

## Baromètre international sur l'efficacité énergétique

Sondage *Harris Interactive* pour *Rexel*

*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*

*1 000 personnes aux Etats-Unis*

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

\*\_\*\*

**Paris, le 14 octobre 2011** - A la demande de *Rexel*, Harris Interactive a réalisé un sondage sur le thème de l'efficacité énergétique dans quatre pays occidentaux : la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et les Etats-Unis. Dans chacun de ces pays, un échantillon représentatif de la population nationale a été interrogé sur ses opinions et pratiques en matière de consommation d'énergie et sur les moyens envisageables afin de l'optimiser.

### Un sujet aux connotations positives, mais pas encore totalement intégré

**L'efficacité énergétique est aujourd'hui un enjeu reconnu par les Français**, puisqu'ils sont 92% à considérer qu'il s'agit d'un sujet important (dont 47% de « très important »). Les dispositifs mis en place pour promouvoir cette efficacité énergétique sont d'ailleurs plutôt bien identifiés par une large partie de la population puisque les trois mesures testées (l'interdiction des lampes à incandescence, l'éco prêt à taux Zéro Plus et la nouvelle norme

de construction basse consommation BBC) sont connues par une majorité de Français. Reste que malgré tout, une majorité ne sait pas précisément de quoi il s'agit.

Si, dans les discours, le sujet apparaît donc comme unanimement considéré par les Français – 88% d'entre eux déclarant faire attention à leur consommation énergétique –, **la pratique des petits gestes quotidiens d'économie d'énergie** (éteindre les appareils plutôt que de les mettre en veille, baisser le chauffage du lieu de vie, etc.) **n'est pas encore totalement intégrée**, notamment au regard des autres pays européens, en tête desquels on retrouve l'Allemagne.

### En arrière-plan, une préoccupation financière omniprésente

Les Français font preuve d'une **sensibilité particulière à la protection de l'environnement**, la plaçant comme la première motivation à la promotion de l'efficacité énergétique (94% estimant que c'est une raison importante et 67% très importante), mais **l'aspect financier apparaît comme une préoccupation centrale dans leur approche de l'efficacité énergétique**. Dans un premier temps, cet aspect financier peut être identifié comme un véritable frein, **seulement 18% des Français étant par exemple prêts à payer plus cher leur facture énergétique afin d'économiser l'énergie** (ce qui pourrait par exemple compenser les coûts de production plus élevés liés à la transition vers les énergies renouvelables), **tandis qu'ils sont environ 1/3 à se déclarer prêt à ce sacrifice dans les autres pays**. Enfin, les principaux freins aux économies d'énergie mis en avant par les Français sont directement reliés à cet aspect financier : 45% d'entre eux évoquent d'abord le prix trop élevé des produits économes en énergie, et 42% mettent ensuite l'accent sur la faiblesse des incitations financières.

Cette préoccupation financière, si elle apparaît comme prépondérante, doit être replacée dans son contexte, l'étude ayant été réalisée dans une période de forte contraction économique.

### Une réconciliation nécessaire alliant bénéfices financiers à long terme et responsabilité personnelle

En réalité, l'aspect financier peut devenir un potentiel levier de la promotion de l'efficacité énergétique, notamment grâce au **développement de l'information sur les bénéfices à plus long terme des économies d'énergies**. En effet, sur l'efficacité énergétique, les Français souhaiteraient d'abord recevoir des informations relatives aux incitations financières à aux législations existantes (pour 27% d'entre eux). Surtout, la réduction des dépenses apparaît comme la deuxième « très bonne raison » de promouvoir l'efficacité énergétique (pour

66% des Français, après la protection de l'environnement), les personnes interviewées étant même prêtes, pour 61% d'entre elles, à réaliser un effort d'investissement dans des équipements plus chers mais économes, si ceux-ci s'avèrent rentables à court ou moyen termes.

Plus globalement, les Français estiment d'ailleurs que **l'effort doit d'abord venir d'eux-mêmes**, plutôt que des pouvoirs publics. En effet, pour promouvoir cette efficacité énergétique, ils attribuent d'abord un rôle très important aux citoyens-consommateurs (pour 91% d'entre eux), supérieur même à celui attribué à l'Etat (88%), vers lequel les attentes sont pourtant habituellement et traditionnellement fortes dans le pays.

\*\_\*\*

***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)