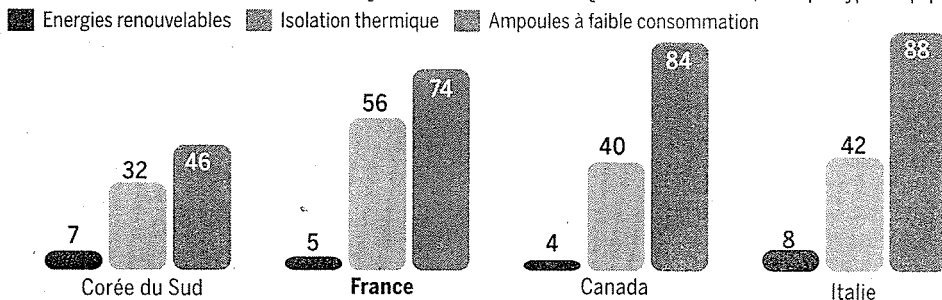


MÉNAGES AYANT INVESTI DANS DES ÉQUIPEMENTS ÉCONOMIQUES EN ÉNERGIE, en % par type d'équipement



SOURCE : OCDE

## Environnement : changer les comportements a un prix

Les politiques publiques d'incitation ou de dissuasion sont déterminantes dans l'attitude des ménages, selon une étude de l'OCDE

Il est encore trop tôt pour déterminer si l'accident nucléaire de Fukushima aura des conséquences, au niveau mondial, sur les comportements des consommateurs et sur les politiques publiques de préservation de l'environnement. Ce que l'on sait, c'est que si la conscience environnementale progresse, l'argument financier reste un facteur déterminant. Plusieurs études, publiées en mars par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et le Centre d'analyse stratégique (CAS) français, parviennent au constat que le rôle des politiques d'incitation ou de dissuasion est décisif.

L'étude « Ecologiser le comportement des ménages », réalisée auprès de 10 000 foyers de dix pays membres de l'OCDE (Australie, Canada, Corée du Sud, France, Italie, Mexique, Norvège, Pays-Bas, République tchèque et Suède), confirme qu'un changement de comportement est difficile à obtenir sans une « incitation adéquate ». Dans cinq domaines (la consommation d'eau, d'énergie, le choix du mode de transport, la consommation d'aliments biologiques et le traitement des déchets), les prix, le mode de tarification et l'information des consommateurs jouent un rôle essentiel.

« Le choix politique de faire ou ne pas faire payer la quantité consommée joue directement sur la consommation d'eau », note ainsi Nick Johnstone, de la direction de l'environnement de l'OCDE. La consommation d'eau diminuerait d'environ 20 % lorsque la facture dépend du volume consommé. Dans le domaine de l'énergie, près de la moitié des ménages disent ne pas être prêts à déboursier la moindre somme supplémentaire pour

consommer de l'énergie « verte », d'origine solaire ou éolienne.

Ils sont aussi moins de 10 % à accepter de payer de 15 % à 30 % plus cher pour des aliments issus de l'agriculture biologique. Les ménages recyclent davantage de déchets lorsqu'ils ont accès à des services de collecte en bas de chez eux. Mais cela coûte plus cher à la collectivité. Il faut « offrir aux ménages des services publics environnementaux adaptés », préconise l'OCDE.

Bien sûr, la réalité varie d'un pays à l'autre. Les Australiens, les Canadiens ou les Suédois recyclent deux fois plus de produits que les Tchèques et les Mexicains. Ces derniers, suivis par les Néerlandais, les Français et les Italiens, sont plus enclins à éteindre les

lumières, à arrêter les appareils ménagers et à baisser le chauffage pour économiser l'énergie.

Selon une étude réalisée par le CAS et intitulée « Nudges verts, de nouvelles incitations pour des comportements écologiques », l'utilisation de *nudges* (« coups de pouce » en français) permet de modifier les usages. Selon une expérience menée dans un hôtel par le psychologue Robert Cialdini et citée par le CAS, 35 % des clients acceptaient de garder leur serviette de toilette pendant plusieurs jours, « pour protéger l'environnement ».

**« Le choix politique de faire ou ne pas faire payer la quantité consommée joue directement sur la consommation d'eau »**

Nick Johnstone  
OCDE

comme le suggérait la direction. Ce pourcentage passait à 44 % quand l'incitation précisait que 75 % des personnes ayant déjà occupé la chambre avaient adopté ce comportement. « L'information mentionnant le comportement d'autrui est devenue une norme sociale bien plus efficace que les appels traditionnels à la préservation de l'environnement », note le CAS.

Mais ces stratégies de valorisation ou de stigmatisation des comportements ont parfois des effets pervers. Lors d'une expérience

menée en Californie, un millier de foyers ont reçu des données sur leur consommation énergétique et celle de leur voisinage. Si la comparaison a permis de diminuer sensiblement la consommation dans les foyers les plus gourmands en énergie, raconte le CAS, les ménages moins énergivores se sont mis à consommer davantage.

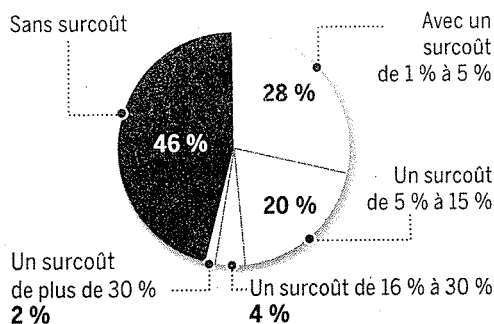
Pour limiter cet effet boomerang inattendu, il a fallu apposer sur les factures un symbole graphique – sourire ou grimace – pour valoriser les bons comportements. « Je donne le bon exemple », devient le message positif. Mais attention, prévient Patrick Joly, directeur de la communication de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe), « les gens en ont marre de la culpabilisation ou de l'exemplarité ».

L'approche *nudge* représente une troisième voie, entre le classicisme libéral qui laisse le marché organiser la consommation et une politique régulatrice plus interventionniste, estime Pierre Deschamps, conseiller pour l'énergie et le changement climatique à la Commission européenne. « Il faut que le message soit positif et ne reste pas sur la seule question des valeurs », dit-il. Il est possible, selon lui, de convaincre un usager de ne pas jeter son téléphone portable en lui expliquant que « dans une tonne de téléphones cellulaires, on récupère 150 grammes d'or, alors que l'extraction d'une tonne de minerai dans une mine d'or n'en donne environ que 5 grammes ». ■

Rémi Barroux

### Les réticences des ménages à « verdier » leurs dépenses

DISPOSITION DES MÉNAGES À PAYER PLUS (OU PAS) POUR DES ÉNERGIES RENOUVELABLES en % des interrogés



PERSONNES NE SOUHAITANT PAS PAYER D'AVANTAGE POUR L'ACHAT D'ALIMENTS BIOLOGIQUES, en % des interrogés

