

Comment le certificat énergétique peut-il influencer la motivation pour économiser l'énergie ?

Résultats pour la Belgique et le Danemark
(étude SEREC)

Françoise Bartiaux, UCL, bartiaux@demo.ucl.ac.be

Guy Vekemans, Vito, Guy.Vekemans@vito.be

Kirsten Gram-Hanssen, SBI, kgh@by-og-byg.dk

Les équipes de recherche

- Institut de Démographie, UCL
 - F. Bartiaux, M. Cantaert, B. Spies, L. Reategui, L. Moreau...
 - Coordination
 - Enquête quantitative et entretiens qualitatifs
- VITO (Vlaams instelling voor technologisch onderzoek)
 - Guy Vekemans, Dries Maes, Johan Desmedt
 - 40 audits énergétiques et 3 autres procédures
- Danish Building and Urban Research
 - Kirsten Gram-Hanssen
 - comparaison avec des études danoises
- Financement : SPP Politique Scientifique (PADD II)

Méthodologies

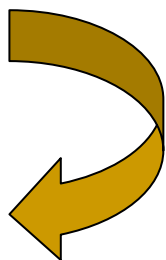
- Enquête par questionnaire (n:1000)
 - Enquête par téléphone
 - Échantillon représentatif
 - Septembre 2004
- Entretiens approfondis
 - « généraux »
 - « audit énergétique »
- Procédures techniques, dont 40 audits énergétiques



Approche théorique

- Approche pluridisciplinaire
 - Tentative de combiner les approches technique et sociologique
- En sociologie : approche descriptive et compréhensive
 - ⇒ **Théories sociologiques de l'action et discussion de la rationalité des acteurs** (présupposée en économie et en psychologie sociale)

INFORMATION (Ex : Labels)



**PRISE DE
CONSCIENCE**



Leviers de changement

**ACTION
CHANGEMENT**

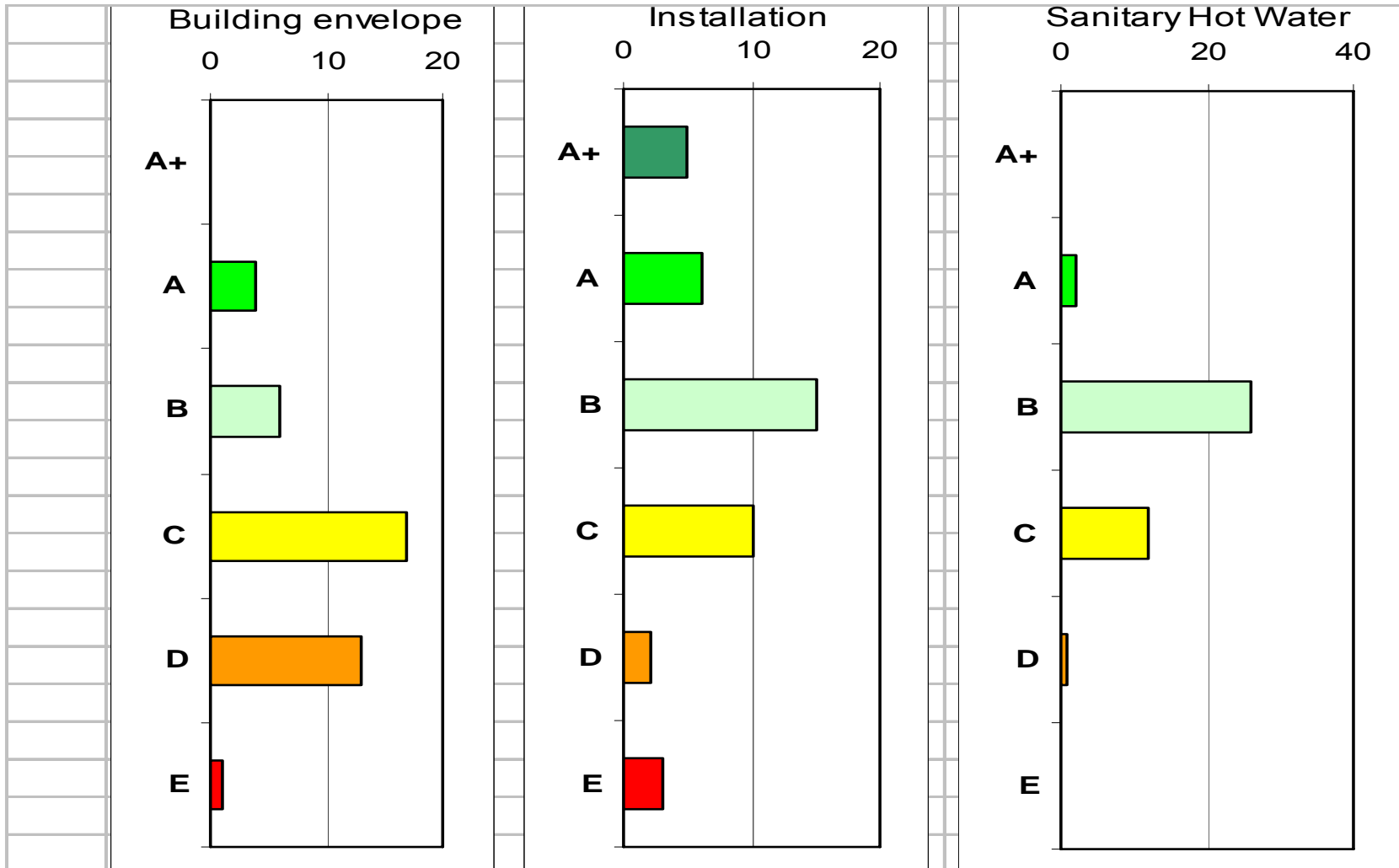


Freins au changement

Are the labels influencing the purchase of a dwelling? The case of Denmark

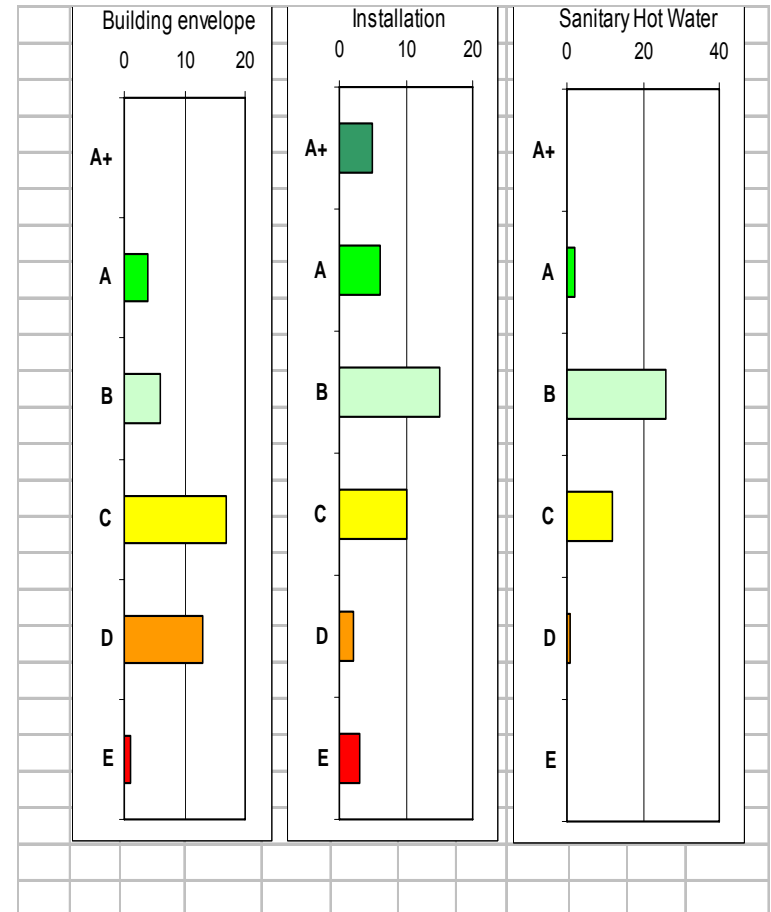
- People do read and remember the labels
- Labels do *not* influence purchase. Energy is not an prioritized issue when buying a house
- Labels are used to negotiate the prize of the house. If the cost of the heating is high the prize should be lower

Labels énergétiques



Information personnalisée et peu d'action : pourquoi ? Labels peu utiles

- **Labels peu mentionnés** dans les interviews (oublis fréquents)
- **Labels mal compris** : « ils ont dit 'c'est bien isolé', on est contents» (Label C) → $C = 3/26 \neq 4/6$!
- **Excuses vite trouvées** : «il a dit 'le logiciel n'est pas adapté pour les appartements, on aurait dû avoir mieux' [que le label D] »
- **Rarement un incitant** pour agir en vue d'un meilleur label (2 cas/12)
- **Pas de plan d'action** pour obtenir de meilleurs labels



Audit énergétique : évaluation (chauffage, eau chaude, électricité)

- N=40, intéressés par (la réduction de) leur consommation d'énergie
- Après 1 an :
 - 11 % des recommandations appliquées
 - 23 % des recommandations « planifiées »
- Quelques changements mineurs :
 - + isolation des tuyaux
 - + pommeaux de douche économiques

Information personnalisée et peu d'action : pourquoi ?

- Analyse sociologique des entretiens compréhensifs (n=12) et comparaison avec le Danemark
- **Nécessité d'une conscience discursive** (Giddens)
 - Information pratique nécessaire (isolation)
 - Contexte important
 - Importance des perceptions: *“Nous ne sentons pas d'inconfort” / “L'utilité de l'isolation, tu la sens !”*
 - → Hypothèse (politique sur le tri des déchets)
obligation, une modalité de conscience discursive

Information personnalisée et peu d'action : pourquoi ?

■ Besoin d'information cohérente

- ❑ Avec intermédiaires (chauffagiste, architecte, ...)
- ❑ Avec famille, amis, ...
- ❑ Avec information recueillie soi-même (Internet, ...)
- ❑ Déjà entendu avant
- ❑ → Hypothèse : comparaison sociale, une modalité de conscience discursive

Information personnalisée et peu d'action : pourquoi ?

- **Autres travaux à réaliser jugés prioritaires**
 - ❑ Pour augmenter le confort, l'esthétique, le contexte des interactions sociales, faciliter la vie quotidienne : **critères familiaux et sociaux**
 - ❑ Le temps de retour de l'investissement est un critère peu important pour les ménages **voire un critère contre-productif**
 - ❑ Les travaux pour économiser l'énergie paraissent trop lourds ou trop coûteux (en temps, en travail, en argent, ...)

Information personnalisée et peu d'action : pourquoi ?

■ Besoin de soutien social

- ❑ Lampes économiques → bougies? Montrer que l'on économise l'énergie est incompatible avec le fait de montrer un statut social élevé
- ❑ Besoin de raisons légitimées socialement (≠ économie et environnement)
- ❑ Besoin du soutien des membres de la famille

■ Augmentation de l'estime de soi

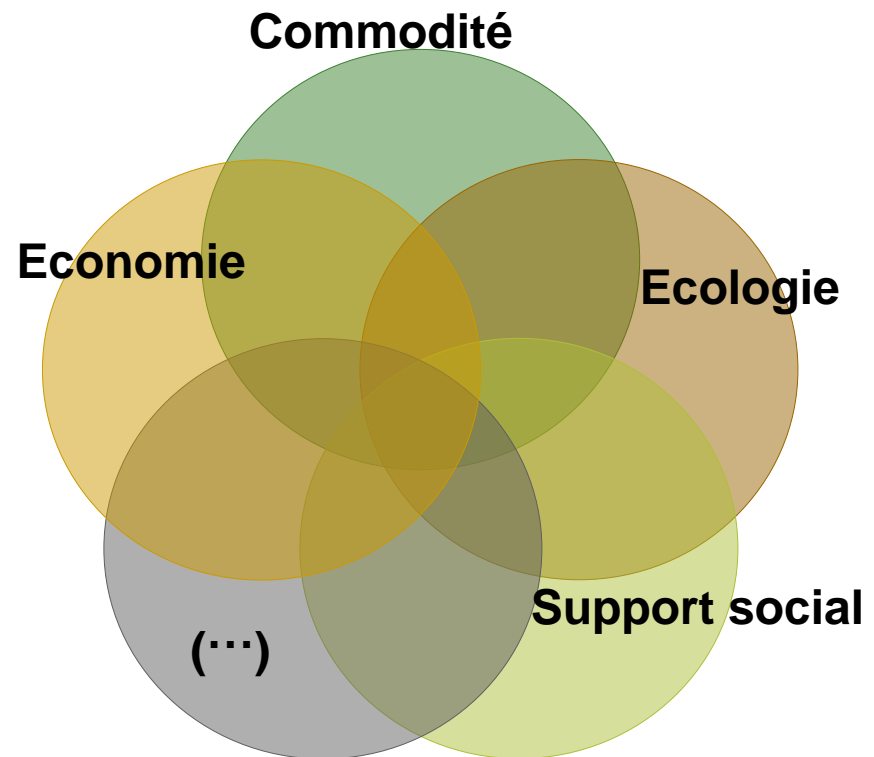
- ❑ Faire des recommandations son propre projet
- ❑ En continuité avec investissements précédents

Connaissances en matière énergétique et pratiques correspondantes

- Au total, **pas d'association claire** entre des pratiques d'économie d'énergie et
 - Connaissance sur le changement climatique
 - Connaissance sur les énergies renouvelables
- Importance des normes sociales sur le confort, l'aspect pratique et la propreté (Shove, 2003)

Complexité des pratiques et 'décisions'

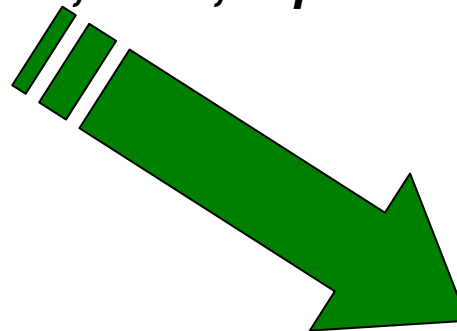
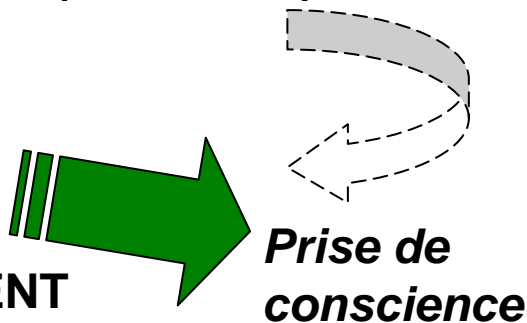
- Multiplicité des critères d'action
- Hiérarchisation variant en fonction de l'action, du contexte et des priorités de chaque acteur



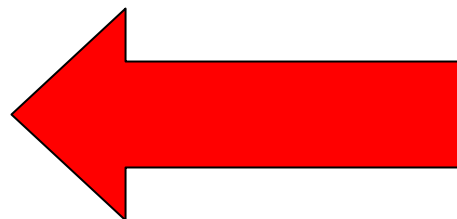
Information (ex : labels)

Leviers de changement : confort, facilité, habitudes, entourage, identité, revenu, 'vert', aspects techniques

**ACTION
CHANGEMENT**



**ACTION
CHANGEMENT**



Freins au changement : consommation, confort, facilité, habitudes, entourage, identité, revenu, 'vert', aspects techniques, information, locataire

Leviers / Freins à l'action et au changement (1)

LEVIERS	FREINS
Habitudes (dès enfance ou par intermédiaire des enfants)	Habitudes : certaine immuabilité des habitudes et de l'éducation
Facilité (thermostat)	Facilité
Soutien de l'entourage et des proches (+)	Soutien de l'entourage et des proches (-)
Économie : par consommation moindre, primes...	Manque de liberté financière ou au contraire, pas besoin d'économie

Leviers / Freins à l'action et au changement (2)

LEVIERS	FREINS
Préoccupation pour l'environnement ('sauvegarder notre planète bleue')	Souci de ne pas 'exagérer', de ne pas être 'maniaque'
L'image de soi	L'image de soi - genre
Les experts	Les experts
Sentiment d'une capacité d'action	Sentiment d'une incapacité d'action
Évaluation technique du bâtiment	Facteurs techniques du bâtiment/location

Perceptions des consommateurs sur les politiques environnementales

- 21 % ont fait le maximum pour économiser l'énergie
 - $\frac{3}{4}$ pensent que les familles ou les autorités publiques devraient entreprendre des actions
 - + 60 % sont d'accord
 - De diminuer la température d'1°
 - D'améliorer l'isolation
 - D'installer un système de chauffage + efficace
- ⇒ grande acceptabilité potentielle d'une politique énergétique

Conclusion

- Ni les connaissances environnementales générales ni les **informations personnalisées** ne provoquent à elles seules des comportements plus économes en énergie
- **Labels** peu utiles : acheter et rénover une habitation \neq acheter un frigo
- Proposer l'**hypothèse** d'une relation inversée : pratiques avec effet moindre sur l'environnement favorisent une ouverture à l'information sur l'environnement
- Une **politique d'économie d'énergie** susciterait :
 - Une conscience discursive (via l'obligation perçue)
 - Du soutien social et une légitimité sociale