

Résumé

Notre comportement personnel et nos choix quotidiens, qu'il s'agisse d'alimentation, du moyen de nous rendre au travail ou de chauffer notre logement, ont un effet certain sur l'environnement. Faute de politiques plus vigoureuses et mieux ciblées, leurs impacts vont probablement s'intensifier au cours des années à venir. Quelles réponses les pouvoirs publics doivent-ils apporter ? Nous devons redoubler d'efforts pour élaborer des stratégies de croissance propices à l'adoption de modes de vie et de consommation moins dommageables pour l'environnement.

Le présent rapport, fondé sur l'enquête sur la politique de l'environnement et le comportement individuel (EPIC) réalisée en 2011, aide les gouvernements à mieux comprendre le comportement des ménages à l'égard de l'environnement dans cinq domaines clés : consommation d'énergie, consommation d'eau, choix du mode de transport, consommation alimentaire ainsi que production et recyclage des déchets. Cette deuxième édition de l'enquête EPIC (la première datant de 2008) a permis de recueillir des informations auprès de plus de 12 000 ménages dans onze pays : l'Australie, le Canada, le Chili, la Corée, l'Espagne, la France, Israël, le Japon, les Pays-Bas, la Suède et la Suisse. Elle met aussi en évidence les mesures susceptibles d'inciter les ménages à se comporter de manière plus respectueuse de l'environnement.

Les répondants à l'enquête peuvent être groupés en trois grandes catégories d'attitudes à l'égard de l'environnement : i) les « éco-motivés » qui sont convaincus de la nécessité de faire des sacrifices pour résoudre les problèmes d'environnement ; ii) les « éco-sceptiques » pour qui les problèmes environnementaux sont souvent exagérés, et iii) un groupe de « techno-optimistes » qui sont persuadés de la réalité des problèmes d'environnement, mais pensent que les innovations technologiques permettront de les résoudre.

Pour toutes ces catégories, les gouvernements doivent présenter des preuves convaincantes non seulement qu'un changement de comportement est nécessaire pour relever les défis que représentent la raréfaction des ressources et le changement climatique, mais aussi que les choix individuels des ménages peuvent jouer un rôle déterminant, qu'il s'agisse de participer au recyclage ou d'opter pour les transports en commun. Par ailleurs, dès lors que les ménages sont disposés à changer de comportement, il faut que les pouvoirs

publics aient mis en place les mesures nécessaires pour les y aider. Il faut aussi tenir compte de l'écart entre les bonnes intentions et le comportement réel.

Les résultats de l'enquête confirment la nécessité d'offrir les incitations économiques appropriées si l'on veut influencer sur les décisions des consommateurs. Comme dans l'enquête de 2008, les résultats de celle de 2011 révèlent combien les attitudes environnementales déterminent les comportements. Les consommateurs ne feront pas l'effort de se comporter de façon éco-responsable s'ils ne pensent pas que cet effort répond à une nécessité réelle. En outre, dans des domaines comme l'énergie, l'eau et les modes de transport personnel, le développement des services et des infrastructures est essentiel. Nul ne renoncera à sa voiture au profit des transports publics si l'endroit où il doit se rendre n'est pas desservi, ni n'optera pour des énergies propres si aucune offre n'est disponible. Par ailleurs, l'octroi de subventions aux catégories de ménages qui n'ont pas les moyens d'adopter des pratiques plus respectueuses de l'environnement peut aussi se justifier. En d'autres termes, susciter le changement de comportement voulu nécessite de mettre en œuvre toute une panoplie d'instruments.

Principales conclusions

- Une bonne partie de la demande d'électricité renouvelable n'est pas satisfaite. Quelque 60 % des personnes interrogées seraient prêtes à payer davantage pour de l'électricité d'origine renouvelable, et 45 % se disent intéressées par une tarification différenciée des énergies renouvelables si cette possibilité leur est offerte.
- Dans chaque pays, la plupart des personnes interrogées ont adopté une forme ou une autre de comportement éco-énergétique. Or, 40 % des répondants déclarent ne « jamais », ou seulement « occasionnellement », couper le mode veille de leurs appareils. En moyenne, les ménages à revenu élevé adoptent moins souvent des comportements éco-énergétiques.
- La tarification de l'eau en fonction du volume consommé incite les ménages à économiser l'eau, que ce soit en adoptant des comportements adaptés ou en investissant dans des équipements économes en eau.
- Les politiques des pays contribuent pour beaucoup à favoriser les investissements des ménages dans l'efficacité énergétique. Les ménages ont déclaré bénéficier d'aides publiques pour environ 16 % des investissements dans les améliorations de l'efficacité énergétique répertoriées dans l'étude.
- L'étiquetage énergétique a aussi un effet sur la réduction de la demande d'électricité. Les ménages capables de reconnaître l'étiquette des performances énergétiques des appareils électriques dépensent, en moyenne, 6 % de moins en électricité que ceux qui ne les reconnaissent pas.

- Les personnes interrogées se disent souvent prêtes à payer un supplément de prix pour des véhicules électriques, or le taux de motorisation réel reste très faible. Les répondants se déclarent dans l'ensemble favorables à ce que les pouvoirs publics investissent davantage dans les infrastructures de transports en commun.
- S'agissant des fruits et légumes frais biologiques, les dépenses moyennes déclarées par les ménages varient, suivant les pays, entre 13 % et 35 % des dépenses totales en fruits et légumes frais (biologiques et « conventionnels »).
- La reconnaissance des labels et la confiance qu'ils inspirent varient considérablement selon les pays. Par exemple, parmi les personnes interrogées ayant reconnu le nouveau label bio de l'Union européenne, la confiance fluctue entre 47 % (Suède) et 83 % (Pays-Bas).
- Les ménages soumis à une tarification des déchets au volume ou au poids tendent à en produire de 20 % à 30 % de moins que les autres. Les deux mesures emportant la plus forte adhésion des répondants pour réduire les quantités de déchets consistent à éviter d'en produire, en encourageant les distributeurs à utiliser moins d'emballage et les ménages à acheter des produits qui en comportent moins.
- Dans les six pays ayant participé aux deux enquêtes, le pourcentage de personnes estimant que les problèmes environnementaux devraient être traités essentiellement par les générations futures a nettement augmenté, encore que, pour les personnes âgées, ce serait plutôt à leur propre génération qui a créé les problèmes actuels, de s'en charger.

Principales recommandations

- Les mesures qui donnent aux consommateurs un accès accru à des choix plus verts, comme les investissements en infrastructures (transports publics ou services de recyclage, par exemple), complètent utilement celles qui abaissent le coût des choix verts.
- Accorder des subventions en fonction des besoins pour des investissements permettant d'économiser l'eau pourrait offrir un moyen important d'améliorer la conservation des ressources en eau.
- Les ménages locataires de leur logement investissent moins financièrement pour économiser l'eau. Pour régler ce problème, il pourrait être utile de concevoir des programmes incitant les locataires à investir dans des mesures d'économie.
- La demande d'électricité des ménages ne dépend pas de leur niveau de revenu. C'est pourquoi, si aucune mesure supplémentaire n'est prise, la hausse des prix de l'énergie aura sans doute des effets préjudiciables sur le

bien-être des ménages à faible revenu sans pour autant réduire sensiblement leur consommation.

- Les campagnes d'information et de sensibilisation du public sont essentielles pour aider les ménages à prendre conscience des coûts et des tarifs (par exemple de l'eau ou de la collecte des déchets) et à mieux comprendre le problème du changement climatique.



Extrait de :

Greening Household Behaviour

Overview from the 2011 Survey - Revised edition

Accéder à cette publication :

<https://doi.org/10.1787/9789264214651-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2014), « Résumé », dans *Greening Household Behaviour : Overview from the 2011 Survey - Revised edition*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264195493-4-fr>

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.