

Observatoire Energie Réunion

ETUDE SUR LES ETIQUETTES D'ECONOMIE D'ENERGIE A LA REUNION

-
- Filière : Ile Solaire
 - Rédacteurs : Ludovic SAMARIA et Sandra GRONDIN
 - Relecture et contrôle qualité :Dorothee LESOUËF
 - Validation : Gaëlle GILBOIRE
 - Date : Décembre 2012
-

ARER – EIE Espaces Informations et Conseils - www.arer.org - arer@arer.org – www.island-news.org

«Promouvoir la maîtrise de l'énergie et l'utilisation rationnelle des énergies renouvelables, et préserver les ressources naturelles locales dans une perspective de développement durable et d'adaptation aux changements climatiques »

Prenez contact avec notre équipe – Tél. 02 62 257 257

ARER - Agence Régionale Energie Réunion - Association loi 1901 à but non lucratif – Organisme de formation agréé

Siège social : 40 avenue de Soweto * BP 226 * 97456 St-Pierre Cedex

Tel : 0262 38 39 38 * Fax : 0262 96 86 91 * n° siret : 43928091800020

PARTENAIRES 2010 -2013



Sommaire

Résumé	3
Liste des figures	8
Liste des tableaux	10
1. Introduction.....	12
2. Contexte réglementaire de l'étiquetage énergétique	13
2.1. Décret de 1992.....	13
2.2. Décret de 2010.....	14
2.3. Décret de 2011.....	16
2.3.1. Obligations du fournisseur	17
2.3.2. Obligations du distributeur	17
2.3.3. Contrôles	17
3. Protocole de l'enquête.....	18
3.1. Méthodologie.....	18
3.1.1. Trois approches.....	18
3.1.2. Définition de l'échantillon	19
3.1.3. Equipements cibles.....	20
3.1.4. Les questionnaires.....	21
3.1.4.1. Questionnaire « observation »	21
3.1.4.2. Questionnaire adressé aux consommateurs	21
3.1.4.3. Questionnaire adressé aux distributeurs	22
3.1.5. Déroulement des enquêtes	23
3.1.6. Elaboration de la base de données et de l'outil de traitement	23
3.2. Planning de l'étude	24
4. Résultats.....	25
4.1. Approche « observation »	25
4.1.1. Analyse globale	25
4.1.2. Analyse par usage	29
4.1.2.1. Analyse cuisson	29
4.1.2.2. Analyse froid.....	32
4.1.2.3. Analyse lavage.....	35
4.1.2.4. Analyse éclairage	38
4.1.2.5. Analyse climatisation	40
4.1.2.6. Analyse Audiovisuel.....	42
4.2. Approche « consommateur ».....	45
4.2.1. Informations générales	45

4.2.2.	Participation et responsabilité des consommateurs	47
4.2.3.	Impact des étiquettes énergétiques sur l'achat.....	49
4.2.4.	Les critères importants par usage lors de l'achat	54
4.2.4.1.	Critères pour la cuisson	54
4.2.4.2.	Critères pour le froid	55
4.2.4.3.	Critères pour le lavage	56
4.2.4.4.	Critères pour l'éclairage	57
4.2.4.5.	Critères pour la climatisation.....	58
4.2.4.6.	Critères pour l'audiovisuel.....	59
4.3.	Approche « distributeur ».....	60
4.3.1.	Point de vue sur les étiquettes	60
4.3.2.	Marketing et développement de l'offre	62
4.3.2.1.	Marketing : sélection de l'offre	62
4.3.2.2.	Développement de l'offre.....	64
4.3.3.	Appréciation et présence des étiquettes d'économie d'énergie.....	65
4.3.4.	Appareillage et maîtrise de l'énergie	66
5.	Limites et obstacles de l'étude	68
5.1.	Le marché réunionnais	68
5.2.	Contrôle sur les classes énergétiques	68
5.3.	Fournisseurs et distributeurs frauduleux	68
5.4.	Consommateurs néophytes	69
5.5.	Contrainte de l'étude.....	69
	Conclusion	70
	Annexes.....	71
	Bibliographie	96

Résumé

Outil d'observation et d'information de la situation énergétique de l'île de la Réunion, l'Observatoire Energie Réunion (oer), animé par l'Agence Régionale de l'Energie Réunion (arer), traduit la volonté des différents partenaires de se doter d'un instrument spécifique d'appui aux actions de maîtrise de l'énergie et de développement des énergies renouvelables ainsi que d'évaluation de ces actions.

L'élargissement des parcs d'appareils électroménagers et électroniques est à l'origine d'une croissance régulière de la consommation d'électricité spécifique des ménages. Aussi, pour pallier le manque d'information des consommateurs sur la performance énergétique des appareils électroménagers, l'étiquetage énergétique a été instauré. L'oer, dans son programme 2012, a alors réalisé une étude spécifique sur le territoire réunionnais afin de vérifier l'obligation d'étiquetage énergétique et dresser un état des lieux qualitatif de la performance énergétique de l'offre pour les principaux usages que sont la cuisson, le froid, le lavage, l'éclairage, la climatisation et l'audiovisuel. Cette étude a été réalisée par le biais d'une enquête de terrain, au cours de laquelle des questionnaires ont été administrés aux acteurs de la distribution et de la consommation.

3 approches ont été privilégiées :

Approche « observation »

Celle-ci a consisté à observer l'offre proposée aux consommateurs directement dans les enseignes de distribution pour vérifier l'affichage réglementaire des étiquettes d'économie d'énergie.

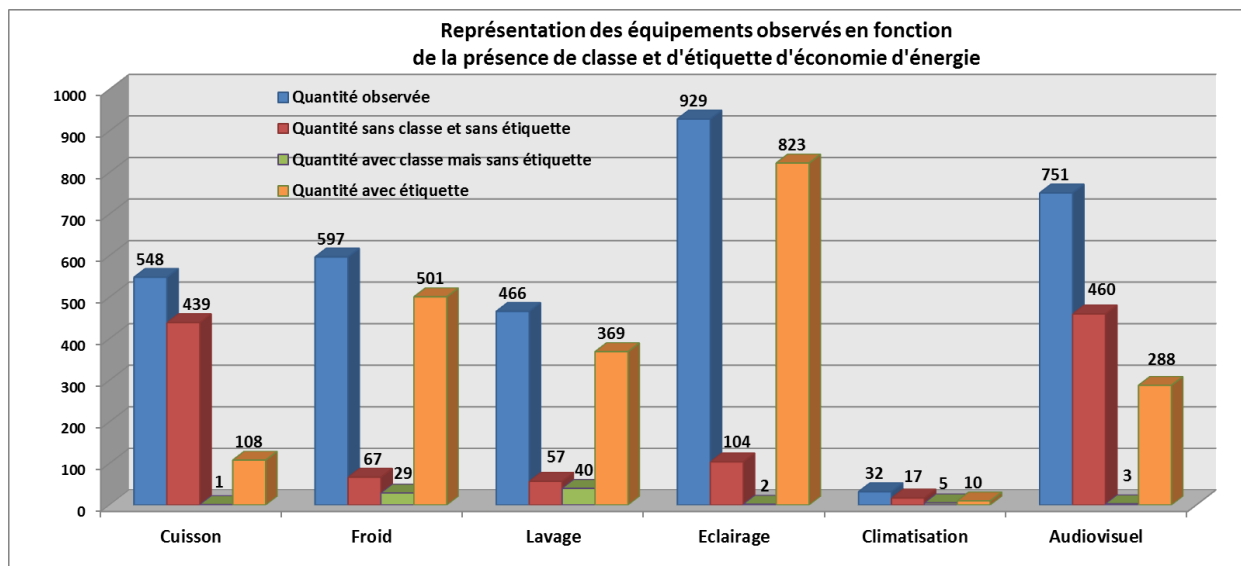
Nombre d'appareils observés par usage

	Quantité observée	
	Nombre	Taux tout usage
Cuisson	548	16,5%
Froid	597	18,0%
Lavage	466	14,0%
Eclairage	929	28,0%
Climatisation	32	1,0%
Audiovisuel	751	22,6%
Total	3 323	100,0%

Source : oer

Tout usage confondu, 3323 appareils au total ont été observés.

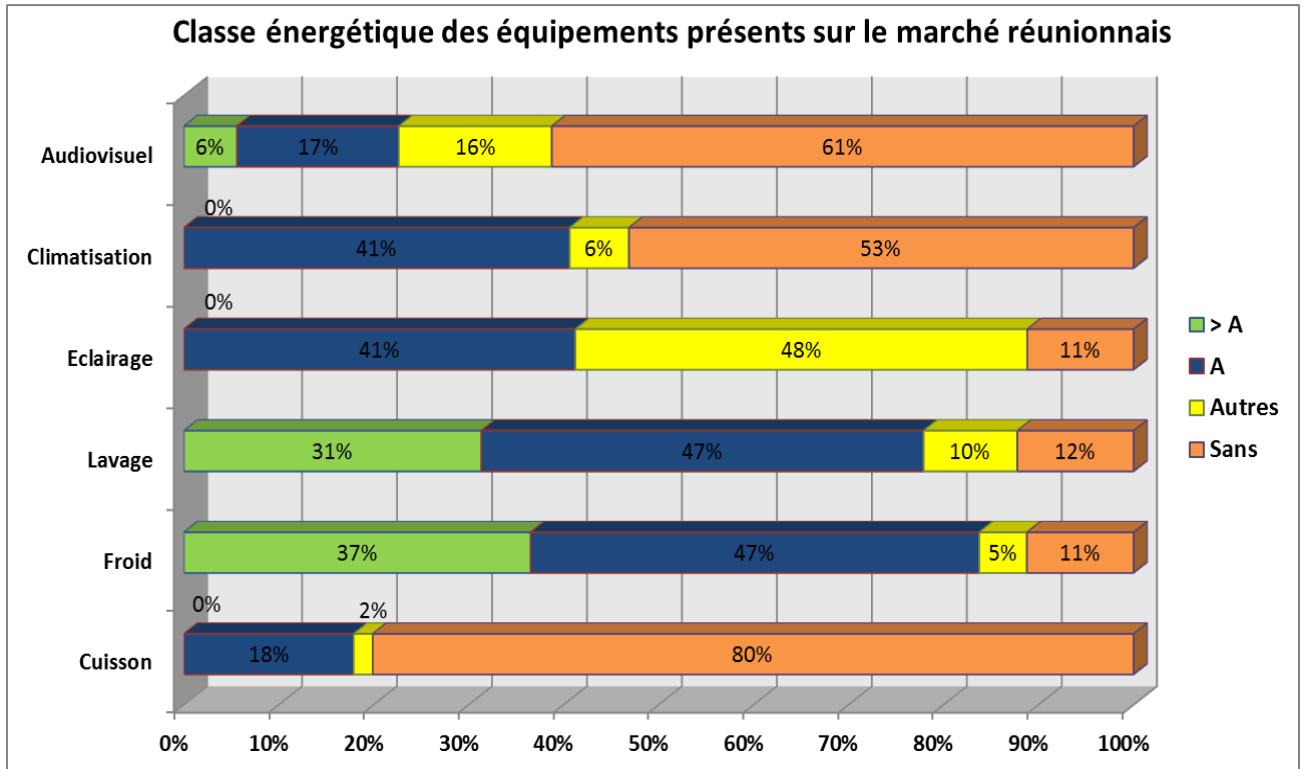
Nombre d'appareils observés par usage en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique



Source : oer

34,4% des appareils observés ne présentent ni de classe énergétique, ni d'étiquette. 2,4% des appareils observés ont la classe énergétique mentionnée mais ne présentent pas d'étiquette. En revanche, 63,2% des appareils observés présentent l'étiquette énergétique. Sur ces derniers appareils, l'étiquetage énergétique est présent à 39% pour l'éclairage, 24% pour le froid, 18% pour le lavage et 14% pour l'audiovisuel. La climatisation et la cuisson sont les deux usages les plus mal étiquetés avec respectivement 0,5% et 5%.

Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par usage (>A, A, Autres, Sans)



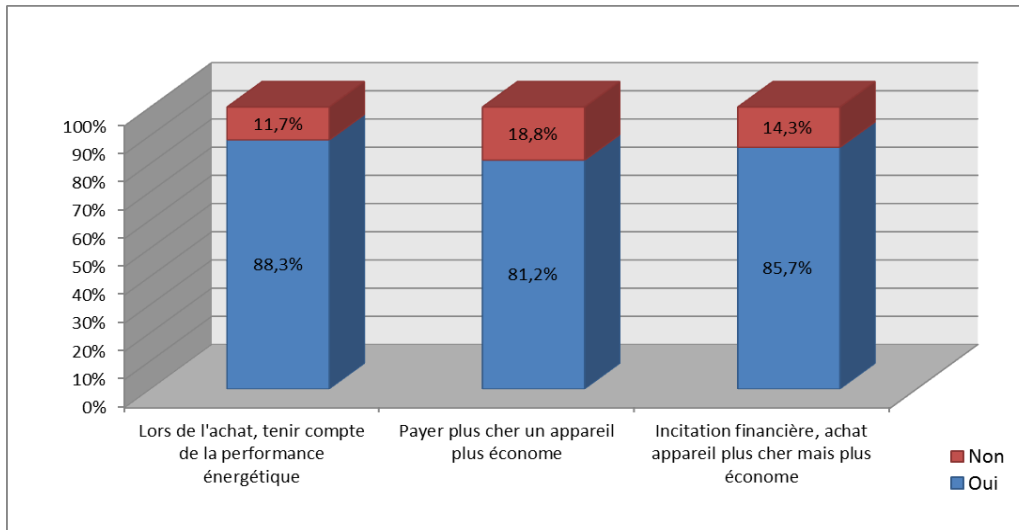
Source : oer

Seuls les appareils de froid, lavage et audiovisuel présentent des classes énergétiques supérieures à A. Celles-ci sont relativement bien insérées pour le froid (37%) et le lavage (31%). Pour l'audiovisuel, la climatisation et surtout la cuisson, l'absence de classe énergétique reste très marquée, respectivement 61%, 53% et 80%.

Approche « consommateur »

Celle-ci a consisté à interroger par le biais d'un questionnaire type et unique les consommateurs dans les enseignes de distribution afin de déterminer le ressenti, la connaissance et l'intérêt des consommateurs pour les étiquettes. 154 consommateurs ont été interrogés au cours de l'enquête de terrain.

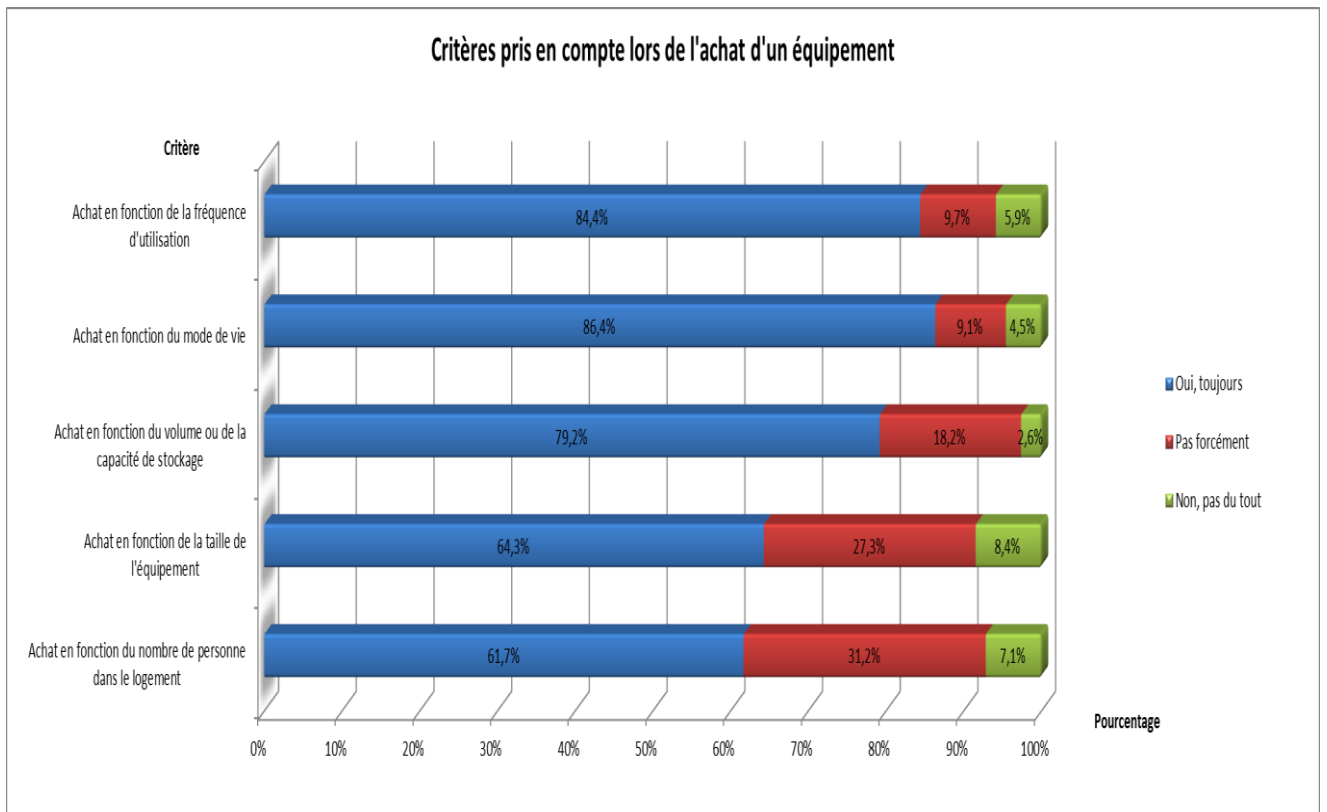
Participation des consommateurs pour l'achat d'un appareil plus économe



Source : oer

88,3% des consommateurs interrogés tiennent compte de la performance énergétique du produit lors de son achat. 81,2% sont prêts à payer plus cher un appareil plus économe en énergie. 85,7% seraient encouragés à acheter un appareil plus cher mais plus économe en énergie avec une incitation financière.

Critères pris en compte lors de l'achat d'un équipement

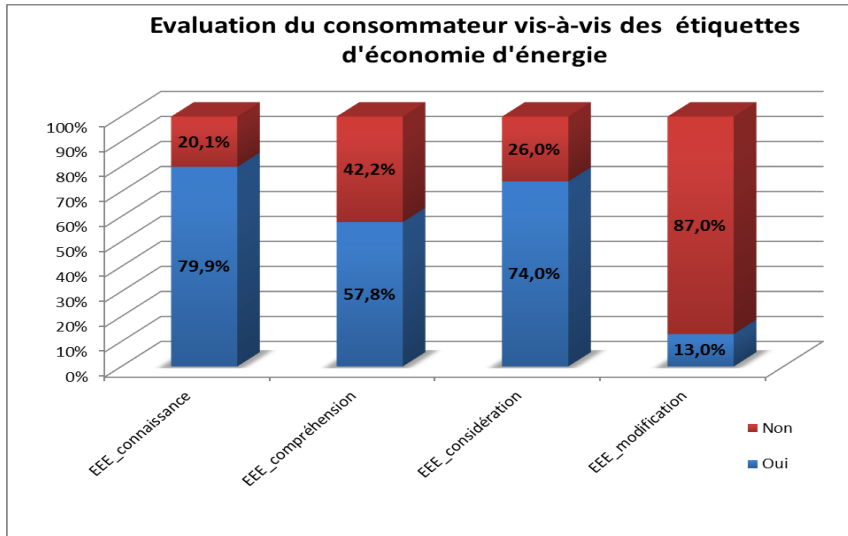


Source : oer

Les critères du mode de vie, de la fréquence d'utilisation et du volume ou de la capacité de stockage sont les plus pris en compte. La taille de l'équipement et le nombre de personnes composant le ménage sont moins pris en compte comparativement aux trois premiers.

Parmi les critères de sélection d'un appareil électroménager, le prix est le premier critère retenu par 42,2% des consommateurs interrogés, suivi de la performance énergétique comme deuxième critère par 24,7% des personnes, puis de la durée de vie comme troisième critère par 21,9%. La marque, la fonctionnalité, l'esthétique et l'entretien sont des critères jugés les moins importants.

Evaluation du consommateur vis-à-vis des étiquettes d'économie d'énergie



Source : oer

79,9% des personnes interrogées connaissent les étiquettes d'économie d'énergie. Celles-ci sont comprises seulement par 57,4% et prises en compte par 74%. Seuls 13% des consommateurs interrogés savent que l'étiquette a subi une modification dans sa présentation.

Approche « distributeur »

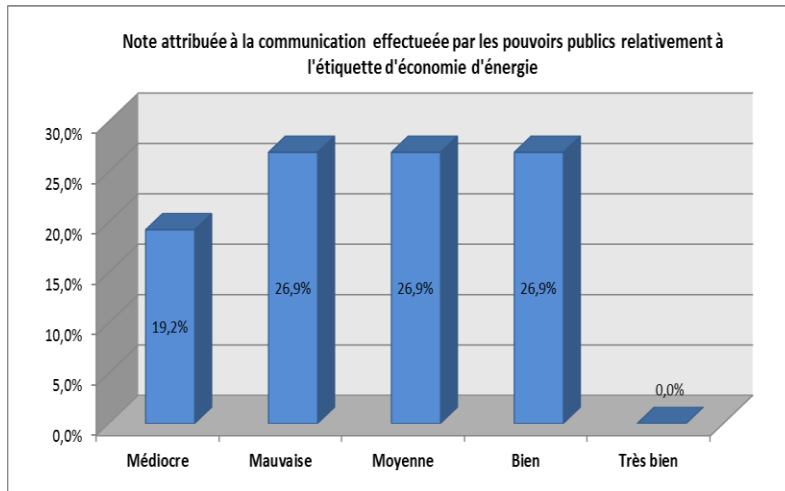
Celle-ci a consisté à interroger par le biais d'un questionnaire type et unique les responsables des enseignes afin d'évaluer l'offre proposée aux consommateurs, de définir la stratégie commerciale employée et d'évaluer leurs connaissances sur l'étiquetage énergétique. 26 responsables d'enseigne ont ainsi été interrogés au cours de l'enquête de terrain.

80,8% des distributeurs interrogés pensent que l'instauration de l'affichage énergétique a eu des répercussions sur les ventes des appareils les plus économes.

54,2% des distributeurs disposent toujours d'appareils possédant les anciennes étiquettes.

Tous les vendeurs sont sensibilisés à l'étiquetage énergétique, mais seuls 16,7% d'entre eux sont formés par le biais de formations, principalement internes.

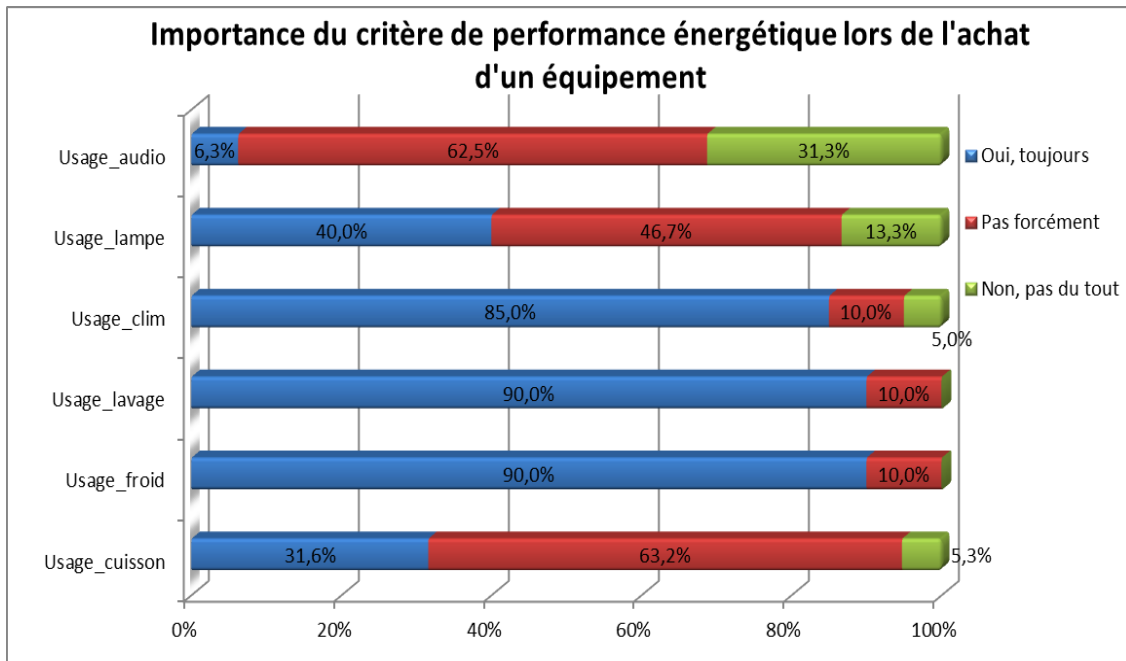
Note sur la communication faite par les pouvoirs publics par les distributeurs



Source : oer

La communication par les pouvoirs publics est considérée comme mauvaise voire médiocre pour 46,1% des distributeurs interrogés.

Importance du critère de performance énergétique en fonction de l'usage



Source : oer

D'après l'avis des distributeurs sondés, la consommation énergétique a été un critère important pour le consommateur pour les équipements d'utilisation quotidienne : le froid (90%), le lavage (90%) et la climatisation (85%). Ce critère est nettement moins important pour les autres usages : l'éclairage (40%), la cuisson (31,6%) et l'audiovisuel (6,3%).

Liste des figures

Figure 1 : Répartition communale des distributeurs de l'échantillon	19
Figure 2 : Répartition par bassin de vie de l'échantillon en fonction des stratégies commerciales.....	20
Figure 3 : Planning de l'étude.....	24
Figure 4 : Nombre d'appareils observés par usage en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique.....	26
Figure 5 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe (>A, A, Autres, Sans).....	26
Figure 6 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par usage (>A, A, Autres, Sans)	27
Figure 7 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe (A+++, A++, A+, A, Autres, Sans)	28
Figure 8 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe (A+++, A++, A+, A, Autres)	28
Figure 9 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par usage (A+++, A++, A+, A, Autres, Sans)	29
Figure 10 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage cuisson.....	30
Figure 11 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage cuisson	31
Figure 12 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage froid.....	33
Figure 13 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage froid.....	34
Figure 14 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage froid	34
Figure 15 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage lavage.....	36
Figure 16 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage lavage.....	37
Figure 17 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage lavage....	37
Figure 18 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage éclairage	38
Figure 19 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage éclairage	39
Figure 20 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage éclairage	40
Figure 21 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage climatisation	41
Figure 22 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage climatisation.....	42
Figure 23 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage audiovisuel	43
Figure 24 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage audiovisuel	43
Figure 25 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage audiovisuel	44
Figure 26 : Estimation de la consommation électrique annuelle dédiée aux appareils électroménagers	46
Figure 27 : Estimation de la consommation électrique annuelle dédiée à l'éclairage.....	46
Figure 28 : Participation des consommateurs pour l'achat d'un appareil plus économe.....	47
Figure 29 : Critère de performance en fonction du prix	48

Figure 30 : Responsabilité des consommateurs	49
Figure 31 : Critères pris en compte lors de l'achat d'un équipement	49
Figure 32 : Evaluation du consommateur vis-à-vis des étiquettes d'économie d'énergie	50
Figure 33 : Regard vis-à-vis des étiquettes d'économie d'énergie	51
Figure 34 : Connaissance de l'existence de classes supérieures à la classe A	51
Figure 35 : Classes citées supérieures à la classe A	52
Figure 36 : Nouvelle étiquette d'économie d'énergie	52
Figure 37 : Connaissance des éléments présents sur l'EEE	53
Figure 38 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de cuisson	54
Figure 39 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de froid	55
Figure 40 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de froid	56
Figure 41 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement d'éclairage	58
Figure 42 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de climatisation	59
Figure 43 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement audiovisuel	60
Figure 44 : Représentation du terme « performance »	60
Figure 45 : Répercussions des étiquettes d'économie d'énergie	61
Figure 46 : Compréhension des éléments présents	61
Figure 47 : Part des distributeurs ayant encore les anciennes étiquettes	62
Figure 48 : Sensibilisation et formation des vendeurs	62
Figure 49 : Méthodes et arguments de vente	64
Figure 50 : Note sur la communication faite par	65
Figure 51 : Importance des classes énergétiques dans les ménages réunionnais	66
Figure 52 : Importance du critère de performance énergétique en fonction de l'usage	67
Figure 53 : Relation des distributeurs avec EDF et ADEME	67

Liste des tableaux

Tableau 1 : Tableau récapitulatif des appareils évalués pour l'étude (source GIFAM 2012).....	21
Tableau 2 : Nombre d'appareils observés par usage	25
Tableau 3 : Nombre d'appareils observés par usage en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique.....	25
Tableau 4 : Nombre d'appareils observés par classe (>A, A, Autres, Sans).....	26
Tableau 5 : Nombre d'appareils observés par classe et par usage (>A, A, Autres, Sans)	27
Tableau 6 : Nombre d'appareils observés par classe (A+++, A++, A+, A, Autres, Sans)	28
Tableau 7 : Nombre d'appareils observés par classe (A+++, A++, A+, A, Autres)	28
Tableau 8 : Nombre d'appareils observés par classe et par usage (A+++, A++, A+, A, Autres, Sans)	29
Tableau 9 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage cuisson.....	30
Tableau 10 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage cuisson	31
Tableau 11 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage cuisson.....	32
Tableau 12 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage froid.....	32
Tableau 13 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage froid	33
Tableau 14 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage froid.....	35
Tableau 15 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage lavage.....	35
Tableau 16 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage lavage.....	36
Tableau 17 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage lavage.....	38
Tableau 18 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage éclairage	38
Tableau 19 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage éclairage.....	39
Tableau 20 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage éclairage	40
Tableau 21 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage climatisation	41
Tableau 22 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage climatisation.....	41
Tableau 23 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage climatisation	42
Tableau 24 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage audiovisuel	42
Tableau 25 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage audiovisuel.....	43
Tableau 26 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage audiovisuel	44
Tableau 27 : Nombre de personnes par ménages.....	45
Tableau 28 : Nombre de personnes concernées par les problèmes environnementaux.....	45
Tableau 29 : Nombre de personnes connaissant des éco-gestes.....	45
Tableau 30 : Eco-gestes mentionnés pendant l'étude	46
Tableau 31 : Terme « performance » pour les consommateurs	47
Tableau 32 : Participation des consommateurs pour l'achat d'un appareil plus économe	47

Tableau 33 : Lors d'un renouvellement, dépôt de l'ancien appareil	48
Tableau 34 : Critère de performance en fonction du prix.....	48
Tableau 35 : Responsabilité des consommateurs	48
Tableau 36 : Classement par ordre d'importance des critères pris en compte lors de l'achat d'un appareil	50
Tableau 37 : Evaluation du consommateur.....	50
Tableau 38 : Connaissance de l'existence de classes supérieures à la classe A	51
Tableau 39 : Classes citées supérieures à la classe A	52
Tableau 40 : Connaissance des éléments présents sur l'EEE.....	53
Tableau 41 : Connaissance du guide Topten	53
Tableau 42 : Note sur la communication faite par les pouvoirs publics par les consommateurs.....	53
Tableau 43 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de cuisson	54
Tableau 44 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de froid	55
Tableau 45 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de lavage.....	56
Tableau 46 : Application du départ différé et la fonction demi charge	57
Tableau 47 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement d'éclairage	57
Tableau 48 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de climatisation.....	58
Tableau 49 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement audiovisuel	59
Tableau 50 : Terme « performance » pour les distributeurs	60
Tableau 51 : Répercussions des étiquettes d'économie d'énergie sur les ventes	61
Tableau 52 : Compréhension des éléments présents sur l'étiquette d'économie d'énergie	61
Tableau 53 : Part des distributeurs ayant encore les anciennes étiquettes.....	62
Tableau 54 : Sensibilisation et formation des vendeurs	62
Tableau 55 : Le vendeur oriente vers un appareil plus économe ?	62
Tableau 56 : Connaissance formation « Ecovendeur » et guide Topten.....	63
Tableau 57 : Méthodes et arguments de vente.....	63
Tableau 58 : Note sur la communication faite par les pouvoirs publics par les distributeurs.....	65
Tableau 59 : Différence de prix entre la classe A et les classes supérieures.....	66
Tableau 60 : Fournisseurs fournissent bien l'étiquette d'économie d'énergie	66
Tableau 61 : Importance du critère de performance énergétique en fonction de l'usage	67
Tableau 62 : Relation des distributeurs avec EDF et ADEME.....	67

1. Introduction

L'instauration de l'étiquetage énergétique provient du fait que le changement climatique est actuellement à l'origine de l'objectif de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES), qui est lui-même nécessairement corrélé à une réduction de la consommation énergétique globale.

A La Réunion, le bilan énergétique 2011 indique une consommation électrique de 2498,5 GWh. Le résidentiel, qui représente 44% de la consommation électrique globale, constitue le secteur de consommation le plus important. Sur le réseau d'EDF, 343 849 clients ont été dénombrés en 2011, soit une augmentation de 17% par rapport à 2005¹. Parallèlement à l'augmentation du nombre de clients EDF, le taux d'équipement des ménages en appareils électroménagers s'accroît également d'année en année. En 2010, chaque ménage réunionnais possédait en moyenne 23 équipements électriques² répartis selon les usages suivants : gros électroménagers (réfrigérateur, lave-linge, lave-vaisselle, etc.), cuisson (plaques, fours, micro-onde, etc.), audiovisuel (télévision, ordinateur, lecteur DVD, etc.), confort (climatisation, chauffe-eau, etc.).

Les pouvoirs publics ont donc réfléchi à la traduction de l'ambition de réduction des émissions de GES par la définition d'objectifs en matière de maîtrise et d'amélioration de l'efficacité énergétique. Des mesures ont ainsi été prises afin d'œuvrer pour une utilisation raisonnée de l'énergie. Parmi celles-ci, l'étiquetage énergétique a été mis en place afin de renseigner les consommateurs sur l'efficacité, la consommation et la performance énergétique d'un produit.

La présente étude a pour objectif de vérifier l'obligation d'étiquetage énergétique des équipements électroménagers à La Réunion et de fournir un état des lieux, tant qualitatif que quantitatif, de la performance énergétique de l'offre sur le territoire réunionnais pour les principaux usages (cuisson, froid, lavage, éclairage, climatisation et audiovisuel). Plus particulièrement, elle vise à mesurer l'impact et la pénétration des équipements de classes A et supérieures dans les habitudes de consommation réunionnaise. Au regard de l'analyse des résultats, cette étude doit alors permettre de lancer des actions de maîtrise de l'énergie dans ce domaine.

Par le biais d'une enquête, il a été permis de :

- Etablir un contact avec les différents distributeurs ;
- Obtenir un photographie de l'offre actuelle ;
- Vérifier l'obligation d'étiquetage ;
- Observer l'évolution des ventes en 2010 et 2011 (non réalisé) ;
- Mesurer le taux de pénétration des équipements en fonction de leurs classes énergétiques.

L'étude a été menée avec le soutien de la Région Réunion, l'ADEME, EDF Réunion, l'INSEE et le SICR.

¹ Bilan énergétique 2011 de la Réunion, oer

² Etude sur la consommation énergétique de 500 ménages réunionnais, enquête 2010 de l'oer

2. Contexte réglementaire de l'étiquetage énergétique

2.1. Décret de 1992

Suivant une hiérarchisation précise, l'étiquette d'économie d'énergie indique les produits les plus économes en termes de consommation énergétique. Ces étiquettes ont été créées dans le but d'inciter les consommateurs à comparer plus facilement les performances énergétiques de leurs produits. Cette initiative vise à mieux les orienter dans le choix de leurs appareils et surtout les inciter à se tourner vers des appareils les moins énergivores. Elle permet ainsi aux citoyens de prendre conscience que les bonnes pratiques et les gestes éco-citoyens leur permettent de faire des économies sur leurs factures d'électricité.

La directive 92/75/CEE du Conseil Européen du 22 septembre 1992 concerne l'indication de la consommation des appareils domestiques en énergie et en autres ressources par voie d'étiquetage et d'informations uniformes relatives aux produits.

Suivant les prescriptions de la directive, la plupart des appareils électroménagers ainsi que les ampoules électriques doivent être soumises aux étiquettes d'économie d'énergie.

Chaque type d'appareil est encadré par un ensemble de directives de la commission :

- Réfrigérateurs, congélateurs et appareils combinés : 94/2/CE, 2003/66/CE ;
- Lave-linge, sèche-linge et appareils combinés : 95/12/CE, 95/13/CE, 96/60/CE, 96/89/CE ;
- Lave-vaisselle domestiques : 97/17/CE, 1999/9/CE ;
- Fours domestiques : 2002/40/CE ;
- Climatiseurs domestiques : 2002/31/CE ;
- Ampoules électriques : 98/11/CE.

En fonction de ces encadrements législatifs, les appareils destinés à la vente ou à la location doivent être fournis avec la fiche d'informations spécifique au produit et l'étiquette mentionnant les données relatives à la consommation d'énergie du matériel.

Le fournisseur doit établir le document adéquat pour chaque produit en décrivant les caractéristiques de celui-ci. Il doit mettre à disposition les documents sur une période de 5 ans après la fabrication du produit.

Les états membres ont ainsi pris des mesures afin de :

- garantir que tous les fournisseurs et distributeurs établis sur leur territoire remplissent les obligations qui leur incombent en vertu de la présente directive ;
- interdire l'apposition d'étiquettes, de marques, de symboles ou d'inscriptions relatifs à la consommation d'énergie qui ne satisfont pas aux exigences de la présente directive et qui risquent d'entraîner la confusion, excepté lorsqu'il s'agit de labels écologiques communautaires ou nationaux ;
- lancer des campagnes d'information à caractère éducatif et promotionnel afin d'encourager une utilisation plus responsable de l'énergie de la part des consommateurs privés.

Énergie		Lave-linge
Fabricant		
Modèle		
Économe		
		
Peu économe		
Consommation d'énergie kWh/cycle <small>(Sur la base des résultats obtenus pour le cycle blanc 60°C dans des conditions d'essai normalisées) La consommation réelle dépend des conditions d'utilisation de l'appareil</small>	0.95	
Efficacité de lavage <small>A: plus élevé 0: plus faible</small>	A B C D E F G	
Efficacité d'essorage <small>A: plus élevé 0: plus faible</small>	A B C D E F G	
Vitesse d'essorage (trs./mn)	1200	
Capacité (blanc kg)	5,0	
Consommation d'eau L	48	
Bruit [dB(A) re 1 pW]	Lavage	51
	Essorage	65
Norme EN 60456 Directive 95/12/CE relative à l'étiquetage des lave-linge		

Références de l'appareil :

Cette partie informe sur les références de l'appareil : type, marque, modèle, ...

La classe énergétique :

On retrouve sur cette portion le niveau de consommation électrique de l'équipement évalué en termes de classes d'efficacité énergétique notées de A à G. La classe A représentée par la flèche verte au rendement optimal, la classe G représentée par la flèche rouge la moins efficace. En moyenne et selon l'appareil, un appareil de classe performante A ou B consomme 5 fois moins qu'un appareil de classe inférieure F ou G.

La consommation électrique :

Cette partie renseigne sur la consommation électrique de l'appareil exprimée en kWh/an ou en kWh/cycle.

Les caractéristiques spécifiques :

Cette partie est spécifique à chaque produit. Celle-ci renseigne sur les caractéristiques des appareillages, comme par exemple la contenance de celui-ci exprimée en litres

Le bruit :

Cette partie indique le niveau sonore de l'appareil lors de son fonctionnement. Cette mention est exprimée en décibels et reste facultative.

2.2. Décret de 2010

Face aux progrès techniques et aux améliorations caractéristiques des équipements, il était devenu primordial d'améliorer l'étiquetage présent sur les appareils déjà existants.

Il a donc fallu réviser la réglementation déjà présente. Ainsi, la directive 2010/30/UE sur les étiquettes d'économie d'énergie est entrée en vigueur en juin 2010. Les notions et la recherche de produits plus écologiques et plus soucieux de l'environnement ont également eu une répercussion sur le marché et ont incité la création de nouvelles étiquettes avec l'ajout de nouvelles classes énergétiques.

L'étiquette énergie européenne a été conçue pour fournir aux consommateurs des informations justes, identifiables et comparables sur la consommation d'énergie, les performances et d'autres

caractéristiques essentielles des appareils électroménagers. Elle permet aux consommateurs d'identifier l'efficacité énergétique d'un produit et d'évaluer dans quelle mesure le produit en question pourrait permettre de réduire les dépenses liées à l'énergie.

Le but n'était pas de modifier totalement l'étiquette mais plutôt d'effectuer une amélioration de celle-ci. Le choix d'une amélioration plutôt que d'une modification est intervenu afin de ne pas déstabiliser le consommateur. Dans ce contexte, beaucoup des éléments présents sur les anciennes étiquettes ont été conservés notamment :

- l'échelle de graduation
- le code couleur allant du vert pour le plus économe au le rouge pour le plus énergivore
- les classes d'efficacité énergétique, variant entre 7 et 10 classes selon le matériel

L'amélioration des étiquettes est passé par l'ajout de classes supplémentaires caractérisant les appareils plus performants que la classe A basique: les nouvelles classes énergétiques A+, A++ et A+++ . Les nouvelles classe peuvent donc aller de :

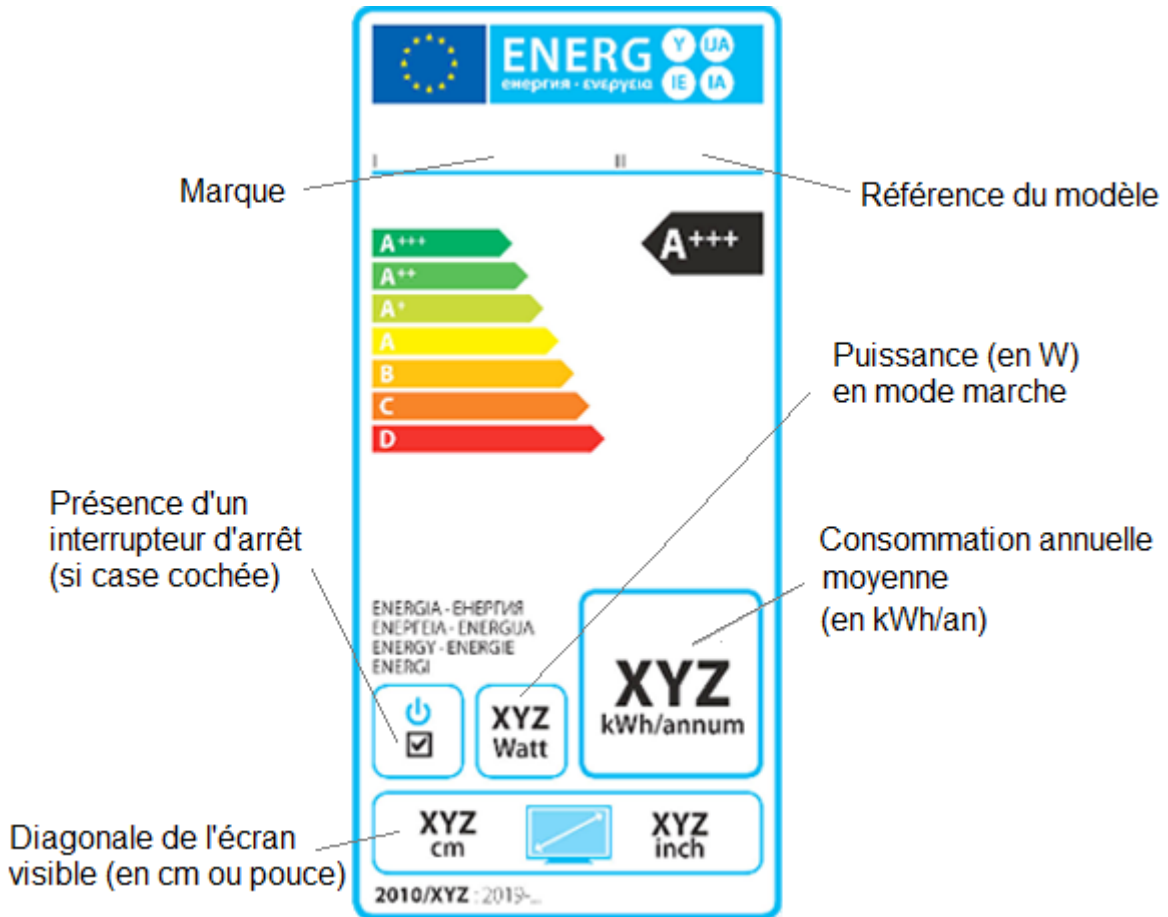
- 7 classes énergétiques : A+++ à D.
- 10 classes énergétiques : A+++ à G.

L'une des améliorations les plus notables a été le remplacement des zones de textes par l'utilisation de pictogrammes. Ajouté à ces éléments, le niveau sonore est devenu également une prérogative obligatoire mentionnée sur chaque étiquette.

Les indications présentes sur les étiquettes sont effectives grâce à des mesures effectuées en laboratoire en tenant compte des normes européennes en vigueur. Cependant, il est à noter que les consommations d'énergie, que ce soit pour l'électricité et l'eau, sont des valeurs standard : elles peuvent varier et être différentes en fonction de l'utilisation inappropriée du produit et de son lieu d'installation.

Ce nouvel étiquetage n'est effectif que pour le réfrigérateur, le congélateur, le lave-linge, le lave-vaisselle, la télévision et la cave à vin. Les étiquettes ont été introduites produit par produit. Les autres équipements seront soumis aux étiquettes dans quelques temps.

Le recours aux pictogrammes plutôt qu'au texte est apparu comme le moyen le plus simple, compréhensible et efficace pour retranscrire l'information relative à chaque appareil. Les étiquettes sont donc identiques dans les 27 Etats membres de l'union Européenne. Elles ne requièrent aucune traduction ce qui permet de faciliter les échanges d'un même produit sur le territoire de l'Europe. Il n'est donc plus nécessaire d'avoir une étiquette pour chaque pays et cela permet donc d'éviter les traductions erronées.



Le tableau suivant synthétise les appareils soumis à étiquetage et le calendrier associé.

Appareils	Réglementation	Echelle (plus économe au moins économe)
Réfrigérateur, congélateur Lave-linge Lave-vaisselle Téléviseur	Appareil soumis aux nouveaux règlements et aux nouveaux étiquetages dès 2010	Allant de A+++ à D
Sèche-linge Fours électrique Climatiseur	Pas de modifications, conservation de l'ancienne étiquette mais projet d'une nouvelle en cours	Allant de A à G

Source GIFAM 2012

2.3. Décret de 2011

Le décret n°2011-1479 du 9 novembre 2011 est relatif à l'étiquetage des produits ayant une incidence sur la consommation d'énergie.

Les différents articles précisent :

- les dispositions applicables aux produits ayant une incidence sur la consommation énergétique;
- les obligations vis-à-vis des étiquettes destinées à la vente, mises en vente, en vente, en location-vente, en vente à distance y compris sur internet.

Ce décret refonde les obligations des fournisseurs et des distributeurs concernant les nouvelles étiquettes d'économie d'énergie.

2.3.1. Obligations du fournisseur

Le fournisseur est soumis à des obligations relatives au produit et à son étiquette. Ces obligations sont définies de la façon suivante :

- fournir gratuitement et intégralement aux distributeurs une étiquette avec chaque produit ;
- fournir une fiche produit accompagnée de toute la documentation disponible relative au produit ;
- impression d'une brochure ou d'un catalogue détaillant les caractéristiques du produit;
- mise à disposition des éléments sur Internet ;
- les fournisseurs sont responsables de l'exactitude des informations figurant sur les étiquettes et les fiches qu'ils fournissent.

2.3.2. Obligations du distributeur

Tout comme le fournisseur, le distributeur admet des obligations :

- apposer des étiquettes avec les produits exposés en espace de vente ;
- utiliser les étiquettes que le fabricant leur a fournies avec le produit ;
- présentation et affichage de l'étiquette à l'extérieur du produit, à l'avant ou sur le dessus, de façon à être clairement visible ;
- signalisation des produits présentant une ancienne étiquette ;
- référence des classes énergétiques pour chaque produit dans les publicités ;
- inclure la fiche produit dans la brochure relative au produit ou dans les autres documents fournis avec le produit au moment de sa vente à l'utilisateur final ;
- en cas de vente à distance et d'autres formes de vente, lorsque le consommateur ne peut pas voir le produit affiché, le distributeur doit veiller à ce que le consommateur reçoive, avant l'achat, les informations obligatoires propres à la vente à distance. Ces informations sont énumérées en annexe de chaque règlement délégué.

2.3.3. Contrôles

En termes de contrôle, chaque état membre dispose de son propre service d'application juridique. L'étiquette se base sur la déclaration et les informations prescrites par le fournisseur. Une certaine quantité de déclaration via des tests en série et des essais et tests confrontent les informations fournies sur les étiquettes et les normes européennes obligatoires pour chaque appareillage. Ces tests permettent de vérifier la conformité des données inscrites sur l'étiquette.

L'utilisation de la nouvelle étiquette est obligatoire 12 mois après publication de la législation européenne. Les équipements disposant encore de l'ancienne étiquette et encore présentes sur le marché peuvent encore être vendus sans obligation de modification de l'étiquetage ni contrainte de temps jusqu'à l'écoulement des stocks.

3. Protocole de l'enquête

3.1. Méthodologie

3.1.1. Trois approches

Les résultats de la présente étude sont issus de données et d'informations collectées par le biais de questionnaires administrés aux acteurs de la distribution et de la consommation. Les enquêtes sur le terrain se sont déroulées selon 3 approches :

Approche « observation »

L'approche « observation » consiste à observer l'offre proposée aux consommateurs à l'instant où est réalisée l'observation. Elle est effectuée directement dans les enseignes afin de visualiser les différents produits exposés et de vérifier le respect de l'affichage réglementaire des étiquettes.

Approche « consommateur »

Selon l'approche « consommateur », le consommateur est interrogé par le biais d'un questionnaire type et unique pour toutes les enseignes et tous les consommateurs. Le questionnaire a pour but de déterminer le ressenti, la connaissance, la compréhension et l'intérêt du consommateur pour les étiquettes.

De plus, cette approche s'intéresse également :

- aux critères pris en compte lors de l'achat d'un équipement ;
- aux gestes effectués afin de réduire leur consommation énergétique.

Le questionnaire est administré en face à face, directement dans les enseignes. Un quota de 5 questionnaires par enseigne a également été fixé.

Approche « distributeur »

Selon l'approche « distributeur », le distributeur est interrogé de 2 façons :

Dans un premier temps, il est interrogé de manière qualitative, en fonction d'un questionnaire type et unique à chaque distributeur. Le questionnaire administré aux distributeurs a pour objectif de :

- évaluer l'offre qu'ils proposent aux consommateurs ;
- définir la stratégie commerciale employée ;
- évaluer leurs connaissances concernant les étiquettes d'économie d'énergie ;
- définir leur positionnement par rapport à la maîtrise de l'énergie.

Le questionnaire est administré en face à face avec le directeur de l'enseigne, un responsable d'achat ou un responsable de rayon.

Dans un second temps, il est interrogé de manière quantitative : transmissions par mail d'un tableur Excel à compléter afin de récolter des données dans le but d'analyser l'évolution des ventes des appareils sondés en 2010 et en 2011.

Ce fichier Excel dispose de 6 feuilles de calculs dédiées à chaque usage. D'un point de vue général, il renseigne sur :

- la désignation de l'équipement ;
- les références du produit ;
- les ventes réalisées en 2010 et 2011 ;
- les stocks pour l'équipement de référence en 2010 et 2011 ;
- la classe énergétique de l'équipement ;
- les caractéristiques de chaque équipement ;
- ...

3.1.2. Définition de l'échantillon

L'échantillon de distributeurs d'appareils électroménagers a été élaboré avec le concours du SICR, qui représente les importateurs et les distributeurs à La Réunion, toutes activités confondues (Alimentation Générale/ Automobile / Bricolage / Electroménagers / Equipementiers / Grande distribution / Pétroliers / Produits surgelés/...). Les données ont été échangées entre l'oe et le SICR par le biais d'une convention de partenariat.

Un échantillon de 51 distributeurs potentiellement interrogeables pour l'étude a été constitué grâce à la liste de membres fournis par le SICR. Parmi ces distributeurs, il est à noter que certains disposent de plusieurs enseignes sur l'île (ex : Ravate)

Les distributeurs de l'échantillon sont répartis en fonction de différents secteurs et stratégies commerciales parmi lesquels, on distingue :

- les entreprises de froid ;
- les distributeurs d'équipements de la maison ;
- les grossistes d'éclairage ;
- les grandes surfaces d'alimentation ;
- les grandes surfaces de bricolage ;
- les importateurs éclairage ;
- les revendeurs d'électroménagers.

La carte suivante illustre la répartition du nombre de distributeurs de l'échantillon sur l'île à l'échelle de la commune.

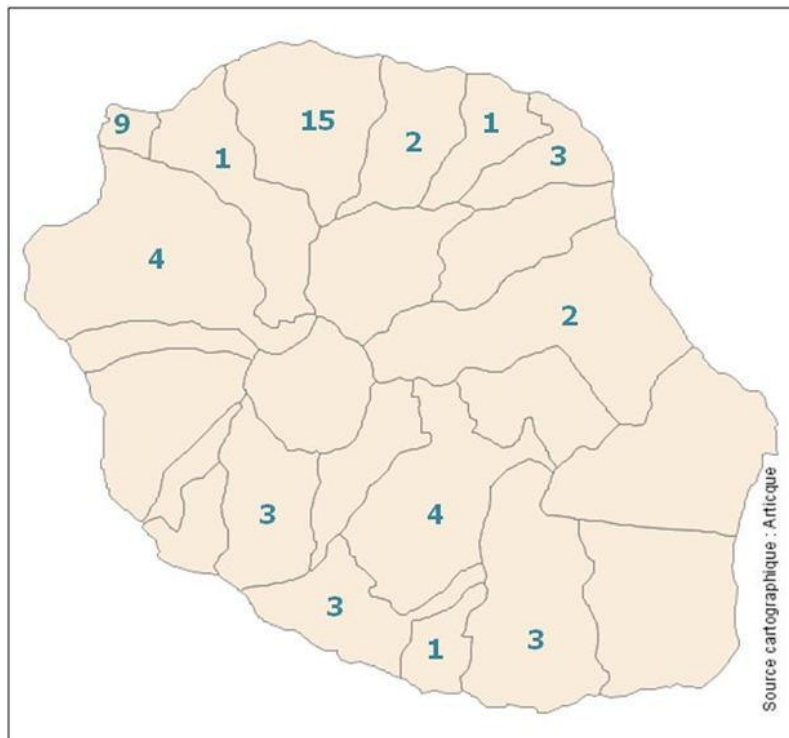


Figure 1 : Répartition communale des distributeurs de l'échantillon

Sur les 24 communes de l'île, seules 13 d'entre elles sont concernées par l'étude. L'échantillon se concentre majoritairement dans le Nord et le Sud.

La carte suivante permet de visualiser la répartition de l'échantillon en fonction des bassins de vie et des stratégies commerciales. Cette nouvelle répartition est plutôt homogène sur l'ensemble des régions à l'exception de la région Est où seuls 5 distributeurs sont dénombrés.

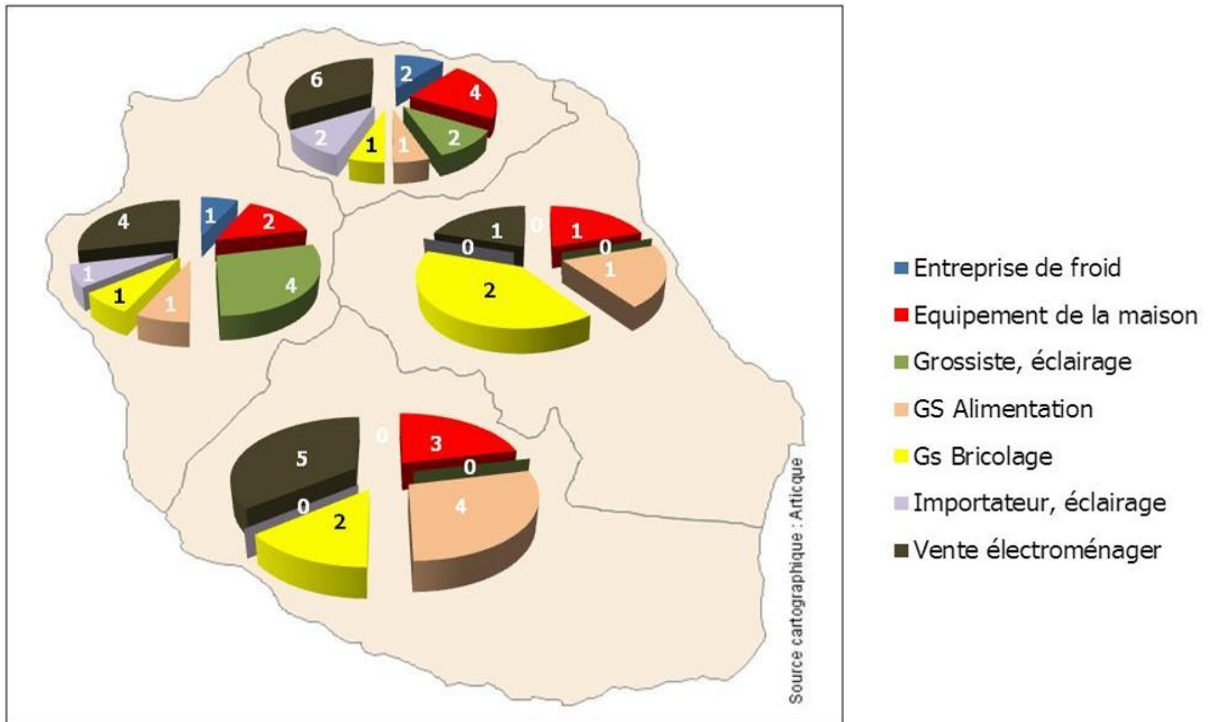


Figure 2 : Répartition par bassin de vie de l'échantillon en fonction des stratégies commerciales

Suivant l'échantillon établi, chacun des distributeurs a été contacté par voie téléphonique, l'objectif étant dans un premier temps d'obtenir une prise de contact. Il a fallu par la suite leur présenter l'étude, les objectifs et les résultats attendus. Le dialogue a permis également d'obtenir les différentes coordonnées ainsi que le nom d'une personne référente pour l'étude.

Dans un deuxième temps, un courrier, co-signé par l'oer, la Région, l'ADEME, l'EDF et le SICR, a été rédigé à l'intention des distributeurs afin de les convier à participer à l'étude. Le courrier précise et rappelle également que les données transmises sont traitées de façon purement statistique et seules les données agglomérées seront publiées.

3.1.3. Equipements cibles

L'étude est limitée à l'évaluation des équipements électroménagers selon les principaux usages : la cuisson, le froid, le lavage, la climatisation, l'éclairage et l'audiovisuel.

Le tableau suivant regroupe les différents appareils pris en compte pour l'étude en fonction de leur usage.

Cuisson	Froid	Lavage	Eclairage	Climatisation	Audiovisuel
Plaque de cuisson à induction	Réfrigérateur top	Lave-linge frontal	Lampe LED	Clim à air split	Ecran cathodique
Plaque de cuisson vitrocéramique	Réfrigérateur simple	Lave-linge au-dessus	Lampe fluo compacte/LBC	Clim à air monobloc	Ecran plasma
Plaque de cuisson en fonte	Réfrigérateur à 2 portes	Lave-linge sèche-linge	Lampe halogène	Clim à eau split	Ecran LCD
Cuisinière électrique	Réfrigérateur américain	Sèche-linge à condensation	Tube fluorescente	Clim à eau monobloc	Ecran LED
Cuisinière vitrocéramique	Réfrigérateur combiné	Sèche-linge à évacuation	Lampe classique		
Cuisinière mixte	Congélateur armoire	Lave-vaisselle frontal			
Four à convection naturelle	Congélateur coffre	Lave-vaisselle au-dessus			
Four multifonction	Congélateur intégrable				
Four vapeur	Congélateur indépendant				
Micro-onde mono fonction					
Micro-onde grill					
Micro-onde multifonction					

Tableau 1 : Tableau récapitulatif des appareils évalués pour l'étude (source GIFAM 2012)

3.1.4. Les questionnaires

Pour la collecte des données, un questionnaire a été créé pour chacune des 3 approches. Pour créer ces questionnaires, il a fallu réfléchir aux informations à recueillir pour obtenir les résultats souhaités de l'enquête.

3.1.4.1. Questionnaire « observation »

Les questionnaires « observation » ont permis de relever les éléments suivants pour chaque usage :

- La quantité exposée suivant les caractéristiques des équipements à l'instant de l'observation;
- Le nombre d'équipements présentant une étiquette ou non ;
- le format de l'étiquette, c'est-à-dire la présence de l'ancienne étiquette et de la nouvelle étiquette suivant la réglementation en vigueur,
- la visibilité de l'étiquette afin d'évaluer si le consommateur a accès aux informations décrivant les éléments présents sur celle-ci.

Le questionnaire « observation » se trouve en annexe 1 du rapport.

3.1.4.2. Questionnaire adressé aux consommateurs

Le questionnaire adressé aux consommateurs a pour but d'apprécier l'impact des étiquettes d'économie d'énergie sur les consommateurs mais également leur avis concernant la consommation énergétique d'un point de vue général.

Le questionnaire s'articule selon 10 thèmes dont 1 spécifique à chacun des 6 usages pour un total de 28 questions. Ce questionnaire est organisé en plusieurs parties :

- **Catégorie socioprofessionnelle** : Cette partie permet de cerner la situation professionnelle du consommateur sondé et la composition de son ménage.
- **Informations générales** : cette partie retranscrit le point de vue du consommateur vis-à-vis de la performance et de la consommation énergétiques.
- **Participation et responsabilité** : cette partie étudie l'engagement du consommateur vis-à-vis de l'éco-participation ainsi que sa responsabilité pour le recyclage des déchets d'équipements électriques et électroniques.
- **Impact des étiquettes énergétiques sur l'achat** : cette partie vise à étudier l'impact des étiquettes d'économie d'énergie sur l'achat par le consommateur.
- **Achat d'équipements (cuisson, froid alimentaire, lavage, éclairage, climatisation, audiovisuel)** : cette partie vise à étudier la typologie et les caractéristiques du produit proposé mais également évaluer la compréhension des éléments présents sur l'étiquette par le consommateur. Au-delà du prix et de la consommation électrique, il est intéressant de se renseigner sur les propriétés d'un appareil avant un achat.

Le questionnaire adressé aux consommateurs se trouve en annexe 2 du rapport.

3.1.4.3. Questionnaire adressé aux distributeurs

Le questionnaire qualitatif adressé aux distributeurs vise à comprendre et visualiser :

- la stratégie commerciale de l'enseigne,
- le point de vue du distributeur par rapport à l'offre proposée par son enseigne tout en la comparant avec celle proposée à la Réunion,
- les conclusions qu'il peut apporter concernant le comportement des consommateurs,
- son engagement et son intérêt pour la notion d'économie d'énergie.

Le questionnaire s'articule suivant 8 thèmes regroupant ainsi 25 questions.

- **Point de vue sur les étiquettes** : cette partie vise à interroger le distributeur sur sa perception de l'étiquette d'économie d'énergie.
- **Marketing** : cette partie permet de comprendre l'orientation et la stratégie commerciale qu'emploie le distributeur notamment pour orienter le consommateur en fonction de l'offre qu'il propose.
- **Appréciation des étiquettes d'économie d'énergie** : cette partie permet aux distributeurs d'évaluer l'impact des étiquettes et des classes énergétiques par rapport à la situation actuelle de l'île.
- **Gestion des stocks** : cette partie permet de fournir des éléments complémentaires sur la structuration et l'organisation commerciale du magasin.
- **Lien fournisseur-distributeur** : cette partie fournit des informations de logistique entre les deux acteurs ainsi que de savoir si les fournisseurs délivrent bien les étiquettes.
- **Appareillage** : permet de savoir pour quel type d'appareil la consommation énergétique est prise en compte lors de l'achat.
- **Développement d'une offre de qualité** : Ce thème sollicite le regard extérieur du fournisseur. Dans l'objectif de proposer une offre toujours en harmonie avec la conjoncture du marché, il doit à travers cette thématique se projeter dans l'avenir permettant afin de proposer une offre alliant un juste milieu entre le critère du prix et de la consommation énergétique.
- **Démarche en faveur de la maîtrise de l'énergie** : savoir si les distributeurs mènent des actions afin de participer à la maîtrise de l'énergie.

Le questionnaire qualitatif adressé aux distributeurs se trouve en annexe 3 du rapport.

La collecte des informations pour la partie quantitative est la plus contraignante et difficile. En effet, du fait de la confidentialité des données propres à chaque enseigne, les distributeurs sont réticents à fournir et transmettre les informations.

Le questionnaire quantitatif adressé aux distributeurs aurait permis d'avoir l'évolution des ventes en fonction des classes de chaque type d'appareil entre 2010 et 2011. Il n'y a pas eu de retour concernant cette partie, elle ne pourra être analysée dans cette étude.

Le questionnaire quantitatif adressé aux distributeurs se trouve en annexe 4 du rapport.

3.1.5. Déroulement des enquêtes

Suite à la validation des questionnaires et de l'échantillon par le Comité Technique composé de la Région, l'ADEME, EDF et le SICR, l'enquête a débuté et s'est déroulée sur 2,5 mois, de juin à août 2012.

Tous les distributeurs de l'échantillon défini n'ont pas souhaité participer à cette enquête. Afin que l'étude conserve une certaine représentativité, un seuil minimum de distributeurs à sonder a été calculé, de même pour le nombre de consommateurs à sonder ainsi que le nombre d'observations par enseigne à réaliser, l'objectif étant de dépasser ce seuil minimum.

	Distributeurs	Observation (1 par enseigne)	Consommateurs
Nombre total	51	85	425
Nombre de refus	15	17	85
Seuil minimum*	19	31	171
Nombre réalisé	26	35	154

**le calcul intègre le nombre de refus*

NB : un distributeur pouvant avoir plusieurs enseignes, le nombre d'observations est supérieur au nombre de distributeurs.

3.1.6. Elaboration de la base de données et de l'outil de traitement

L'ensemble des données des enquêtes a été regroupé dans deux bases de données au format Excel :

- Une qui contient toutes les données de la partie « observation »
- Une autre pour les approches « consommateur » et « distributeur ».

La base de données « observation » se décompose en 6 onglets, dont un onglet par usage (cuisson, froid, lavage, éclairage, climatisation et audiovisuel). A celle-ci ont été insérés 7 onglets afin d'analyser les résultats, dont 6 correspondant à l'analyse de chaque usage et un onglet pour l'analyse globale.

La base de données pour les approches « consommateur » et « distributeur » se décompose en 2 onglets. Un onglet correspondant aux données récoltées sur le terrain pour les consommateurs et un onglet correspondant aux données récoltées sur le terrain pour les distributeurs. A celle-ci ont également été insérés 2 onglets afin d'analyser les résultats de chaque approche.

3.2. Planning de l'étude

Tâches à réaliser	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre
Phase 1 : Revue bibliographique							
Réunion présentation							
Insertion dans la vie de l'agence							
Recherche bibliographique							
Réalisation du planning de production							
Réalisation de l'article de début de stage							
Rendu planning et article							
Phase 2 : Elaboration du questionnaire							
Elaboration d'un listing des distributeurs							
Proposition d'un questionnaire type							
Test auprès de distributeurs							
Modification et amélioration du questionnaire							
Réalisation d'un note de synthèse sur le questionnaire							
Préparation de l'enquête terrain							
Avis et communiqué							
Impression des questionnaires							
Courrier							
Plan de déplacement							
Phase 3 : Enquête auprès des distributeurs							
Enquête de terrain							
Collecte des données							
Elaboration d'une base de données							
Réalisation d'une note de synthèse sur le déroulement de l'enquête							
Phase 4 : Exploitation des données							
Réalisation d'un tableau							
Validation technique du tableau							
Envoi pour validation aux tuteurs							
Réalisation méthodologie d'analyse et test							
Vérification du remplissage des questionnaires avant traitement							
Saisie des données							
Proposition de plan pour l'interprétation et de l'analyse							
Analyse et interprétation des données							
Envoi pour validation aux tuteurs							
Phase 5 : Fin du stage							
Proposition du plan du rapport							
Réalisation du rapport							
Réalisation de l'article							
Réalisation poster							
Réalisation ppt							
Présentation devant le Comité technique							
Soutenance universitaire							
Phase 6 : Divers							
Réunions avec les tuteurs							
Réunions techniques							
Réunion comité technique OER							
Départ							

Figure 3 : Planning de l'étude

4. Résultats

L'objectif de cette partie est d'exploiter les données recueillies durant l'enquête de terrain et de tirer les conclusions.

4.1. Approche « observation »

L'étude « observation » a été menée sur 35 enseignes auditées, sachant que toutes ne vendent pas forcément tous les équipements relatifs aux 6 usages (cuisson, froid, lavage, éclairage, climatisation et audiovisuel).

4.1.1. Analyse globale

Au total, avec tous les usages confondus, 3 323 appareils ont été observés. La climatisation est l'usage le moins représenté dans l'échantillon observé (1%). Ce faible taux s'explique par la présence en faible nombre des climatiseurs dû à la saison hivernale.

	Quantité observée	
	Nombre	Taux tout usage
Cuisson	548	16,5%
Froid	597	18,0%
Lavage	466	14,0%
Eclairage	929	28,0%
Climatisation	32	1,0%
Audiovisuel	751	22,6%
Total	3 323	100,0%

Source : oer

Tableau 2 : Nombre d'appareils observés par usage

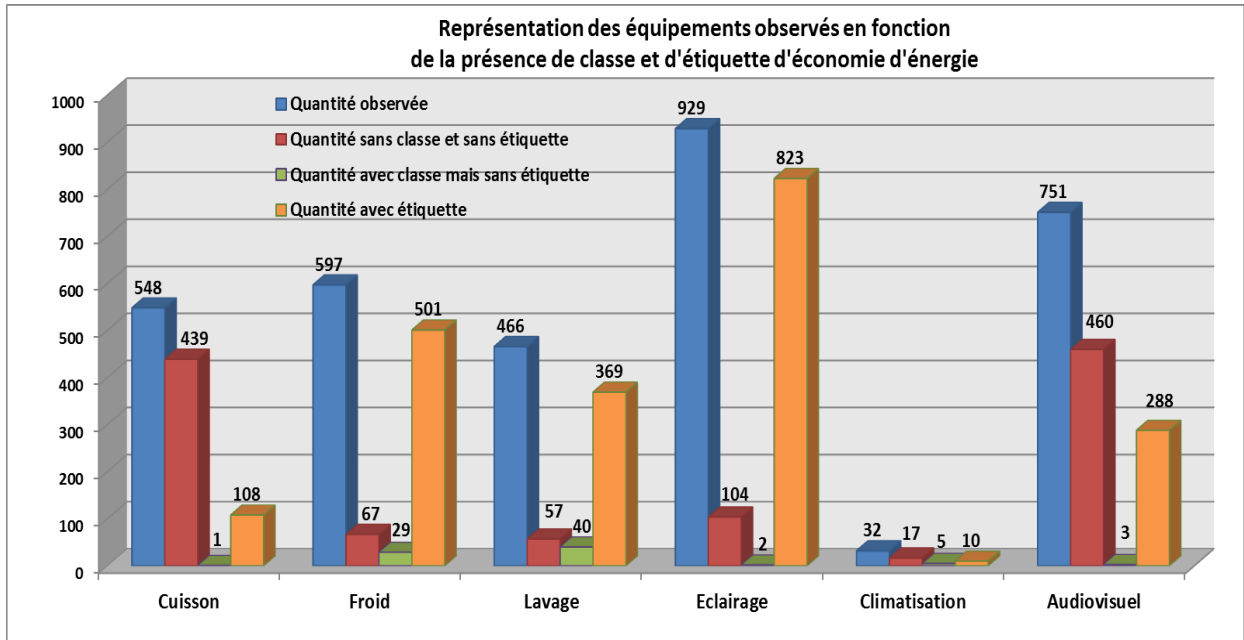
Sur les quantités observées, la distinction est faite entre :

- les quantités observées sans classe et sans étiquette, c'est-à-dire aucune indication sur la classe n'est présente.
- Les quantités observées avec classe mais sans étiquette, c'est-à-dire que l'étiquette n'est pas présente mais la classe est toute de même indiquée au niveau de l'affichage du prix.
- Les quantités observées avec étiquette

	Quantité observée		Quantité sans classe et sans étiquette			Quantité avec classe mais sans étiquette			Quantité avec étiquette		
	Nombre	Taux tout usage	Nombre	Taux tout usage	Taux par usage	Nombre	Taux tout usage	Taux par usage	Nombre	Taux tout usage	Taux par usage
Cuisson	548	16,5%	439	38,4%	80,1%	1	1,3%	0,2%	108	5,1%	19,7%
Froid	597	18,0%	67	5,9%	11,2%	29	36,3%	4,9%	501	23,9%	83,9%
Lavage	466	14,0%	57	5,0%	12,2%	40	50,0%	8,6%	369	17,6%	79,2%
Eclairage	929	28,0%	104	9,1%	11,2%	2	2,5%	0,2%	823	39,2%	88,6%
Climatisation	32	1,0%	17	1,5%	53,1%	5	6,3%	15,6%	10	0,5%	31,3%
Audiovisuel	751	22,6%	460	40,2%	61,3%	3	3,8%	0,4%	288	13,7%	38,3%
Total	3 323	100,0%	1144	100,0%	34,4%	80	100,0%	2,4%	2099	100,0%	63,2%

Source : oer

Tableau 3 : Nombre d'appareils observés par usage en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique



Source : oer

Figure 4 : Nombre d'appareils observés par usage en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique

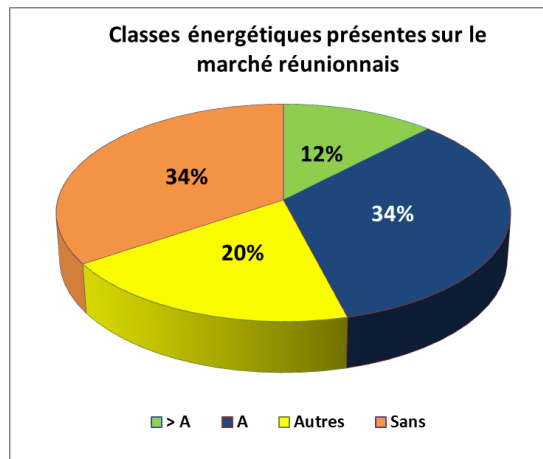
L'étiquette économie d'énergie est présente à 63,2% sur les appareils observés lors de l'étude. 2,4% des appareils ont leur classe mentionnée mais l'étiquette réglementaire n'est pas apposée.

Sur les 2 099 appareils observés avec l'étiquette économie d'énergie, elle est présente à 39,2% pour l'éclairage, à 23,9% pour le froid, à 17,6% pour le lavage et à 13,7% pour l'audiovisuel. La climatisation et la cuisson sont les 2 usages les plus mal étiquetés avec respectivement 0,5% et 5,1%.

	Quantité par classe	
	Nombre	Taux
> A	406	12,2%
A	1121	33,7%
Autres	652	19,6%
Sans	1144	34,4%
Total	3323	100,0%

Source : oer

Tableau 4 : Nombre d'appareils observés par classe (>A, A, Autres, Sans)



Source : oer

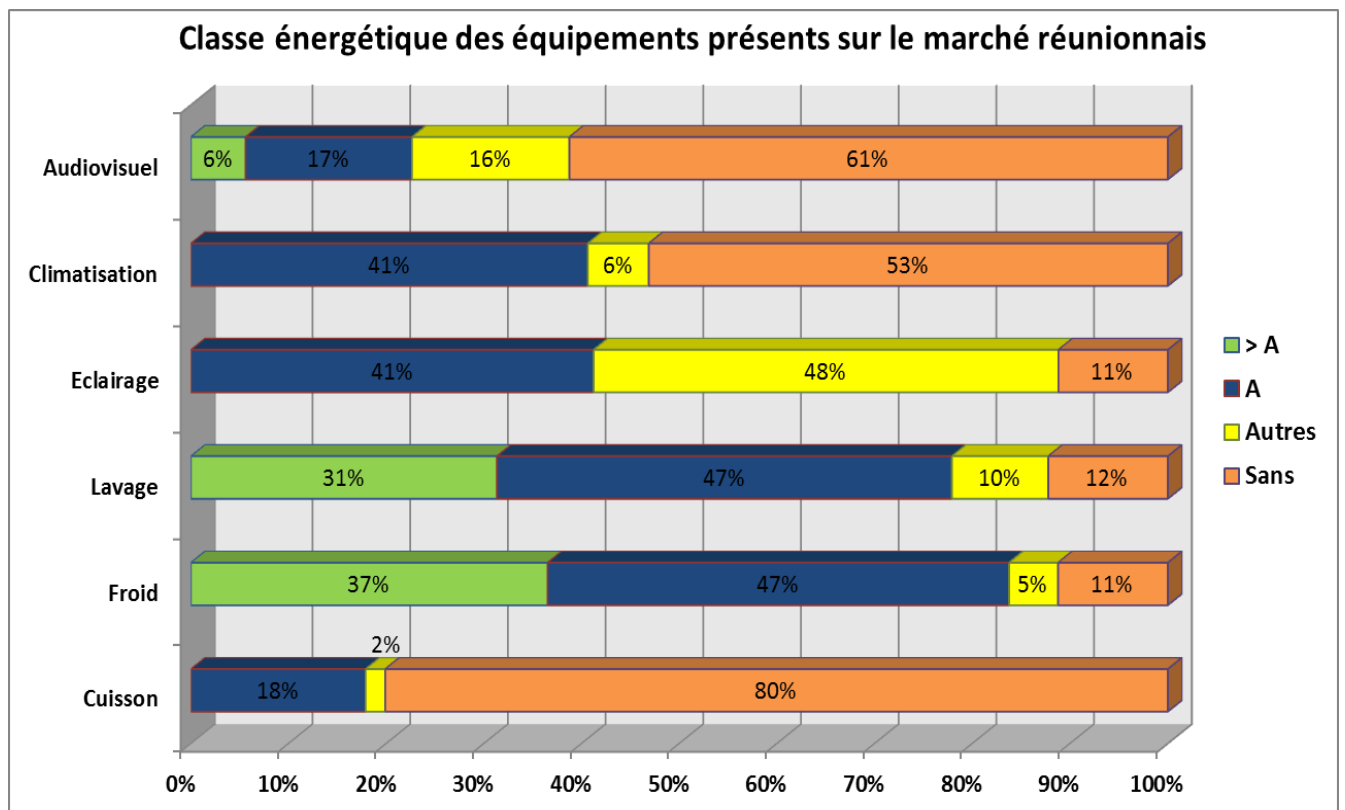
Figure 5 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe (>A, A, Autres, Sans)

Sur les 3 323 appareils observés, on constate que 34,4% ne mentionnaient pas la classe énergétique et également 45,9% des appareils observés étaient de classe supérieure ou égale à A.

	Quantité par classe								Total
	> A		A		Autres		Sans		
	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	
Cuisson	0	0,0%	98	8,7%	11	1,7%	439	38,4%	548
Froid	218	53,7%	282	25,2%	30	4,6%	67	5,9%	597
Lavage	146	36,0%	217	19,4%	46	7,1%	57	5,0%	466
Eclairage	0	0,0%	383	34,2%	442	67,8%	104	9,1%	929
Climatisation	0	0,0%	13	1,2%	2	0,3%	17	1,5%	32
Audiovisuel	42	10,3%	128	11,4%	121	18,6%	460	40,2%	751
Total	406		1121		652		1144		3323

Source : oer

Tableau 5 : Nombre d'appareils observés par classe et par usage (>A, A, Autres, Sans)



Source : oer

Figure 6 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par usage (>A, A, Autres, Sans)

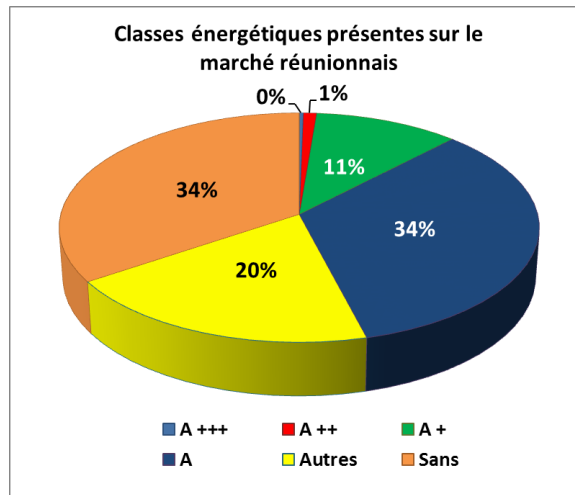
D'après les observations, seuls les appareils de froid, lavage et audiovisuel présentent des classes supérieures à A. A l'exception de l'audiovisuel (6% de classe supérieure à A), Les classes supérieures à A sont relativement bien insérées pour les 2 autres usages avec 37% pour le froid et 31% pour le lavage.

Pour l'audiovisuel, la climatisation et surtout la cuisson, l'absence de classe énergétique reste très marqué (61% pour l'audiovisuel, 53% pour les climatisations et 80% pour la cuisson).

	Quantité par classe	
	Nombre	Taux
A +++	10	0,3%
A ++	33	1,0%
A +	363	10,9%
A	1121	33,7%
Autres	652	19,6%
Sans	1144	34,4%
Total	3323	100,0%

Source : oer

Tableau 6 : Nombre d'appareils observés par classe (A+++, A++, A+, A, Autres, Sans)



Source : oer

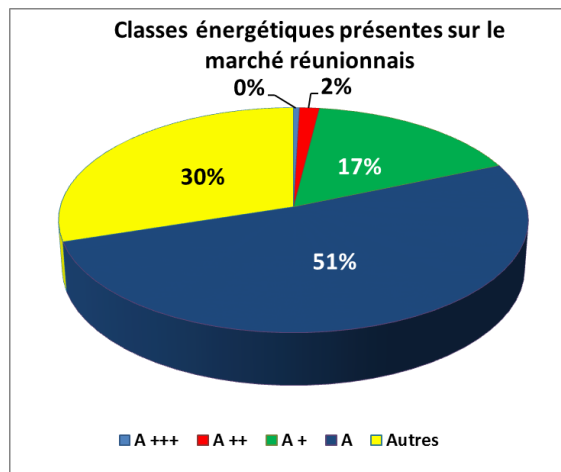
Figure 7 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe (A+++, A++, A+, A, Autres, Sans)

En détaillant l'analyse, on constate que 12,2% d'appareils de classes supérieures à A se répartissent en 10,9% en classe A+, en 1,0% en classe A++ et uniquement 0,3% en classe A+++.

	Quantité par classe	
	Nombre	Taux
A +++	10	0,5%
A ++	33	1,5%
A +	363	16,7%
A	1121	51,4%
Autres	652	29,9%
Total	2179	100,0%

Source : oer

Tableau 7 : Nombre d'appareils observés par classe (A+++, A++, A+, A, Autres)



Source : oer

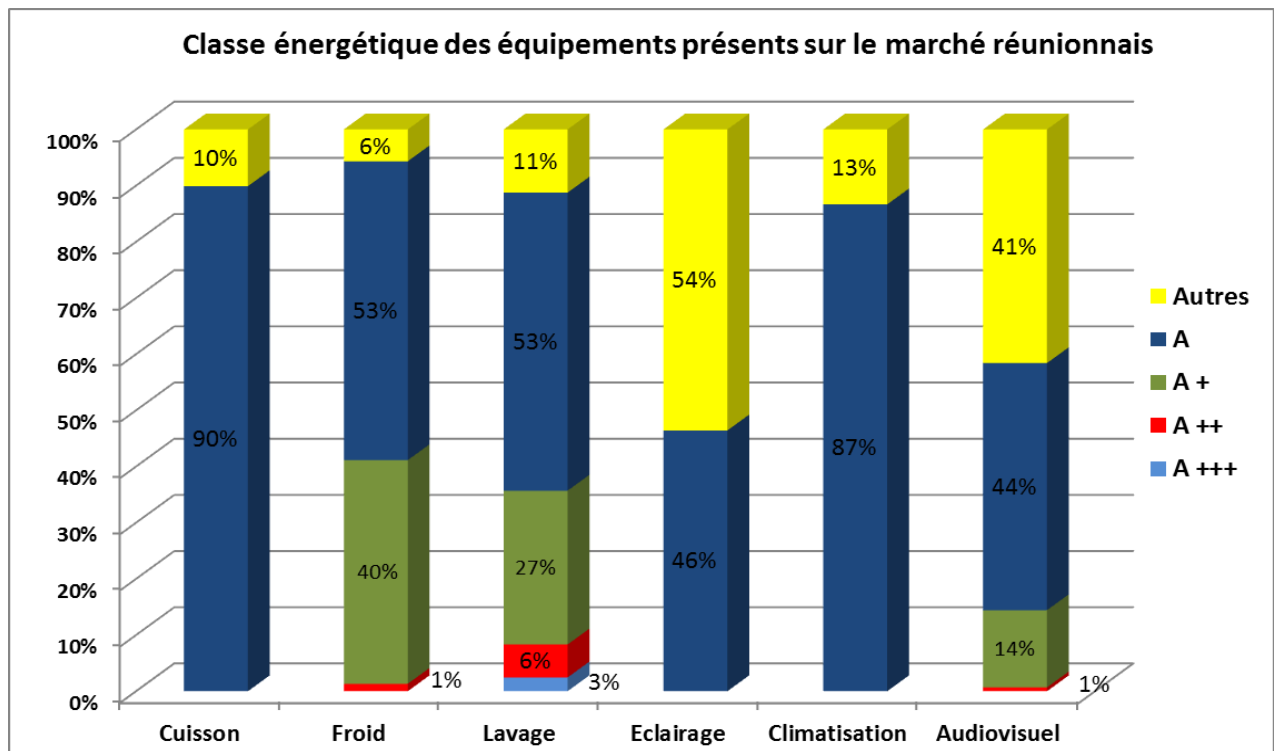
Figure 8 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe (A+++, A++, A+, A, Autres)

Sur les appareils observés, si on prend en compte les appareils dont la classe est mentionnée, soit un total de 2 179 appareils, la classe A, présente à 51%, est bien introduite. Les classes supérieures à A sont présentes à 19%. Cependant, les classe inférieures à A (donc de B à G) sont toujours bien présentes à 30%.

	Quantité par classe										Total
	A+++		A++		A+		A		Autres		
	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	
Cuisson	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	98	8,7%	11	1,7%	109
Froid	0	0,0%	7	21,2%	211	58,1%	282	25,2%	30	4,6%	530
Lavage	10	100,0%	24	72,7%	112	30,9%	217	19,4%	46	7,1%	409
Eclairage	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	383	34,2%	442	67,8%	825
Climatisation	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	13	1,2%	2	0,3%	15
Audiovisuel	0	0,0%	2	6,1%	40	11,0%	128	11,4%	121	18,6%	291
Total	10		33		363		1121		652		2179

Source : oer

Tableau 8 : Nombre d'appareils observés par classe et par usage (A+++, A++, A+, A, Autres, Sans)



Source : oer

Figure 9 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par usage (A+++, A++, A+, A, Autres, Sans)

Sur les appareils observés, la classe A+++ est représentée seulement pour le lavage (3% des appareils de lavage). La classe A++ est présente pour le lavage, le froid et l'audiovisuel.

Afin d'établir une analyse plus précise, chaque usage est détaillé dans les paragraphes qui suivent.

4.1.2. Analyse par usage

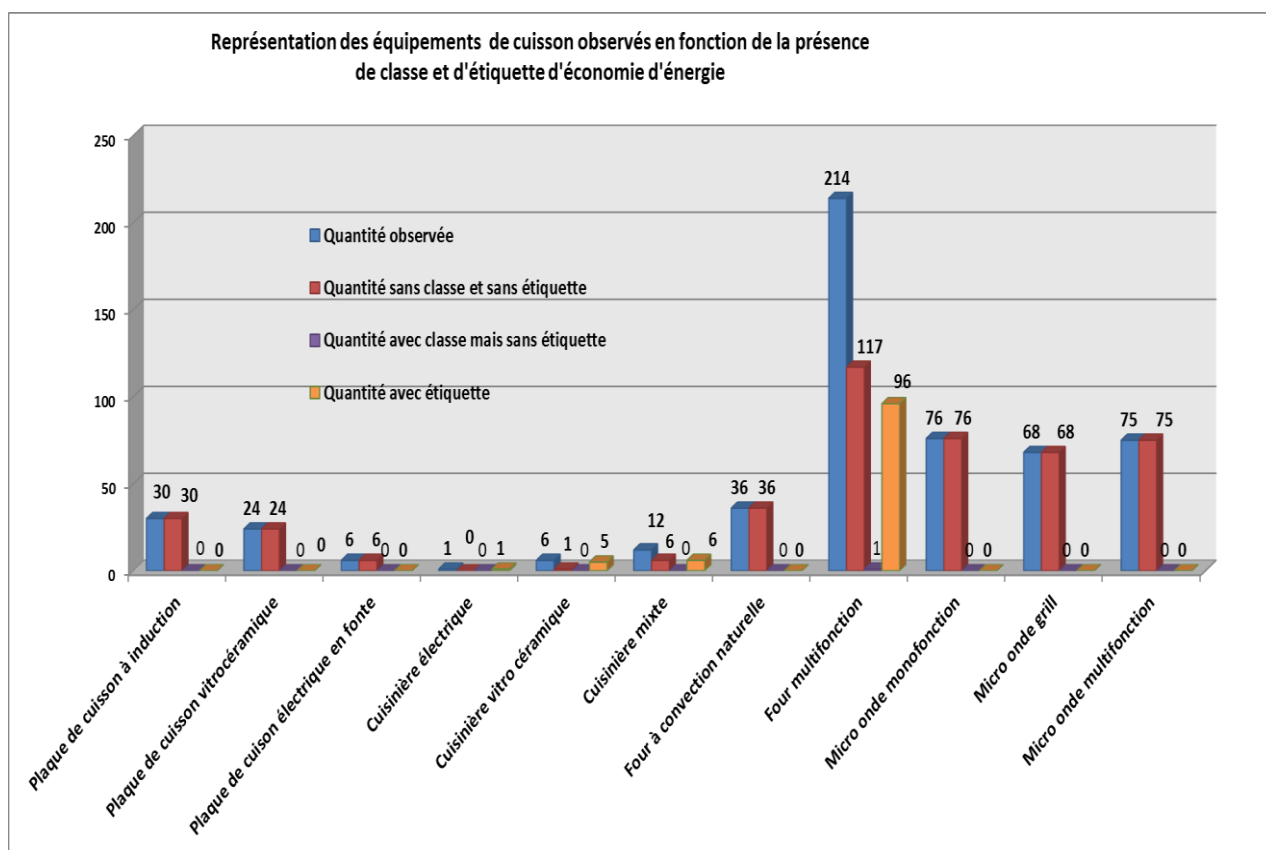
4.1.2.1. Analyse cuisson

En ce qui concerne la cuisson, les différents types de plaque de cuisson, de cuisinière, de four et de micro-onde ont été pris en compte.

	Quantité observée		Quantité sans classe et sans étiquette			Quantité avec classe mais sans étiquette			Quantité avec étiquette		
	Nombre	Taux tout type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil
Plaque de cuisson à induction	30	5,5%	30	6,8%	100,0%	0,00	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Plaque de cuisson vitrocéramique	24	4,4%	24	5,5%	100,0%	0,00	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Plaque de cuisson électrique en fonte	6	1,1%	6	1,4%	100,0%	0,00	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Cuisinière électrique	1	0,2%	0	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	1	0,9%	100,0%
Cuisinière vitro céramique	6	1,1%	1	0,2%	16,7%	0,00	0,0%	0,0%	5	4,6%	83,3%
Cuisinière mixte	12	2,2%	6	1,4%	50,0%	0,00	0,0%	0,0%	6	5,6%	50,0%
Four à convection naturelle	36	6,6%	36	8,2%	100,0%	0,00	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Four multifonction	214	39,1%	117	26,7%	54,7%	1,00	100,0%	0,5%	96	88,9%	44,9%
Micro onde monofonction	76	13,9%	76	17,3%	100,0%	0,00	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Micro onde grill	68	12,4%	68	15,5%	100,0%	0,00	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Micro onde multifonction	75	13,7%	75	17,1%	100,0%	0,00	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Total	548	100,0%	439	100,0%	80,1%	1,00	100,0%	0,2%	108	100,0%	19,7%

Source : oer

Tableau 9 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage cuisson



Source : oer

Figure 10 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage cuisson

Pour l'usage cuisson, 80,1% des appareils ont été observés sans étiquette et sans la mention de la classe énergétique. Sur les 548 appareils de cuisson observés seuls 108 présentaient l'étiquette économie d'énergie, soit moins de 20% des appareils observés.

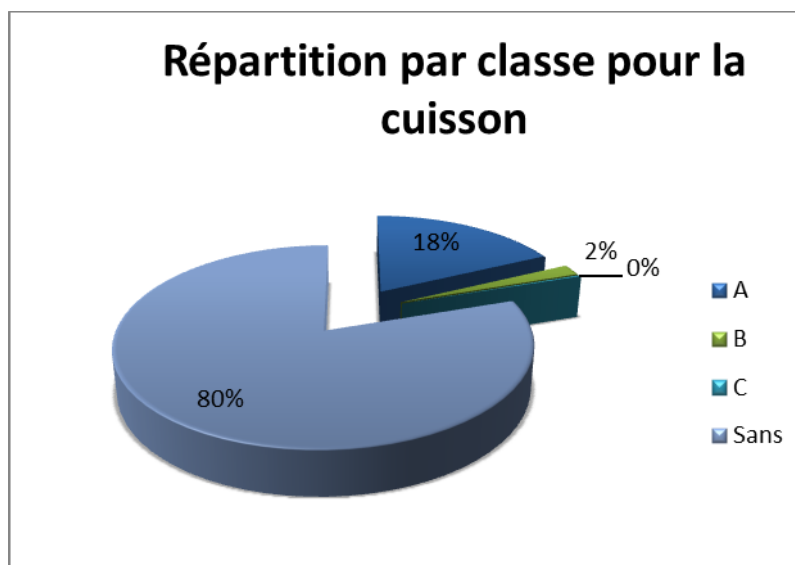
Les 108 appareils présentant une étiquette se répartissent entre les cuisinières avec 11,1% et les fours avec 88,9%. Les fours multifonction et les cuisinières vitrocéramique sont les mieux étiquetés.

L'observation montre également que quel que soit le type de plaque de cuisson et le type de micro-ondes observés, la classe n'est jamais mentionnée.

	Quantité par classe								Total
	A		B		C		Sans		
	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	
Plaque de cuisson à induction	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	30	6,8%	30
Plaque de cuisson vitrocéramique	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	24	5,5%	24
Plaque de cuisson électrique en fonte	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	1,4%	6
Cuisinière électrique	1	1,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1
Cuisinière vitro céramique	5	5,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,2%	6
Cuisinière mixte	4	4,1%	1	10,0%	1	10,0%	6	1,4%	12
Four à convection naturelle	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	36	8,2%	36
Four multifonction	88	89,8%	9	90,0%	0	0,0%	117	26,7%	214
Micro onde monofonction	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	76	17,3%	76
Micro onde grill	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	68	15,5%	68
Micro onde multifonction	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	75	17,1%	75
Total	98		10		1		439		548

Source : oer

Tableau 10 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage cuisson



Source : oer

Figure 11 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage cuisson

On voit que lorsque les classes sont mentionnées sur les appareils de cuisson, ce sont principalement des classes A pour 91%, ce qui représente uniquement 18% de classe A lorsqu'on prend également en compte les appareils sans la classe mentionnée.

Même si la classe est affichée, l'affichage n'est pas forcément réglementaire. Un affichage réglementaire comprend l'affichage de toutes les étiquettes sur une même catégorie d'appareil, au bon format et visible. Le tableau suivant présente le nombre de magasins réglementaires en fonction de chaque type d'appareillage :

	Nombre de magasins réglementaires par type (toujours affiché, bon format et visible)	Nombre de magasins total interrogés présentant ce type d'appareil
Cuisinière électrique	1	1
Cuisinière vitro céramique	0	1
Cuisinière mixte	2	6
Four à convection naturelle	0	16
Four multifonction	6	28

Source : oer

Tableau 11 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage cuisson

On s'aperçoit que très peu de magasins respectent la réglementation concernant les étiquettes d'économie d'énergie pour la cuisson.

Pour les fours multifonction, sur les 28 magasins présentant ce type de four, seuls 6 respectent la réglementation avec une étiquette présente sur tous les appareils de ce type dans le magasin, au bon format et visible.

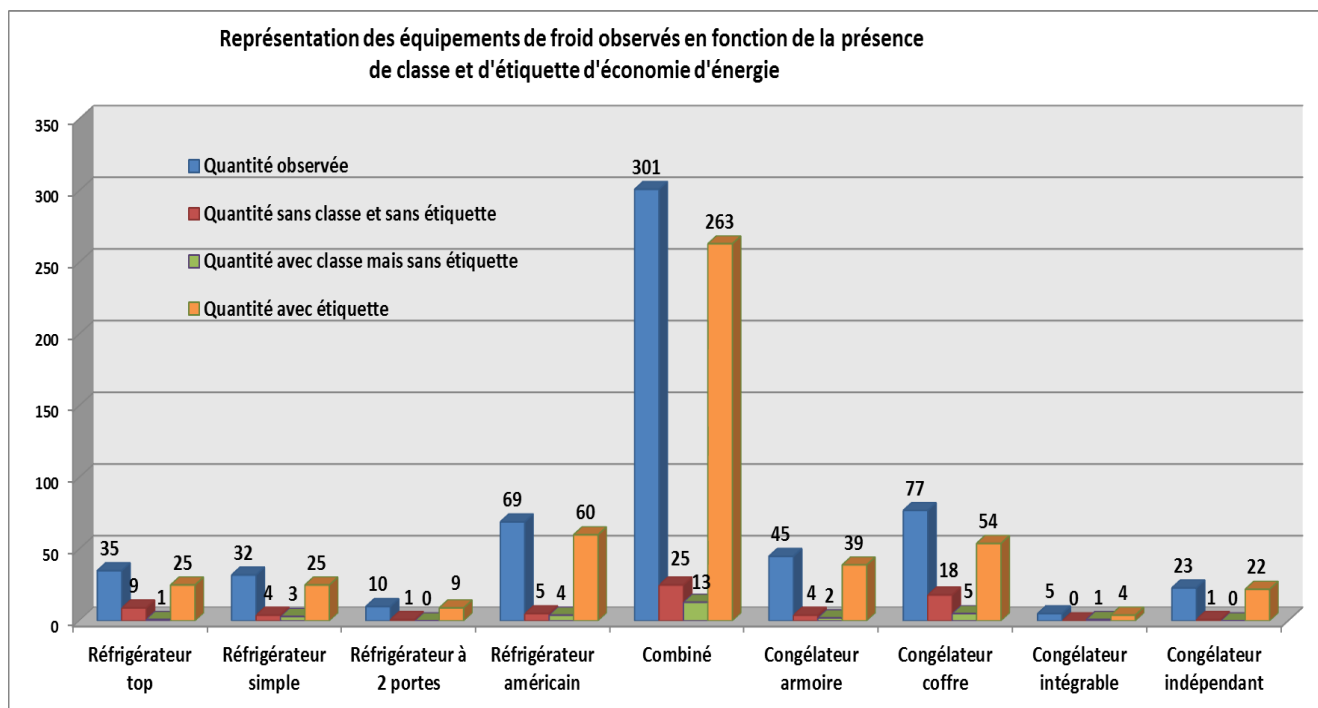
4.1.2.2. Analyse froid

En ce qui concerne le froid, les différents types de réfrigérateur et de congélateur ont été pris en compte.

	Quantité observée		Quantité sans classe et sans étiquette			Quantité avec classe mais sans étiquette			Quantité avec étiquette		
	Nombre	Taux tout type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil
Réfrigérateur top	35	5,9%	9	13,4%	25,7%	1,00	3,4%	2,9%	25	5,0%	71,4%
Réfrigérateur simple	32	5,4%	4	6,0%	12,5%	3,00	10,3%	9,4%	25	5,0%	78,1%
Réfrigérateur à 2 portes	10	1,7%	1	1,5%	10,0%	0,00	0,0%	0,0%	9	1,8%	90,0%
Réfrigérateur américain	69	11,6%	5	7,5%	7,2%	4,00	13,8%	5,8%	60	12,0%	87,0%
Combiné	301	50,4%	25	37,3%	8,3%	13,00	44,8%	4,3%	263	52,5%	87,4%
Congélateur armoire	45	7,5%	4	6,0%	8,9%	2,00	6,9%	4,4%	39	7,8%	86,7%
Congélateur coffre	77	12,9%	18	26,9%	23,4%	5,00	17,2%	6,5%	54	10,8%	70,1%
Congélateur intégrable	5	0,8%	0	0,0%	0,0%	1,00	3,4%	20,0%	4	0,8%	80,0%
Congélateur indépendant	23	3,9%	1	1,5%	4,3%	0,00	0,0%	0,0%	22	4,4%	95,7%
Total	597	100,0%	67	100,0%	11,2%	29	100,0%	4,9%	501	100,0%	83,9%

Source : oer

Tableau 12 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage froid



Source : oer

Figure 12 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage froid

Aujourd'hui, les combinés réfrigérateur-congélateur sont les plus présents sur le marché réunionnais, ce qui correspond à un peu plus de 50% des appareils de froid observés.

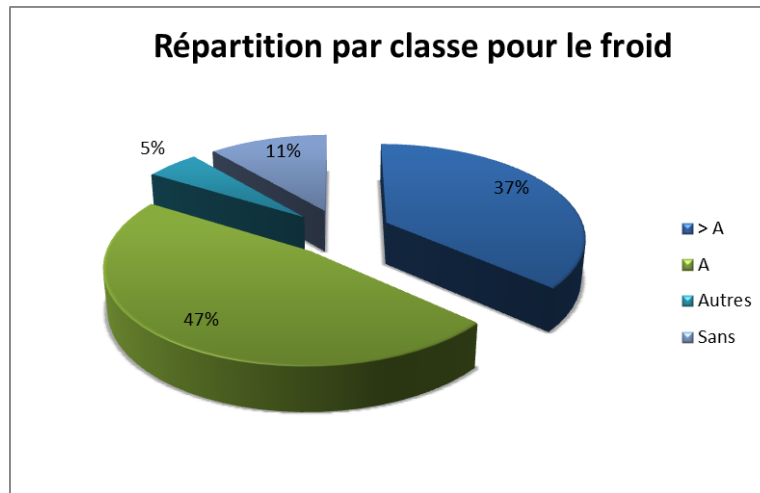
83,9% des appareils de froid tout type confondu exposent l'étiquette économie d'énergie, 4,9% présentent la classe mais l'étiquette n'est pas affichée et 11,2% ne mentionnent ni la classe ni l'étiquette.

Quel que soit le type d'appareil, plus de 70% présentent l'étiquette d'économie d'énergie.

	Quantité par classe								Total
	> A		A		Autres		Sans		
	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	
Réfrigérateur top	3	1,4%	23	8,2%	0	0,0%	9	13,4%	35
Réfrigérateur simple	20	9,2%	8	2,8%	0	0,0%	4	6,0%	32
Réfrigérateur à 2 portes	1	0,5%	7	2,5%	1	3,3%	1	1,5%	10
Réfrigérateur américain	27	12,4%	37	13,1%	0	0,0%	5	7,5%	69
Combiné	112	51,4%	154	54,6%	10	33,3%	25	37,3%	301
Congélateur armoire	22	10,1%	19	6,7%	0	0,0%	4	6,0%	45
Congélateur coffre	25	11,5%	16	5,7%	18	60,0%	18	26,9%	77
Congélateur intégrable	1	0,5%	4	1,4%	0	0,0%	0	0,0%	5
Congélateur indépendant	7	3,2%	14	5,0%	1	3,3%	1	1,5%	23
Total	218		282		30		67		597

Source : oer

Tableau 13 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage froid

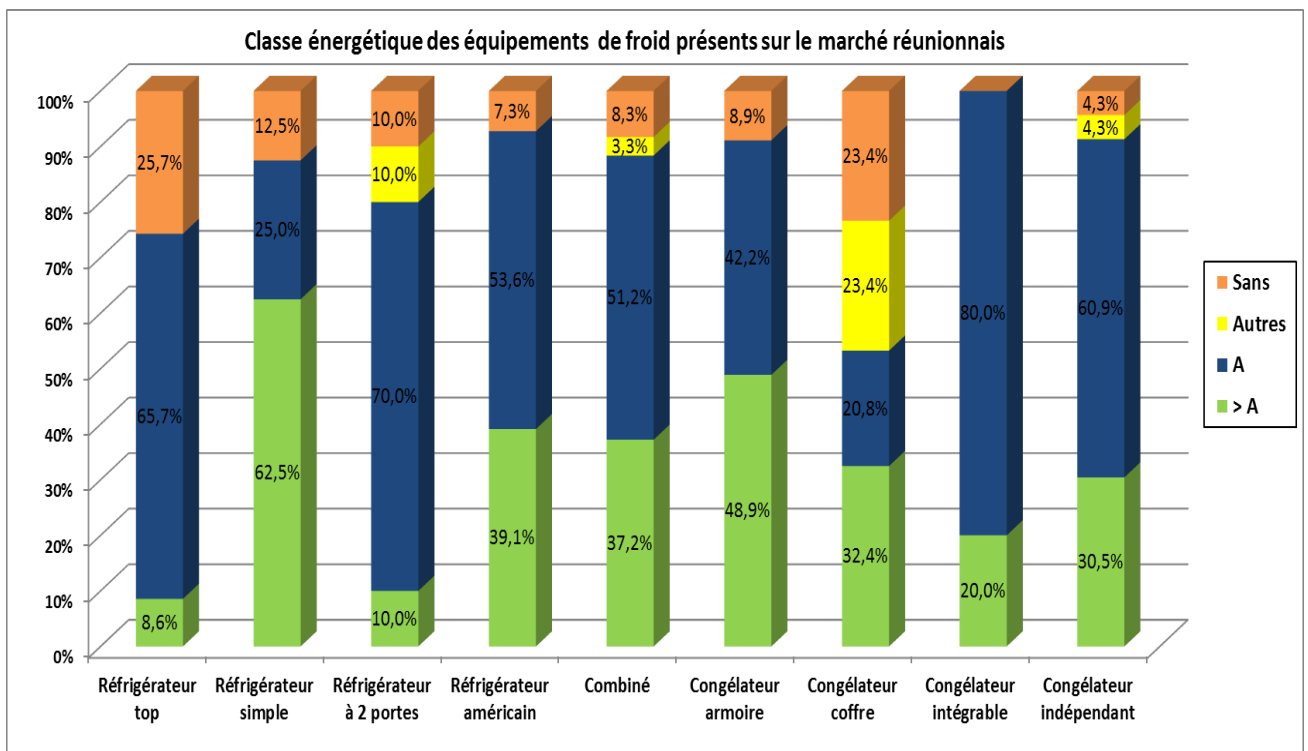


Source : oer

Figure 13 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage froid

84% des appareils de froid sont de classe supérieure ou égale à la classe A sur le total d'appareils observés.

Sur les 218 appareils dont la classe est supérieure à la classe A, on dénombre aucun appareil de classe A+++, 3,2% de classe A++ et 96,8% de classe A+.



Source : oer

Figure 14 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage froid

Tous les appareils de l'usage froid ont plutôt bien intégré les classes A et supérieures sauf pour les congélateurs coffres qui comprennent encore 23,4% de classe inférieures à A.

Même si la classe est affichée, l'affichage n'est pas forcément réglementaire. Un affichage réglementaire comprend l'affichage de toutes les étiquettes sur une même catégorie d'appareil, au bon format et visible. Le tableau suivant présente le nombre de magasins réglementaires en fonction de chaque type d'appareillage :

	Nombre de magasins réglementaires par type (étiquette toujours affiché, bon format et visible)	Nombre de magasins total interrogés présentant ce type d'appareil
Réfrigérateur top	11	24
Réfrigérateur simple	4	18
Réfrigérateur à 2 portes	1	6
Réfrigérateur américain	7	20
Combiné	1	31
Congélateur armoire	4	21
Congélateur coffre	5	27
Congélateur intégrable	1	5
Congélateur indépendant	6	14

Source : oer

Tableau 14 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage froid

Comparé à l'usage cuisson, les magasins apportent plus d'attention à l'affichage pour l'usage de froid, qui reste néanmoins à améliorer.

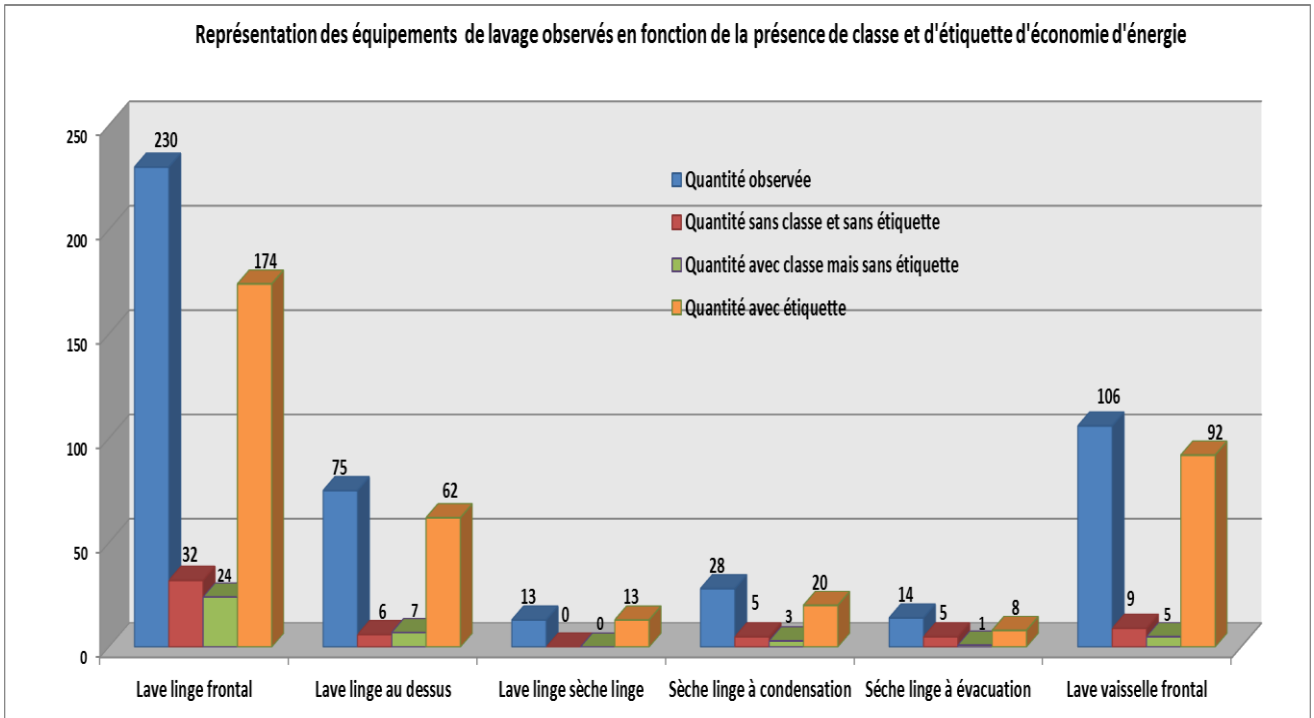
4.1.2.3. Analyse lavage

En ce qui concerne le lavage, les différents types de lave-linge, de sèche-linge et de lave-vaisselle ont été pris en compte.

	Quantité observée		Quantité sans classe et sans étiquette			Quantité avec classe mais sans étiquette			Quantité avec étiquette		
	Nombre	Taux tout type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil
Lave linge frontal	230	49,4%	32	56,1%	13,9%	24,00	60,0%	10,4%	174	47,2%	75,7%
Lave linge au dessus	75	16,1%	6	10,5%	8,0%	7,00	17,5%	9,3%	62	16,8%	82,7%
Lave linge sèche linge	13	2,8%	0	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	13	3,5%	100,0%
Sèche linge à condensation	28	6,0%	5	8,8%	17,9%	3,00	7,5%	10,7%	20	5,4%	71,4%
Sèche linge à évacuation	14	3,0%	5	8,8%	35,7%	1,00	2,5%	7,1%	8	2,2%	57,1%
Lave vaisselle frontal	106	22,7%	9	15,8%	8,5%	5,00	12,5%	4,7%	92	24,9%	86,8%
Total	466	100,0%	57	100,0%	12,2%	40	100,0%	8,6%	369	100,0%	79,2%

Source : oer

Tableau 15 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage lavage



Source : oer

Figure 15 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage lavage

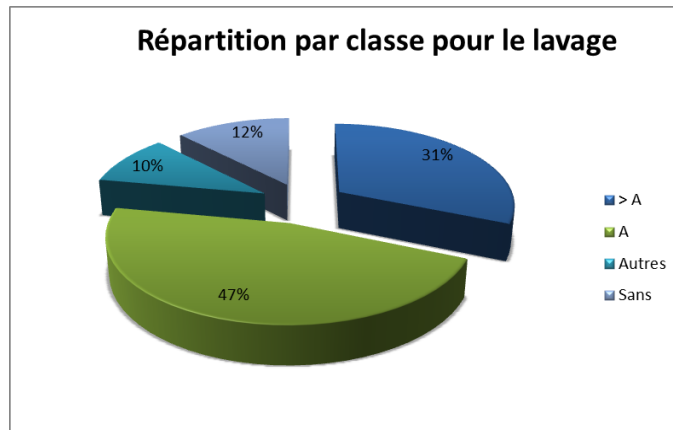
D'après les observations, le lave-linge frontal est le plus présent sur le marché réunionnais, ce qui correspond à presque 50% des appareils de lavage observés. Le lave-vaisselle atteint 12% des appareils observés.

79,2% des appareils de lavage tout type confondu exposent l'étiquette d'économie d'énergie, 8,6% présentent la classe mais l'étiquette n'est pas affichée et 12,2% ne mentionnent ni la classe ni l'étiquette.

	Quantité par classe								Total
	> A		A		Autres		Sans		
	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	
Lave linge frontal	93	63,7%	98	45,2%	7	15,2%	32	56,1%	230
Lave linge au dessus	13	8,9%	56	25,8%	0	0,0%	6	10,5%	75
Lave linge sèche linge	0	0,0%	5	2,3%	8	17,4%	0	0,0%	13
Sèche linge à condensation	0	0,0%	1	0,5%	22	47,8%	5	8,8%	28
Sèche linge à évacuation	0	0,0%	0	0,0%	9	19,6%	5	8,8%	14
Lave vaisselle frontal	40	27,4%	57	26,3%	0	0,0%	9	15,8%	106
Total	146		217		46		57		466

Source : oer

Tableau 16 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage lavage

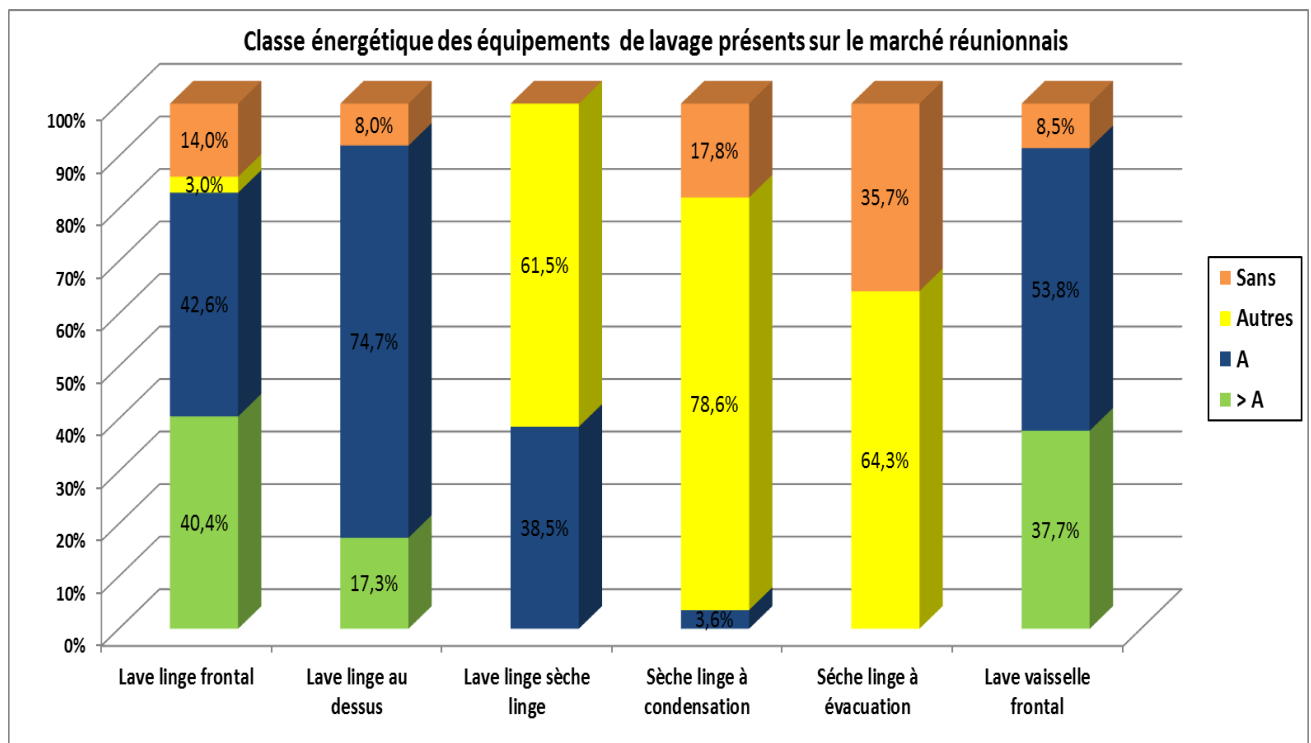


Source : oer

Figure 16 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage lavage

78% des appareils de lavage sont de classe supérieure ou égale à la classe A sur le nombre total d'appareils observés.

Sur les 146 appareils dont la classe est supérieure à A, on dénombre 6,8% d'appareil de classe A+++, 16,4% de classe A++ et 76,7% de classe A+.



Source : oer

Figure 17 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage lavage

Les sèche-linges ainsi que les lave-linges/sèche-linges sont principalement de classe inférieure à A. Il y a donc un effort à réaliser sur ces types d'appareils de lavage.

Même si la classe est affichée, l'affichage n'est pas forcément réglementaire. Un affichage réglementaire comprend l'affichage de toutes les étiquettes sur une même catégorie d'appareil, au bon format et visible. Le tableau suivant présente le nombre de magasins réglementaires en fonction de chaque type d'appareillage :

	Nombre de magasins réglementaires par type (étiquette toujours affiché, bon format et visible)	Nombre de magasins total interrogés présentant ce type d'appareil
Lave linge frontal	4	31
Lave linge au dessus	2	20
Lave linge sèche linge	0	8
Sèche linge à condensation	1	12
Sèche linge à évacuation	0	12
Lave vaisselle frontal	1	23

Source : oer

Tableau 17 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage lavage

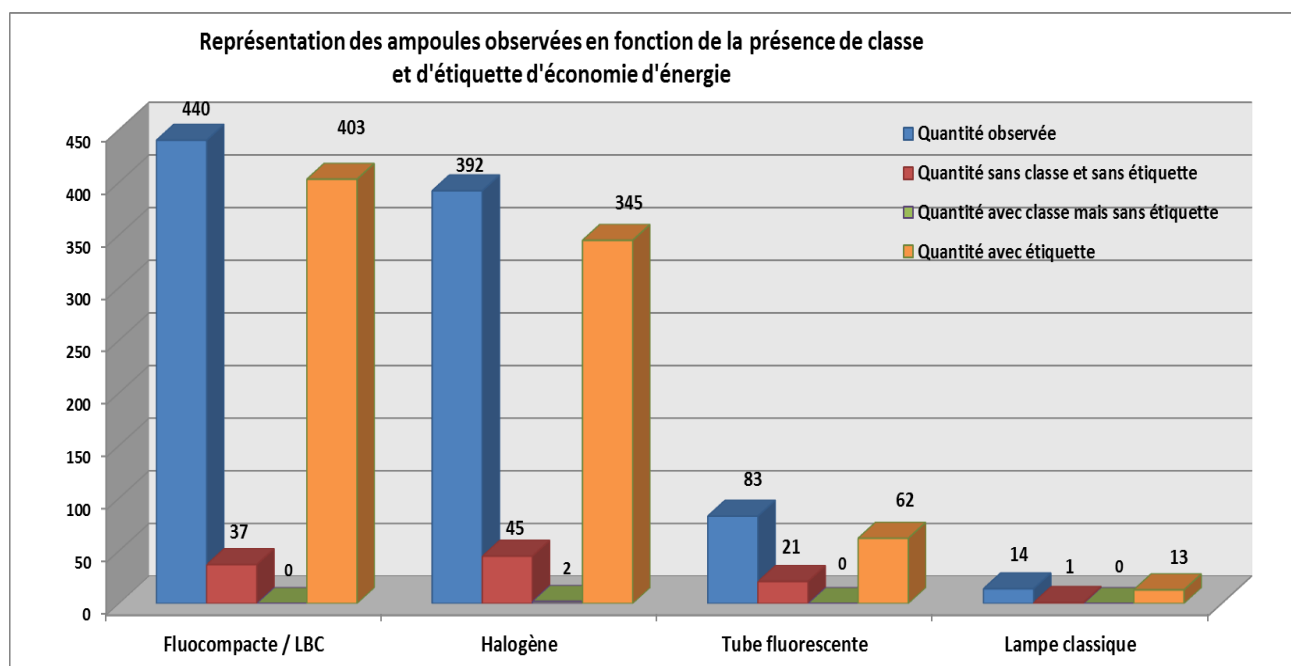
4.1.2.4. Analyse éclairage

En ce qui concerne l'éclairage, les différents types d'éclairage ont été pris en compte.

	Quantité observée		Quantité sans classe et sans étiquette			Quantité avec classe mais sans étiquette			Quantité avec étiquette		
	Nombre	Taux tout type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil
Fluocompacte / LBC	440	47,4%	37	35,6%	8,4%	0	0,0%	0,0%	403	49,0%	91,6%
Halogène	392	42,2%	45	43,3%	11,5%	2	100,0%	0,5%	345	41,9%	88,0%
Tube fluorescente	83	8,9%	21	20,2%	25,3%	0	0,0%	0,0%	62	7,5%	74,7%
Lampe classique	14	1,5%	1	1,0%	7,1%	0	0,0%	0,0%	13	1,6%	92,9%
Total	929	100,0%	104	100,0%	11,2%	2	100,0%	0,2%	823	100,0%	88,6%

Source : oer

Tableau 18 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage éclairage



Source : oer

Figure 18 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage éclairage

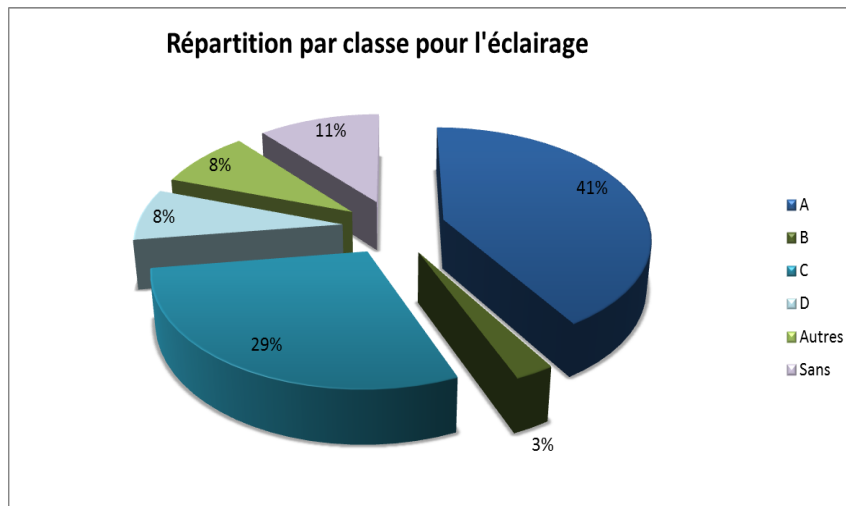
Les lampes fluo compactes et les halogènes ont été les plus observées dans les magasins durant l'enquête.

88,6% des lampes tout type confondu exposent l'étiquette d'économie d'énergie, 0,2% présentent la classe mais l'étiquette n'est pas affichée et 11,2% ne mentionnent ni la classe ni l'étiquette. Pour cet usage, l'étiquette ou au minimum la classe est déjà présente sur l'emballage.

	Quantité par classe												Total
	A		B		C		D		Autres		Sans		
	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	
Fluocompacte / LBC	381	99,5%	15	62,5%	5	1,9%	0	0,0%	2	2,5%	37	35,6%	440
Halogène	2	0,5%	3	12,5%	264	98,1%	70	100,0%	8	10,1%	45	43,3%	392
Tube fluorescente	0	0,0%	6	25,0%	0	0,0%	0	0,0%	56	70,9%	21	20,2%	83
Lampe classique	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	13	16,5%	1	1,0%	14
Total	383		24		269		70		79		104		929

Source : oer

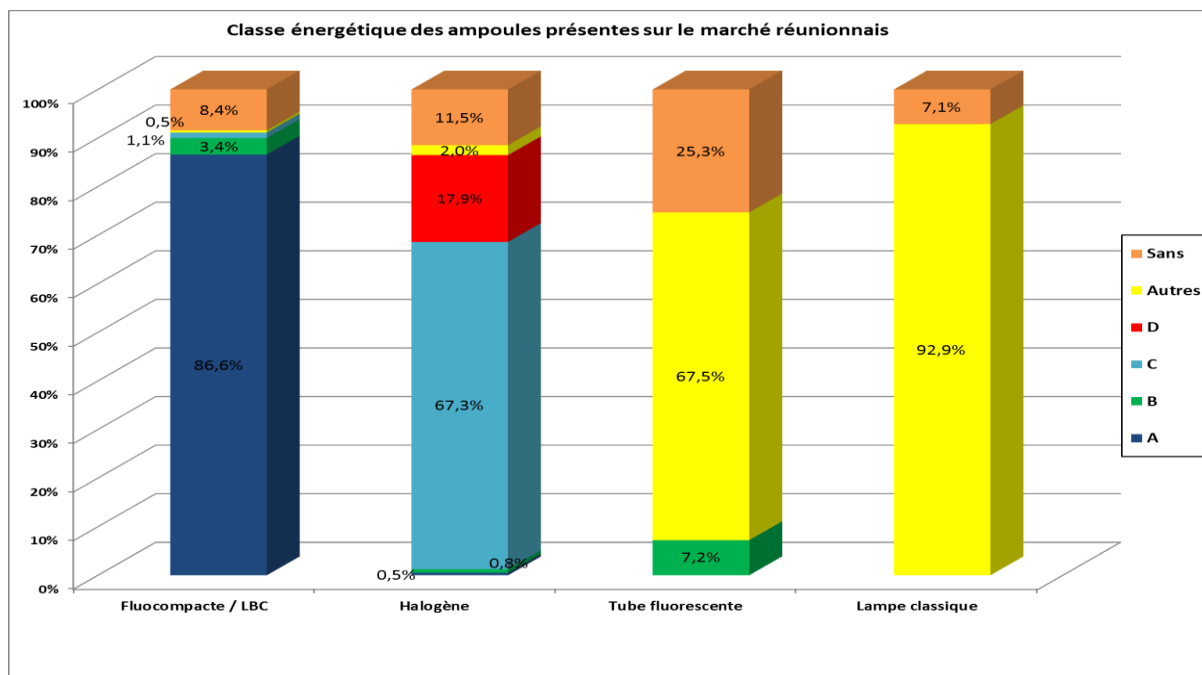
Tableau 19 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage éclairage



Source : oer

Figure 19 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage éclairage

41% des lampes observés sont de classe A, 48% sont de classes inférieures à A, et 11% n'ont pas leur classe mentionnée.



Source : oer

Figure 20 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage éclairage

A l'exception des lampes fluo compactes où la classe A est bien intégrée, il faut apporter des efforts sur les autres catégories.

Même si la classe est affichée, l'affichage n'est pas forcément réglementaire. Un affichage réglementaire comprend l'affichage de toutes les étiquettes sur une même catégorie d'appareil, au bon format et visible. Le tableau suivant présente le nombre de magasins réglementaires en fonction de chaque type d'appareillage :

	Nombre de magasins réglementaires par type (étiquette toujours affiché, bon format et visible)	Nombre de magasins total interrogés présentant ce type d'appareil
Fluocompacte / LBC	0	22
Halogène	0	22
Tube fluorescente	2	19
Lampe classique	0	7

Source : oer

Tableau 20 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage éclairage

4.1.2.5. Analyse climatisation

En ce qui concerne la climatisation, deux types de climatiseurs ont été pris en compte. L'observation liée à la climatisation s'appuie sur un échantillon limité. Les informations relatives à cet usage sont donc présentées à titre indicatif.

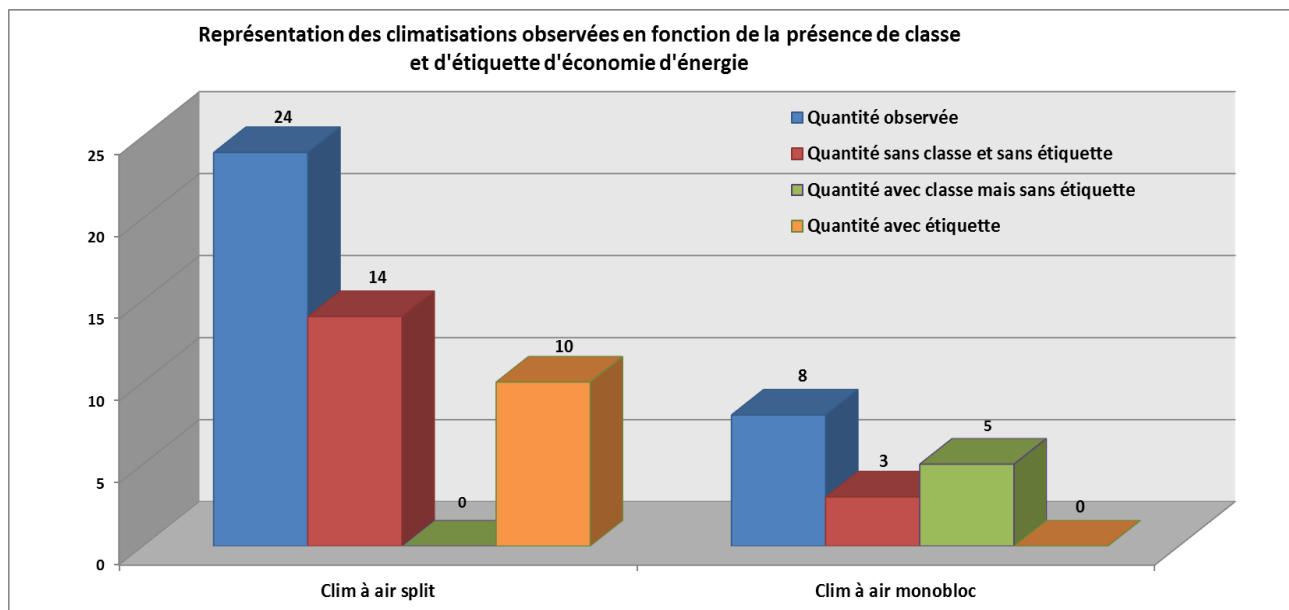
A savoir :

En 2012 et 2013, une étude en 2 volets sera menée sur le marché des petits climatiseurs à La Réunion.

	Quantité observée		Quantité sans classe et sans étiquette			Quantité avec classe mais sans étiquette			Quantité avec étiquette		
	Nombre	Taux tout type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil
Clim à air split	24	75,0%	14	82,4%	58,3%	0	0,0%	0,0%	10	100,0%	41,7%
Clim à air monobloc	8	25,0%	3	17,6%	37,5%	5	100,0%	62,5%	0	0,0%	0,0%
Total	32	100,0%	17	100,0%	53,1%	5	100,0%	15,6%	10	100,0%	31,3%

Source : oer

Tableau 21 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage climatisation



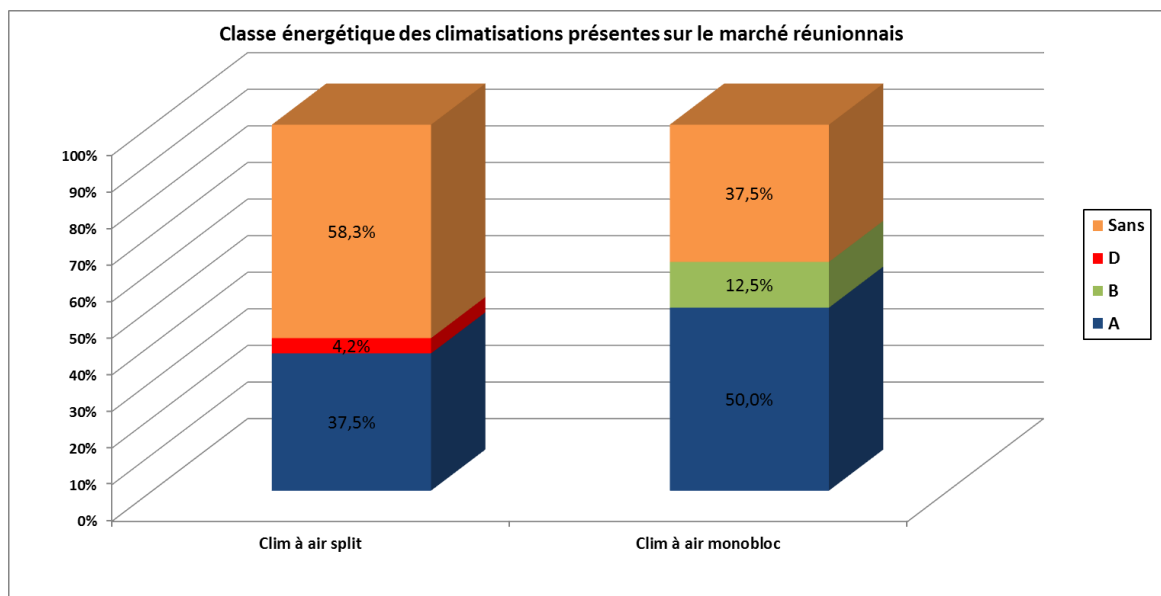
Source : oer

Figure 21 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage climatisation

	Quantité par classe												Total
	A		B		C		D		Autres		Sans		
	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	
Clim à air split	9	69,2%	0	0,0%	0	-	1	100,0%	0	-	14	82,4%	24
Clim à air monobloc	4	30,8%	1	100,0%	0	-	0	0,0%	0	-	3	17,6%	8
Total	13		1		0		1		0		17		32

Source : oer

Tableau 22 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage climatisation



Source : oer

Figure 22 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage climatisation

	Nombre de magasins réglementaires par type (étiquette toujours affiché, bon format et visible)	Nombre de magasins total interrogés présentant ce type d'appareil
Clim à air split	1	6
Clim à air monobloc	0	4

Source : oer

Tableau 23 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage climatisation

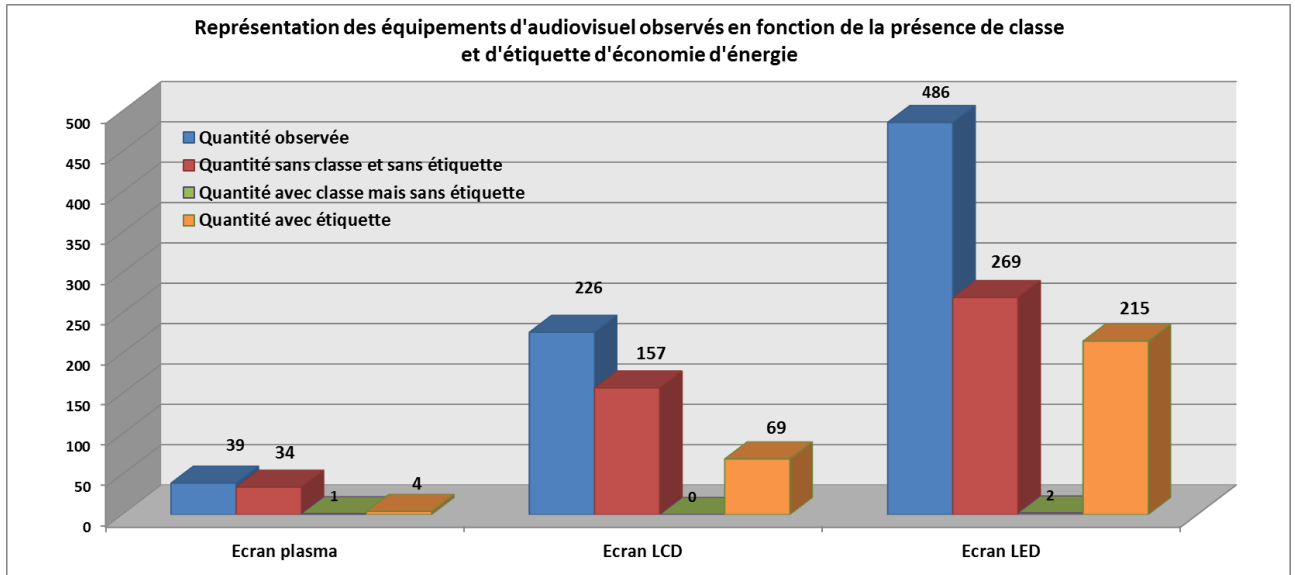
4.1.2.6. Analyse Audiovisuel

En ce qui concerne l'audiovisuel, les différents types d'écran ont été pris en compte.

	Quantité observée		Quantité sans classe et sans étiquette			Quantité avec classe mais sans étiquette			Quantité avec étiquette		
	Nombre	Taux tout type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil	Nombre	Taux tout type d'appareil	Taux par type d'appareil
Ecran plasma	39	5,2%	34	7,4%	87,2%	1	33,3%	2,6%	4	1,4%	10,3%
Ecran LCD	226	30,1%	157	34,1%	69,5%	0	0,0%	0,0%	69	24,0%	30,5%
Ecran LED	486	64,7%	269	58,5%	55,3%	2	66,7%	0,4%	215	74,7%	44,2%
Total	751	100,0%	460	100,0%	61,3%	3	100,0%	0,4%	288	100,0%	38,3%

Source : oer

Tableau 24 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage audiovisuel



Source : oer

Figure 23 : Nombre d'appareils observés en fonction de la présence d'étiquette et de la classe énergétique pour l'usage audiovisuel

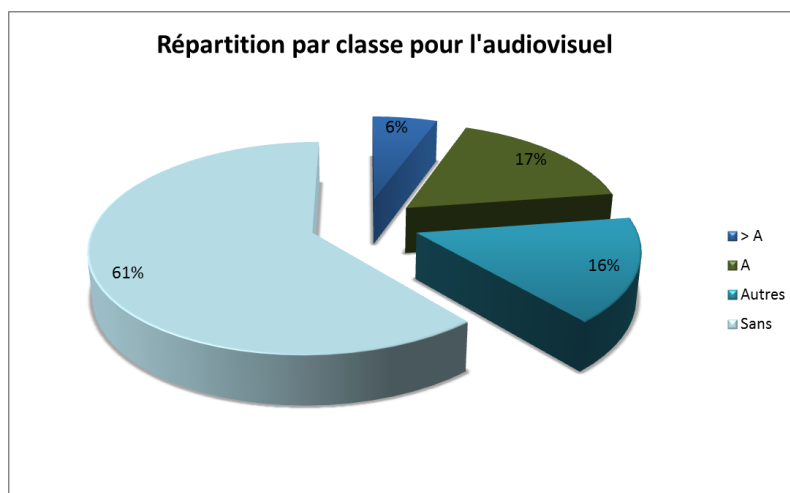
Les écrans LED sont les plus observés dans les magasins durant l'enquête.

38,3% des écrans tout type confondu exposent l'étiquette d'économie d'énergie, 0,4% présentent la classe mais l'étiquette n'est pas affichée et 61,3% ne mentionnent ni la classe ni l'étiquette.

	Quantité par classe								Total
	> A		A		Autres		Sans		
	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	Nombre	Taux	
Ecran plasma	0	0,0%	0	0,0%	5	4,1%	34	7,4%	39
Ecran LCD	2	4,8%	11	8,6%	56	46,3%	157	34,1%	226
Ecran LED	40	95,2%	117	91,4%	60	49,6%	269	58,5%	486
Total	42		128		121		460		751

Source : oer

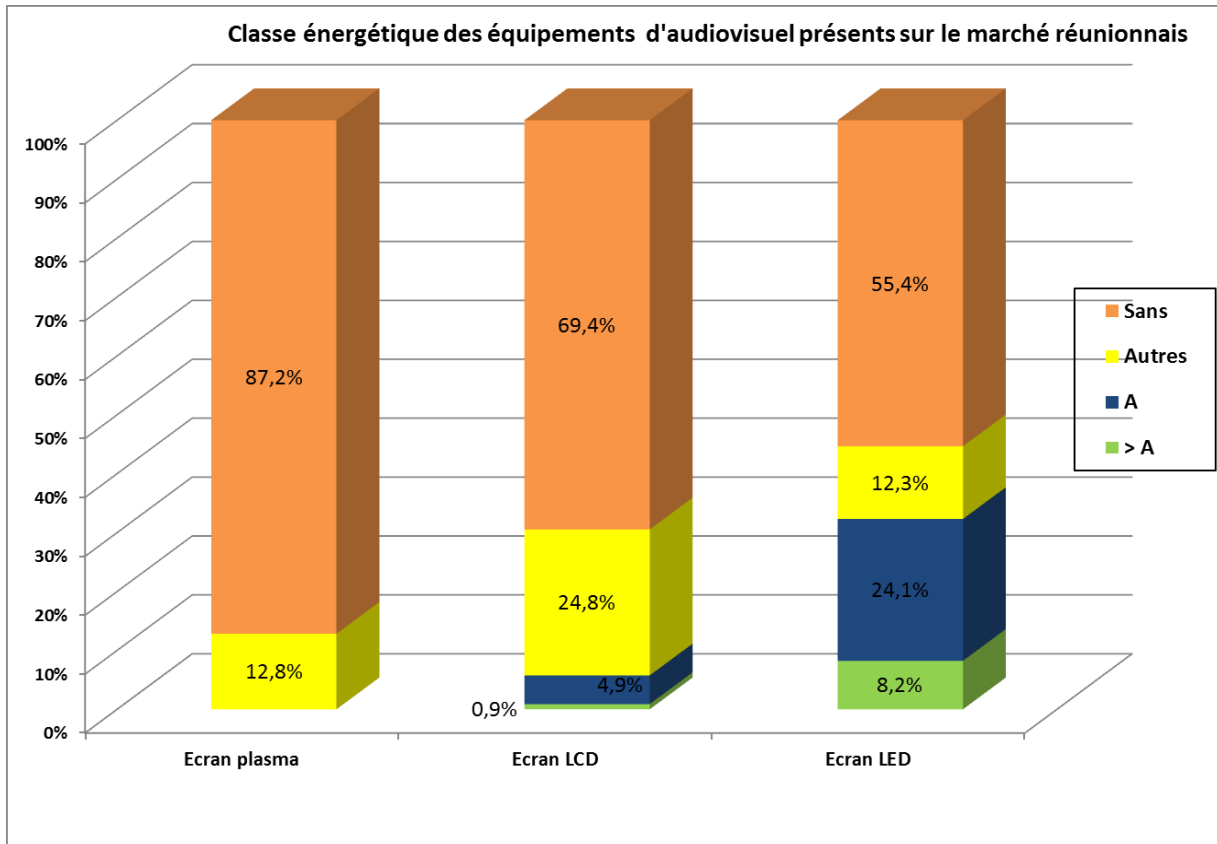
Tableau 25 : Nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage audiovisuel



Source : oer

Figure 24 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe pour l'usage audiovisuel

6% des écrans sont de classe supérieure à A (soit 95% de classe A+), 17% sont de classe A, 16% sont de classe inférieure à A, et 61% n'ont pas leur classe mentionnée.



Source : oer

Figure 25 : Répartition du nombre d'appareils observés par classe et par type pour l'usage audiovisuel

Même si la classe est affichée, l'affichage n'est pas forcément réglementaire. Un affichage réglementaire comprend l'affichage de toutes les étiquettes sur une même catégorie d'appareil, au bon format et visible. Le tableau suivant présente le nombre de magasins réglementaires en fonction de chaque type d'appareillage :

	Nombre de magasins réglementaires par type (étiquette toujours affiché, bon format et visible)	Nombre de magasins total interrogés présentant ce type d'appareil
Ecran plasma	4	15
Ecran LCD	15	25
Ecran LED	19	22

Source : oer

Tableau 26 : Nombre de magasins réglementaires pour l'usage audiovisuel

4.2. Approche « consommateur »

Au cours de l'étude, des questions bien définies ont été posées aux consommateurs. Au total se sont 154 consommateurs qui ont été interrogés lors de l'enquête terrain.

4.2.1. Informations générales

	Nb_pers	%
1	22	14,4%
2	38	24,8%
3	16	10,5%
4	32	20,9%
5	25	16,3%
6	16	10,5%
7	4	2,6%
Total	153	100,0%
Moy	3,42	

Source : oer

Tableau 27 : Nombre de personnes par ménages

La première question soulevée permet de renseigner sur le nombre de personnes composant le ménage.

Le tableau présente un total de 153 personnes, une personne n'a pas souhaité répondre à cette question.

Dans l'échantillon interrogé, les ménages se composent de 1 à 7 personnes. 3,42 est le nombre moyen de personnes dans le ménage.

	Pb_env	%
Non, pas du tout	2	1,3%
Non, pas tellement	4	2,6%
Peu m'importe	40	26,0%
Oui, un peu	36	23,4%
Oui, tout à fait	72	46,8%
Total	154	100,0%

Source : oer

Tableau 28 : Nombre de personnes concernées par les problèmes environnementaux

Au cours de cette étude, 46,8% des personnes interrogées ont répondu se sentir tout à fait concernées par les problèmes environnementaux (réchauffement climatique, consommation énergétique, recyclage des déchets...), 23,4% se sentent un peu concernées.

	Eco_geste	%
oui	132	85,7%
non	22	14,3%
Total	154	100,0%

Source : oer

Tableau 29 : Nombre de personnes connaissant des éco-gestes

85,7% des personnes interrogées déclarent connaître des éco-gestes permettant de réduire la consommation énergétique.

41,6% des personnes sont à la fois concernées par les problèmes environnementaux et déclarent connaître des éco-gestes.

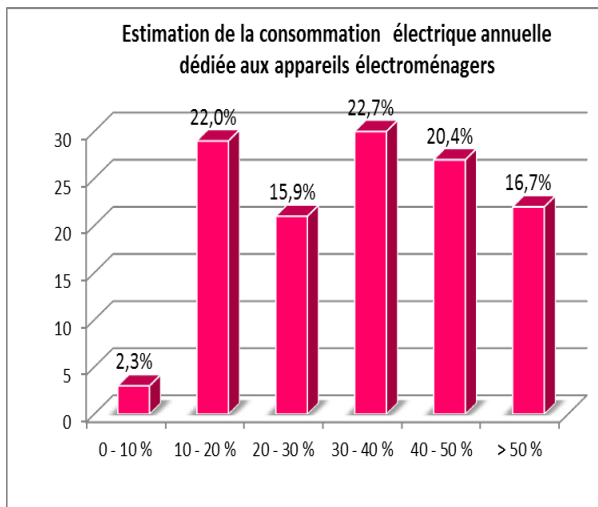
Les éco-gestes cités sont répertoriés dans le tableau suivant :

	Eco_geste_nb	%
Aération	2	1,5%
Tri	1	0,8%
Heure creuse	7	5,3%
Photovoltaïque	4	3,0%
Chauffe eau solaire	10	7,6%
Lavage à l'eau froide	4	3,0%
Eteindre les appareils	11	8,3%
Classe énergétique	6	4,5%
Coupe veille	5	3,8%
Fermer le robinet	7	5,3%
Lampe éco	30	22,7%
Eteindre les lumières	38	28,8%
Feu de bois	1	0,8%
Utilisation de l'eau de pluie	1	0,8%
Energie renouvelable	5	3,8%
Total	132	100,0%

Source : oer

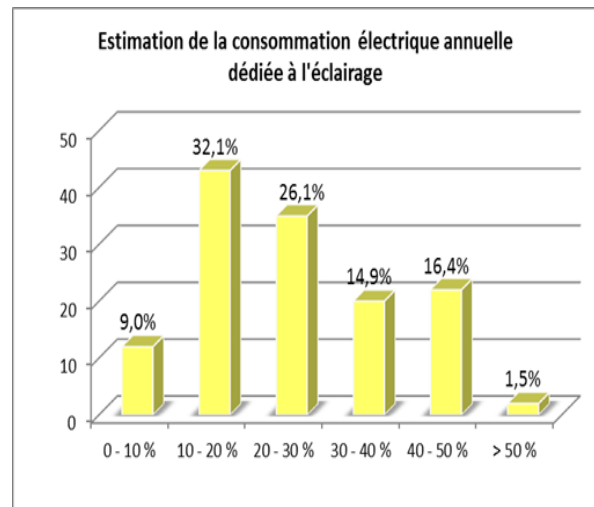
Tableau 30 : Eco-gestes mentionnés pendant l'étude

Eteindre les lumières (28,8%) et mettre des lampes éco (22,7%) sont les éco-gestes qui ont été le plus souvent mentionnés lors de l'enquête.



Source : oer

Figure 26 : Estimation de la consommation électrique annuelle dédiée aux appareils électroménagers



Source : oer

Figure 27 : Estimation de la consommation électrique annuelle dédiée à l'éclairage

La consommation électrique annuelle dédiée aux appareils électroménagers est de 90%. 83,3% des personnes interrogées considèrent que cette consommation est inférieure à 50% et seulement 16,7% se rapprochent du bon pourcentage.

L'éclairage représente en moyenne 10 % de la facture d'électricité d'un ménage français, 41,1% des personnes interrogées ont estimé cette consommation entre 0 et 20%.

	Nb_pers	%
Energétique	47	30,7%
Caractéristique	47	30,7%
Durée de vie	59	38,6%
Total	153	100,0%

Source : oer

Tableau 31 : Terme « performance » pour les consommateurs

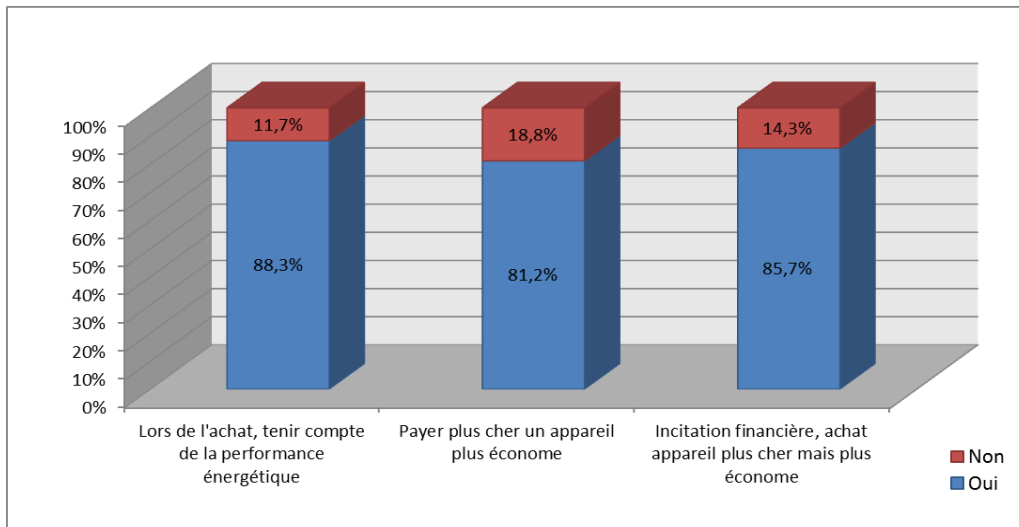
Le terme « performance » renvoie pour 38,6% des personnes interrogées à la durée de vie du produit, 30,7% à la performance énergétique et également 30,7% aux caractéristiques technologiques.

4.2.2. Participation et responsabilité des consommateurs

	Lors de l'achat, tenir compte de la performance énergétique	%	Payer plus cher un appareil plus économe	%	Incitation financière, achat appareil plus cher mais plus économe	%
Oui	136	88,3%	125	81,2%	132	85,7%
Non	18	11,7%	29	18,8%	22	14,3%
Total	154	100,0%	154	100,0%	154	100,0%

Source : oer

Tableau 32 : Participation des consommateurs pour l'achat d'un appareil plus économe



Source : oer

Figure 28 : Participation des consommateurs pour l'achat d'un appareil plus économe

88,3% des consommateurs interrogés tiennent compte de la performance énergétique du produit lors de son achat. 81,2% sont prêts à payer plus cher un appareil plus économe en énergie. 85,7% seraient encouragés à acheter un appareil plus cher mais plus économe en énergie avec une incitation financière.

	Nombre	%
Dépôt en déchetterie	84	54,5%
Remise aux encombrants	16	10,4%
Dépôt dans la poubelle avec ordures ménagères	2	1,3%
Remise aux vendeurs lors de l'achat d'un nouvel appareil	37	24,0%
Dépôt à un point de collecte	4	2,6%
Stockage	10	6,5%
Autres	1	0,6%
Total	154	100,0%

Source : oer

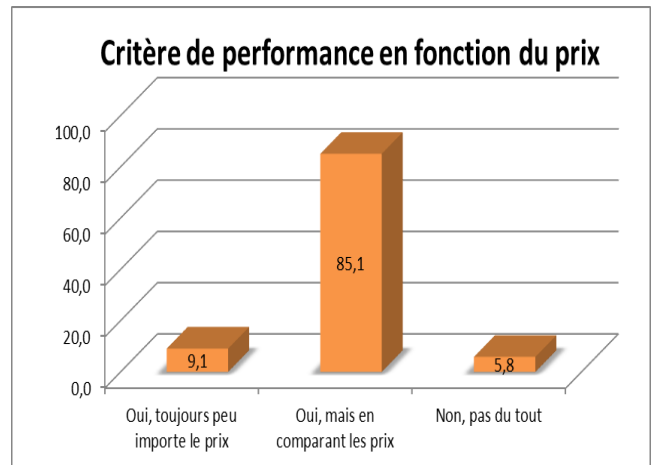
Tableau 33 : Lors d'un renouvellement, dépôt de l'ancien appareil

Le dépôt en déchetterie lors d'un renouvellement d'appareil est l'option la plus utilisée par 54,5% des consommateurs interrogés, suivi de la remise aux vendeurs par 24% d'entre eux.

	Appareil plus performant	%
Oui, toujours peu importe le prix	14	9,1%
Oui, mais en comparant les prix	131	85,1%
Non, pas du tout	9	5,8%
Total	154	100,0%

Source : oer

Tableau 34 : Critère de performance en fonction du prix



Source : oer

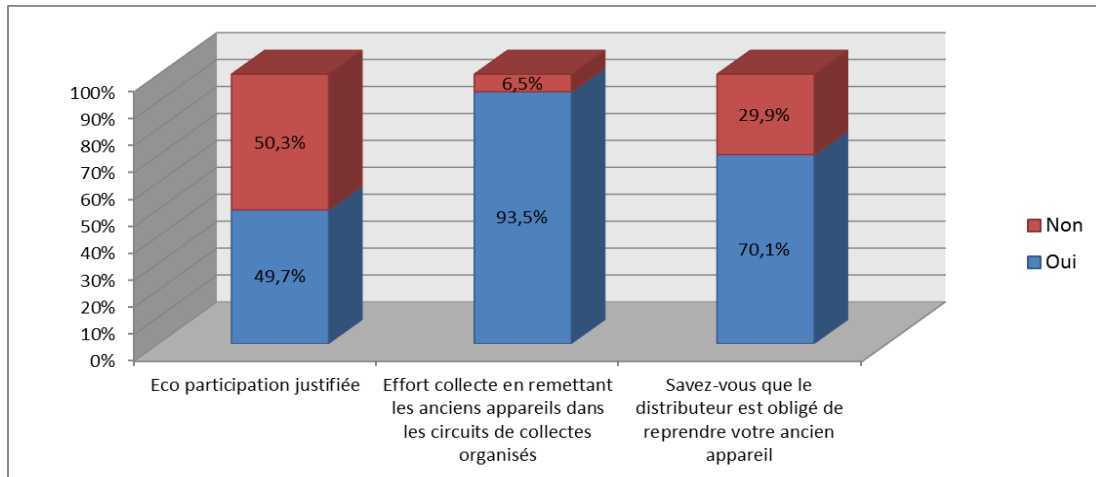
Figure 29 : Critère de performance en fonction du prix

Un appareil plus performant est choisi par 85,1% des personnes interrogées lors d'un renouvellement mais en comparant les prix.

	Eco participation justifiée	%	Effort collecte en remettant les anciens appareils dans les circuits de collectes organisés	%	Savez-vous que le distributeur est obligé de reprendre votre ancien appareil	%
Oui	76	49,7%	144	93,5%	108	70,1%
Non	77	50,3%	10	6,5%	46	29,9%
Total	153	100,0%	154	100,0%	154	100,0%

Source : oer

Tableau 35 : Responsabilité des consommateurs

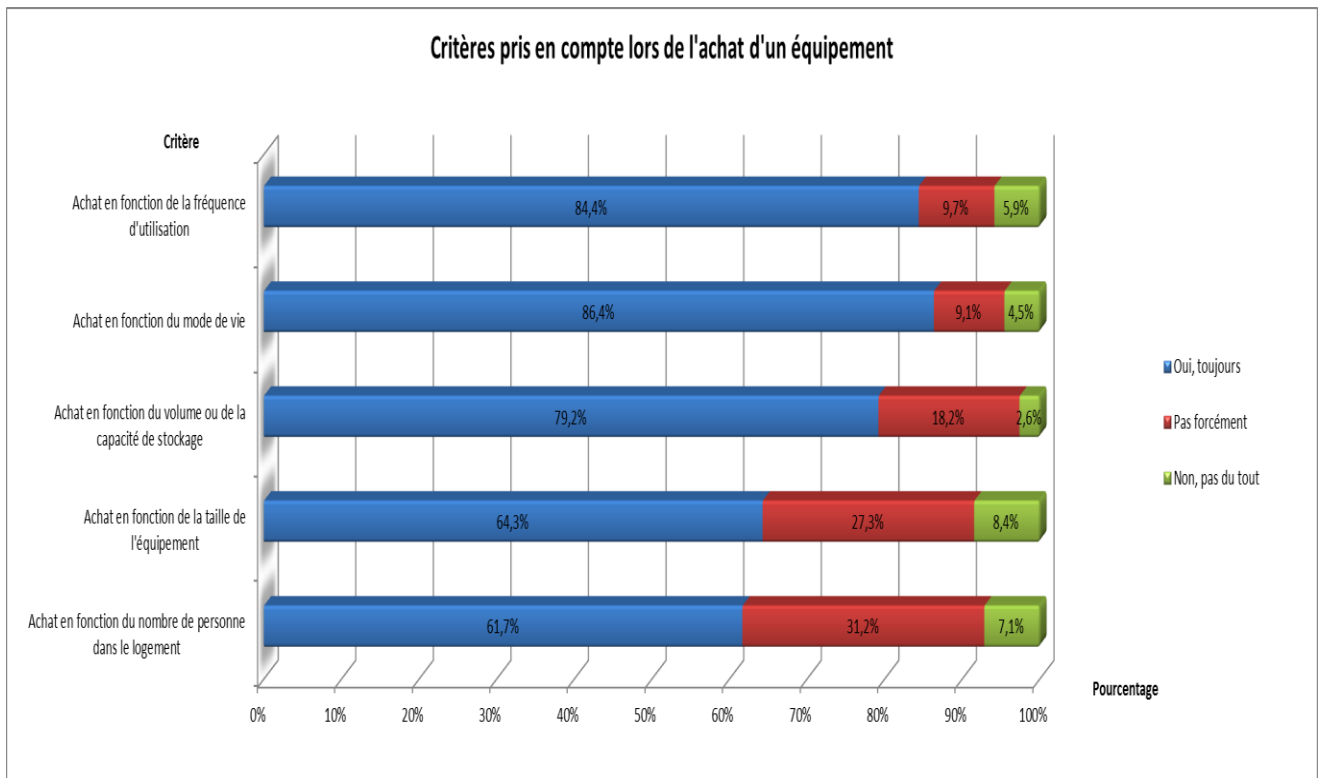


Source : oer

Figure 30 : Responsabilité des consommateurs

50,3% des consommateurs interrogés pense que l'éco-participation n'est pas justifiée. 93,5% sont prêts à participer à l'effort de collecte en remettant les anciens appareils dans les circuits de collectes organisés (vendeur, déchetterie, association...). 29,9% ignorent que le distributeur est obligé de reprendre l'ancien appareil.

4.2.3. Impact des étiquettes énergétiques sur l'achat



Source : oer

Figure 31 : Critères pris en compte lors de l'achat d'un équipement

Les critères du mode de vie, de la fréquence d'utilisation et du volume ou de la capacité de stockage sont les plus pris en compte par les personnes interrogées. La taille de l'équipement et le nombre de personnes dans le logement sont des critères moins pris en considération comparativement aux 3 premiers.

	1er critère	%	2e critère	%	3e critère	%	4e critère	%	5e critère	%	6e critère	%	7e critère	%
Marque	27	17,5%	25	16,2%	25	16,6%	23	15,8%	10	7,0%	12	8,5%	29	20,6%
Prix	65	42,2%	34	22,1%	23	15,2%	14	9,6%	8	5,6%	4	2,8%	4	2,8%
Performance énergétique	29	18,8%	38	24,7%	29	19,2%	21	14,4%	18	12,6%	9	6,3%	5	3,5%
Fonctionnalité	19	12,3%	21	13,6%	15	9,9%	24	16,4%	31	21,7%	28	19,7%	6	4,3%
Esthétique	3	1,9%	4	2,6%	7	4,6%	20	13,7%	28	19,6%	35	24,6%	45	31,9%
Entretien	2	1,3%	6	3,9%	19	12,6%	20	13,7%	22	15,4%	33	23,2%	42	29,8%
Durée de vie	9	5,8%	26	16,9%	33	21,9%	24	16,4%	26	18,2%	21	14,8%	10	7,1%

Source : oer

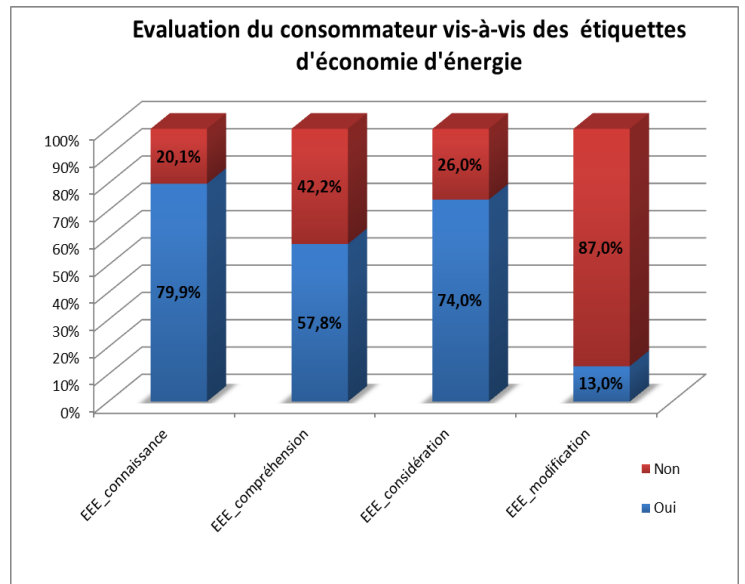
Tableau 36 : Classement par ordre d'importance des critères pris en compte lors de l'achat d'un appareil

Le tableau ci-dessus présente par ordre d'importance les critères pris en compte lors de l'achat d'un appareil. Le prix est le premier critère choisi par 42,2% des personnes interrogées, suivi de la performance énergétique comme 2ème critère par 24,7% d'entre elles, puis de la durée de vie comme 3ème critère par 21,9% d'entre-elles. La marque, la fonctionnalité, l'esthétique et l'entretien sont des critères jugés les moins importants.

	Oui	%	Non	%	Total
EEE_connaissance	123	79,9%	31	20,1%	154
EEE_compréhension	89	57,8%	65	42,2%	154
EEE_consideration	114	74,0%	40	26,0%	154
EEE_modification	20	13,0%	134	87,0%	154

Source : oer

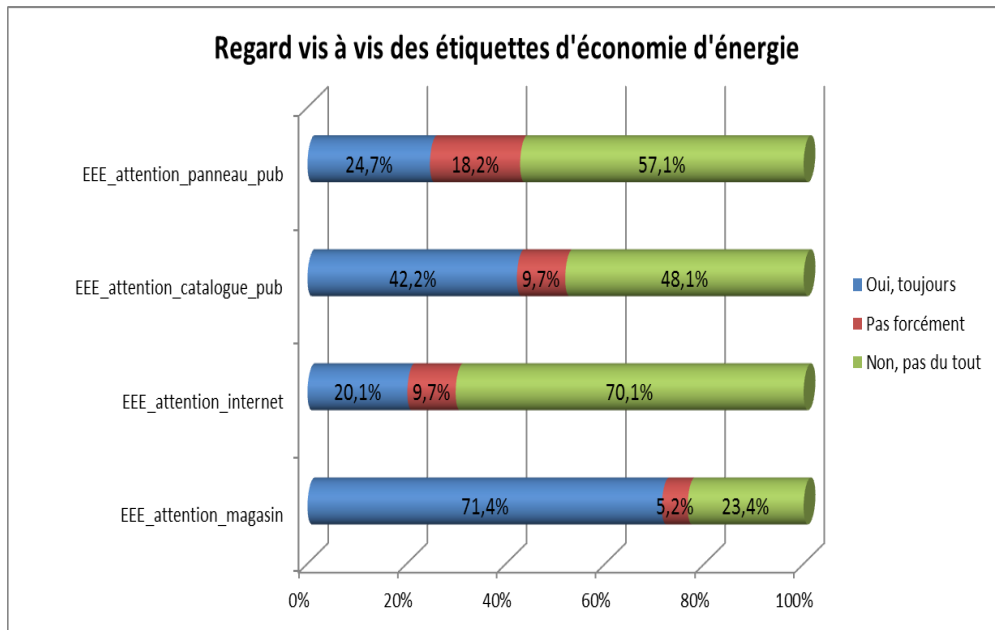
Tableau 37 : Evaluation du consommateur vis-à-vis des étiquettes d'économie d'énergie



Source : oer

Figure 32 : Evaluation du consommateur vis-à-vis des étiquettes d'économie d'énergie

Les étiquettes d'économie d'énergie sont connues par 79,9% des personnes interrogées, elles sont prises en considération par 74% mais comprises seulement par 57,8%. Cependant, très peu de personnes savent que l'étiquette a été modifiée (13%) depuis 2010.



Source : oer

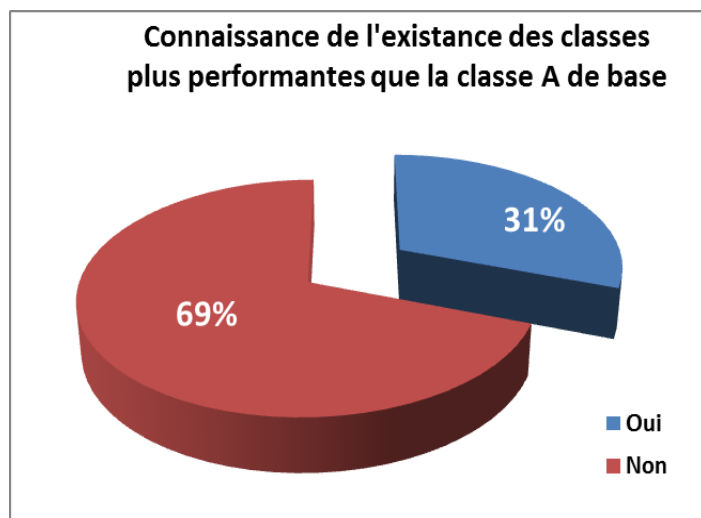
Figure 33 : Regard vis-à-vis des étiquettes d'économie d'énergie

71,4% des personnes interrogées prêtent attention à l'étiquette d'économie d'énergie en magasin, et 42,2% sur les catalogues publicitaires. En revanche, 51,7% des personnes ne prêtent pas attention à l'étiquette d'économie d'énergie sur les panneaux publicitaire, 70,1% sur internet.

	Savez-vous qu'il existe des classe supérieures à la classe A	%
Oui	47	30,5%
Non	107	69,5%
Total	154	100,0%

Source : oer

Tableau 38 : Connaissance de l'existence de classes supérieures à la classe A



Source : oer

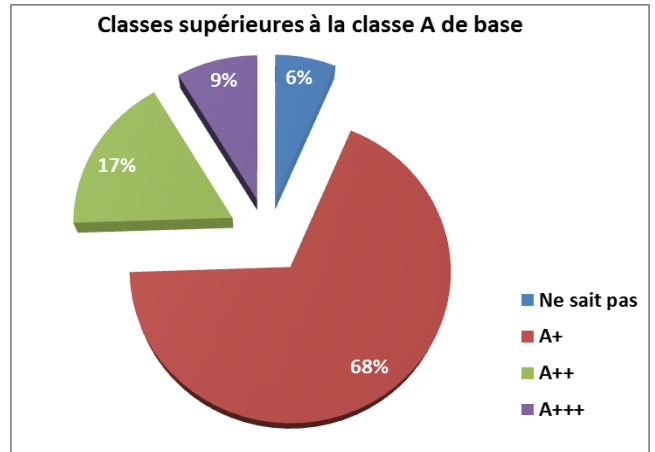
Figure 34 : Connaissance de l'existence de classes supérieures à la classe A

69,5% des personnes interrogées ne savent pas qu'il existe des classes supérieures à la classe A. Sur les 30,5% qui ont répondu connaître une classe supérieure à la classe A, 6% n'ont pas su citer de classe supérieure à A. La classe A+ a été la plus citée par 68%.

	Ne sait pas	A+	A++	A+++	Total
Citer une classe supérieure à A	3	32	8	4	47

Source : oer

Tableau 39 : Classes citées supérieures à la classe A



Source : oer

Figure 35 : Classes citées supérieures à la classe A

Afin de savoir si les gens connaissent bien l'étiquette d'économie d'énergie, l'étiquette suivante leur a été présentée:

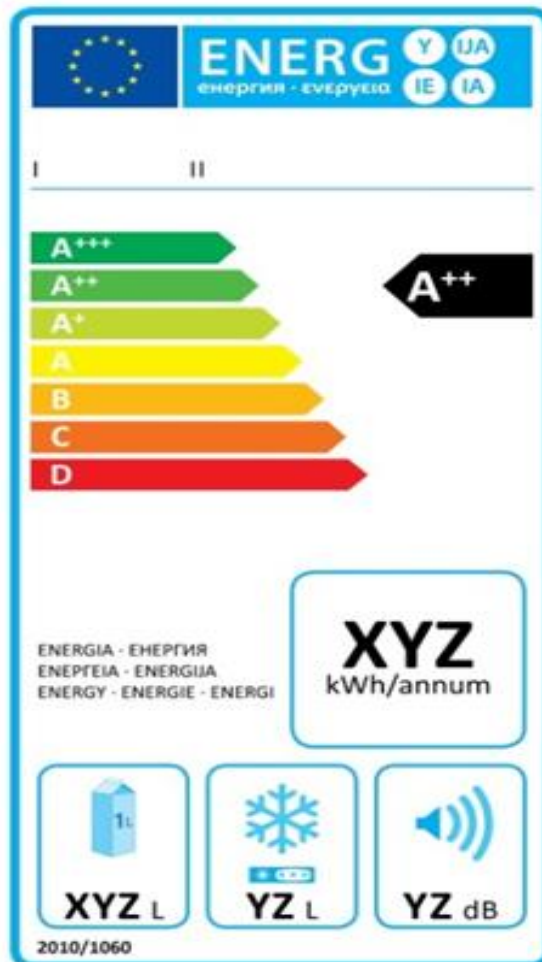
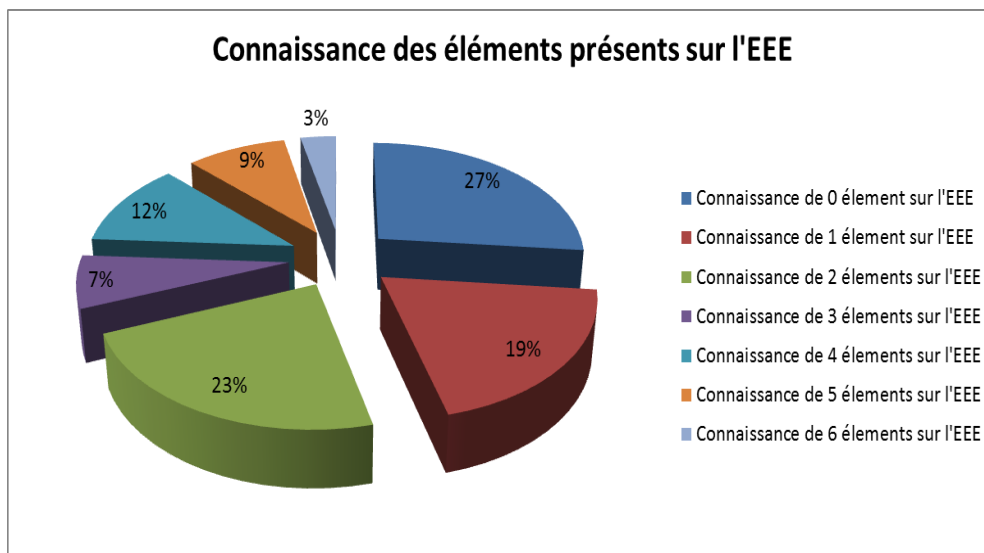


Figure 36 : Nouvelle étiquette d'économie d'énergie

Description_EEE	Connaissance de 0 élément sur l'EEE	Connaissance de 1 élément sur l'EEE	Connaissance de 2 éléments sur l'EEE	Connaissance de 3 éléments sur l'EEE	Connaissance de 4 éléments sur l'EEE	Connaissance de 5 éléments sur l'EEE	Connaissance de 6 éléments sur l'EEE
	41	30	35	11	18	14	5

Source : oer

Tableau 40 : Connaissance des éléments présents sur l'EEE



Source : oer

Figure 37 : Connaissance des éléments présents sur l'EEE

27% des personnes interrogées n'ont reconnu aucun élément présent sur l'étiquette, 42% ont su reconnaître entre 1 et 2 éléments. Seulement 3% ont reconnu tous les éléments sur l'étiquette. L'échelle de graduation et la classe énergétique sont les éléments les plus décrits et comprises par les consommateurs.

	Connaissance du guide topten	%
Oui	11	7,1%
Non	143	92,9%
Total	154	

Source : oer

Tableau 41 : Connaissance du guide Topten

	La communication faite par les pouvoirs publics	%
Médiocre	34	22,2%
Mauvaise	38	24,8%
Moyenne	56	36,6%
Bien	13	8,5%
Très bien	12	7,8%
Total	153	100,0%

Source : oer

Tableau 42 : Note sur la communication faite par les pouvoirs publics par les consommateurs

Le guide Topten classe les produits les plus performants du marché. Seulement, 7,1% des personnes interrogées connaissent l'existence de ce site.

Pour sensibiliser et informer les consommateurs sur le choix de leurs appareils, en fonction de leur classe énergétique, les pouvoirs publics ont lancé des campagnes de communication. Cette communication des pouvoirs publics est considérée comme moyenne par 36,6% des personnes interrogées et comme mauvaise voire médiocre par 47%. Des efforts sont donc à réaliser en matière de promotion des étiquettes d'économie d'énergie.

4.2.4. Les critères importants par usage lors de l'achat

4.2.4.1. Critères pour la cuisson

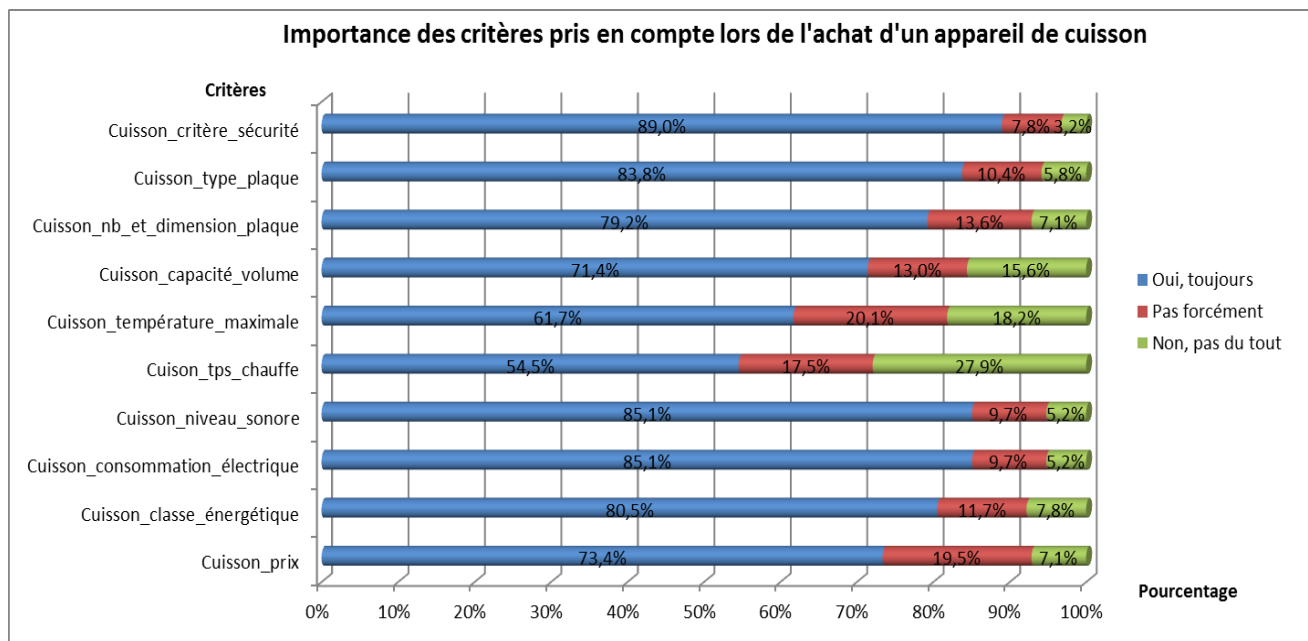
Pour l'usage « cuisson », 10 critères ont été pris en compte dans l'étude :

- Le prix
- La classe énergétique
- La consommation électrique
- Le niveau sonore émis lors du fonctionnement
- Le temps de chauffe
- La température maximale de fonctionnement
- La capacité, le volume pour les fours et les cuisinières
- Le nombre et la dimension des plaques
- Le type de plaque (induction, vitrocéramique, en fonte)
- Le critère de sécurité

	Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
Cuisson_prix	113	30	11
Cuisson_classe_énergétique	124	18	12
Cuisson_consommation_électrique	131	15	8
Cuisson_niveau_sonore	131	15	8
Cuisson_tps_chauffe	84	27	43
Cuisson_température_maximale	95	31	28
Cuisson_capacité_volume	110	20	24
Cuisson_nb_et_dimension_plaque	122	21	11
Cuisson_type_plaque	129	16	9
Cuisson_critère_sécurité	137	12	5

Source : oer

Tableau 43 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de cuisson



Source : oer

Figure 38 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de cuisson

D'après les observations pour la cuisson, les principaux critères toujours pris en considération, par plus de 85% chacun, sont : le critère sécurité, la consommation électrique et le niveau sonore. Les deux critères les moins importants sont le temps de chauffe et la température maximale de fonctionnement.

4.2.4.2. Critères pour le froid

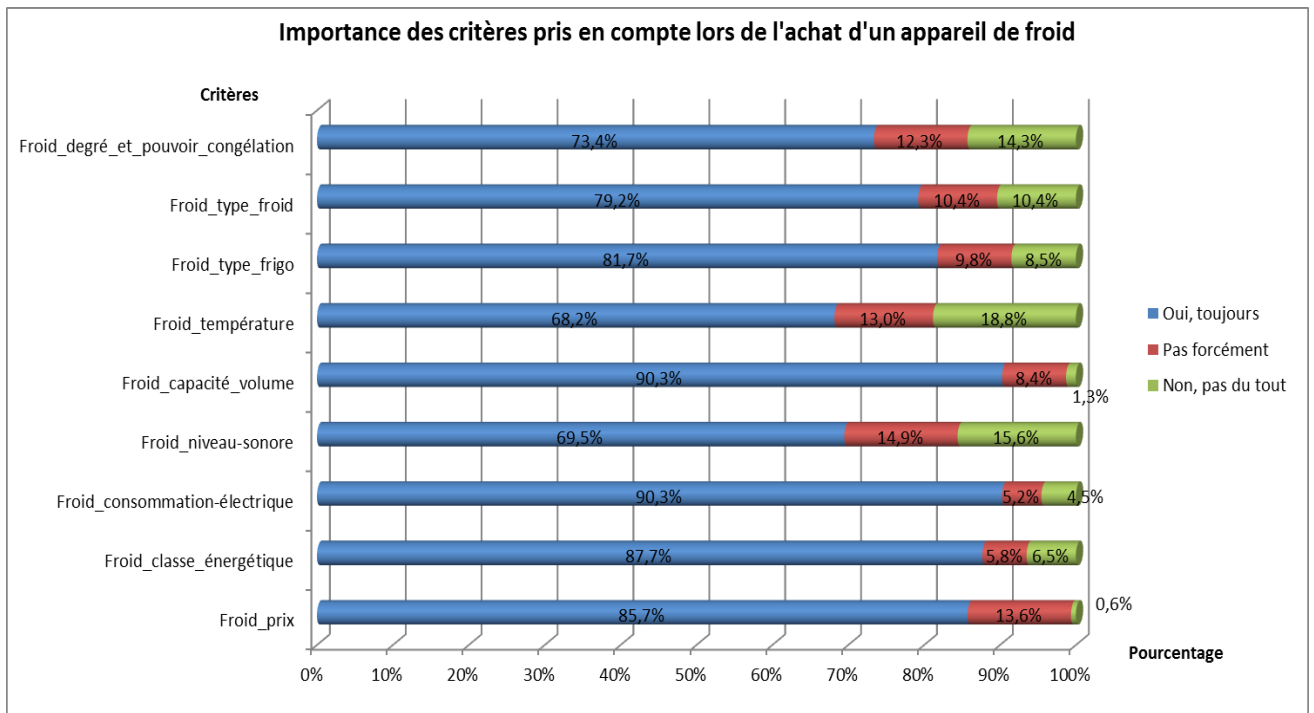
Pour l'usage « froid », 9 critères ont été pris en compte dans l'étude :

- Le prix
- La classe énergétique
- La consommation électrique
- Le niveau sonore émis lors du fonctionnement
- La capacité, le volume
- La température en fonctionnement
- Le type de réfrigérateur (combiné, américain, top, 1 porte, 2 portes)
- Le type de froid (statique, brassé ou ventilé)
- Le degré et le pouvoir de congélation (nombre d'étoiles)

	Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
Froid_prix	132	21	1
Froid_classe_énergétique	135	9	10
Froid_consommation-électrique	139	8	7
Froid_niveau-sonore	107	23	24
Froid_capacité_volume	139	13	2
Froid_température	105	20	29
Froid_type_frigo	125	15	13
Froid_type_froid	122	16	16
Froid_degré_et_pouvoir_congélation	113	19	22

Source : oer

Tableau 44 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de froid



Source : oer

Figure 39 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de froid

D'après les observations pour le froid, les principaux critères toujours pris en considération, par 90,3% chacun, sont : la capacité/le volume et la consommation électrique. Les critères du prix et de la classe énergétique restent tout de même primordiaux. Les moins importants sont la température en fonctionnement et le niveau sonore émis.

4.2.4.3. Critères pour le lavage

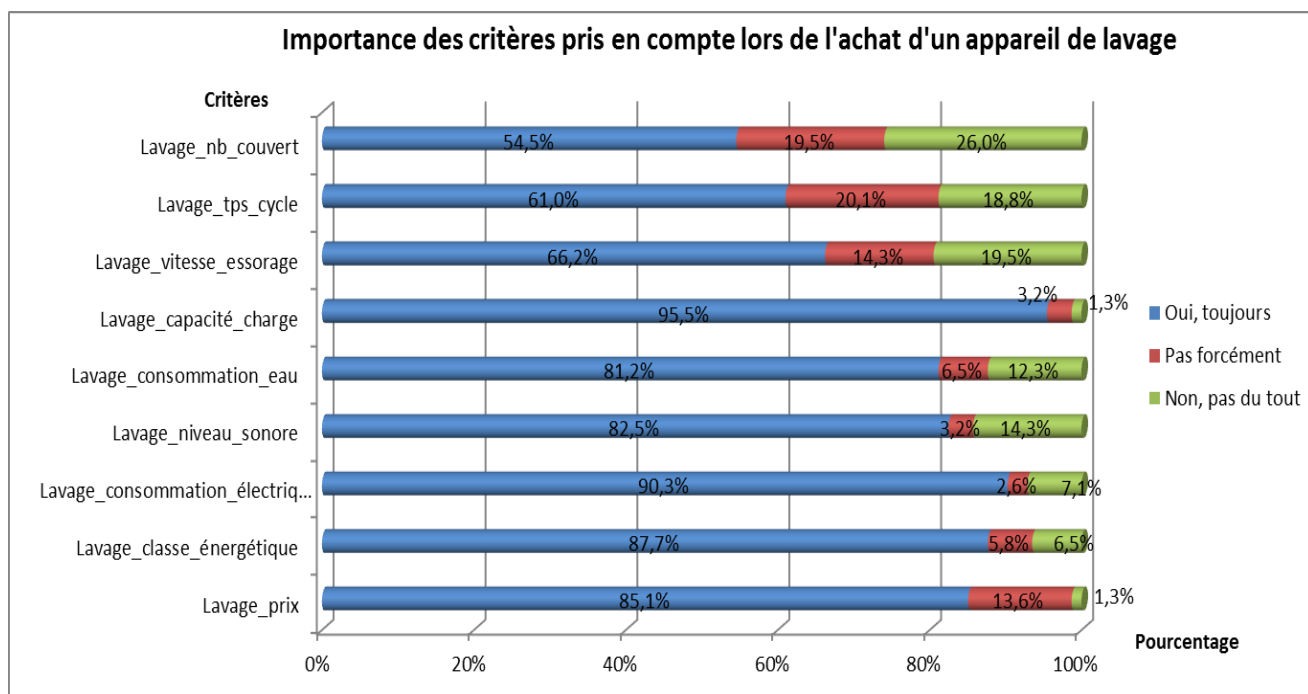
Pour l'usage « lavage », 9 critères ont été pris en compte dans l'étude :

- Le prix
- La classe énergétique
- La consommation électrique
- Le niveau sonore émis lors du fonctionnement
- La consommation d'eau
- La capacité de chargement pour le lave-linge et le sèche-linge
- La vitesse d'essorage pour le lave-linge
- Le temps pour un cycle de lavage
- Le nombre de couverts pour un lave-vaisselle

	Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
Lavage_prix	131	21	2
Lavage_classe_énergétique	135	9	10
Lavage_consommation_électrique	139	4	11
Lavage_niveau_sonore	127	5	22
Lavage_consommation_eau	125	10	19
Lavage_capacité_charge	147	5	2
Lavage_vitesse_essorage	102	22	30
Lavage_tps_cycle	94	31	29
Lavage_nb_couvert	84	30	40

Source : oer

Tableau 45 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de lavage



Source : oer

Figure 40 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de froid

D'après les observations pour le lavage, le critère toujours pris en considération, par 95,5% des personnes interrogées, est la capacité de chargement pour le lave-linge et le sèche-linge. Ce critère est suivi de celui de la consommation électrique, de la classe énergétique et du prix. Le critère relatif au nombre de couverts pour un lave-vaisselle est pris en considération que dans 54,5% des cas.

	Appliquez-vous le départ différé	%	Appliquez-vous la fonction demi charge/éco	%
Oui	69	44,8%	84	54,5%
Non	85	55,2%	70	45,5%
Total	154		154	

Source : oer

Tableau 46 : Application du départ différé et la fonction demi charge

Le départ différé sert à programmer sa machine pour qu'elle tourne pendant les heures creuses, 55,2% des personnes interrogées n'appliquent pas le départ différé. La fonction demi-charge/éco est plus appliquée par 54,5%.

4.2.4.4. Critères pour l'éclairage

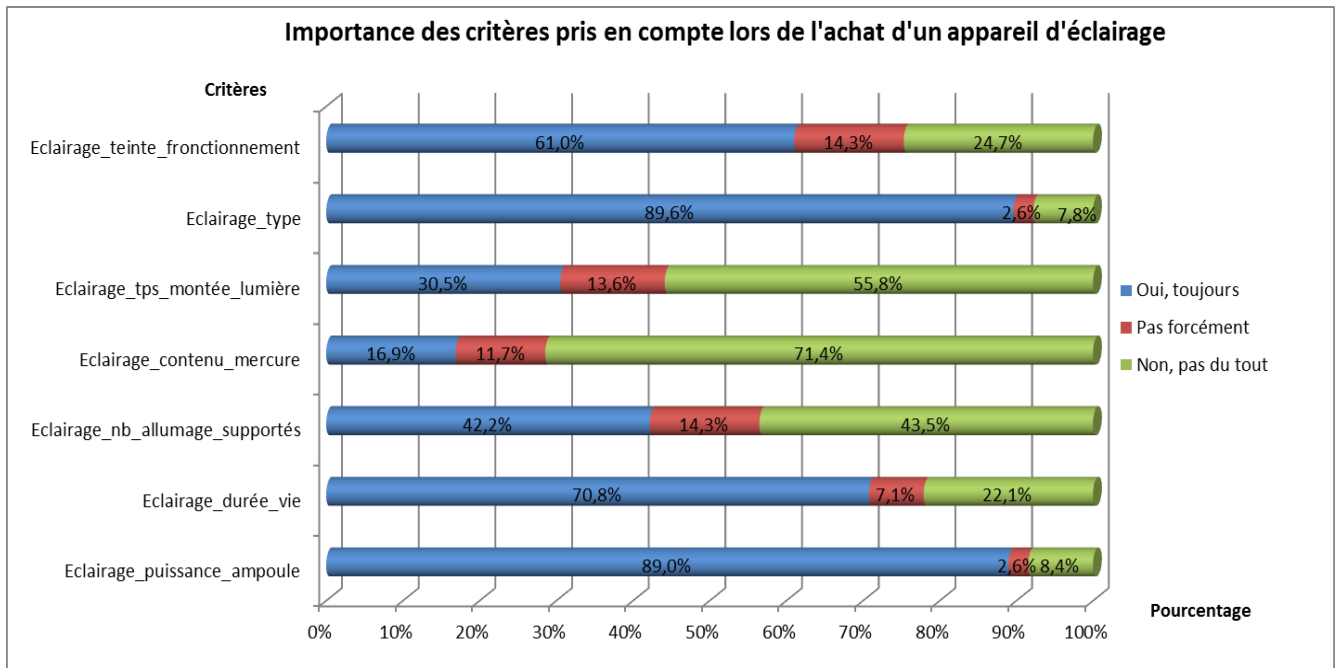
Pour l'usage « éclairage », 7 critères ont été pris en compte dans l'étude :

- La puissance de l'ampoule
- La durée de vie
- Le nombre d'allumage supportés
- Le contenu de mercure (surtout dans les lampes fluo compactes)
- Le temps de montée en lumière
- La typologie (halogène, LED,...)
- La teinte en fonctionnement (en lien avec la luminosité)

	Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
Eclairage_puissance_ampoule	137	4	13
Eclairage_durée_vie	109	11	34
Eclairage_nb_allumage_supportés	65	22	67
Eclairage_contenu_mercure	26	18	110
Eclairage_tps_montée_lumière	47	21	86
Eclairage_type	138	4	12
Eclairage_teinte_fronctionnement	94	22	38

Source : oer

Tableau 47 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement d'éclairage



Source : oer

Figure 41 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement d'éclairage

Pour l'éclairage, les écarts sont plus marqués entre les différents critères. Le type d'éclairage est toujours pris en considération par 89,6% suivi de la puissance de l'ampoule par 89%. Le critère relatif au contenu de mercure n'est pas du tout pris en compte par 71,4%.

4.2.4.5. Critères pour la climatisation

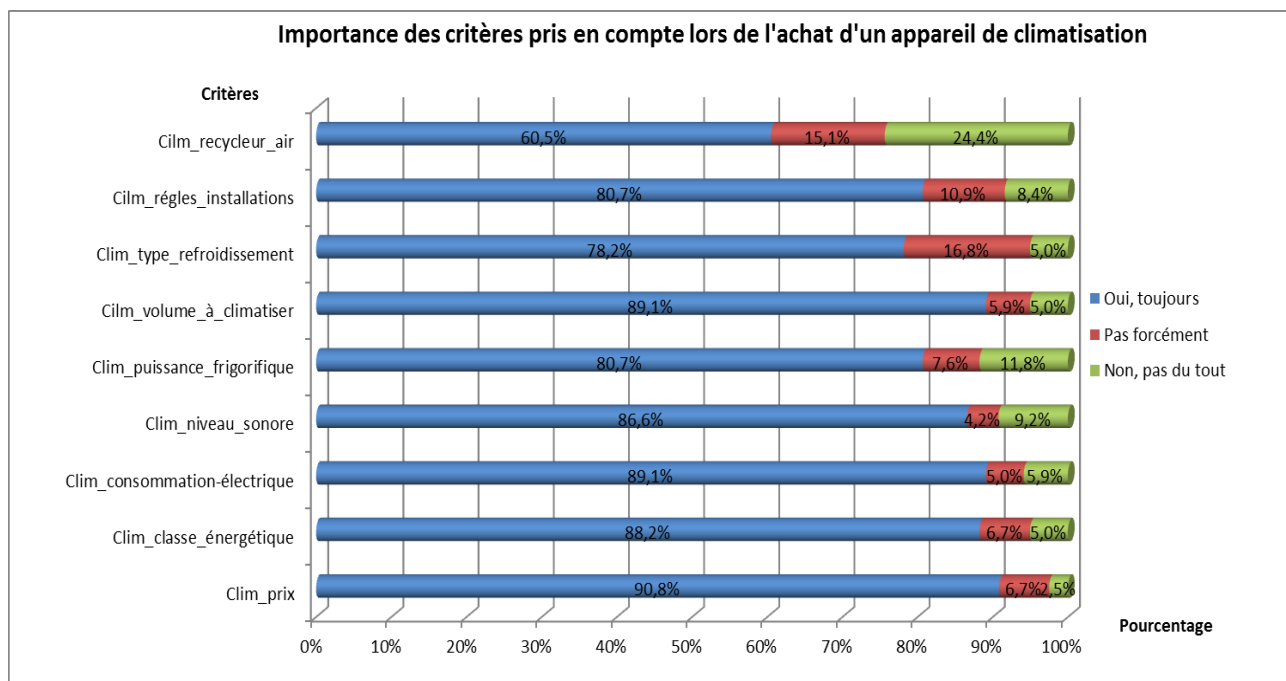
Pour l'usage de la « climatisation », 9 critères ont été pris en compte dans l'étude :

- Le prix
- La classe énergétique
- La consommation électrique
- Le niveau sonore émis lors du fonctionnement
- La puissance frigorifique
- Le volume à climatiser
- Le type de refroidissement (split ou monobloc)
- Les règles d'installation
- La présence d'un recycleur d'air

	Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
Clim_prix	109	8	3
Clim_classe_énergétique	105	8	6
Clim_consommation-électrique	106	6	7
Clim_niveau_sonore	103	5	11
Clim_puissance_frigorifique	96	9	14
Cilm_volume_à_climatiser	106	7	6
Clim_type_refroidissement	93	20	6
Cilm_règles_installations	96	13	10
Cilm_recycleur_air	72	18	29

Source : oer

Tableau 48 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de climatisation



Source : oer

Figure 42 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement de climatisation

Pour la climatisation, le critère toujours pris en considération, par 90,8% des personnes interrogées, est le prix. Ce critère est suivi de celui du volume à climatiser et de la consommation électrique par 89,1% chacun.

4.2.4.6. Critères pour l'audiovisuel

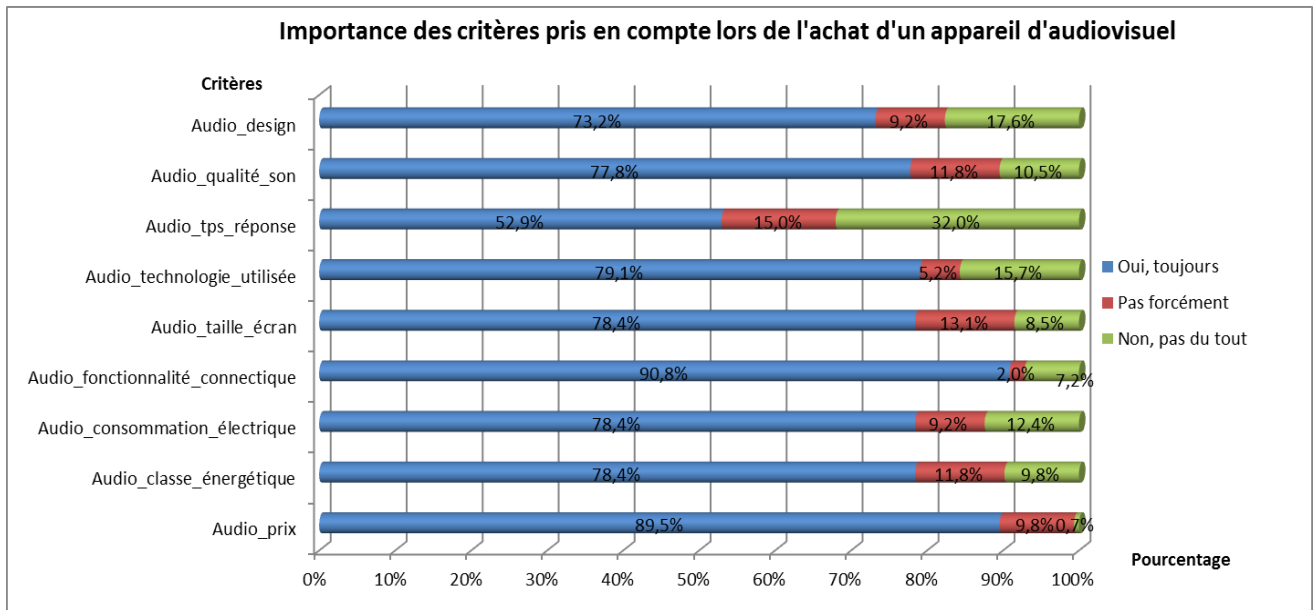
Pour l'usage « audiovisuel », 9 critères ont été pris en compte dans l'étude :

- Le prix
- La classe énergétique
- La consommation électrique
- La fonctionnalité, connectivité/connectique
- La taille de l'écran/format
- La technologie utilisée (luminosité, contraste,...)
- Le temps de réponse
- La qualité sonore (nombre de haut-parleurs,...)
- Le design

	Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
Audio_prix	137	15	1
Audio_classe_énergétique	120	18	15
Audio_consommation_électrique	120	14	19
Audio_fonctionnalité_connectique	139	3	11
Audio_taille_écran	120	20	13
Audio_technologie_utilisée	121	8	24
Audio_tps_réponse	81	23	49
Audio_qualité_son	119	18	16
Audio_design	112	14	27

Source : oer

Tableau 49 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement audiovisuel



Source : oer

Figure 43 : Les critères importants pour l'achat d'un équipement audiovisuel

Pour l'audiovisuel, les critères toujours pris en considération, par 89,5% des personnes interrogées, sont la fonctionnalité et la connectivité/connectique, c'est-à-dire la présence de connectique, port USB, prise HDMI, etc... Ces critères sont suivis par celui du prix avec 89,5% des personnes. Le critère relatif au temps de réponse est celui le moins pris en considération par 52,9%.

4.3. Approche « distributeur »

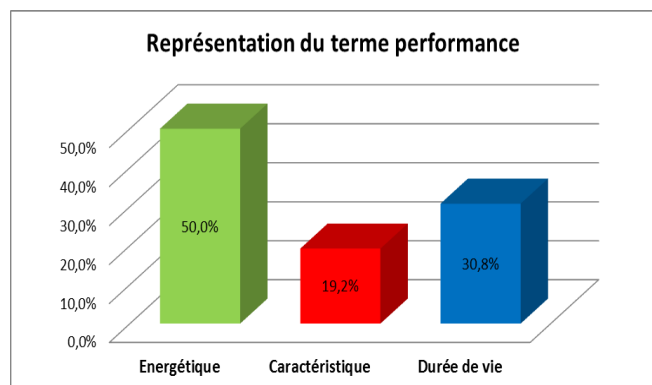
Pour les besoins de l'étude, un questionnaire a été adressé aux distributeurs. Au total, 26 distributeurs se sont fait interroger.

4.3.1. Point de vue sur les étiquettes

	Performance	%
Energétique	13	50,0%
Caractéristique	5	19,2%
Durée de vie	8	30,8%
Total	26	100,0%

Source : oer

Tableau 50 : Terme « performance » pour les distributeurs



Source : oer

Figure 44 : Représentation du terme « performance » pour les distributeurs

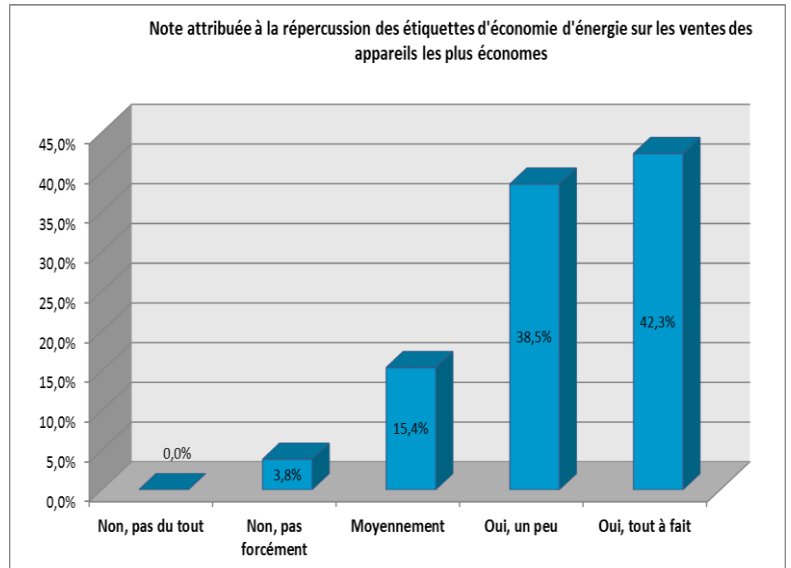
Le terme « performance » renvoie pour 50% des distributeurs interrogés à la performance énergétique du produit comparativement à 30,7% pour les consommateurs, pour 30,8% des distributeurs à la durée de vie du produit et pour 19,2% aux caractéristiques technologiques.

100% des distributeurs interrogés se disent sensibilisés à la notion de « consommateur responsable ».

	Installation EEE, répercussions sur les ventes d'appareils plus économes	%
Non, pas du tout	0	0,0%
Non, pas forcément	1	3,8%
Moyennement	4	15,4%
Oui, un peu	10	38,5%
Oui, tout à fait	11	42,3%
Total	26	100,0%

Source : oer

Tableau 51 : Répercussions des étiquettes d'économie d'énergie sur les ventes



Source : oer

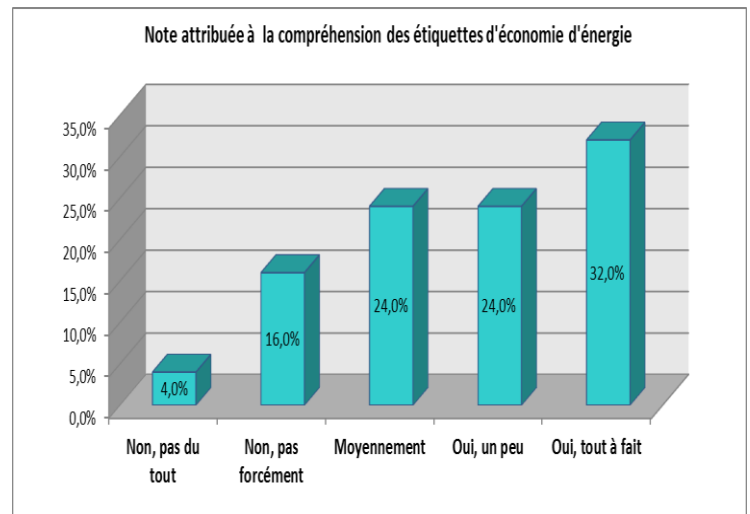
Figure 45 : Répercussions des étiquettes d'économie d'énergie sur les ventes

Depuis l'instauration des étiquettes d'économie d'énergie, 80,8% des distributeurs interrogés pensent qu'il y a eu des répercussions sur les ventes des appareils les plus économes.

	Pensez-vous que les éléments présents sur les EEE sont compréhensibles	%
Non, pas du tout	1	4,0%
Non, pas forcément	4	16,0%
Moyennement	6	24,0%
Oui, un peu	6	24,0%
Oui, tout à fait	8	32,0%
Total	25	100,0%

Source : oer

Tableau 52 : Compréhension des éléments présents sur l'étiquette d'économie d'énergie



Source : oer

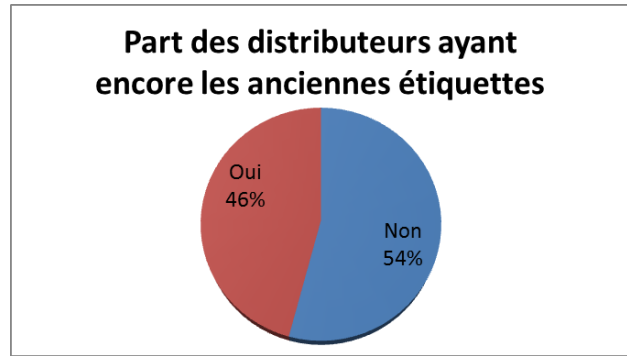
Figure 46 : Compréhension des éléments présents sur l'étiquette d'économie d'énergie

56% des distributeurs interrogés pensent que les éléments présents sur l'étiquette d'économie d'énergie sont compréhensibles. Plus précisément, 32% pour « oui, tout à fait » et 24% pour « oui, un peu ». Cependant, 24% pensent que les éléments présents sont moyennement compréhensibles et 20% pensent que les éléments ne sont pas du tout compréhensibles.

	Appareils possédant encore les anciennes étiquettes	%
Non	13	54,2%
Oui	11	45,8%
Total	24	100,0%

Source : oer

Tableau 53 : Part des distributeurs ayant encore les anciennes étiquettes



Source : oer

Figure 47 : Part des distributeurs ayant encore les anciennes étiquettes

54,2% des distributeurs disposent toujours d'appareils possédant les anciennes étiquettes.

4.3.2. Marketing et développement de l'offre

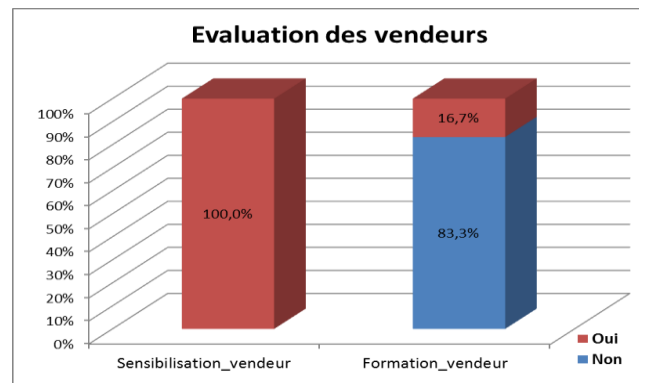
4.3.2.1. Marketing : sélection de l'offre

Les vendeurs sont les arbitres de la vente. En effet, la vente est essentiellement réalisée grâce à son intervention auprès du client. Il informe le client sur les caractéristiques du produit. La question se pose donc de savoir si ces interventions ont permis d'aboutir à la présence des classes A et A+ dans les ménages.

	Sensibilisation des vendeurs	Sensibilisation des vendeurs %	Formation des vendeurs	Formation des vendeurs %
Non	0	0,0%	20	83,3%
Oui	24	100,0%	4	16,7%

Source : oer

Tableau 54 : Sensibilisation et formation des vendeurs



Source : oer

Figure 48 : Sensibilisation et formation des vendeurs

Au sujet des vendeurs, 100% d'entre eux sont sensibilisés à l'étiquetage mais seul 16,7% sont formés par le biais de formations, principalement internes.

	Vendeur oriente vers un appareil plus économe lors d'un renouvellement	%
Non	8	33,3%
Oui	16	66,7%
Total	24	100,0%

Source : oer

Tableau 55 : Le vendeur oriente vers un appareil plus économe ?

Le vendeur n'oriente pas systématiquement les consommateurs vers un appareil plus économe en énergie. En effet, lors d'un renouvellement d'appareil, 66,7% des vendeurs orientent le consommateur vers un appareil plus économe.

	Connaissance de la formation "Ecovendeur" de GIFAM	%	Connaissance du guide topten	%
Non	20	83,3%	24	92,3%
Oui	4	16,7%	2	7,7%
Total	24	100,0%	26	100,0%

Source : oer

Tableau 56 : Connaissance formation « Ecovendeur » et guide Topten

Le GIFAM (Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'équipements Ménagers) a mis en place sur internet une formation « Ecovendeur » depuis mai 2011. Seuls 16,7% des distributeurs ont connaissance de cette formation.

Le guide Topten qui classe les produits les plus performants du marché est connu par 7,7% des distributeurs.

En fonction des distributeurs interrogés, l'organisation commerciale est quasiment identique et ce quelles que soient la stratégie commerciale utilisée et sa spécialisation (climatisation, éclairage, électroménagers).

La sélection d'un produit qui sera mis en vente est effectuée suivant 3 critères principaux :

- une gamme de prix ;
- la représentativité et la vulgarisation de la marque ;
- les caractéristiques de l'appareil notamment la performance énergétique.

Les distributeurs positionnent leurs offres en fonction du marché réunionnais et en tenant compte des spécificités de l'île. Le public à qui s'adresse cette offre reste large, afin de toucher l'ensemble des classes socioprofessionnelles.

Les offres et la politique commerciale menées permettent ainsi à tous les foyers réunionnais d'avoir accès à un matériel potentiellement économe en énergie.

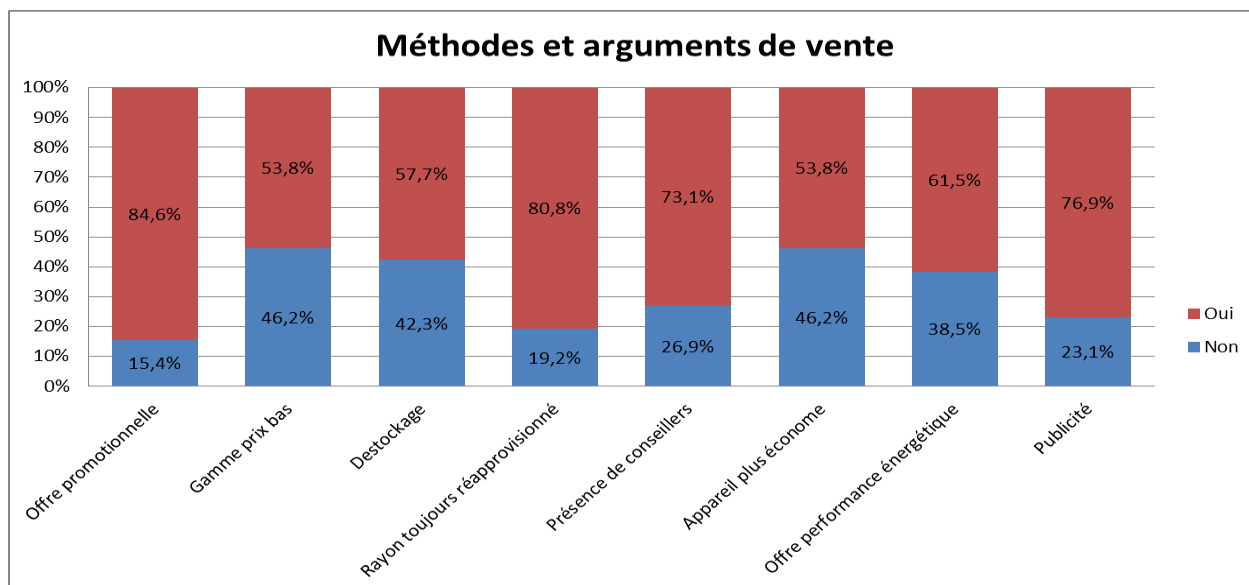
En effet, le critère de la performance énergétique au travers des classes énergétiques est un critère prépondérant pour les distributeurs.

Les distributeurs sont conscients des performances énergétiques des classes économes en énergie, notamment de la classe A. Cette classe est donc devenue la classe de référence pour l'ensemble des offres de l'île. De plus, les distributeurs essaient de respecter au maximum la réglementation en proposant des appareils de classe A.

	Non	Oui
Offre promotionnelle	4	22
Gamme prix bas	12	14
Destockage	11	15
Rayon toujours réapprovisionné	5	21
Présence de conseillers	7	19
Appareil plus économe	12	14
Offre performance énergétique	10	16
Publicité	6	20

Source : oer

Tableau 57 : Méthodes et arguments de vente



Source : oer

Figure 49 : Méthodes et arguments de vente

84,6% des distributeurs proposent des offres promotionnelles comme méthode de vente ainsi que des rayons toujours réapprovisionnés par 80,8% d'entre eux et de la publicité par 76,9% des distributeurs interrogés.

4.3.2.2. Développement de l'offre

Suite au travail de terrain, il en ressort que l'ensemble des distributeurs sondés est unanime : il faut promouvoir le développement d'une offre de qualité. Le développement d'une offre de qualité est l'objectif commun à atteindre pour l'ensemble d'entre eux.

Les motivations principales à proposer une offre de qualité sont les suivantes :

- La satisfaction du client

L'optique d'une offre de qualité permet de mettre en confiance le client. Celui-ci est ainsi sécurisé en fonction de ses achats. Cela crée une relation de confiance qui permet de fidéliser la clientèle. Le client sait qu'il peut avoir confiance en les produits que propose l'enseigne.

- Image de l'enseigne

En satisfaisant le client, le distributeur affiche une image de qualité et d'exigence en fonction de l'offre qu'il propose. L'engagement pour une offre de qualité ne peut que démontrer le sérieux de l'enseigne engendrant ainsi un potentiel de ventes et de chiffres d'affaires réalisables.

- Qualité du produit

Une offre de qualité va permettre d'endiguer et d'éradiquer l'offre « bas de gamme » avec des appareils peu voire non efficaces. Celle-ci va contribuer à la réduction des taux de panne et des retours en service après-vente. Les gammes de produits défectueux sont donc à proscrire.

La recherche d'une offre de qualité doit passer par une prohibition des appareils les moins performants avec la mise sur le marché que d'appareils économes en énergie. Les idées sont nombreuses et variées :

- Amélioration des caractéristiques des appareils ;
- Amélioration de la classification ;
- Baisse des prix pour les appareils les plus économes ;
- ...

Néanmoins, l'un des points négatifs et se présentant indéniablement comme l'obstacle au développement d'une offre de qualité reste le prix.

La qualité d'un appareil va de pair avec le prix. Les appareils économes en énergie restent à des prix relativement élevés. Les distributeurs le disent, l'accès aux équipements à haute performance énergétique reste un monde utopique pour la majorité des Réunionnais.

Le deuxième frein à cette offre est le domaine concurrentiel du marché. La guerre des distributeurs, des grandes et des petites enseignes afin d'obtenir une marge plus importante représente l'un des obstacles au développement d'une offre de qualité.

Les distributeurs encouragent les actions citées dans le questionnaire notamment la mise en place de :

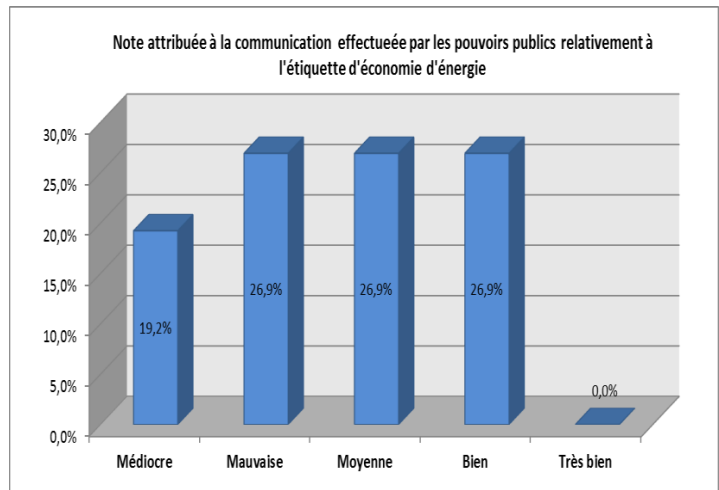
- La formation « Ecovendeur » (92% des distributeurs interrogés);
- Campagnes de communication (88% des distributeurs interrogés);
- Prime ou accompagnement des pouvoirs publics (84% des distributeurs interrogés);
- Une meilleure information pour les consommateurs (76% des distributeurs interrogés);
- Engagement vers une offre de qualité (76% des distributeurs interrogés).

4.3.3. Appréciation et présence des étiquettes d'économie d'énergie

	Note communication pouvoirs publics	%
Médiocre	5	19,2%
Mauvaise	7	26,9%
Moyenne	7	26,9%
Bien	7	26,9%
Très bien	0	0,0%
Total	26	100,0%

Source : oer

Tableau 58 : Note sur la communication faite par les pouvoirs publics par les distributeurs



Source : oer

Figure 50 : Note sur la communication faite par les pouvoirs publics par les distributeurs

La communication des pouvoirs publics est considérée comme mauvaise voire médiocre pour 46,1% des distributeurs interrogés ce qui se rapproche de l'opinion des consommateurs (47%). Il faudrait donc améliorer ces campagnes.

Suivant son statut et sa proximité avec le consommateur, le distributeur est à même de juger en fonction des ventes qu'il a réalisées, l'importance et la présence des classes énergétiques dans les ménages réunionnais à l'heure actuelle.

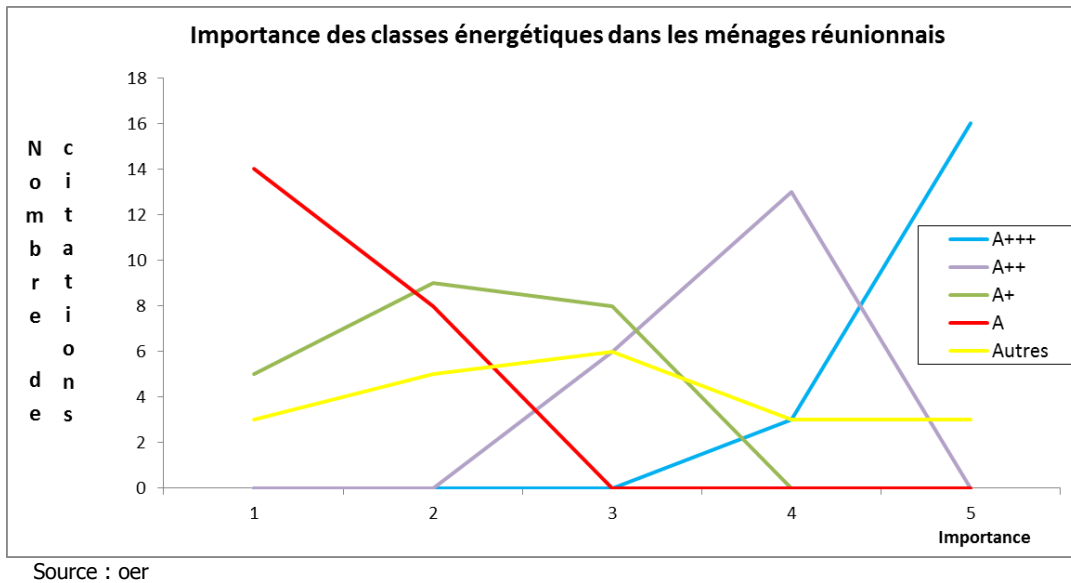


Figure 51 : Importance des classes énergétiques dans les ménages réunionnais

En fonction des informations fournies par les distributeurs, il s'avère que les équipements de classe A sont les équipements les plus présents à l'heure actuelle dans les ménages réunionnais. Il est à noter également que la classe A+ est la 2^{ème} classe la plus importante. Cependant, les autres classes sont toujours présentes chez les ménages et cette partie n'est pas négligeable.

L'évaluation de la différence de prix entre un appareil de classe A et un appareil de classe supérieure est présentée dans le tableau suivant, cette information est présentée à titre indicatif du fait du nombre de réponse limité.

	entre A et A+	entre A et A++	entre A et A+++
Minimum	0	60	80
Maximum	100	200	300
Moyenne	49	89	133

Source : oer

Tableau 59 : Différence de prix entre la classe A et les classes supérieures

	Fournisseurs	%
Non	3	11,5%
Oui	23	88,5%
Total	26	100,0%

Source : oer

88,5% des fournisseurs respectent la réglementation et fournissent la fiche de renseignement de chaque produit.

Tableau 60 : Fournisseurs fournissent bien l'étiquette d'économie d'énergie

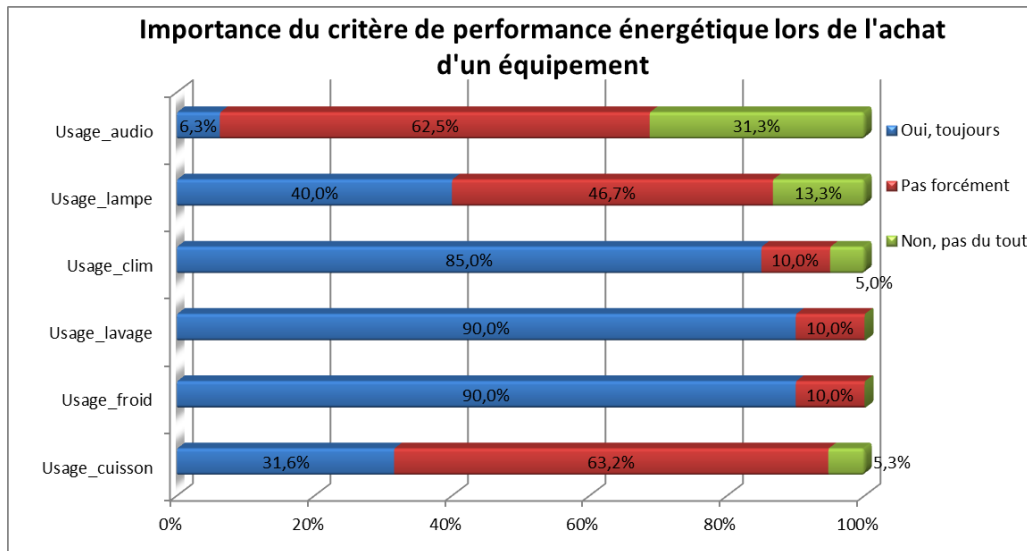
4.3.4. Appareillage et maîtrise de l'énergie

Dans le tableau suivant, le nombre total varie en fonction du critère car les distributeurs ont répondu uniquement par rapport aux usages qu'ils vendent.

	Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
Usage_cuisson	6	12	1
Usage_froid	18	2	0
Usage_lavage	18	2	0
Usage_clim	17	2	1
Usage_lampe	6	7	2
Usage_audio	1	10	5

Source : oer

Tableau 61 : Importance du critère de performance énergétique en fonction de l'usage



Source : oer

Figure 52 : Importance du critère de performance énergétique en fonction de l'usage

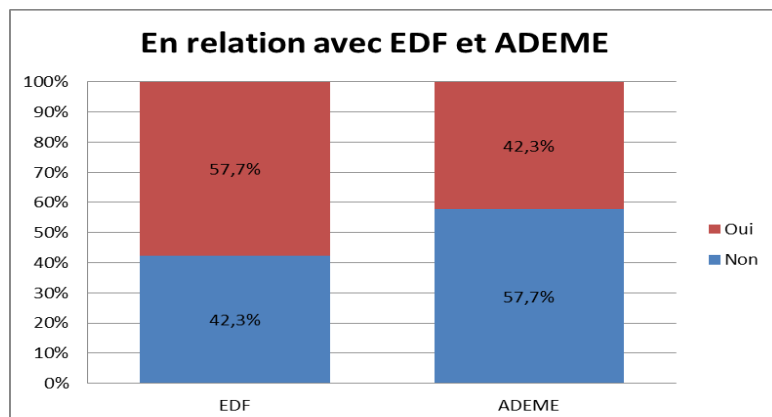
Du point de vue des distributeurs, la consommation énergétique a été un critère important pour le consommateur pour l'usage froid (90%), lavage (90%) et climatisation (85%). Ce critère est moins important pour l'usage éclairage (40%), cuisson (31,6%) et audiovisuel (6,3%).

Le critère de la consommation énergétique est prépondérant pour les appareils d'utilisation quotidienne et de nécessité comme le froid et le lavage. Des efforts restent cependant à effectuer sur les autres postes de consommation notamment pour la télévision.

	EDF	ADEME
Non	11	15
Oui	15	11

Source : oer

Tableau 62 : Relation des distributeurs avec EDF et ADEME



Source : oer

Figure 53 : Relation des distributeurs avec EDF et ADEME

Plus de la moitié des distributeurs interrogés (57,7%) sont en relation avec EDF. 42,3% sont en relation avec l'ADEME.

5. Limites et obstacles de l'étude

5.1. Le marché réunionnais

Suivant les analyses et les investigations de terrain, l'étude a mis en avant quelques limites. La Réunion est une population assez jeune. Les 15-29 ans représentent 22 % de la population réunionnaise. Cependant, le taux de chômage pour cette part de population s'élève à 60 %.

Suivant ces chiffres, les premières conclusions tendraient à dire que cette part de population a du mal à avoir accès aux équipements performants.

En termes d'équipements, certains sont spécifiques au climat de l'île, par exemple pour le réfrigérateur il est recommandé de s'orienter suivant la classe climatique tropicale ou subtropicale. Ces recommandations impactent sur la réfrigération et le degré de congélation de l'équipement.

En tenant compte de la conjoncture économique de l'île et de son caractère insulaire, les distributeurs ont du mal à proposer une gamme de produits à haute performance énergétique (A+++). Très peu d'enseignes ont les moyens de se doter en équipement de classe A+++.

5.2. Contrôle sur les classes énergétiques

Les méthodes de classification de chaque produit sont effectuées par le fabricant. Les méthodes diffèrent selon les caractéristiques de l'appareil. Plusieurs problématiques se posent pour les fabricants notamment pour les fabricants non-européens :

- Exécutent-ils les calculs de classification dans les normes ?
- Ont-ils les mêmes méthodes de calcul et d'évaluation ?

Chaque appareil dispose-t-il de la bonne classification ?

Dans ce contexte, le projet ATLETE a été mené par les états membres de l'Union Européenne. Ce projet a eu pour objectif de tester l'efficacité et la durabilité des équipements électroménagers dans toute l'Europe. Elle vise ainsi à évaluer la cohérence des étiquettes d'économie d'énergie.

Le test consiste à vérifier la conformité aux exigences de la législation européenne et aux normes techniques de 70 modèles de réfrigérateurs et congélateurs, avec la mesure de 5 paramètres :

- Consommation d'énergie
- Température de conservation
- Volume de stockage
- Délai d'augmentation de la température
- Capacité de congélation

Les mesures ont permis de vérifier l'exactitude des renseignements et des informations fournis par l'étiquette. L'étude a été réalisée entre 2009 et 2011.

Les résultats ont démontré que sur les 70 modèles pris en compte, 57 % des appareils ne présentaient pas les bonnes caractéristiques.

Le contrôle sur les appareils doit donc être plus accru afin de vérifier la conformité des éléments présents sur l'étiquette d'économie d'énergie.

5.3. Fournisseurs et distributeurs frauduleux

En fonction de l'enquête de terrain, certains distributeurs n'ont pas hésité à dire qu'ils demandaient les étiquettes à leurs fournisseurs et même si celles-ci ne correspondaient pas aux spécificités du produit. Les classes énergétiques étant devenues des outils de vente, il devient nécessaire pour le distributeur de renseigner le client sur cette information. C'est dans ce contexte que le distributeur exécute cette démarche frauduleuse.

Le marché des étiquettes est donc assujéti au maquillage d'informations.

Les fournisseurs et les distributeurs savent qu'il n'existe pas d'organisme de contrôle sur le territoire de La Réunion. Même en tenant compte des obligations relatives à l'affichage des étiquettes d'économie d'énergie, les fournisseurs parviennent à contourner la loi.

5.4. Consommateurs néophytes

Les consommateurs sont condamnés à se fier aux dires du vendeur et du distributeur. Non-avertis, les consommateurs peuvent se faire arnaquer et se retrouver avec un appareil soi-disant de classe A alors que celui-ci est en réalité de classe B ou C.

5.5. Contrainte de l'étude

La contrainte principale vis-à-vis de l'étude est l'horaire de collecte des données. La plage horaire impartie (8h-12h /13h30/17h30) pour sonder l'avis des consommateurs dans les allées des magasins n'était pas appropriée. Celle-ci ne reflète pas toutes les catégories de consommateurs, en particulier ceux faisant partie de la population active.

Conclusion

Les résultats tendent à montrer que les individus sondés, distributeurs et consommateurs sont conscients de la nécessité de réduire la consommation énergétique.

La mise en place des étiquettes d'économie d'énergie a permis d'aboutir à des efforts considérables en matière de politique d'économie d'énergie.

Les investigations montrent que la notion et la recherche de la performance énergétique sont devenues des critères prédominants outre le prix. Cette répercussion donne lieu à une meilleure prise en compte des classes A. Les classes A sont ainsi réellement entrées dans les mœurs à La Réunion. Il est devenu systématique pour le distributeur et le consommateur de s'orienter vers de telles classes.

La réduction de la facture d'électricité à la source apparaît ainsi comme une préoccupation et une alternative pour œuvrer vers une économie d'énergie.

Le bilan pour chaque poste de consommation pris en compte permet de mettre en évidence un impact prononcé des classes énergétiques les moins énergivores pour les équipements de froid et de lavage. Pour le lavage, l'ancienne étiquette était plus explicite que la nouvelle. Notamment pour la notion de consommation par cycle au lieu de consommation par an, cette remarque est applicable aussi bien pour la consommation électrique que pour la consommation en eau.

Le critère de la performance énergétique au travers des classes énergétiques et de la consommation électrique sont en pleine expansion pour la cuisson, l'éclairage et l'audiovisuel. Pour l'audiovisuel, le problème provient du fait que l'apposition de l'étiquette laisse des traces sur le produit qui peut être ensuite un frein à la vente du produit. Une bande rétro adhésive comme pour celle présente sur le produit lors de la mention LED, 3D, etc... pourrait être une idée.

Des efforts sont cependant à réaliser pour la climatisation.

A savoir :

L'apposition de l'étiquette d'économie d'énergie est une obligation. La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) effectue différents contrôles dont celui-ci.

En cas de non-respect de l'affichage, un courrier de rappel est adressé aux distributeurs qui contient:

- Un résumé des constatations établies lors du contrôle ;
- Un rappel de la réglementation, Nouvelle Information Réglementaire (NIR) ;
- Une mention des textes de lois applicables ;
- Un avertissement et un rappel des sanctions ;
- Un rappel d'un prochain contrôle.

Lors du second contrôle, il y a sanction si rien n'a été fait.

Le non-respect de l'affichage donne lieu à une contravention de 3ème classe d'après l'article L 214-2 du code de la consommation. Le montant s'élève à 450€ maximum par infraction d'après l'article 131-13 du code pénal (tarif valable pour chaque équipement ne comportant pas d'étiquette).

La tromperie implique le mensonge vis-à-vis des éléments présents sur l'étiquette ou la volonté du distributeur à cacher au consommateur les éléments et les caractéristiques de l'appareil (si celui-ci affiche une classe inférieure aux autres équipements mis en vente par exemple). Une mauvaise visibilité des étiquettes est synonyme de tromperie (si celle-ci est volontaire). La tromperie est codifiée par l'article L 213-1 du code de la consommation. Le contrevenant encourt 2 ans d'emprisonnement et une amende de 37 500 €.

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire « Observation »

Observation usage cuisson

Enquête : Etiquette économie énergie appareils électroménagers											
PARTIE OSERVATION											
DATE		NOM DU MAGASIN				N° de Questionnaire total					
CUISSON	Quantité exposée	Quantité par nombre de plaque		Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toute	Non pas du tout	
		1		A							
<i>Plaque de cuisson à induction</i>		2		B			Présence d'étiquette				
		3		C			Bon Format				
		4		Autres			Visible				
		> 4		Sans			Remarque :				
<i>Plaque de cuisson vitrocéramique</i>		1		A			Présence d'étiquette				
		2		B			Bon Format				
		3		C			Visible				
		4		Autres			Remarque :				
		> 4		Sans							
<i>Plaque de cuisson en fonte</i>		1		A			Présence d'étiquette				
		2		B			Bon Format				
		3		C			Visible				
		4		Autres			Remarque :				
		> 4		Sans							

CUISSON	Quantité exposée	Quantité par nombre de plaque		Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toute	Non pas du tout		
		1	2	A	B							
<i>Cuisinière électrique</i>		1		A			Présence d'étiquette					
		2		B			Bon Format					
		3		C			Visible					
		4		Autres			Remarque :					
		> 4		Sans								
<i>Cuisinière vitro / céramique</i>		1		A			Présence d'étiquette					
		2		B			Bon Format					
		3		C			Visible					
		4		Autres			Remarque :					
		> 4		Sans								
<i>Cuisinière mixte</i>		1		A			Présence d'étiquette					
		2		B			Bon Format					
		3		C			Visible					
		4		Autres			Remarque :					
		> 4		Sans								

Etude sur les étiquettes d'économie d'énergie à La Réunion

CUISSON	Quantité exposée	Quantité par tranche de capacité		Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toute	Non pas du tout	
		< 18 l	18 - 38 l	A	B						
<i>Four à convection naturelle</i>		< 18 l		A			Présence d'étiquette				
		18 - 38 l		B			Bon Format				
		39 - 52 l		C			Visible				
		53 - 70 l		Autres			Remarque :				
		> 70 l		Sans							
<i>Four multifonction</i>		< 18 l		A			Présence d'étiquette				
		18 - 38 l		B			Bon Format				
		39 - 52 l		C			Visible				
		53 - 70 l		Autres			Remarque :				
		> 70 l		Sans							
<i>Four vapeur</i>		< 18 l		A			Présence d'étiquette				
		18 - 38 l		B			Bon Format				
		39 - 52 l		C			Visible				
		53 - 70 l		Autres			Remarque :				
		> 70 l		Sans							
<i>Micro onde monofonction</i>		< 18 l		A			Présence d'étiquette				
		18 - 38 l		B			Bon Format				
		39 - 52 l		C			Visible				
		53 - 70 l		Autres			Remarque :				
		> 70 l		Sans							
<i>Micro onde grill</i>		< 18 l		A			Présence d'étiquette				
		18 - 38 l		B			Bon Format				
		39 - 52 l		C			Visible				
		53 - 70 l		Autres			Remarque :				
		> 70 l		Sans							
<i>Micro onde multifonction</i>		< 18 l		A			Présence d'étiquette				
		18 - 38 l		B			Bon Format				
		39 - 52 l		C			Visible				
		53 - 70 l		Autres			Remarque :				
		> 70 l		Sans							

Observation usage froid

Enquête : Etiquette économie énergie appareils électroménagers

PARTIE OSERVATION

DATE

NOM DU MAGASIN

N° de Questionnaire total

FROID	Quantité exposée	Qunatité par tranche de capacité		Tranche de consommation (kWh/an)	Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toutes	Non pas du tout		
<i>Réfrigérateur top</i>		< 100			A +++			Présence d'étiquette					
					A ++			Bon Format					
		100 - 150			A +			Visible					
					A			Remarque :					
		> 150			Autres								
					Sans								
<i>Réfrigérateur simple</i>		< 150			A +++			Présence d'étiquette					
					A ++			Bon Format					
		150 - 250			A +			Visible					
					A			Remarque :					
		250 - 350			Autres								
					Sans								
<i>Réfrigérateur à 2 portes</i>		< 150			A +++			Présence d'étiquette					
					A ++			Bon Format					
		150 - 250			A +			Visible					
					A			Remarque :					
		250 - 350			Autres								
					Sans								
> 350													

FROID	Quantité exposée	Quantité par tranche de capacité		Tranche de consommation (kWh/an)	Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toutes	Non pas du tout
<i>Réfrigérateur Américain</i>		< 150			A +++			Présence d'étiquette			
		150 - 250			A ++			Bon Format			
					A +			Visible			
		250 - 350			A			Remarque :			
					Autres						
> 350			Sans								
<i>Combiné</i>		< 150			A +++			Présence d'étiquette			
		150 - 250			A ++			Bon Format			
					A +			Visible			
		250 - 350			A			Remarque :			
					Autres						
> 350			Sans								
<i>Congélateur armoire</i>		< 150			A +++			Présence d'étiquette			
		150 - 250			A ++			Bon Format			
					A +			Visible			
		250 - 350			A			Remarque :			
					Autres						
> 350			Sans								

FROID	Quantité exposée	Quantité par tranche de capacité		Tranche de consommation (kWh/an)	Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toutes	Non pas du tout
<i>Congélateur coffre</i>		< 150			A +++			Présence d'étiquette			
		150 - 250			A ++			Bon Format			
					A +			Visible			
		250 - 350			A			Remarque :			
					Autres						
> 350			Sans								
<i>Congélateur intégrable</i>		< 150			A +++			Présence d'étiquette			
		150 - 250			A ++			Bon Format			
					A +			Visible			
		250 - 350			A			Remarque :			
					Autres						
> 350			Sans								
<i>Congélateur indépendant</i>		< 150			A +++			Présence d'étiquette			
		150 - 250			A ++			Bon Format			
					A +			Visible			
		250 - 350			A			Remarque :			
					Autres						
> 350			Sans								

Observation usage lavage

Enquête : Etiquette économie énergie appareils électroménagers											
PARTIE OSERVATION											
DATE		NOM DU MAGASIN					N° de Questionnaire total				
LAVAGE	Quantité exposée	Qunatité par tranche de capacité		Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toute	Non pas du tout	
<i>Lave linge frontal</i>		< 5 kg		A +++			Présence d'étiquette				
		5 - 7 kg		A ++			Bon Format				
		8 - 9 kg		A +			Visible				
		10 - 12 kg		A			Remarque :				
		13 - 15 kg		Autres							
		> 15 kg		Sans							
<i>Lave linge au dessus</i>		< 5 kg		A +++			Présence d'étiquette				
		5 - 7 kg		A ++			Bon Format				
		8 - 9 kg		A +			Visible				
		10 - 12 kg		A			Remarque :				
		13 - 15 kg		Autres							
		> 15 kg		Sans							
<i>Lave linge sèche linge</i>		< 5 kg		A +++			Présence d'étiquette				
		5 - 7 kg		A ++			Bon Format				
		8 - 9 kg		A +			Visible				
		10 - 12 kg		A			Remarque :				
		13 - 15 kg		Autres							
		> 15 kg		Sans							

LAVAGE	Quantité exposée	Quantité par tranche de capacité		Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toute	Non pas du tout	
<i>Sèche linge à condensation</i>		< 5 kg		A +++			Présence d'étiquette				
		5 - 7 kg		A ++			Bon Format				
		8 - 9 kg		A +			Visible				
		10 - 12 kg		A			Remarque :				
		13 - 15 kg		Autres							
		> 15 kg		Sans							
<i>Sèche linge à évacuation</i>		< 5 kg		A +++			Présence d'étiquette				
		5 - 7 kg		A ++			Bon Format				
		8 - 9 kg		A +			Visible				
		10 - 12 kg		A			Remarque :				
		13 - 15 kg		Autres							
		> 15 kg		Sans							
<i>Lave vaisselle frontal</i>		< 6		A +++			Présence d'étiquette				
		6 - 9		A ++			Bon Format				
		10 - 12		A +			Visible				
		13 - 15		A			Remarque :				
		16 - 18		Autres							
		> 18		Sans							
<i>Lave vaisselle au dessus</i>		< 6		A +++			Présence d'étiquette				
		6 - 9		A ++			Bon Format				
		10 - 12		A +			Visible				
		13 - 15		A			Remarque :				
		16 - 18		Autres							
		> 18		Sans							

Observation usage éclairage

Enquête : Etiquette économie énergie appareils électroménagers								
PARTIE OSERVATION								
DATE			NOM DU MAGASIN		N° de Questionnaire total			
LAMPES	Quantité exposée	Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toute	Non pas du tout
<i>Lampe LED</i>								
<i>Lampe fluocompacte / LBC</i>		A			Présence d'étiquette			
		B			Bon Format			
		C			Visible			
		D			Remarque :			
		Autres						
		Sans						
<i>Lampe halogène</i>		A			Présence d'étiquette			
		B			Bon Format			
		C			Visible			
		D			Remarque :			
		Autres						
		Sans						

Etude sur les étiquettes d'économie d'énergie à La Réunion

LAMPES	Quantité exposée	Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toute	Non pas du tout
<i>Tube fluorescente</i>		B			Présence d'étiquette			
		C			Bon Format			
		D			Visible			
		E			Remarque :			
		Autres						
		Sans						
<i>Lampe classique</i>		D			Présence d'étiquette			
		E			Bon Format			
		F			Visible			
		G			Remarque :			
		Autres						
		Sans						

Observation usage climatisation

Enquête : Etiquette économie énergie appareils électroménagers											
PARTIE OSERVATION											
DATE		NOM DU MAGASIN				N° de Questionnaire total					
CLIMATISATION	Quantité exposée	Quantité par tranche de puissance frigorifique		Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toute	Non pas du tout	
		< 7 000 BTU	7 000 BTU	A	B						
<i>Clim à air split</i>		9 000 BTU		C			Présence d'étiquette				
		12 000 BTU		D			Bon Format				
		18 000 BTU		Autres			Visible				
		> 18 000 BTU		Sans			Remarque :				
		< 7 000 BTU		A							
		7 000 BTU		B							
<i>Clim à air monobloc</i>		9 000 BTU		C			Présence d'étiquette				
		12 000 BTU		D			Bon Format				
		18 000 BTU		Autres			Visible				
		> 18 000 BTU		Sans			Remarque :				
		< 7 000 BTU		A							
		7 000 BTU		B							
<i>Clim à eau split</i>		9 000 BTU		C			Présence d'étiquette				
		12 000 BTU		D			Bon Format				
		18 000 BTU		Autres			Visible				
		> 18 000 BTU		Sans			Remarque :				
		< 7 000 BTU		A							
		7 000 BTU		B							
<i>Clim à eau monobloc</i>		9 000 BTU		C			Présence d'étiquette				
		12 000 BTU		D			Bon Format				
		18 000 BTU		Autres			Visible				
		> 18 000 BTU		Sans			Remarque :				
		< 7 000 BTU		A							
		7 000 BTU		B							

Observation usage audiovisuel

Enquête : Etiquette économie énergie appareils électroménagers										
PARTIE OSERVATION										
DATE									N° de Questionnaire total	
		NOM DU MAGASIN								
TELEVISEUR	Quantité exposée	Quantité par tranche de taille d'écran		Quantité par classe		Quantité avec étiquette		Oui, toujours	Oui mais pas toute	Non pas du tout
<i>Ecran cathodique</i>		< 52 cm		A +++			Présence d'étiquette			
		< 20 "		A ++			Bon Format			
		52 - 102 cm		A +			Visible			
		20 " - 40 "		A			Remarque :			
		> 102 cm		Autres						
		> 40 "		Sans						
<i>Ecran plasma</i>		< 52 cm		A +++			Présence d'étiquette			
		< 20 "		A ++			Bon Format			
		52 - 102 cm		A +			Visible			
		20 " - 40 "		A			Remarque :			
		> 102 cm		Autres						
		> 40 "		Sans						
<i>Ecran LCD</i>		< 52 cm		A +++			Présence d'étiquette			
		< 20 "		A ++			Bon Format			
		52 - 102 cm		A +			Visible			
		20 " - 40 "		A			Remarque :			
		> 102 cm		Autres						
		> 40 "		Sans						
<i>Ecran LED</i>		< 52 cm		A +++			Présence d'étiquette			
		< 20 "		A ++			Bon Format			
		52 - 102 cm		A +			Visible			
		20 " - 40 "		A			Remarque :			
		> 102 cm		Autres						
		> 40 "		Sans						

Annexe 2 : Questionnaire adressé aux consommateurs

Enquête : Etiquette économie énergie appareils électroménagers			
PARTIE CONSOMMATEUR			
INTRODUCTION	DATE	N° de Questionnaire total	<input type="text"/>
		N° de Questionnaire enseigne	<input type="text"/>
	NOM DU MAGASIN		
<p>Dans le cadre de nos actions en faveur de la maîtrise de l'énergie, nous réalisons une enquête afin de faire un état des lieux quantitatif et qualitatif de l'évolution de la performance énergétique des appareils électroménagers en fonction de leur étiquette énergétique, la sensibilisation des consommateurs face à cet étiquetage et le potentiel de maîtrise de l'énergie réalisable à la Réunion. Cette étude se focalisera ainsi sur les étiquettes d'économie d'énergie de 6 catégories d'équipements de type cuisson, froid, lavage, éclairage, climatisation et audiovisuel avec des questions ciblées selon leurs caractéristiques.</p> <p>Nous vous demandons de répondre le plus sérieusement possible aux questions, celles-ci seront traitées de façon totalement anonyme.</p>			
CSP	1. De combien de personnes est constituée votre foyer, vous y compris ?		<input type="text"/>
	2. Quelle est votre situation professionnelle ?		
		<i>Agriculteur, exploitant</i>	<input type="text"/>
		<i>Artisan, commerçant, chef d'entreprise</i>	<input type="text"/>
		<i>Cadre, profession intellectuelle supérieur</i>	<input type="text"/>
		<i>Profession intermédiaire</i>	<input type="text"/>
		<i>Employés, ouvrier</i>	<input type="text"/>
		<i>Retraité</i>	<input type="text"/>
	<i>Sans emploi</i>	<input type="text"/>	
	<i>Autres</i>	<input type="text"/>	
	Si autres, précisez :		
GENERALITE	3. Vous sentez-vous concerné par les problèmes environnementaux (réchauffement climatique, consommation énergétique, recyclage des déchets, ...) ?		
		/ 1 / 2 / 3 / 4 / 5 /	
		<i>Non, pas du tout</i>	
		<i>Oui, tout à fait</i>	
	4. Connaissez-vous les éco-gestes permettant de réduire la consommation énergétique ?		
		<i>Oui</i>	
	Si oui, pouvez-vous m'en citer un :		
		<i>Non</i>	
	5. Selon vous, à combien estimez-vous la consommation électrique annuelle, ...		
		a. de vos appareils électroménagers.	
	0 - 10 %	<input type="text"/>	
	10 - 20 %	<input type="text"/>	
	20 - 30 %	<input type="text"/>	
	30 - 40 %	<input type="text"/>	
	40 - 50 %	<input type="text"/>	
	> 50%	<input type="text"/>	
	b. de votre éclairage.		
	0 - 10 %	<input type="text"/>	
	10 - 20 %	<input type="text"/>	
	20 - 30 %	<input type="text"/>	
	30 - 40 %	<input type="text"/>	
	40 - 50 %	<input type="text"/>	
	> 50%	<input type="text"/>	

GENERALITE	6. Pour vous, le terme "performance" renvoie :			
		<i>A la performance énergétique</i>		<input type="checkbox"/>
		<i>A la durée de vie</i>		<input type="checkbox"/>
		<i>Aux caractéristiques technologiques</i>		<input type="checkbox"/>
	7. Lors de l'achat d'un appareil tenez vous compte de la performance énergétique de celui-ci ?			
			<i>Oui</i>	<input type="checkbox"/>
			<i>Non</i>	<input type="checkbox"/>
	8. Êtes-vous prêt à payer plus cher un appareil plus économe en énergie ?			
			<i>Oui</i>	<input type="checkbox"/>
			<i>Non</i>	<input type="checkbox"/>
PARTICIPATION & RESPONSABILITE	9. Une incitation financière (prime lors de l'achat d'un appareil performant), vous encouragerait-elle à acheter un appareil plus cher mais plus économe en énergie ?			
			<i>Oui</i>	<input type="checkbox"/>
			<i>Non</i>	<input type="checkbox"/>
	10. Lors d'un renouvellement d'appareil, ...			
	a. que faites-vous de l'ancien appareil :			
		<i>Dépôt en déchetterie</i>		<input type="checkbox"/>
		<i>Remise aux encombrants</i>		<input type="checkbox"/>
		<i>poubelle avec</i>		<input type="checkbox"/>
		<i>Remise aux vendeurs lors de l'achat d'un nouvel appareil</i>		<input type="checkbox"/>
		<i>Remise à une association</i>		<input type="checkbox"/>
		<i>Stockage (grenier, garage, ...)</i>		<input type="checkbox"/>
		<i>Autres (à préciser)</i>		<input type="checkbox"/>
	b. choisissez-vous un appareil plus performant ?			
		<i>Oui, toujours peu importe le prix</i>	<input type="checkbox"/>	
		<i>Oui, mais en comparant les prix</i>	<input type="checkbox"/>	
		<i>Non, pas du tout</i>	<input type="checkbox"/>	
11. Pensez -vous que l'éco-participation (éco-taxe) soit justifiée ?				
		<i>Oui</i>	<input type="checkbox"/>	
		<i>Non</i>	<input type="checkbox"/>	
12. Êtes-vous prêt à participer à l'effort de collecte en remettant les anciens appareils dans les circuits de collectes organisés (vendeur, déchetterie, association, ...)?				
		<i>Oui</i>	<input type="checkbox"/>	
		<i>Non</i>	<input type="checkbox"/>	
13. Savez-vous que le distributeur est obligé de reprendre votre ancien appareil ?				
		<i>Oui</i>	<input type="checkbox"/>	
		<i>Non</i>	<input type="checkbox"/>	

IMPACT DES ÉTIQUETTES SUR L'ACHAT

14. Vous achetez un équipement en fonction, ...						
				<i>Oui, toujours</i>	<i>Pas forcément</i>	<i>Non, pas du tout</i>
a.	du nombre de personnes dans le logement					
b.	de la taille de l'équipement					
c.	du volume ou de la capacité de stockage					
d.	de votre mode de vie					
e.	de la fréquence d'utilisation					
15. Classez par ordre d'importance, les critères suivants pris en compte lors de l'achat d'un appareil :						
				<i>Marque</i>		
				<i>Prix</i>		
				<i>Performance énergétique</i>		
				<i>Fonctionnalité</i>		
				<i>Esthétique</i>		
				<i>Entretien</i>		
				<i>Durée de vie</i>		
16. Au sujet des étiquettes économie d'énergie, ...						
					<i>Oui</i>	<i>Non</i>
a.	la connaissez-vous ?					
b.	la comprenez-vous ?					
c.	la prenez-vous en considération lors de l'achat d'un équipement ?					
d.	savez-vous qu'il y a eu modification et amélioration de celle-ci (simplification, ajout de nouvelle classe, ...) ?					
17. Faites-vous attention aux étiquettes d'économie d'énergie ...						
				<i>Oui, toujours</i>	<i>Pas forcément</i>	<i>Non, pas du tout</i>
a.	en magasin					
b.	sur internet					
c.	dans les catalogues publicitaires					
d.	sur les panneaux publicitaires					
18. Savez-vous qu'il existe des classes supérieures à la classes A ?						
					<i>Oui</i>	
					<i>Non</i>	
	Si oui, pouvez-vous m'en citer une :					
19. Pouvez-vous me décrire les éléments présents sur cette étiquette ?						



	20. Avez-vous connaissance du Guide Topten qui classe les produits les plus performants du marché ?					Oui		
						Non		
	21. Quelle note attribueriez-vous, sur une échelle de 1 à 5, à la communication faite par les pouvoirs publics, pour sensibiliser et informer les consommateurs sur le choix de leurs appareils, en fonction de leurs classes énergétiques ?					/ 1 / 2 / 3 / 4 / 5 /		
						Mauvaise	Très bien	
CUISSON	22. Lors de l'achat d'un équipement de cuisson (four, plaque, cuisinière), les critères suivants sont-ils importants pour vous :					Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
	a. Le prix							
	b. La classe énergétique							
	c. La consommation électrique							
	d. Le niveau sonore émis lors du fonctionnement							
	e. Le temps de chauffe							
	f. La température maximale de fonctionnement							
	g. La capacité, le volume pour les fours et les cuisinières							
	h. Le nombre et la dimension des plaques							
	i. Le type de plaque (induction, vitrocéramique, en fonte)							
j. Le critère de sécurité								
FROID ALIMENTAIRE	23. Lors de l'achat d'un réfrigérateur/congélateur, les critères suivants sont-ils importants pour vous :					Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
	a. Le prix							
	b. La classe énergétique							
	c. La consommation électrique							
	d. Le niveau sonore émis lors du fonctionnement							
	e. La capacité, le volume							
	f. La température en fonctionnement							
	g. Le type de frigo (combiné, américain, ...)							
	h. Le type de froid (statique, brassé ou ventilé)							
	i. Le degré et le pouvoir de congélation (nombre d'étoile)							
LAVAGE	24. Lors de l'achat d'un équipement de lavage (lave-linge, sèche-linge ou lave-vaisselle), les critères suivants sont-ils importants pour vous :					Oui, toujours	Pas forcément	Non, pas du tout
	a. Le prix							
	b. La classe énergétique							
	c. La consommation électrique							
	d. Le niveau sonore émis lors du fonctionnement							
	e. La consommation d'eau							
	f. La capacité de chargement (lave-linge et sèche linge)							
	g. La vitesse d'essorage pour le lave-linge							
	h. Le temps pour un cycle de lavage							
	i. Le nombre de couverts pour un lave vaisselle							

Annexe 3 : Questionnaire adressé aux distributeurs

Enquête : Etiquette économie énergie appareils électroménagers			
PARTIE VENDEUR / RESPONSABLE			
PRESENTATION	DATE	N° de Questionnaire total	<input type="text"/>
	NOM DU MAGASIN	N° de Questionnaire enseigne	<input type="text"/>
	<p>Dans le cadre de nos actions en faveur de la maîtrise de l'énergie, nous réalisons une enquête afin de faire un état des lieux quantitatif et qualitatif de l'évolution de la performance énergétique des appareils électroménagers en fonction de leur étiquette énergétique, la sensibilisation des consommateurs face à cet étiquetage et le potentiel de maîtrise de l'énergie réalisable à la Réunion.</p> <p>Cette étude se focalisera ainsi sur les étiquettes d'économie d'énergie de 6 catégories d'équipements de type cuisson, froid, lavage, éclairage, climatisation et audiovisuel avec des questions ciblées selon leurs</p>		
CONSIGNE	<p>Pour une partie des questions, nous vous demandons d'utiliser des échelles de notation graduées de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord), sachant que vous pouvez utiliser l'ensemble des notes intermédiaires de l'échelle 2, 3, 4. L'exemple suivant vous explique comment utiliser ces échelles.</p> <p>Exemple : Aimez-vous le chocolat, ...</p> <p>Si vous adorez le chocolat vous cochez / 1 / 2 / 3 / 4 / (5) / <i>Non, pas du tout</i> <i>Oui, tout à fait</i></p> <p>Si vous détestez le chocolat vous cochez (1) / 2 / 3 / 4 / 5 / <i>Non, pas du tout</i> <i>Oui, tout à fait</i></p> <p>Bien entendu, vous pouvez utiliser les notes intermédiaires en fonction de l'intensité de votre goût !</p>		
	<p>1. Pour vous, le terme "performance" renvoie :</p> <p style="padding-left: 40px;"><i>A la performance énergétique</i> <input type="text"/></p> <p style="padding-left: 40px;"><i>A la durée de vie</i> <input type="text"/></p> <p style="padding-left: 40px;"><i>Aux caractéristiques technologiques</i> <input type="text"/></p>		
	<p>2. Etes-vous sensibilisé à la notion de "consommateur responsable" ?</p> <p style="text-align: right;"><i>Oui</i> <input type="text"/></p> <p style="text-align: right;"><i>Non</i> <input type="text"/></p>		
ETAT DES LIEUX	<p>3. Selon vous, depuis l'instauration des étiquettes d'économie énergie, y a-t-il eu des répercussions sur les ventes des appareils les plus économes ?</p> <p style="text-align: right;">/ 1 / 2 / 3 / 4 / 5 /</p> <p style="text-align: right;"><i>Non, pas du tout</i> <i>Oui, tout à fait</i></p>		
	<p>4. Pensez-vous que les éléments présents sur les étiquettes d'économie d'énergie sont-ils compréhensifs ?</p> <p style="text-align: right;">/ 1 / 2 / 3 / 4 / 5 /</p> <p style="text-align: right;"><i>Non, pas du tout</i> <i>Oui, tout à fait</i></p>		
	<p>5. Disposez-vous encore d'appareils possédant les anciennes étiquettes ?</p> <p style="text-align: right;"><i>Oui</i> <input type="text"/></p> <p style="text-align: right;"><i>Non</i> <input type="text"/></p>		
	<p><input type="text"/></p>		
	<p><input type="text"/></p>		

MARKETING	11. Quelles sont vos méthodes et vos arguments de vente ?					
					<i>Oui</i>	<i>Non</i>
APPRECIATION DES EEE	12. Quelle note attribueriez-vous, sur une échelle de 1 à 5, à la communication faite par les pouvoirs publics, pour sensibiliser et informer les consommateurs sur le choix de leurs appareils, en fonction de leurs classes énergétiques ?					
					/ 1 / 2 / 3 / 4 / 5 /	
					<i>Mauvaise</i>	<i>Très bien</i>
	13. Classez par ordre d'importance les classes énergétiques qui sont, selon vous, les plus présentes dans les ménages réunionnais :					
					<i>Classe A+++</i>	
					<i>Classe A++</i>	
					<i>Classe A+</i>	
					<i>Classe A</i>	
					<i>Autres classes inférieures</i>	
14. A combien évaluer vous la différence de prix entre un appareil de classe A et ... ?						
				<i>un appareil de classe A +</i>		
				<i>un appareil de classe A ++</i>		
				<i>un appareil de classe A +++</i>		

LIEN DISTRIBUTEUR - FOURNISSEUR	18. Quelles sont vos relations d'un point de vue logistique avec votre/vos fournisseur(s) ?				
	<i>Réactivité pour un réapprovisionnement (délai, quantité attendue, ...)</i>				
APPAREILLAGE	19. Les fournisseurs délivrent-ils toujours la fiche de renseignement adaptée à chaque produit ?				
				<i>Oui</i>	
				<i>Non</i>	
		20. Selon vous, vous diriez que la consommation énergétique a été un critère important pour le consommateur ...			
		a. lors de l'achat d'un appareil de cuisson	<i>Oui, toujours</i>		
	<i>Pas forcément</i>				
	<i>Non, pas du tout</i>				
	b. lors de l'achat d'un appareil de froid	<i>Oui, toujours</i>			
		<i>Pas forcément</i>			
		<i>Non, pas du tout</i>			
	c. lors de l'achat d'un appareil de lavage	<i>Oui, toujours</i>			
		<i>Pas forcément</i>			
		<i>Non, pas du tout</i>			
	d. lors de l'achat d'un appareil de climatisation	<i>Oui, toujours</i>			
		<i>Pas forcément</i>			
		<i>Non, pas du tout</i>			
	e. lors de l'achat d'un appareil d'éclairage	<i>Oui, toujours</i>			
		<i>Pas forcément</i>			
		<i>Non, pas du tout</i>			
	f. lors de l'achat d'un appareil d'audiovisuel	<i>Oui, toujours</i>			
		<i>Pas forcément</i>			
		<i>Non, pas du tout</i>			

Bibliographie

Nouvelle étiquette - énergie : les consommateurs encore mieux informés, GIFAM, Janvier 2011.

Performance environnementales des gros appareils électroménagers : lancement de la formation Eco-vendeur, GIFAM, Juin 2011.

Bilan Eco 2011, GIFAM, 2011.

Economie et proposition s de l'UFC que choisir, *Economie d'énergie des appareils électroménagers : pourquoi payer plus pour consommer moins ?*, UFC que choisir.

Dépliant Nouvelle étiquette énergie, GIFAM, Janvier 2011.

Gérer ses équipements électriques, L'habitat, Agir !, ADEME, Mars 2012.

Les lampes OSRAM avec le label Energie, Labels énergétiques.

Bien choisir son éclairage, L'habitat, Agir !, ADEME, Mars 2012.

H. BAREAU, *La nouvelle étiquette énergie*, Les actes d'achat, ADEME, juillet 2011.

Electroménager : bilan économique 2011 et perspective 2012, GIFAM, Février 2012.

Les questions clés à se poser au moment de l'achat d'un appareil électroménager, GIFAM.

Des pistes pour réduire la consommation énergétique des ménages, INSEE, 2011.

Bilan énergétique de la France en 2010, EDF, juin 2011.

Les chiffres de la consommation énergétique mondiale, Key World Energy Statistics, International Energy Agency, 2011.

Des pistes pour réduire la consommation énergétique des ménages, IAE, 2011.

Bilan énergétique 2010 de l'île de la Réunion, arer, 2011