OECD *Multilingual Summaries*

Greening Household Behaviour

Summary in French

Accédez au texte intégral: [10.1787/9789264181373-en](https://doi.org/10.1787/9789264181373-en)

Vers des comportements plus environnementaux

Résumé en français

- Notre comportement personnel et nos choix quotidiens, qu'il s'agisse d'alimentation ou du moyen de nous rendre au travail ou de chauffer notre logement, ont un effet non négligeable 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 ? Il faut accentuer nos 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 envers l'environnement dans cinq domaines clés : consommation d'énergie, consommation d'eau, choix de transport, consommation alimentaire ainsi que production et recyclage des déchets. Cette deuxième édition de l'enquête EPIC (la première date de 2008), a permis de recueillir des informations auprès de plus de 12 000 ménages dans onze pays : Australie, Canada, Chili, Corée, Espagne, France, Israël, Japon, Pays-Bas, Suède et 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 « enviro-motivés » qui sont convaincus de la nécessité de faire des sacrifices pour résoudre les problèmes d'environnement ; ii) les « enviro-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 que non seulement 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 publics. Par ailleurs, dès lors que les ménages sont disposés à changer de comportement, il faut que les pouvoirs publics aient en place les mesures nécessaires pour les aider à le faire. Il importe aussi de 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 d'acquiescer un comportement éco-responsable s'ils ne pensent pas que ce changement correspond 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 des ménages 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 % of 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.

La politique publique contribue 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'étiquetage énergétique 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 publics.

S'agissant des fruits et légumes frais biologiques, les dépenses moyennes annoncées 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, c'est plutôt à leur 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 davantage 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 la consommation.

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

© OCDE

La reproduction de ce résumé est autorisée à condition que la mention OCDE et le titre original de la publication soient mentionnés.

Les résumés multilingues sont des extraits traduits de publications de l'OCDE parues à l'origine en anglais et en français.

Ils sont disponibles gratuitement sur la librairie en ligne de l'OCDE www.oecd.org/bookshop

Pour plus d'informations, contactez le service des Droits et traductions de l'OCDE, Direction des Affaires publiques et de la communication à l'adresse rights@oecd.org ou par fax au: +33 (0)1 45 24 99 30.

Service des Droits et Traductions de l'OCDE

2 rue André-Pascal, 75116

Paris, France

Consultez notre site Internet www.oecd.org/rights

Retrouvez le texte complet sur OECD iLibrary!

© OECD (2013), *Greening Household Behaviour*, OECD Publishing.

doi: 10.1787/9789264181373-en