



RÉSULTATS DE L'ÉTUDE INTERNATIONALE *FONDATION REXEL / OPINIONWAY* SUR LA PERCEPTION DES SOLUTIONS D'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

CITOYENS ET ECONOMES, LES CONSOMMATEURS SONT MOBILISÉS POUR L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Paris – 11 juin 2013 – Face à une demande énergétique grandissante, l'efficacité énergétique est désormais au cœur des enjeux de développement. D'un point de vue économique, environnemental, social et sociétal, elle permet de contribuer fortement à un avenir meilleur, pour tous.

C'est pourquoi Rexel, leader mondial de la distribution professionnelle de produits et services pour le monde de l'énergie, a décidé de renforcer sa contribution à la transition énergétique en créant la **Fondation Rexel pour le progrès énergétique**. Convaincue qu'il faut connaître les perceptions des principaux acteurs pour agir de façon efficace, la Fondation dévoile aujourd'hui les résultats d'une vaste étude internationale inédite, réalisée dans 4 pays (France, Royaume-Uni, Allemagne et Etats-Unis), sur les perceptions croisées des solutions d'efficacité énergétique chez les consommateurs et professionnels de la filière. Cette étude a été réalisée avec le concours de l'institut OpinionWay.

Des consommateurs conscients des enjeux et décidés à « maîtriser leur énergie »

Pas de doute, la sensibilité du consommateur au coût de l'énergie constitue un facteur déclencheur.

- **40%** des consommateurs âgés de 18 ans et plus se préoccupent fréquemment de leurs factures énergétiques (tous les jours, toutes les semaines ou chaque fois qu'ils allument la lumière ou un appareil). C'est en France que ce taux est le plus élevé (48%).
- **75%** des Français ayant apporté une amélioration à leurs maisons citent la «**réduction des factures énergétiques**» comme première motivation pour adopter des mesures d'efficacité énergétique.
- 47% des consommateurs (France, Royaume-Uni, Allemagne et Etats-Unis confondus) pensent pouvoir économiser plus de 20% par an sur leurs dépenses énergétiques en investissant dans des produits éco-performants (33% en France).

Les consommateurs sont conscients qu'ils doivent en priorité changer leurs comportements.

- Quand on leur demande qui sont les responsables pour améliorer l'efficacité énergétique dans les logements, les quatre pays confondus indiquent que les consommateurs eux-mêmes sont les premiers à devoir s'engager. Les Etats-Unis et l'Allemagne sont les plus engagés (42% et 34%), devant les Français et le Royaume-Uni (32% et 30%). Sont cités ensuite les énergéticiens (entre 29% et 40% selon les pays), puis les gouvernements.



- **53%** des consommateurs considèrent que la modification de leur comportement est essentielle pour réaliser plus d'économies : Français et Britanniques en sont le plus convaincus (64% et 55% respectivement), alors que 56% des Allemands pensent que c'est en investissant dans des produits éco-performants que le potentiel d'économies est le plus élevé.

Au-delà de l'impact coût, la qualité de vie et la conscience citoyenne jouent un rôle croissant dans les motivations des consommateurs.

- 42% des Français ayant amélioré leurs logements considèrent que l'efficacité énergétique peut améliorer leur confort et leur qualité de vie.
- 39% des Français ayant fait des améliorations de leurs maisons mettent en avant leur motivation pour protéger l'environnement.
- 58% des consommateurs des 4 pays interrogés voteraient pour un gouvernement plus concerné par l'efficacité énergétique et qui les aiderait à réduire leurs factures énergétiques.
- Mais surtout, à la question « quels seront les impacts si rien n'est fait pour améliorer l'efficacité énergétique ? », les consommateurs des 4 pays interrogés soulignent unanimement les impacts économiques, sociaux et politiques. Ainsi, 94% considèrent que le coût de l'énergie va continuer à augmenter, 88% estiment que de plus en plus de personnes seront incapables de payer leur facture et seront en situation de précarité énergétique, et 83% pensent que les tensions politiques augmenteront notamment face aux questions d'indépendance énergétique.

Un frein majeur : le prix de l'énergie et des équipements d'efficacité énergétique limite les engagements des plus motivés !

Chez les consommateurs, la question des prix constitue le frein principal pour s'engager plus avant

- Les freins financiers restent critiques pour entreprendre des travaux chez les consommateurs. Plus de la moitié des consommateurs mettent en avant le frein financier : **60%** en France, 63% au Royaume-Uni et 52% en Allemagne.
- Malgré cela, 58% des consommateurs Français, Anglais, Allemands et Américains prévoient de prendre des mesures d'amélioration de l'efficacité énergétique dans leurs logements dans les 5 ans à venir.

Les électriciens installateurs plaident pour des aides financières et une simplification de l'offre

- **90%** attendent de meilleures solutions de financement, 84% une simplification de l'offre, 74% des mesures réglementaires de la part des Etats
- Ils sont globalement confiants, puisque **85%** d'entre eux recommanderaient à des jeunes de s'orienter vers la filière de l'efficacité énergétique



MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Etude OpinionWay réalisée en ligne et par téléphone, du 10 au 23 avril 2013, auprès de 8 201 personnes et de 403 électriciens / installateurs travaillant dans le secteur résidentiel et dont l'entreprise propose des produits/solutions d'efficacité énergétique, en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et aux Etats-Unis.

A PROPOS DE LA FONDATION REXEL POUR LE PROGRÈS ÉNERGÉTIQUE

La Fondation Rexel pour le progrès énergétique a été créée en mai 2013, sous l'égide de la Fondation de France, par le groupe Rexel, leader mondial de la distribution professionnelle de produits et services pour le monde de l'énergie. Elle a pour mission de promouvoir l'efficacité énergétique et de la rendre accessible au plus grand nombre. Ses activités s'organisent autour de trois axes : développer les connaissances et sensibiliser au sujet de l'efficacité énergétique ; favoriser l'innovation en accompagnant des programmes de recherche et des projets éducatifs ; soutenir des projets solidaires d'intérêt général en France et à l'étranger, en lien avec des ONG, des entrepreneurs sociaux et d'autres fondations. Pour plus d'information : www.fondationrexel.com

A PROPOS DE REXEL

Leader mondial de la distribution de produits et services durables et innovants pour les automatismes, l'expertise technique et la gestion de l'énergie, Rexel sert trois marchés finaux : l'industrie, la construction résidentielle et la construction tertiaire. Le Groupe est présent dans 37 pays, à travers un réseau d'environ 2 300 agences et emploie 31 000 collaborateurs. Rexel a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires de 13,4 milliards d'euros. Son principal actionnaire est un groupe d'investisseurs dirigé par Clayton Dubilier & Rice, Eurazeo et BAML Capital Partners. Pour plus d'information : www.rexel.com

CONTACTS PRESSE

Laura Gardelli / Burson Marsteller i&e pour Rexel / + 33 1 56 03 12 04 / laura.gardelli@bm.com
Pénélope Linage / Rexel / + 33 1 42 85 76 28 / plinage@rexel.com