétique (86 % en France, 91 ou 92 % pour les autres pays). Pour plus de 4 citoyens sur 5, sont également perçues comme de « bonnes raisons » : les créations d'emplois et les progrès technologiques engendrés par l'efficacité énergétique, tout particulièrement pour les Allemands.

### **Un sentiment de responsabilité**

Plus de 9 consommateurs sur 10 se considèrent eux-mêmes comme les principaux promoteurs de l'efficacité énergétique (pour 91 % des Français et jusqu'à 93 % des Allemands, des Britanniques et des Américains), devant les producteurs et distributeurs d'énergie (88 % des Français, 93 % des Britanniques), les fabricants de matériels électriques et autres entreprises de la filière énergétique (entre 88 et 93 % toutes nationalités confondues), l'Etat et les collectivités locales. L'étude révèle sur ce point des divergences : ainsi, si le rôle de l'Etat est jugé très majoritairement important en France, au Royaume-Uni et en Allemagne, il est moins mis en avant aux Etats-Unis. Alors que tous les pays se retrouvent dans le rôle important joué en bout de chaîne par les consommateurs, certains insistent davantage sur l'importance des pouvoirs publics (les pays européens continentaux) tandis que d'autres soulignent davantage les responsabilités des acteurs du privé et des magasins (pays anglo-saxons notamment).

## Des mesures en faveur de l'efficacité énergétique encore méconnues

La connaissance que les consommateurs ont des mesures en vigueur en faveur de l'efficacité énergétique dans leurs pays respectifs est hétérogène et souvent superficielle. Si les trois mesures testées en France sont globalement connues, notamment l'interdiction des lampes à incandescence pour 88 % des répondants, 28 % des sondés ne connaissent pas la nouvelle norme de construction BBC et 21 % disent ne pas avoir entendu parler de l'éco Prêt à Taux Zéro. En Allemagne, plus de 50 % des répondants ne connaissent pas l'action des banques et des assurances en faveur de l'efficacité énergétique et 68 % des Britanniques n'ont jamais entendu parler du prix préférentiel garanti pour le photovoltaïque. Les Américains, néanmoins, semblent disposer d'une connaissance plus ample des trois mesures en vigueur dans leur pays (appareils et rabais sur les prix proposés par Energy Star, incitations fiscales du gouvernement, interdiction prochaine des lampes à incandescence).

### LE REGARD DE REXEL

En tant que leader dans la distribution de solutions et services électriques intelligents, Rexel est au cœur des enjeux liés à la consommation énergétique. Fort de ses 2 200 points de vente dans le monde, de la proximité quotidienne avec ses clients professionnels, le Groupe dispose d'une compréhension fine des besoins des utilisateurs. Comme le révèle d'ailleurs l'étude, Rexel est convaincu que la priorité est d'abord d'informer et de convaincre les utilisateurs. Pour relever les défis posés par l'efficacité énergétique, la performance seule des produits ne suffit pas, les consommateurs doivent être en mesure de comprendre et d'utiliser correctement les solutions pour les adopter. Et ce, d'autant plus, que les nouveaux systèmes d'efficacité énergétique sont parfois complexes à installer et à utiliser. A cet égard, aux côtés de l'ensemble des acteurs de la filière, Rexel forme et informe sur les produits, les solutions, et leurs avantages. Ces formations intègrent des systèmes de certification permettant notamment aux installateurs de s'engager à leur tour dans la mise en œuvre de systèmes éco-efficaces. Afin de contribuer à la compréhension de l'efficacité électrique, la groupe a aussi lancé tout récemment un site d'information en ligne consacré à l'efficacité électrique <http://www.efficacite-electrique.fr/>. Ce portail d'informations apporte un nouvel éclairage et propose des contenus variés sur la réglementation, les solutions, les projets, les marchés et les grandes actualités énergétiques en Europe et dans le monde. Par ailleurs, la formation de ses collaborateurs à l'efficacité électrique fait également partie intégrante des actions que le groupe Rexel mobilise. Cette année, trois collaborateurs de Rexel ont ainsi été récompensés comme meilleurs ouvriers de France pour le conseil en solutions électriques.



*« Chez Rexel, nous sommes un relais stratégique entre les fabricants et les utilisateurs : acteur clé de la filière électrique, le groupe est à la fois porteur d'innovation, dans les solutions conçues et mises en œuvre, et d'information. Comme le révèle l'étude, apporter de l'information aux utilisateurs est crucial. Afin que l'efficacité énergétique devienne au plus vite une réalité palpable chez les consommateurs, se traduisant par des actes, il faut leur proposer des solutions et des systèmes efficaces et les accompagner par un conseil de haut niveau. Car les systèmes efficaces sont d'abord des systèmes bien conçus, compris et bien utilisés. L'enjeu de l'efficacité énergétique appelle ainsi une mobilisation commune, reposant notamment sur la formation des professionnels - installateurs, gestionnaires, responsables des services généraux...- et l'information des utilisateurs », précise Jean-Charles Pauze, Président du Directoire de Rexel.*



**LE REGARD DE HARRIS INTERACTIVE**

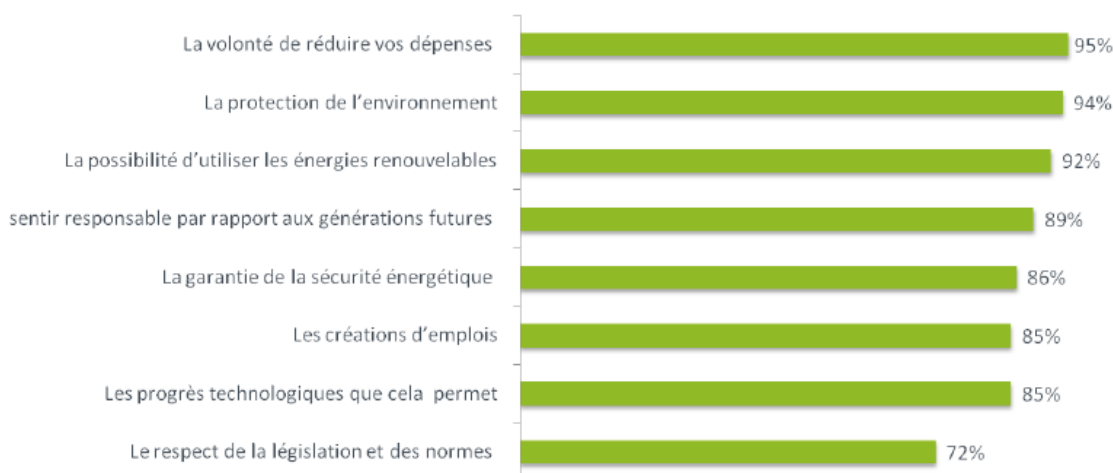
A l'instar des problématiques liées au développement durable et à la protection de l'environnement, qui ont connu en seulement cinq ans un essor formidable dans la conscience des citoyens européens et américains, l'enjeu de l'efficacité énergétique semble d'ores et déjà solidement installé dans les mentalités.



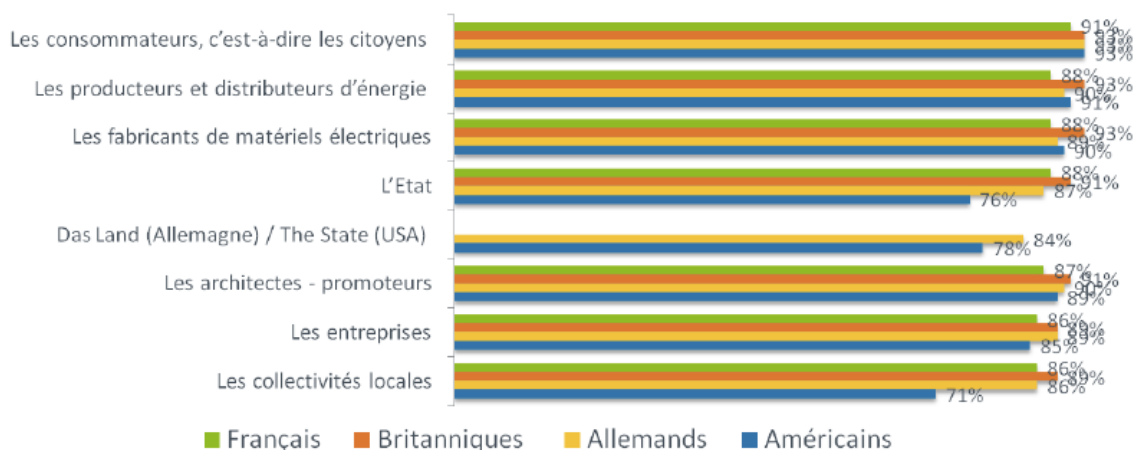
« Il ne serait pas surprenant que le sujet de l'efficacité énergétique constitue à court ou moyen terme un enjeu important dans le quotidien des ménages. D'une part, parce qu'il leur permet de réaliser des économies incontestables face à l'augmentation du prix de l'énergie, d'autre part dans la mesure où il leur permet de satisfaire un désir d'agir positivement et de façon responsable pour le bien de la planète comme des générations futures » précise Jean-Daniel Lévy, directeur du Département Politique-Opinion de Harris Interactive.

**FOCUS SUR LES CHIFFRES**

**Les raisons qui motivent les français à économiser leur énergie**



**Les acteurs ayant un rôle à jouer dans la promotion de l'efficacité énergétique**



## GESTES AU QUOTIDIEN ET EQUIPEMENTS DES MENAGES

*LES PRATIQUES DIFFERENT SELON LES PAYS POUR REALISER DES ECONOMIES D'ENERGIE*

**Des contrastes forts apparaissent dans la mise en pratique de gestes au quotidien pour favoriser les économies d'énergie. Les Allemands semblent déjà très enclins à réaliser des petits gestes au quotidien, alors que les Américains déclarent moins fréquemment le faire. L'investissement privilégié par les répondants est principalement l'achat d'équipements à faible consommation d'énergie. A cet égard, les Anglo-saxons déclarent davantage envisager des investissements au sein de leur logement pour améliorer leur efficacité énergétique.**

### **Des pratiques qui diffèrent selon les pays, les Allemands champions des petits gestes au quotidien**

Les gestes réalisés par les ménages pour favoriser les économies d'énergie dans leur vie quotidienne diffèrent selon les pays. Ainsi constate-t-on que, globalement, les Américains semblent moins enclins à réaliser ces gestes que les Allemands. Ces derniers sont en effet beaucoup plus nombreux à déclarer mettre en pratique des gestes simples. Ainsi les Américains sont seulement 38 % à éteindre plaques et four quelques minutes avant la fin de la cuisson contre 71 % des Allemands. De même, un peu moins de 2 Américains sur 3 disent couvrir l'eau de cuisson pour qu'elle bout plus vite, contre plus de 4 Allemands sur 5. Les Allemands sont aussi les plus nombreux, avec les Français, à affirmer remplir au maximum leur machine à laver avant de la lancer (79 % en Allemagne et 78 % en France), loin devant les Américains (52 % seulement aux Etats-Unis). Les répondants en Allemagne devancent aussi les autres pays en ce qui concerne l'utilisation des multiprises avec interrupteur (77 % en Allemagne pour 72 % en France et 64 % aux Etats-Unis, et seulement 31% au Royaume-Uni) et l'extinction des appareils plutôt qu'une mise en veille (70 % en Allemagne et au Royaume-Uni, 66 % en France et seulement 56 % aux Etats-Unis). Le niveau du chauffage fait en revanche figure d'exception : ce sont ici les Américains qui sont plus nombreux à dire baisser d'un degré le chauffage de leur lieu de vie (71 %) que les Français (61 %) ou les Allemands (66 %).

En se penchant sur la France, on constate que les ménages sont quant à eux concrètement engagés en faveur de l'efficacité électrique à travers les pratiques suivantes : l'achat d'ampoules « basse consommation » et le fait de remplir au maximum la machine à laver avant de la lancer pour 4 Français sur 5, l'utilisation de multiprises avec interrupteur pour 72 % d'entre eux.

C'est d'ailleurs au Royaume-Uni que les ménages utilisent le moins les multiprises avec interrupteur (31 % des répondants Britanniques contre 77 % en Allemagne ou 72 % en France). La pratique la moins répandue toutes nationalités confondues concerne le dégivrage du congélateur et du réfrigérateur (33 % des Américains et jusqu'à 62 % des Allemands).

### **Les investissements privilégiés pour améliorer l'efficacité énergétique**

Parmi les investissements privilégiés, l'installation de double-vitrages et l'achat d'appareils électroménagers à faible consommation d'énergie sont les plus répandus.

Des installations comme les systèmes de ventilation éco-performants, les systèmes de chauffages éco-performants et la mise en place de capteurs pour éteindre les lumières en cas d'absence recueillent moins d'intérêt auprès des répondants. Ainsi 83 % des Français et 71 % des Allemands déclarent-ils avoir déjà installé ou être prêts à le faire des double-vitrages, et avoir acheté ou être prêts à le faire des appareils électroménagers à faible consommation d'énergie (83 % des Français et 93 % des Allemands).

En revanche, seuls 40 % des Français et 51% des Allemands disent avoir déjà installé ou être prêts à le faire un système de mesure et de pilotage des appareils de la maison contre 72 % des Britanniques et 60% des Américains. De même, seulement 58 % des Français et 44 % des Allemands ont mis en place ou sont prêts à le faire un système d'alerte en cas de consommation inhabituelle, contre 78 % des Britanniques et 68 % des Américains.

Dans l'ensemble, les Anglo-saxons semblent donc plus enclins à envisager des investissements futurs dans leur habitation.

## LE REGARD DE REXEL

Partenaire des professionnels de la filière électrique - artisans installateurs, industriels grand comptes, et bien sûr fabricants, Rexel propose de nouvelles solutions d'éco-efficacité énergétique permettant d'optimiser la consommation d'énergie et, ainsi, de réduire la facture énergétique. Ces solutions vont des produits basse consommation (lampe, chauffage, climatisation...) à l'automatisation des équipements (domotique, pilotage des consommations électriques...) en passant par la gestion et contrôle (détecteurs de présence pour mieux gérer la lumière, la chaleur, centralisation des commandes...). L'étude montre à cet égard une hétérogénéité en terme d'investissements de la part des consommateurs. A ce jour, si l'achat d'appareils à faible consommation d'énergie paraît largement privilégié, en particulier en Allemagne et en France, l'adoption de solutions permettant la mesure et le pilotage des appareils de la maison semble rester encore marginale. Le baromètre révèle la nécessité de renforcer l'information à destination des utilisateurs, en particulier sur le retour sur investissement induit par de telles solutions. Rexel joue d'ailleurs aujourd'hui un véritable rôle de conseil en solutions d'efficacité énergétique et d'énergie verte. Disposant d'une vision globale des applications électriques, Rexel peut conseiller au mieux ses clients dans le déploiement de solutions performantes, génératrices d'économies d'énergie.



*« Il s'agit pour nous de promouvoir les installations éco-performantes et les usages qui leur sont associés, pour développer au maximum l'efficacité de ces solutions. Jouer un vrai rôle de conseil, c'est mettre en évidence les retours sur investissements pour les consommateurs des solutions économes en énergie. Nous accompagnons et formons aussi nos clients installateurs : de la sélection des gammes de produits au calcul de la rentabilité, de la livraison personnalisée à la formation et au conseil en installation, Rexel est un acteur clé du conseil en solutions électriques éco-performantes »*

souligne Jean-Charles Pauze, président du Directoire de Rexel.

## LE REGARD DE HARRIS INTERACTIVE

Les résultats relatifs aux investissements réalisés ou envisagés en matières d'installations sont à nuancer au regard de la structure de l'habitat des pays concernés.



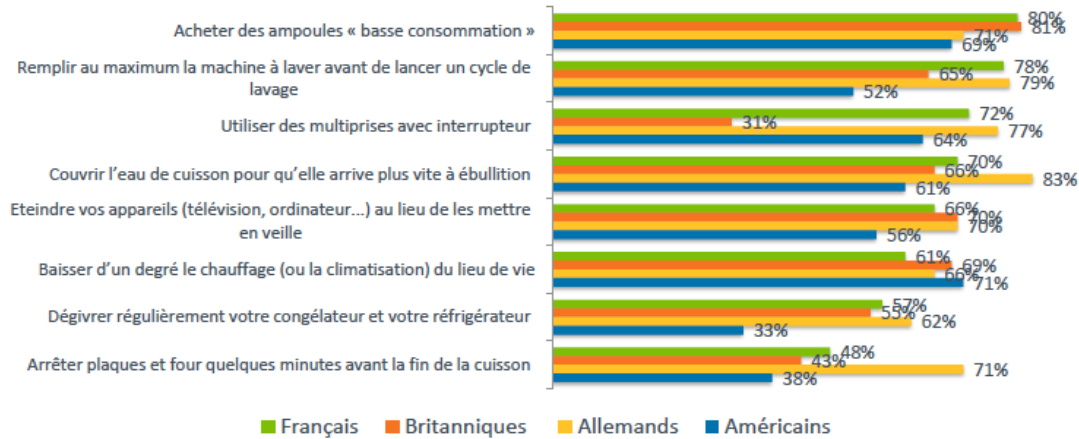
*« Les pays anglo-saxons, avec un taux très élevé de propriétaires (autour de 70 % pour les Etats-Unis comme pour le Royaume-Uni, contre 60 % pour la France) se montrent les plus enclins à réaliser des investissements dans leur logement, à la différence des Allemands (dont le taux de propriétaire est inférieur à 50 %), alors même que ces derniers étaient en pointe en termes de gestes quotidiens d'économie d'énergie »*

précise Jean-Daniel Lévy, directeur du Département Politique-Opinion de Harris Interactive.

## FOCUS SUR LES CHIFFRES

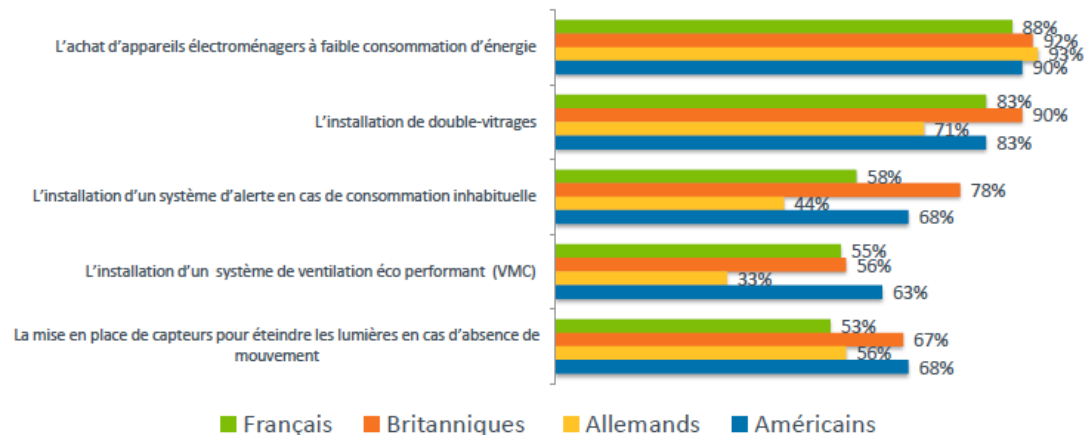
### Les gestes de l'efficacité électrique

% Le fait déjà

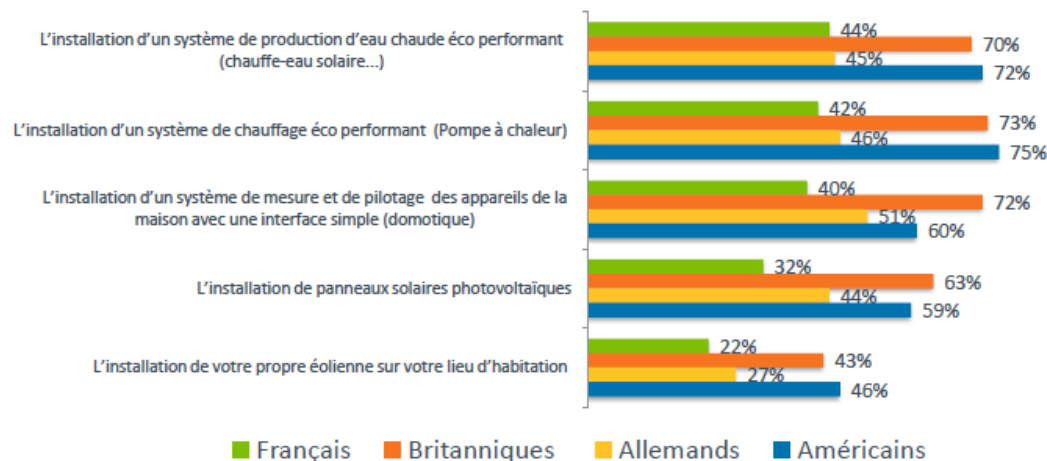


### Les investissements pour améliorer son efficacité énergétique

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



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



## PRINCIPAUX FREINS ET LEVIERS

*LES CONSIDERATIONS FINANCIERES PRIMENT CHEZ LES CONSOMMATEURS*

**La problématique de l'efficacité énergétique est indissociable de considérations financières pour les consommateurs. Les freins sont en effet principalement liés aux coûts des installations, de même que les incitations financières arrivent en tête des principaux leviers. Les répondants attendent avant tout des informations concernant les aides financières et la rentabilité de leurs investissements. Ils sont en outre prêts à consentir avant tout des efforts de temps, mais pas financiers sans la promesse d'un gain en retour.**

### **En tête des freins : le prix des produits, la faiblesse des incitations financières et le manque d'information**

Les principaux freins pour les Européens et Américains, en matière d'économies d'énergie, sont principalement d'ordre financier. Ainsi 43 % des Allemands, et la moitié des Britanniques et des Américains considèrent que les produits tels que les LED, les variateurs d'intensité et les capteurs de mouvement sont trop chers indépendamment de l'énergie qu'ils permettent d'économiser. La faiblesse des incitations financières constitue le deuxième frein pour 42 % des Français et 45 % des Britanniques.

Les Anglo-saxons citent en outre plus volontiers le manque d'information sur les produits (33 % des Américains, 38 % des Britanniques et 22 % des Allemands). Par ailleurs, seuls 8 % des Britanniques et 5 % des Américains considèrent que le manque de volonté des pouvoirs public constitue un frein au développement de leurs pratiques, alors que près du tiers des Français partagent cet avis, se distinguant ainsi des autres pays, en étant ceux à considérer le plus fréquemment ce critère comme un frein.

Autre tendance marquant une différence entre les Anglo-saxons et les Européens continentaux : si 26 % des Allemands et 19 % des Français considèrent qu'il n'existe pas de solutions technologiques vraiment efficaces, ils ne sont que 6 % d'Américains et 8 % de Britanniques à partager cet avis.

Viennent ensuite des freins qui sont cités par moins de deux répondants sur dix, tels que la difficulté à sélectionner un prestataire (14 % des Français mais seulement 6 % des Américains), le fait de ne pas percevoir les bénéfices à court terme (entre 11% et 13 % toutes nationalités confondues), le fait de ne pas savoir à qui s'adresser (7% des Allemands mais 15 % des Britanniques), le sentiment que l'action individuelle ne sert à rien (5 % des Américains et 10 % des Allemands et des Britanniques), les habitudes trop difficiles à changer (17 % des Allemands et 8 % des Britanniques) et enfin la crainte d'une technologie trop complexe (entre 6 % et 8 % toutes nationalités confondues).

### **Les principaux leviers reposent également sur des aspects financiers**

Les leviers de l'efficacité énergétique sont une fois encore essentiellement d'ordre financier. Ainsi plus du tiers des Français, des Américains et des Britanniques voient comme des leviers les incitations financières sous formes de crédit d'impôts. Plus d'un tiers des Britanniques et autant d'Américains seraient par ailleurs davantage enclins à économiser l'énergie s'ils pouvaient facilement mesurer ce qu'ils économisaient. Un Français sur trois et un peu plus chez les Allemands et les Britanniques identifient comme levier d'autres types d'incitations financières comme l'exonération des taxes. Dans le même sens, près d'un quart des Britanniques et des Américains considèrent les éco-Prêts à Taux Zéro comme incitatifs. Une législation plus contraignante, la visite à domicile d'un conseiller ou des campagnes d'information sur les bons gestes à adopter sont beaucoup moins fréquemment perçues comme des leviers de la part des répondants : moins de un répondant sur 10, tous pays confondus.

En matière d'information, les répondants attendent surtout d'en savoir davantage sur les incitations financières et les législations existantes (35 % des Britanniques, 31 % des Allemands et 27 % des Français) et la mesure de leur consommation électrique (28 % des Allemands, 24 % des Britanniques).

Des divergences se dessinent selon les pays. Les Anglo-saxons sont demandeurs d'informations sur les travaux d'aménagement de leur habitat (31 % des Britanniques et 32 % des Américains) alors que près d'un quart des Allemands et des Français semblent plus intéressés par des informations sur les innovations technologiques (26 % et 23 %).

### Les efforts à consentir en faveur de l'efficacité énergétique

Les efforts que les ménages européens et américains sont prêts à consacrer correspondent essentiellement à des efforts en temps passé et aux renoncements à certaines pratiques. Trois quart des Américains et des Français, et jusqu'à 82 % des Britanniques, se déclarent prêts à passer plus de temps à certaines tâches et à adopter des gestes même contraignants en termes de temps comme fermer toutes les multiprises dans leur logement chaque soir. De même 71 % des Britanniques et 61 % des Français se disent prêts à renoncer à certaines pratiques ou à certains équipements de confort (sèche-linge, prendre des douches plus fraîches, limiter le nombre d'appareils électroniques). Mais seulement 18 % des Français, 31 % des Britanniques, 32 % des Allemands et 34 % des Américains sont prêts à réaliser des efforts budgétaires consistant à payer plus cher leur énergie. En revanche, investir dans des équipements plus chers mais rentables à court ou moyen terme est envisagé par plus de deux tiers des Français et trois quart des Américains.

### LE REGARD DE REXEL

Au-delà des aspects d'ordre réglementaire, l'étude montre combien l'information est cruciale en ce qui concerne la problématique de l'efficacité énergétique. Elle constitue en effet un levier clé, tout particulièrement en ce qui concerne les incitations et mesures existantes, le type de travaux d'aménagement possibles ou encore les innovations technologiques qui aident à réduire la consommation d'énergie.



« Présent dans 36 pays, avec plus de 2 200 points de vente dans le monde, Rexel, un leader mondial de la distribution électrique, a très vite compris en quoi aider les utilisateurs dans leur compréhension des enjeux de l'efficacité énergétique était déterminant. A cet égard, nous avons lancé récemment le site d'information <http://www.efficacite-electrique.fr/>. Il offre à tous les internautes des perspectives et des regards croisés sur le sujet. Plus largement, nous encourageons activement la diffusion des matériels électriques éco-efficaces, à travers la sensibilisation et l'information de chacun et aussi des calculs de retours sur investissement, déterminants dans la prise de décisions de nos clients » souligne Jean-Charles Pauze, président du Directoire de Rexel.

### LE REGARD DE HARRIS INTERACTIVE

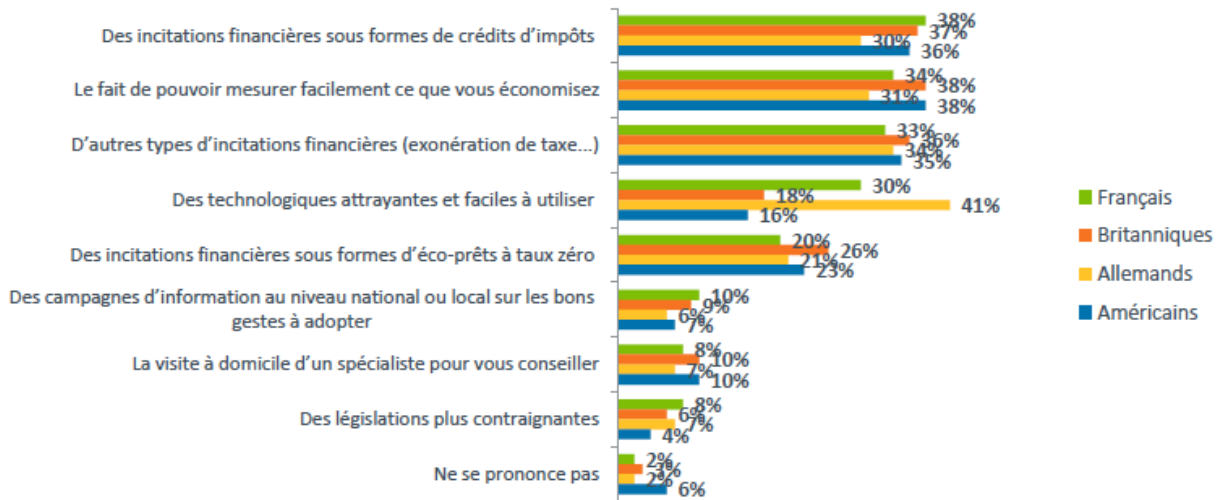
La grande attention portée par les répondants à leurs finances personnelles les pousse à osciller en permanence entre le souci de moins dépenser, à court terme, et leur intérêt avéré pour des investissements leur permettant de réduire le coût de leur énergie à moyen ou long terme. Ainsi, qu'il s'agisse des mesures destinées à améliorer durablement la consommation d'énergie, ou de certains gestes quotidiens, les répondants attendent avant tout des informations claires sur les bénéfices concrets de leurs actions.



« En l'absence d'information, les consommateurs peuvent adopter le quasi réflexe de dépenser moins. Les citoyens n'ont ainsi, pour partie, pas saisi qu'il est possible de consommer son énergie plus efficacement sans modifier en profondeur ses habitudes ni sa facture. Dès lors, le concept d'efficacité énergétique ne semble pas encore être totalement installé dans les esprits » déclare Jean-Daniel Lévy, directeur du Département Politique-Opinion de Harris Interactive.

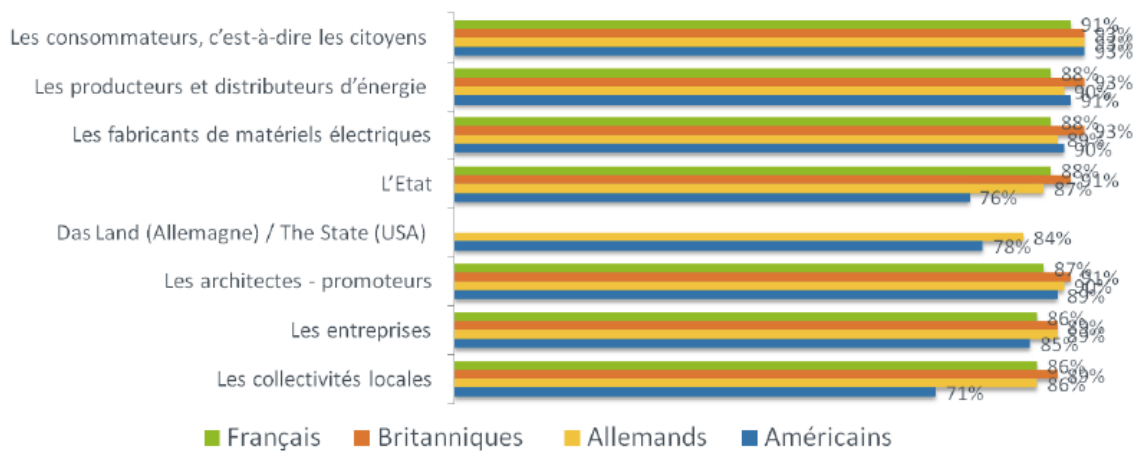
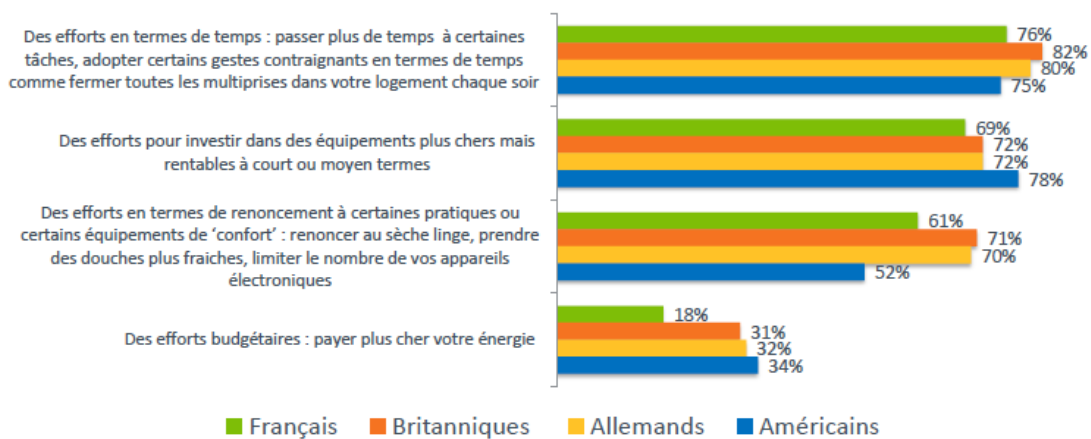
### FOCUS SUR LES CHIFFRES

## LES LEVIERS DE L'EFFICACITE ENERGETIQUE



## LES REpondants SONT PRETS A CONSACRER DU TEMPS, MAIS PAS D'ARGENT

**% Prêt**



# 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

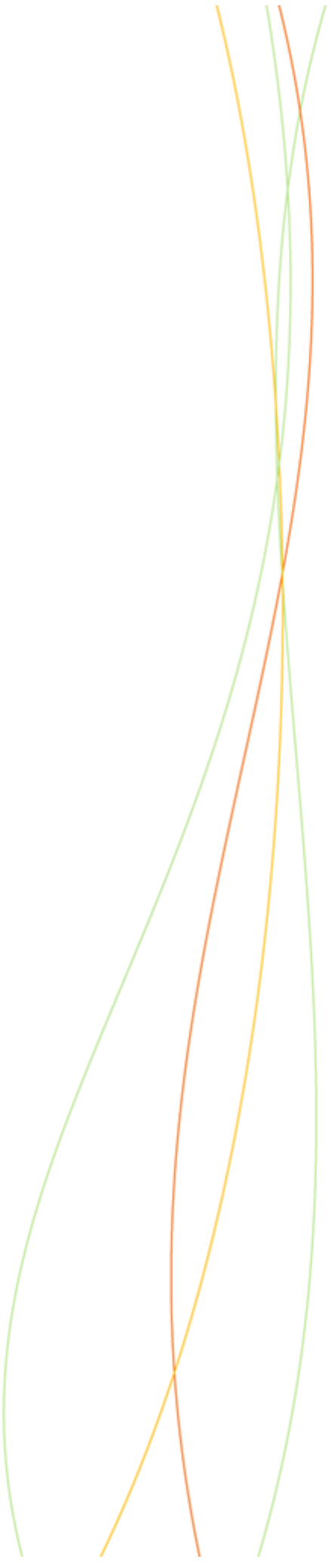
Gaspard Lancrey-Javal, Chargé d'études au Département Opinion & Corporate





## Méthodologie d'enquête

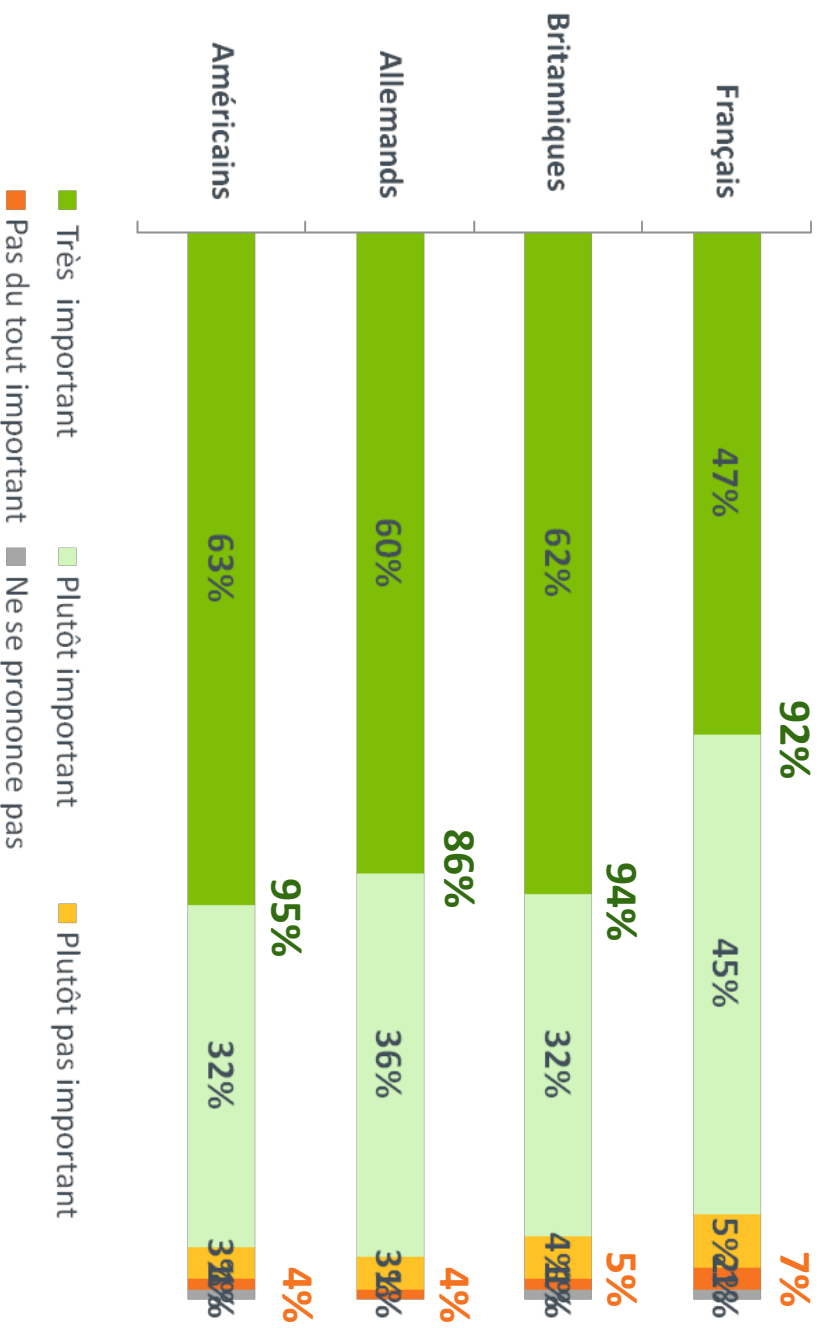
- *Enquête réalisée en ligne du 9 au 19 juillet 2011.*
- *4 échantillons de 1 000 personnes, soit un **échantillon global de 4 000 personnes**, représentatif de la population de chacun des 4 pays, à partir de l'**access panel Harris Interactive**.*
- *Méthode des quotas et redressement appliquée aux 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

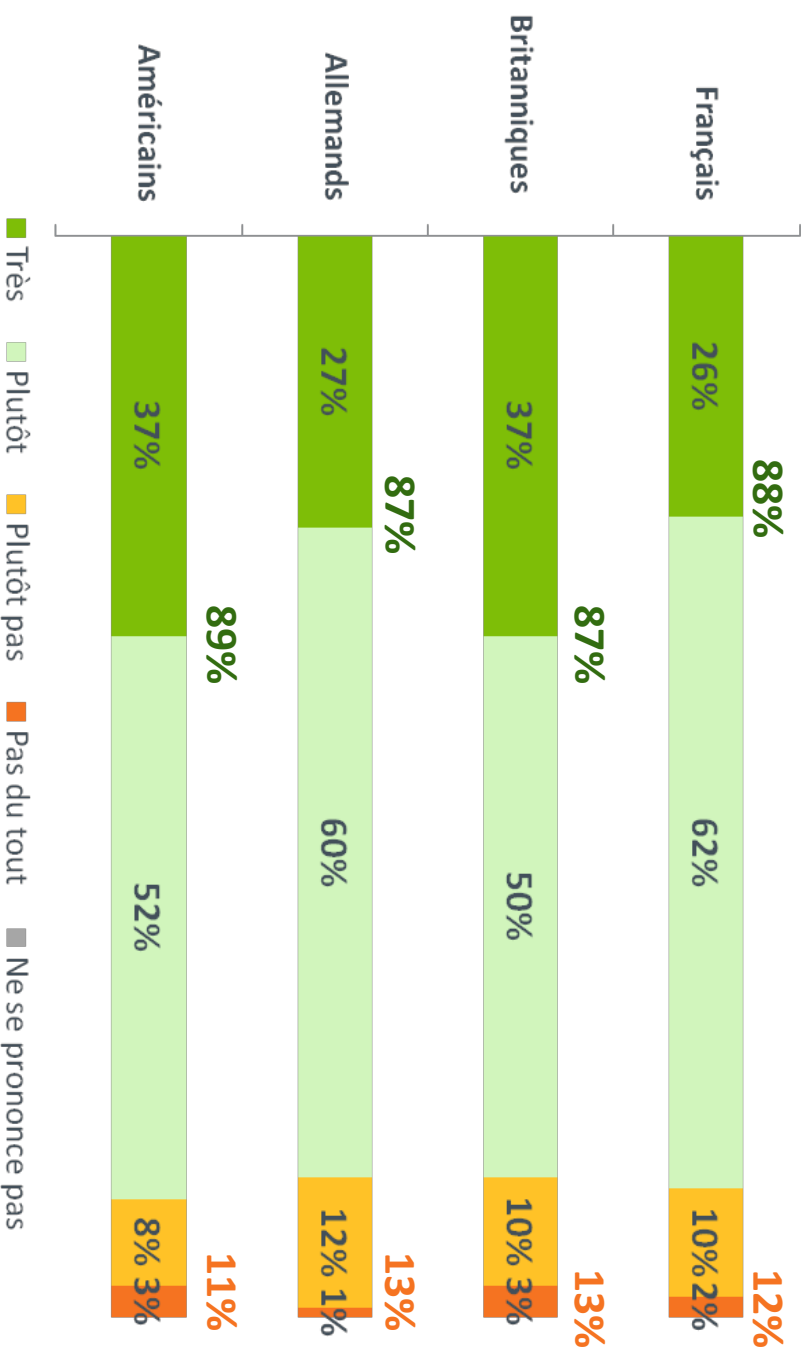
L'efficacité énergétique vise à réduire les consommations d'énergie sans dégrader le service rendu, et par conséquent à diminuer les coûts écologiques, économiques et sociaux liés à la production, à la distribution et à la consommation d'énergie. Diriez-vous que l'efficacité énergétique est un sujet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



- Très important
- Plutôt important
- Plutôt pas important
- Pas du tout important
- Ne se prononce pas

# Attention portée à sa propre consommation énergétique

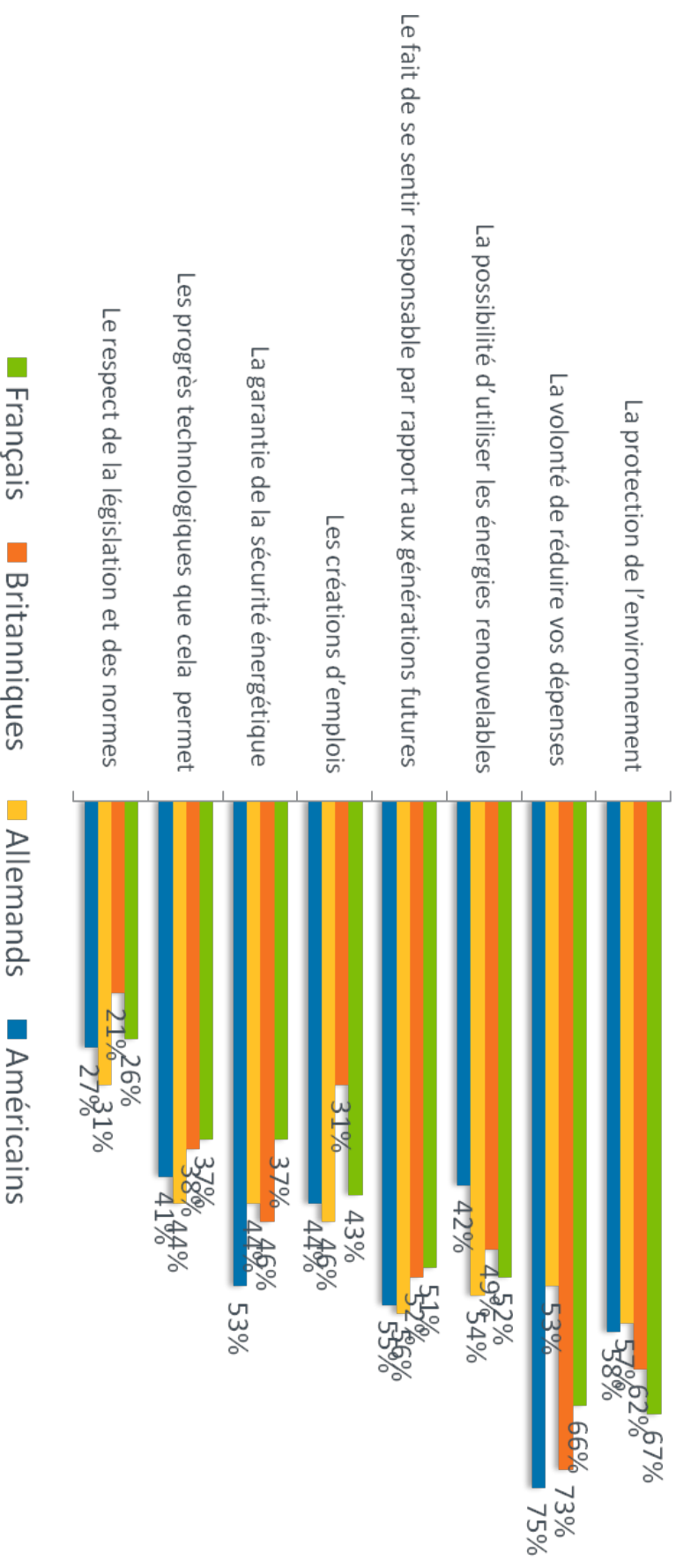
*Personnellement, faites-vous très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout attention à votre consommation énergétique ?*



# 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**

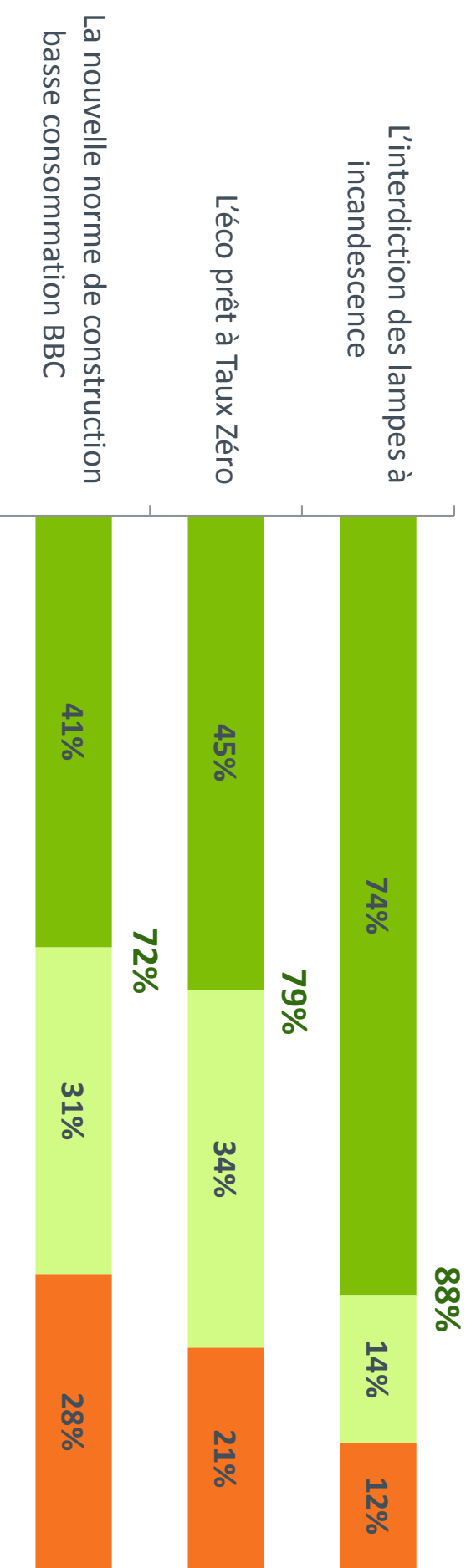


# Notoriété des mesures en faveur de l'efficacité énergétique en

## France

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

Français

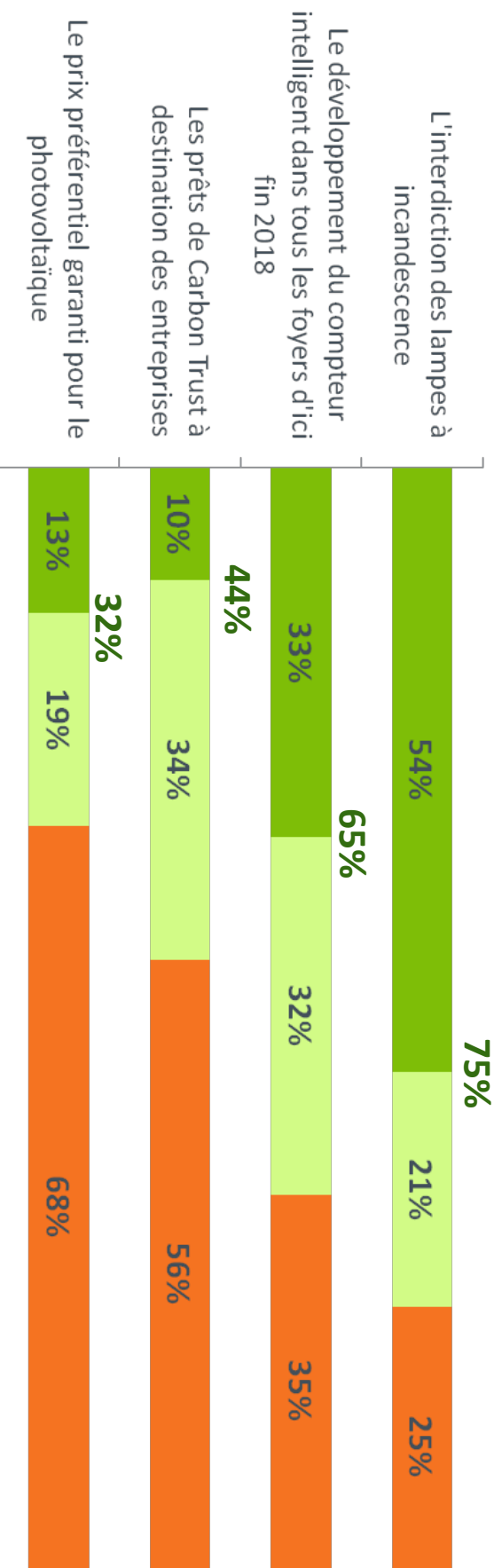


- Oui, et vous voyez bien ce dont il s'agit
- Oui, mais vous ne voyez pas bien ce dont il s'agit
- Non

# 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 ?

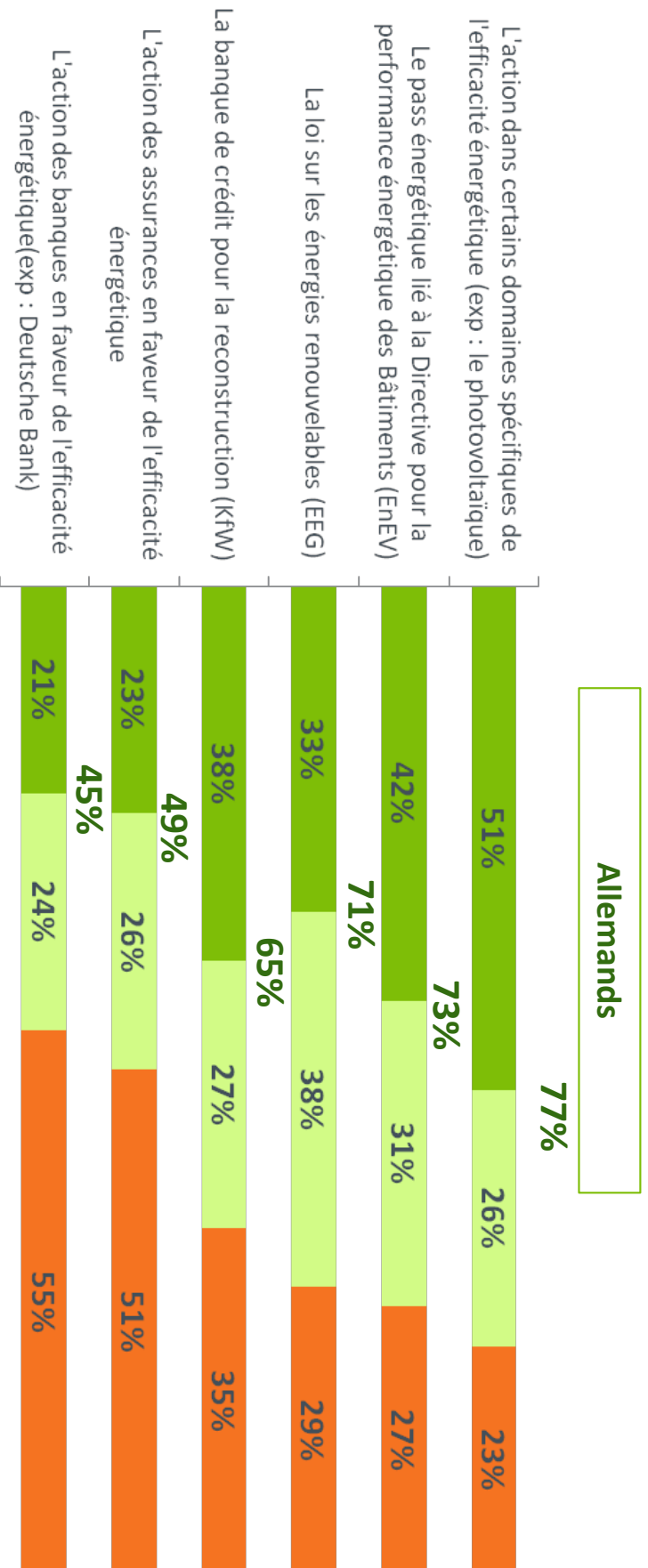
Britanniques



■ 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 ?



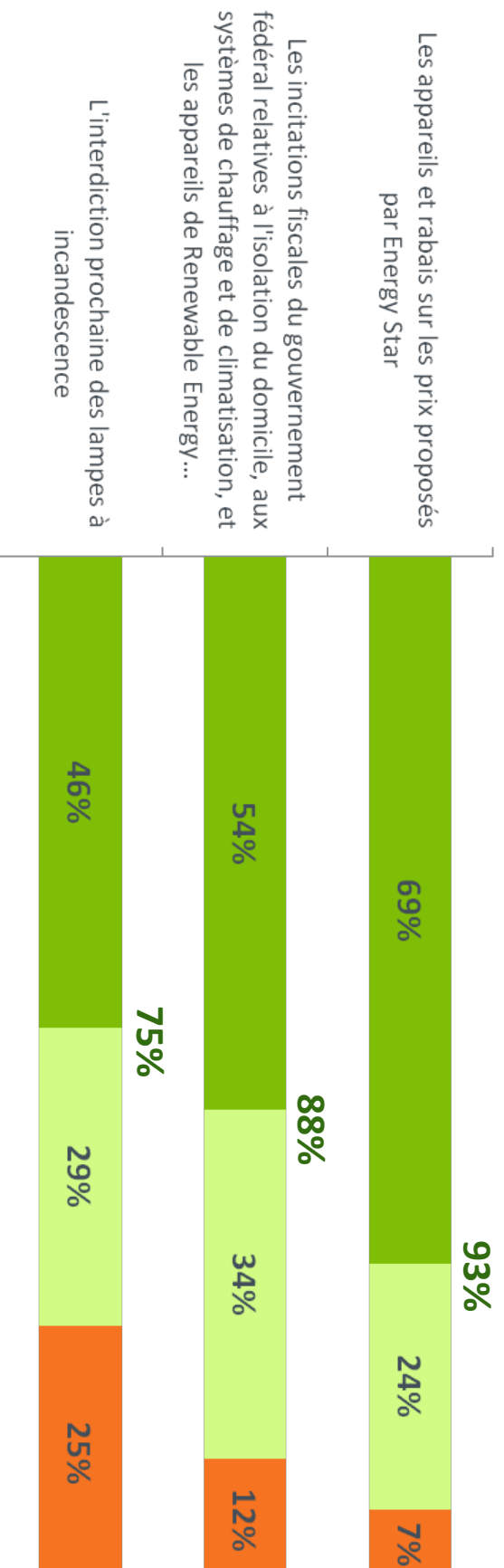
■ Oui, et vous voyez bien ce dont il s'agit    ■ Oui, mais vous ne voyez pas bien ce dont il s'agit    ■ Non



# 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 ?

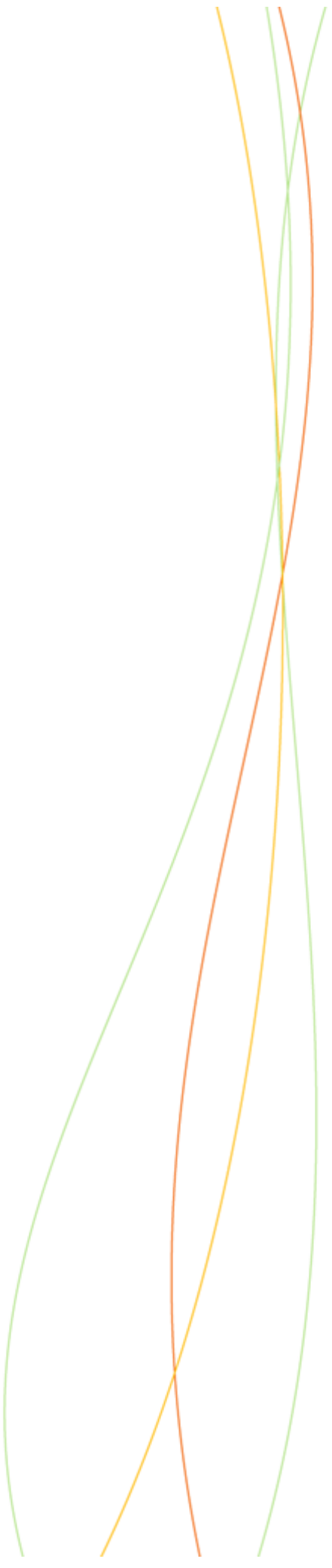
Américains



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

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

■ Non

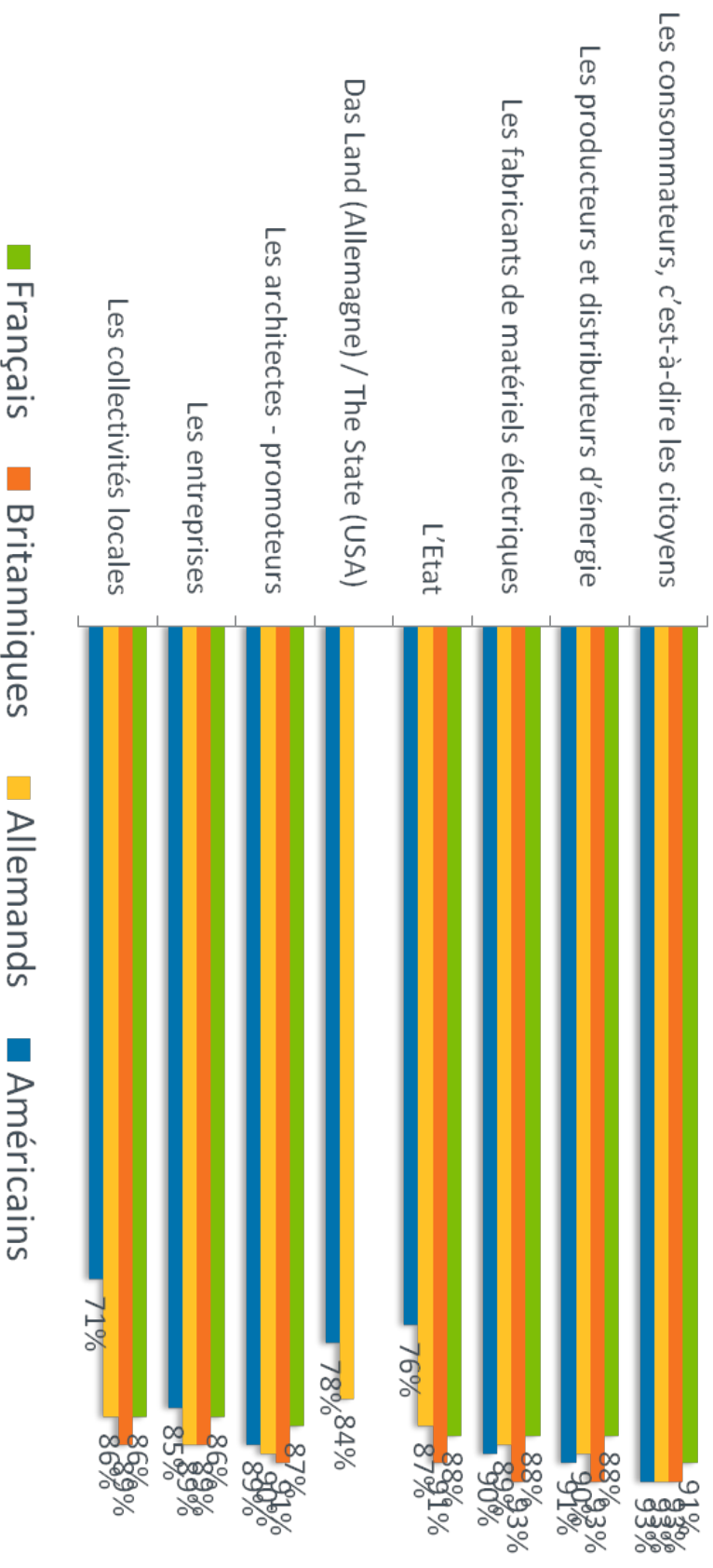


# Les acteurs de l'efficacité énergétique

# 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, assez important, peu important ou pas du tout important à jouer pour promouvoir l'efficacité énergétique ?*

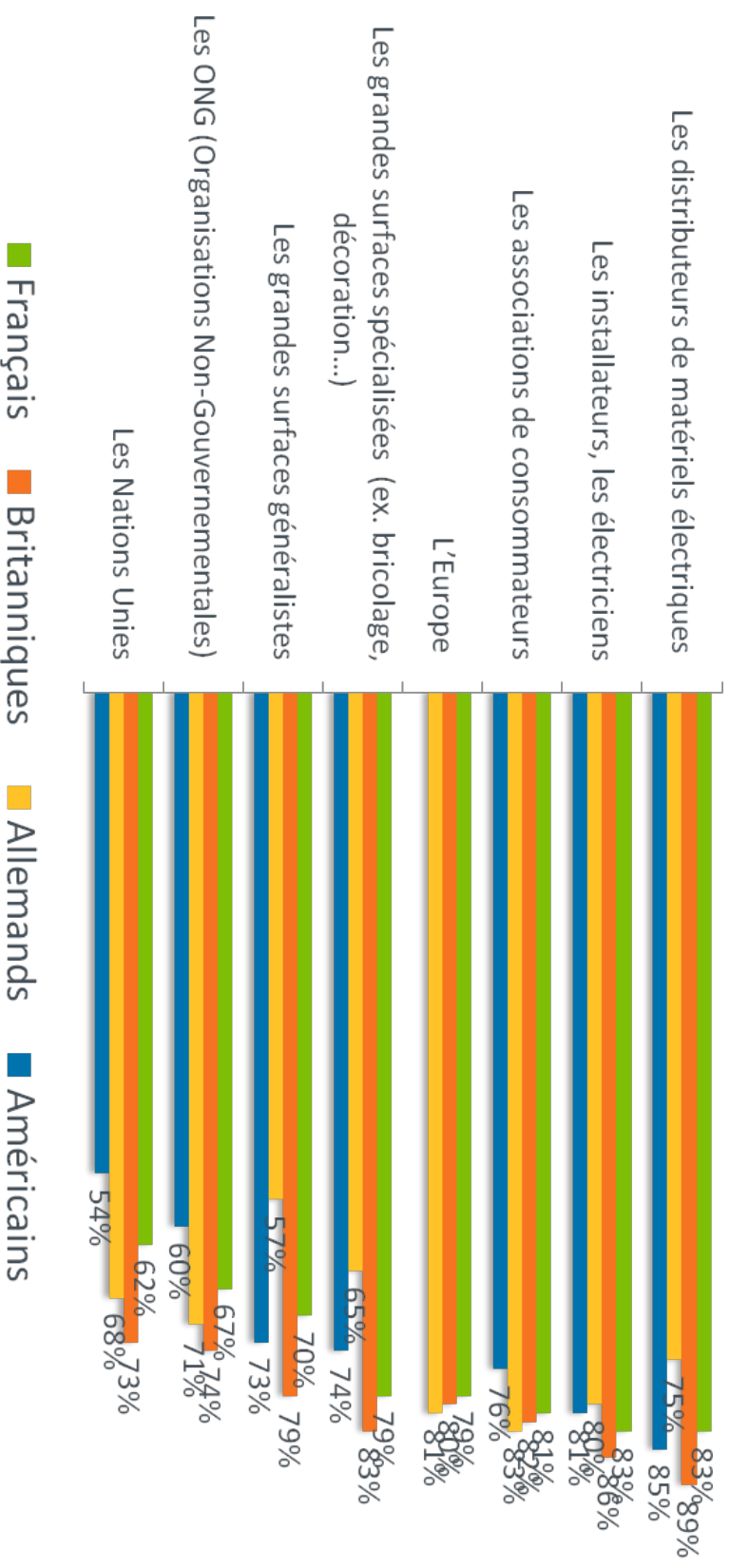
**% Important**

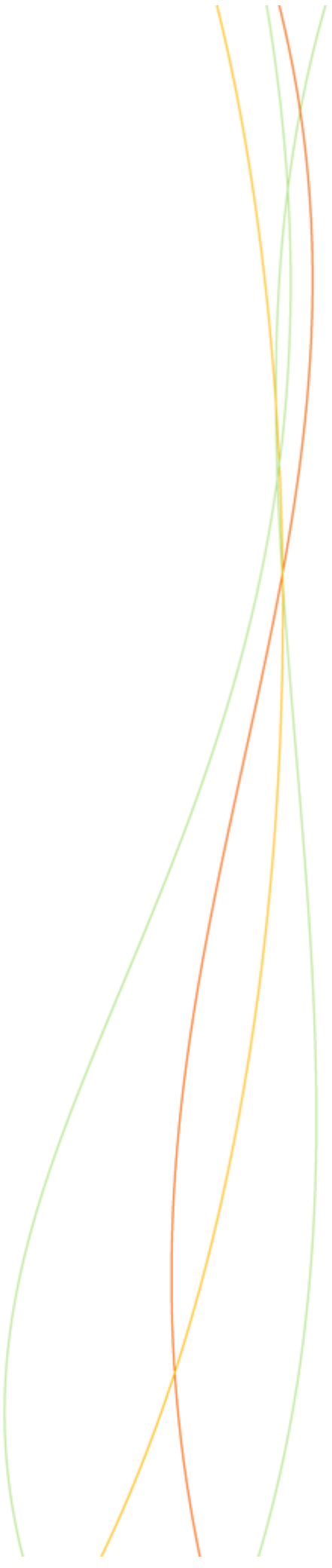


# Graphique récapitulatif : les acteurs ayant un rôle à jouer dans la promotion de l'efficacité énergétique (2/2)

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

**% Important**



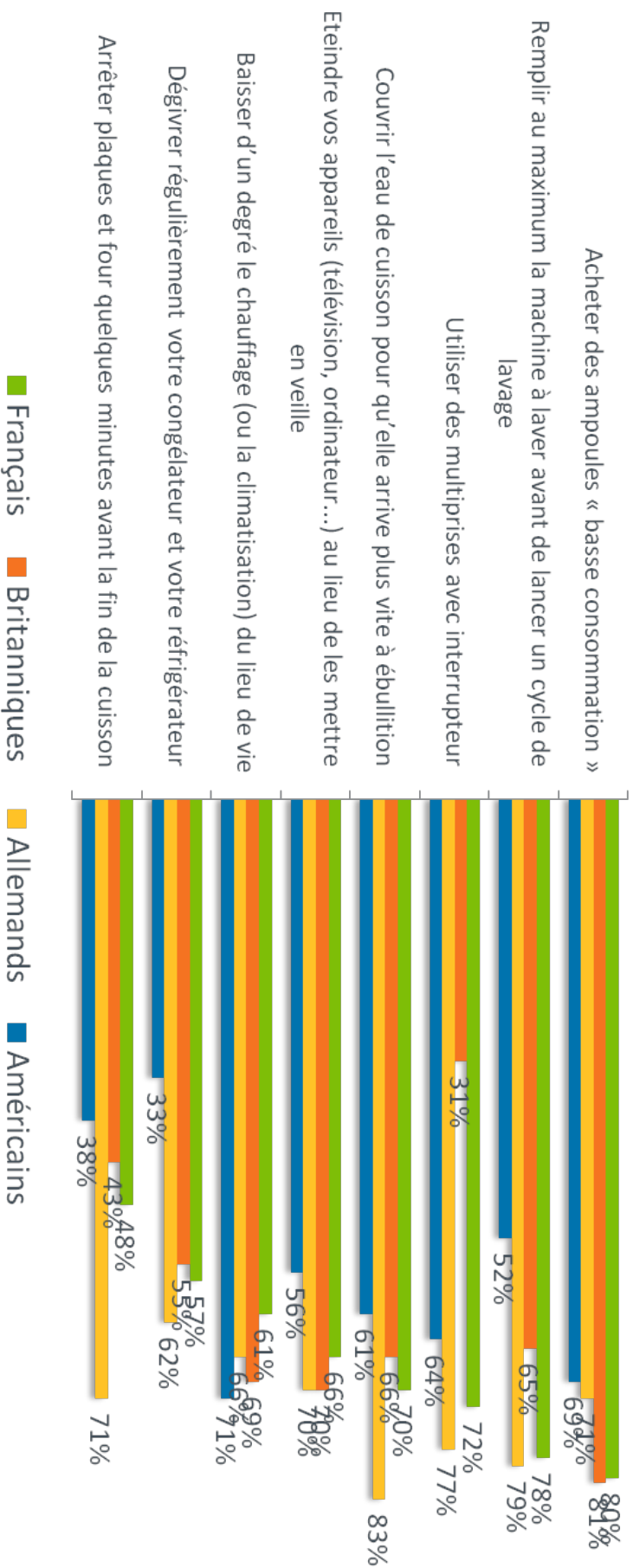


# Les gestes de l'efficacité électrique au sein du logement

# 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 ?

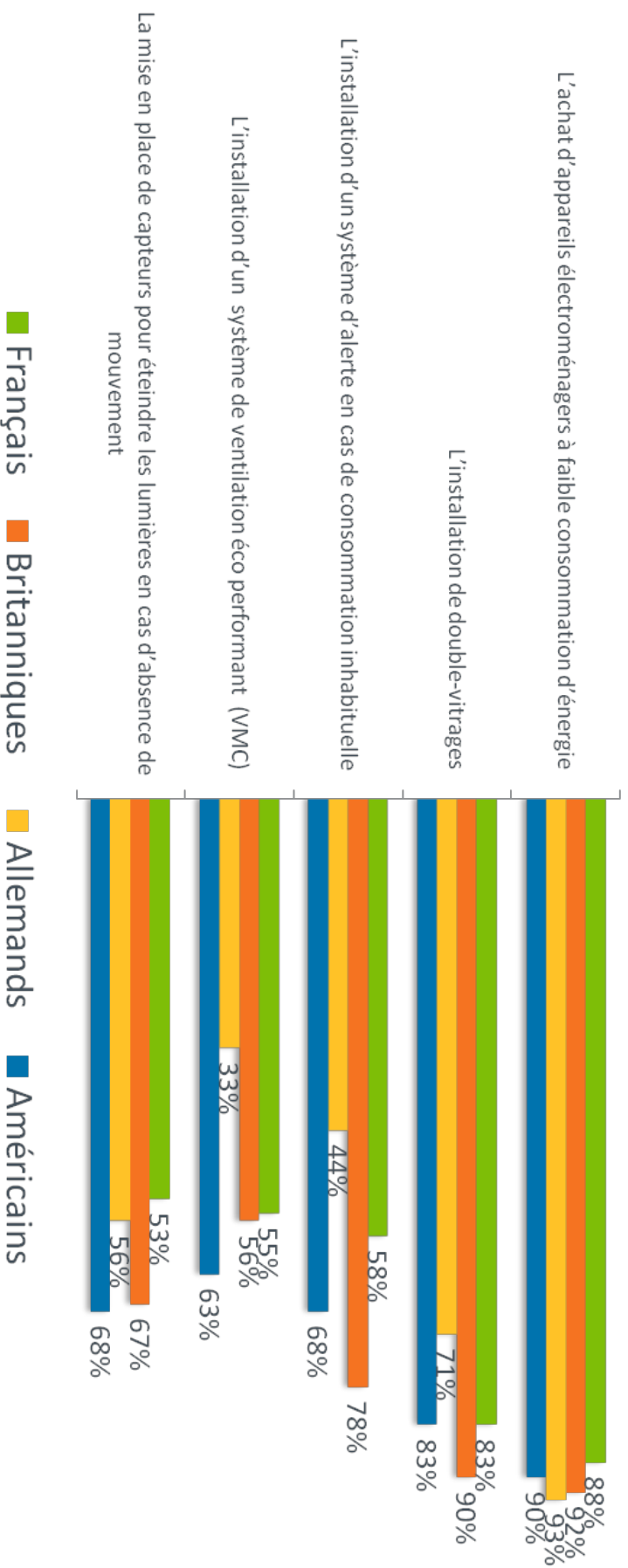
## % Le fait déjà



# 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**



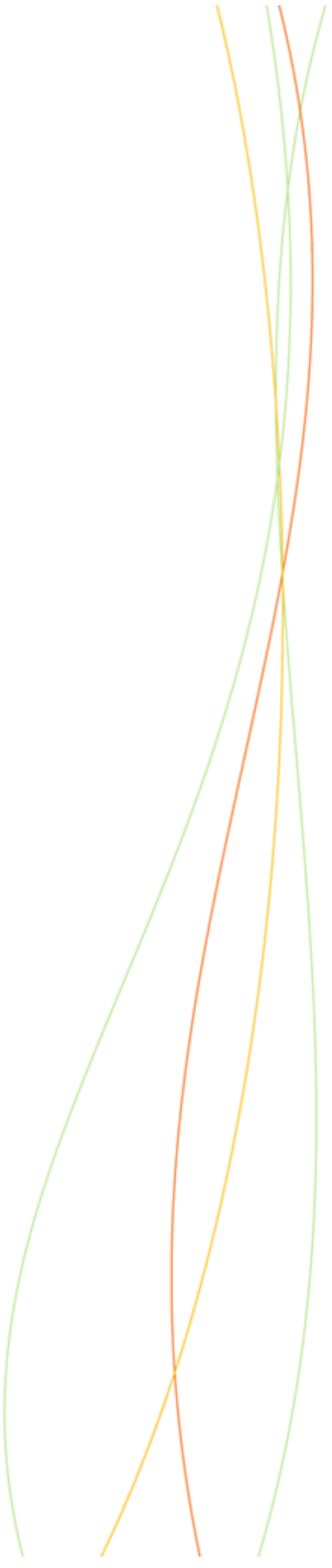
# Graphique récapitulatif : les investissements pour améliorer son efficacité énergétique (2/2)

*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



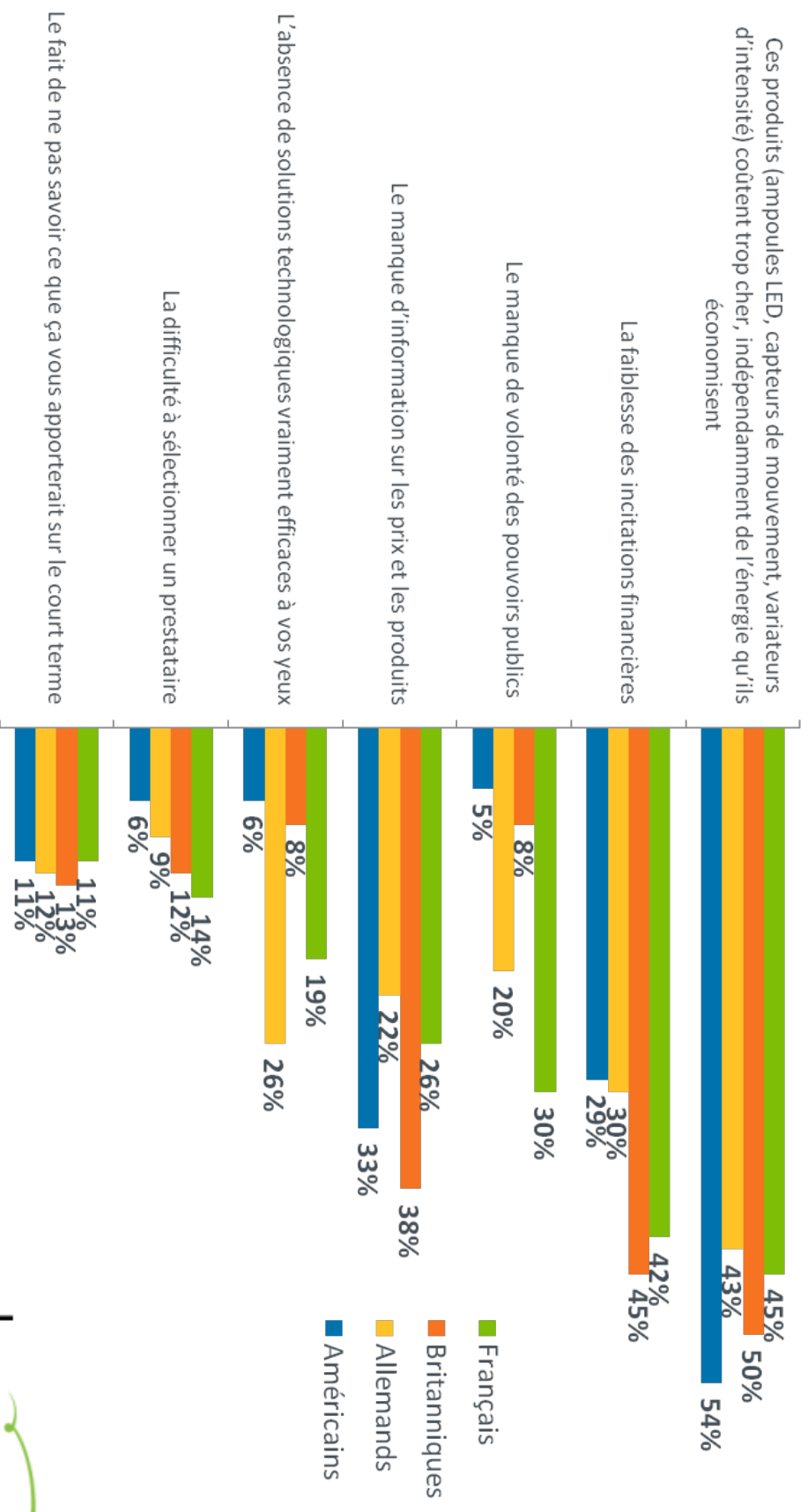




# Les freins et les leviers de l'efficacité énergétique

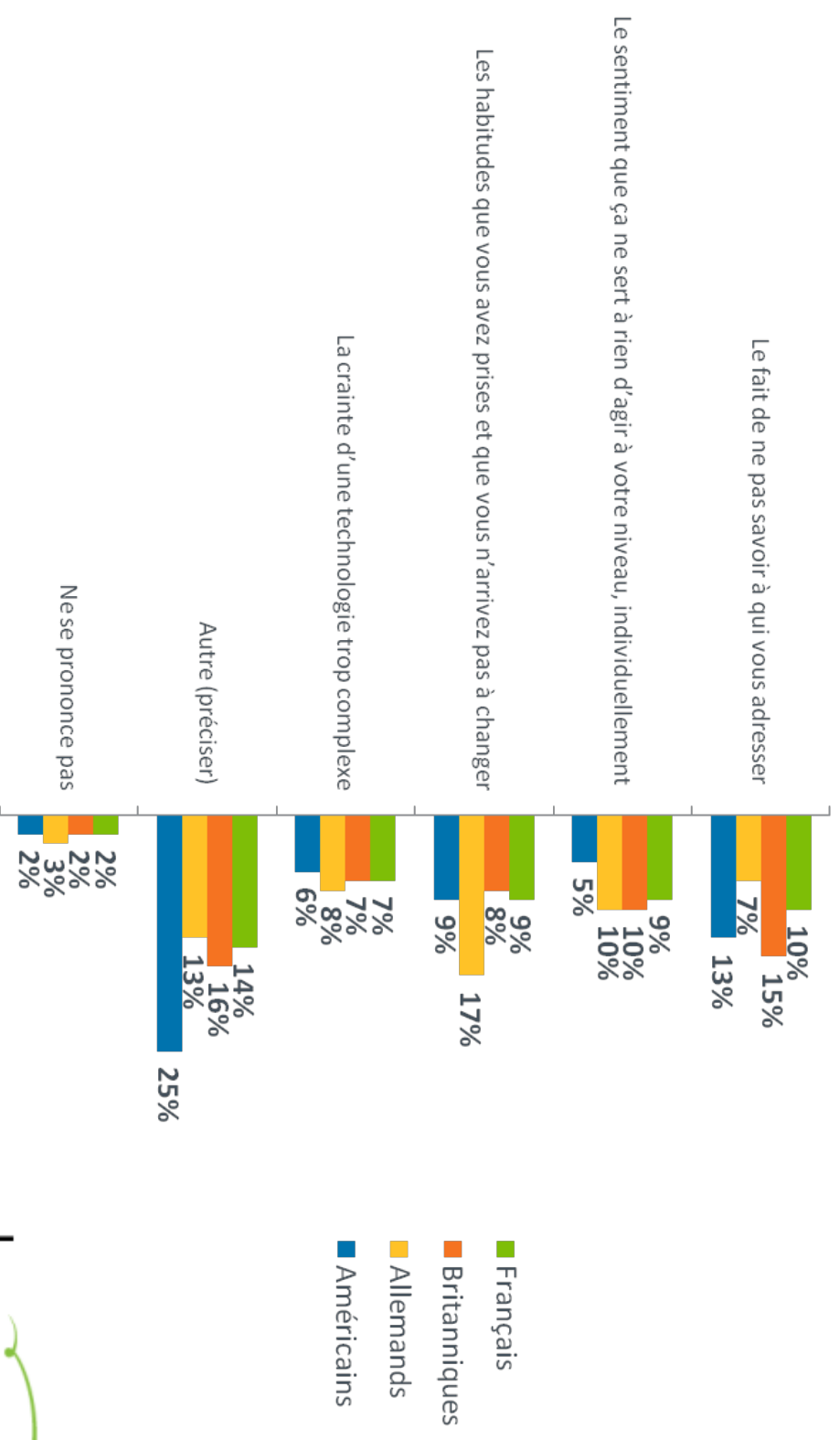
## Graphique récapitulatif sur les freins de l'efficacité énergétique (1/2)

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



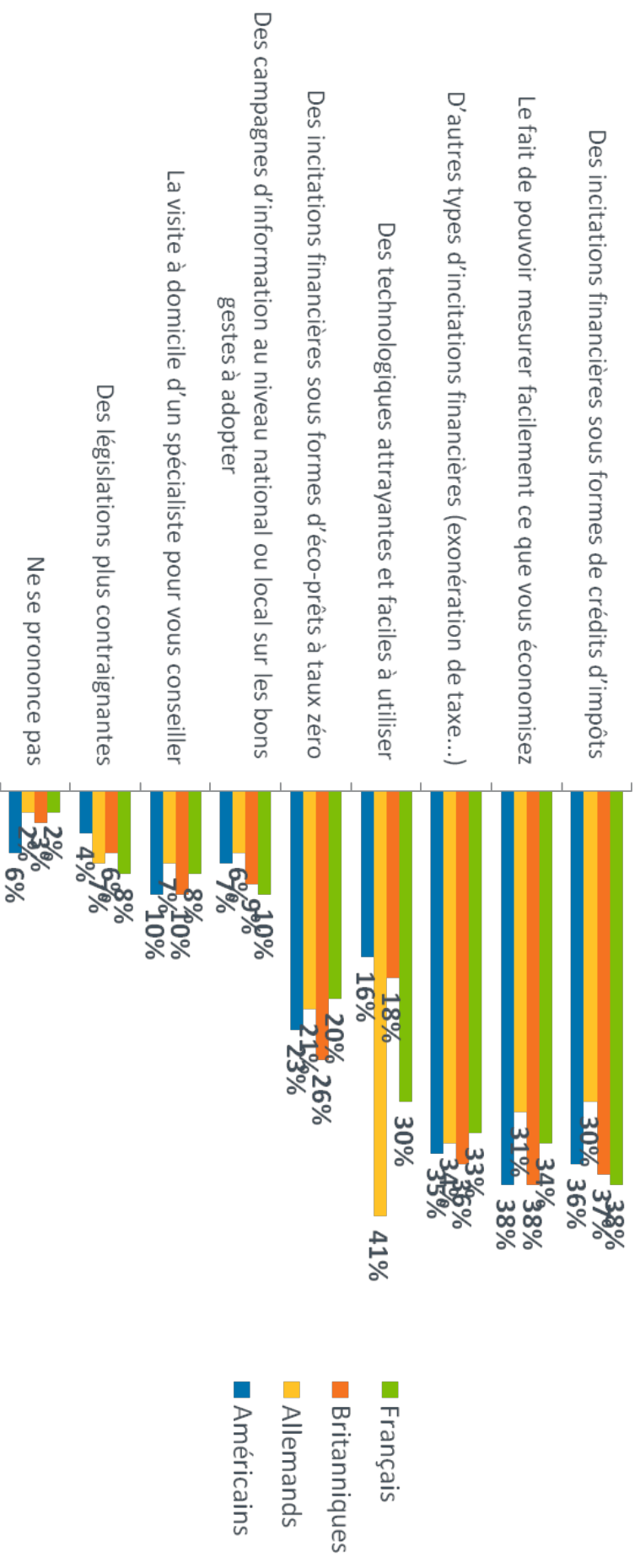
## Graphique récapitulatif sur les freins de l'efficacité énergétique (2/2)

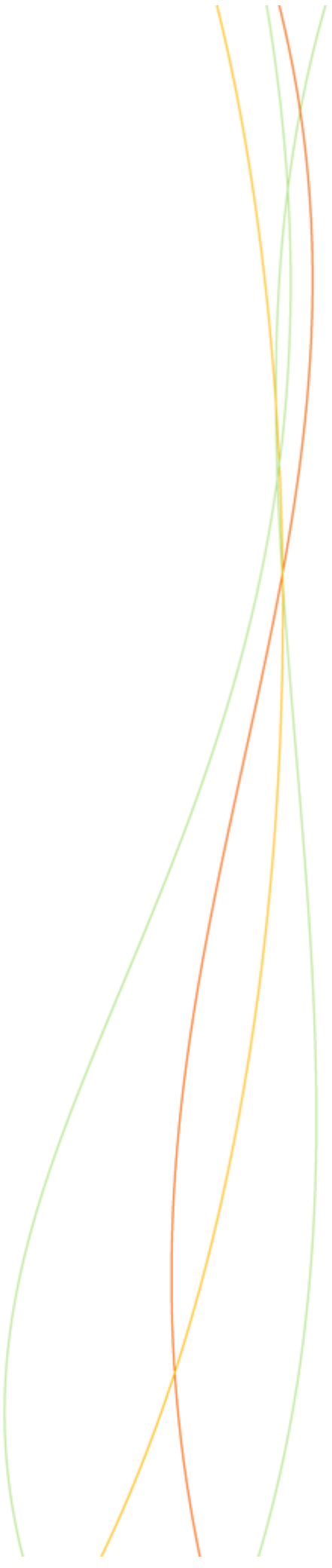
Quels sont les principaux freins qui vous empêchent d'économiser l'énergie, d'accroître l'efficacité de votre consommation énergétique ? (3 réponses possibles)



## 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)

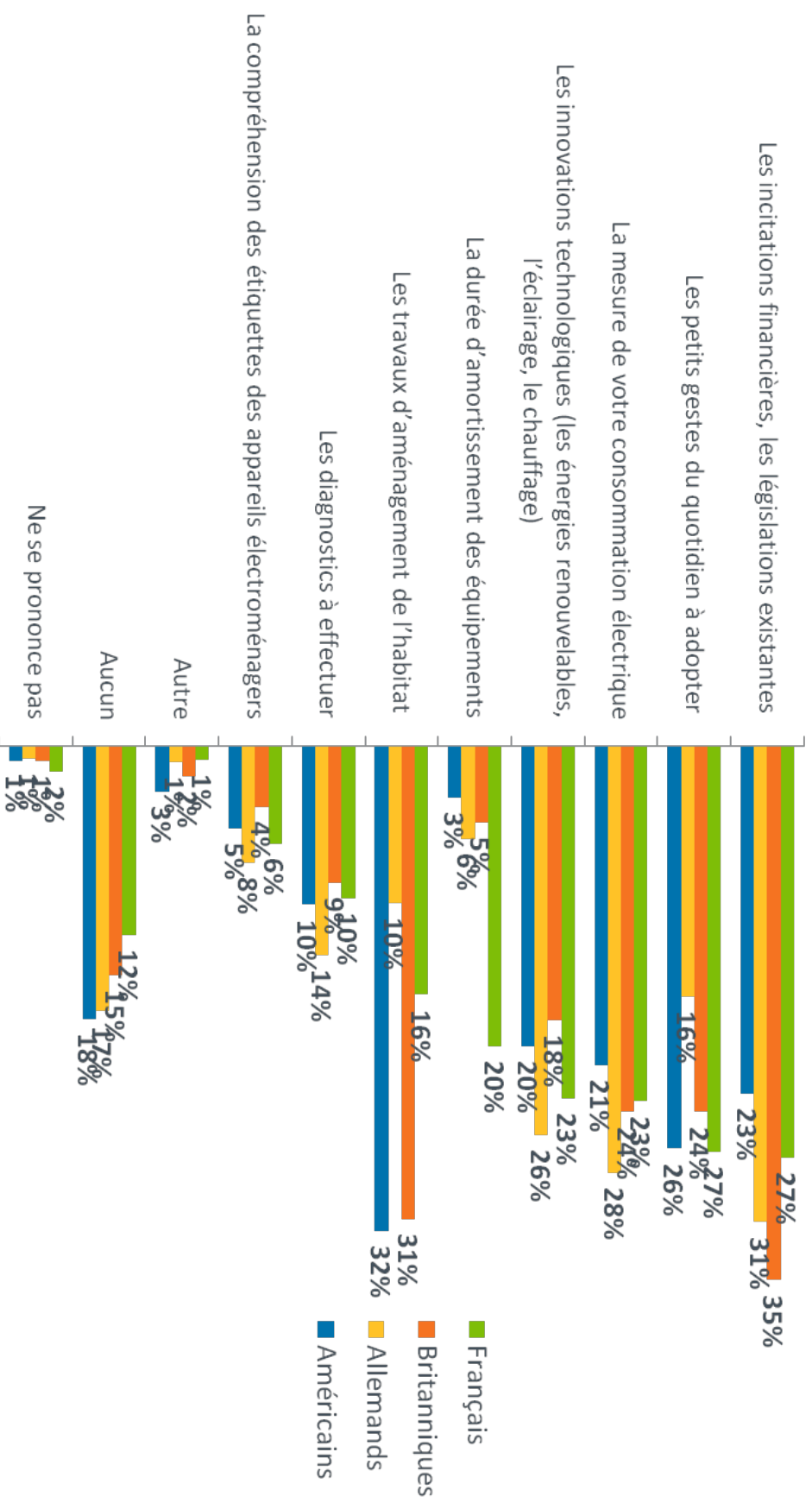




# Les attentes et les efforts futurs

# 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 ?*

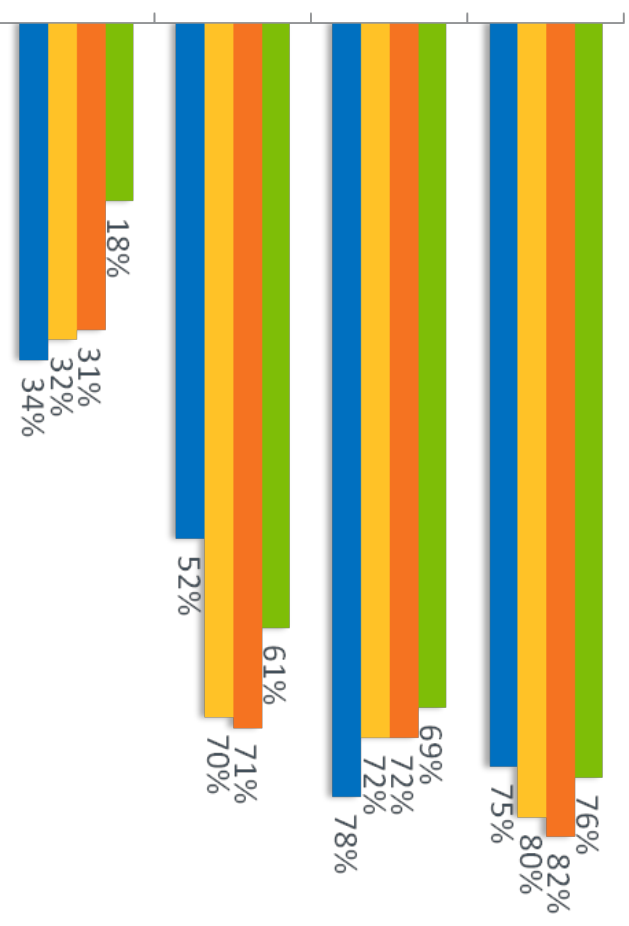
**% Prêt**

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 à 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.