

Attitudes de consommation
d'énergie électrique alternative dans
le canton de Genève

Travail de diplôme réalisé en vue de l'obtention du diplôme HES

Par :

Alexandre Tredicini de Saint Severin

Conseiller au travail de diplôme :

Monsieur Andrea Baranzini, professeur HES

Genève, le 28 mars 2009

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière économie d'entreprise

Déclaration

Ce travail de diplôme est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute Ecole de Gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre « Bachelor en économie d'entreprise ». L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de diplôme, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de diplôme, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seul le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Genève, le 28 mars 2009

Alexandre Tredicini de Saint Severin

Remerciements

Je tiens à remercier tout d'abord, ma famille et mes proches pour m'avoir soutenu durant mes études, pour l'aide qu'ils m'ont apportée lors de la distribution des sondages, pour le temps qu'ils y ont consacré, ainsi que pour la lecture de mon travail de Bachelor.

Je remercie également mon conseiller au travail de Bachelor : Monsieur Andrea Baranzini, qui m'a suivi et guidé tout au long de la rédaction de cet ouvrage.

Enfin, j'adresse mes plus vifs remerciements à Madame Sylvianne Garcin, responsable clients des SIG, qui a bien voulu me consacrer du temps pour un entretien informatif.

Sommaire

Les Services Industriels de Genève sont parvenus à instaurer, dans la majorité des ménages du canton, une énergie renouvelable provenant en grande partie de centrales hydrauliques. Bien que cette dernière provienne d'une source propre, son utilisation n'est pas sans conséquences dommageables pour la faune et la flore. De plus, elle ne favorise en rien la croissance des énergies alternatives. C'est pourquoi il existe une offre bien plus intéressante, provenant principalement de panneaux photovoltaïques : la SIG Vitale Vert. Cependant cette énergie ne remporte que peu de succès dans le canton de Genève et met ainsi en péril son propre développement.

Cette étude a pour objectif de déterminer les raisons pour lesquelles l'offre Vitale Vert remporte une si faible popularité auprès des habitants du canton et de permettre ainsi, de proposer de nouvelles mesures qui assureront son évolution. La méthodologie utilisée est basée sur d'anciennes études réalisées sur les énergies alternatives ainsi que sur un sondage auprès de 139 genevois.

Les résultats démontrent que le principal frein au développement de ces nouvelles énergies est le coût, le manque d'informations dont dispose la population et le mode de promotion inadéquat des SIG. En effet, ces derniers ont opté pour une diffusion de livrets informatifs annexés aux factures et dont le taux de lecture demeure très faible. Il faut par conséquent développer une nouvelle stratégie de communication qui inciterait davantage la population à s'impliquer. L'offre Vitale Vert ne dispose pas uniquement d'un atout écologique, contrairement à ce que pense la majorité des personnes sondées, mais permet également d'effectuer, d'une part, diverses actions durables dans le canton de Genève et, d'autre part, de soutenir et d'assurer la recherche et le développement des énergies alternatives.

La conclusion met en évidence les leviers d'actions permettant de toucher une plus grande partie de la population et d'assurer ainsi une meilleure diffusion des informations. La stratégie à adopter pourrait suivre différents axes, dont le plus pertinent serait de proposer une offre alternative comme « offre délivrée de base ». Ceci pour deux raisons :

- L'étude démontre que « l'offre délivrée de base » serait dans la plupart des cas conservée ;
- L'offre alternative inciterait la population à se renseigner si elle ne souhaite pas payer un prix supérieur.

Table des matières

Déclaration.....	i
Remerciements.....	ii
Sommaire.....	iii
Table des matières.....	iv
Liste des tableaux.....	vi
Liste des figures.....	vi
1. Introduction du contexte.....	1
1.1 Présentation des Services Industriels de Genève.....	3
1.2 Offres d'électricités proposées par les SIG.....	4
1.3 Sources de production électrique à Genève.....	5
1.4 Stratégie commerciale des SIG.....	5
1.4.1 L'offre délivrée de base.....	5
1.4.2 Caractéristiques de l'offre SIG Vitale Vert.....	6
1.4.3 Matrice SWOT de l'offre Vitale Vert.....	8
1.4.4 Stratégie de sensibilisation : Eco21.....	9
1.5 Politiques énergétiques menées à Genève.....	10
1.5.1 La société à 2000 Watts.....	10
1.5.2 Mesures de prévention auprès de la population genevoise.....	11
2. Introduction au sondage.....	12
2.1 Objectifs.....	12
2.2 Méthodologie utilisée.....	12
2.3 Etudes existantes sur les énergies alternatives.....	13
2.4 Hypothèses de travail et choix des questions.....	15
3. Résultats du sondage.....	21
3.1 Caractéristiques et représentativité de l'échantillon.....	21
3.2 Synthèse des résultats à travers les trois axes.....	22
3.2.1 Degré de connaissance de l'échantillon en électricité alternative ..	22
3.2.2 Perception de l'offre Vitale Vert.....	26
3.2.3 Niveau d'implication des sondés dans le développement durable.	29
3.3 Pistes de réflexion pour la stratégie de communication des SIG.....	31
3.3.1 Niveau promotionnel.....	31
3.3.2 Niveau prix.....	32
3.3.3 Niveau produit.....	32
4. Mise en perspective de l'étude.....	34
5. Conclusion générale.....	36
6. Bibliographie.....	38
7. Annexes.....	39
7.1.1 Réponses du sondage par question.....	39
7.1.2 Questions concernant les informations générales du sondage.....	42

7.1.3	<i>Entretien du mardi 24 février 2009, avec Madame Sylvianne Garcin, responsable clients des SIG.....</i>	<i>44</i>
7.1.4	<i>Les coûts de revient reculent en Suisse</i>	<i>51</i>

Liste des tableaux

Tableau 1	Production mondiale d'électricité photovoltaïque	6
Tableau 2	Matrice SWOT de l'offre Vitale Vert des SIG	8
Tableau 3	Degré de connaissances des offres proposées par les SIG	22
Tableau 4	Rapport entre les informations délivrées par les SIG / différentes offres ..	23
Tableau 5	Rapport entre la demande de livrets d'informations et leur lecture	24
Tableau 6	Rapport entre l'offre utilisée et le taux de lecture des livrets.....	24
Tableau 7	Taux de lecture des livrets d'informations par âges.....	25
Tableau 8	Rapport de conservation de l'offre Vitale Vert / offres Initial et Bleu	27
Tableau 9	Degré de connaissance des actions menées à Genève par les SIG	28

Liste des figures

Figure 1	Sondage : par quoi remplacer l'énergie électrique ?	14
Figure 2	Les coûts de revient reculent en Suisse	51

1. Introduction du contexte

« Les énergies renouvelables désignent l'ensemble des sources d'énergies, disponibles en abondance et dont le flux est inépuisable à l'échelle humaine. Ces énergies sont celles que l'on tire de l'eau, du soleil, du vent, du sol et de la biomasse. Elles se renouvellent continuellement, par opposition aux énergies fossiles, gaz, pétrole, charbon et uranium, dont les gisements sont comptés »

Source : site internet des SIG

La consommation d'énergie électrique a quadruplé en Suisse durant les cinquante dernières années. La nécessité d'agir n'a jamais été aussi présente dans les esprits. Réduire les émissions de CO₂, limiter les rejets polluants et assurer un avenir énergétique durable sont devenus des sujets qu'il n'est plus possible de négliger. C'est pourquoi, afin de conserver une bonne éthique et de respecter les différents protocoles internationaux dont le plus important est celui de Kyoto, il est devenu impératif de se tourner vers de nouvelles énergies moins polluantes. Cependant, la population genevoise semble réticente aux nouvelles opportunités proposées. Qu'en est-il de l'utilisation d'énergies alternatives et renouvelables ? Le mode de promotion utilisé est-il adéquat ? Les genevois sont-ils assez informés pour modifier leurs habitudes ?

Cette étude a pour objectif de déterminer les comportements et la perception des genevois par rapport à leur consommation d'énergie. Elle comprend trois axes principaux :

1. Leur degré de connaissance des énergies disponibles dans le canton,
2. Leur perception de l'offre Vitale Vert,
3. Leur niveau d'implication dans le développement durable.

Le but étant de proposer de nouvelles pistes de réflexion aux SIG, afin d'établir une stratégie de sensibilisation et d'offre adéquate. Selon une ancienne étude menée à la Haute Ecole de Gestion de Genève, la majorité des genevois choisissent leur électricité en fonction du prix, cependant leurs connaissances en électricité, ainsi que celles des offres SIG est-elle suffisante pour prendre une décision de changement vers une offre moins polluante ?

L'offre écologique Vitale Vert est actuellement utilisée par 4% des foyers genevois, ce qui est relativement faible par comparaison avec nos voisins européens. Les résultats environnementaux de l'utilisation d'une énergie alternative semblent difficilement

représentatifs pour les ménages et de ce fait, il est probable que ces derniers souhaitent s'investir dans le développement durable par un autre biais.

La première partie de cette étude introduit les Services Industriels de Genève, leurs offres et stratégies ainsi que les actions menées pour les promouvoir. Elle comprend la politique énergétique menée par le canton de Genève avec d'une part, la « société à 2000 watts » visant à réduire la consommation d'énergie et, d'autre part, les moyens mis en œuvre pour faire évoluer les mentalités. La deuxième partie est une introduction au sondage, qui définit avant la distribution des questionnaires, le comportement de la population sur la base d'anciennes études. Elle explique ensuite le choix des questions qui en ont découlé et décrit les résultats escomptés. Le travail se termine par l'analyse des réponses du sondage et a pour but de déterminer les impressions, attitudes et connaissances des ménages genevois concernant l'utilisation des nouvelles énergies.

La conclusion met en évidence les faiblesses de l'offre Vitale Vert et définit une nouvelle stratégie de prix, produit et promotion afin d'orienter les Services Industriels de Genève sur une nouvelle base de communication plus adaptée. Cette analyse n'a pas pour prétention de modifier la politique énergétique des SIG mais simplement de proposer des conseils pertinents, basés sur les résultats du sondage.

1.1 Présentation des Services Industriels de Genève

Les Services Industriels de Genève sont une entreprise de droit public autonome dont le siège est situé au Lignon. Leur capital de dotation est constitué de 100 millions de CHF et est réparti entre l'Etat de Genève (55%), la ville de Genève (30%) et les communes genevoises (15%). Sa pérennité et son développement sont assurés grâce au seul produit de ses ventes, sans l'aide d'aucune subvention des pouvoirs publics.

Objectifs

L'objectif premier des SIG est de fournir l'eau, le gaz, l'électricité et l'énergie thermique, de valoriser les déchets, traiter les eaux usées et mettre à disposition un réseau de fibres optiques. Leurs activités ont comme principe d'afficher une rentabilité suffisante pour préparer l'avenir et répondre aux évolutions des marchés.

Mission

Afin de servir au mieux leurs 220'000 clients, les SIG s'engagent à offrir des prestations accessibles à tous. En tant que service public, l'entreprise défend les valeurs citoyennes et veille à la qualité de ses produits ainsi qu'à leurs évolutions dans le respect des générations futures. Les progrès technologiques dans le domaine du développement durable sont suivis, encouragés et développés par les SIG car ils font partie intégrante de leurs engagements.

Valeurs

La volonté première des SIG est d'améliorer la qualité de vie de chacun. Pour ce faire, l'entreprise s'engage à promouvoir le respect de l'environnement, tout en réalisant ses objectifs économiques et sociaux. Elle porte une attention importante aux impacts de ses activités : elle contrôle ainsi régulièrement la qualité de l'eau, le traitement des déchets, la protection du paysage et assure la promotion des énergies environnementales. Sa stratégie est basée sur une liste de principes qui forment son image :

- Encourager l'efficacité énergétique afin de réduire la consommation des énergies et des fluides,
- Promouvoir le développement des énergies renouvelables,
- Utiliser des technologies et des produits respectueux de l'environnement,
- Maîtriser les impacts environnementaux des activités,
- Pratiquer un management environnemental efficace et certifié.

1.2 Offres d'électricités proposées par les SIG

Il existe cinq différentes offres proposées par les SIG :

1. SIG Vitale Bleu (prix: 23,3 ct/kWh hors TVA)

SIG Vitale Bleu représente le produit de référence du réseau genevois. Il s'agit d'énergie entièrement hydraulique et renouvelable provenant en grande partie d'installations suisses (42,4%), genevoises (27,6%) et européennes (30%). Il s'agit de l'offre contractée de base, avantageuse mais légèrement plus chère que l'offre Initial.

2. SIG Vitale Vert (prix: 28,3 ct/kWh hors TVA)

SIG Vitale Vert représente l'offre écologique par excellence. Elle provient principalement d'installations solaires et de la biomasse. D'une part son utilisation est renouvelable et non polluante, d'autre part elle permet de réunir les fonds nécessaires au maintien et à l'élaboration des énergies renouvelables. Son prix est le plus élevé parmi les choix proposés, atteignant 28,3 ct/kWh, soit cinq centimes (+21%) de plus que le SIG Vitale Bleu.

3. L'offre Découverte (prix: 24,3 ct/kWh hors TVA)

L'offre Découverte est composée d'un mixe entre Vitale Bleu (80%) et Vitale Vert (20%). Elle est destinée aux clients qui désirent commencer en douceur, à utiliser les énergies renouvelables. Son prix reste attractif, en comparaison des autres offres alternatives.

4. L'offre Horizon (prix: 25,3 ct/kWh hors TVA)

L'offre Horizon est similaire à l'offre Découverte mais en plus écologique. Elle est composée de 60% de Vitale Bleu et 40% de Vitale Vert. Tout comme l'offre Découverte, l'énergie hydraulique y tient une place prépondérante.

5. SIG Initial (prix: 23 ct/kWh hors TVA)

La dernière offre : Initial, est de loin la moins convaincante au niveau du développement durable. Son origine thermique est produite à partir d'une centrale alimentée au gaz naturel. Son prix est le plus avantageux de toutes les offres, cependant la différence est minime avec l'offre Vitale Bleu (+0.3 ct/kWh).

1.3 Sources de production électrique à Genève

Dans le canton de Genève, il existe principalement trois sources d'électricité. 88.1% de l'énergie fournie est sous forme hydraulique, 0.1% seulement provient du solaire et du photovoltaïque et 11.8%, non renouvelable, provient des énergies fossiles, sous forme de gaz naturel.

Les Services Industriels de Genève exploitent trois centrales hydrauliques situées sur le Rhône (Verbois, Chancy-Pougny et du Seujet). Sur les 88.1% d'énergie hydraulique nécessaire aux genevois, ces trois centrales suffisent à elles seules à couvrir 25% des besoins. Le reste de l'électricité est acheté aux producteurs indépendants, genevois et suisses, ou directement importé de France.

En ce qui concerne l'énergie solaire, les SIG ont inauguré le 3 juin 2005 leur troisième centrale près du barrage de Verbois, « SIG Solar 3 ». Dotée d'une puissance de 1 Mégawatt, sur un ensemble de 6'000 panneaux photovoltaïques, elle est à ce jour la plus grande centrale solaire de Suisse. Avec ce nouvel équipement, les SIG garantissent la proportion d'électricité d'origine solaire qui alimente l'offre Vitale Vert. Cependant, la production ne permet pas, à elle seule, de répondre à l'ensemble des demandes pour les énergies renouvelables. Les SIG complètent donc leur approvisionnement en achetant l'électricité solaire fournie par d'autres cantons.

De plus, afin de promouvoir plus efficacement cette énergie et inciter à sa consommation, les SIG s'engagent à racheter le courant obtenu par les producteurs indépendants (sous certaines conditions). L'énergie photovoltaïque est, dans la majorité des cas, installée sur les toits des particuliers, et leur permet ainsi de réduire leurs factures d'électricité. Néanmoins ce procédé de long terme nécessite un lourd investissement de départ et n'est donc utilisé que par une minorité. En effet, les travaux de construction et la mise en place de ces mini-centrales ne compensent malheureusement pas encore le rachat de l'énergie par les SIG.

1.4 Stratégie commerciale des SIG

1.4.1 L'offre délivrée de base

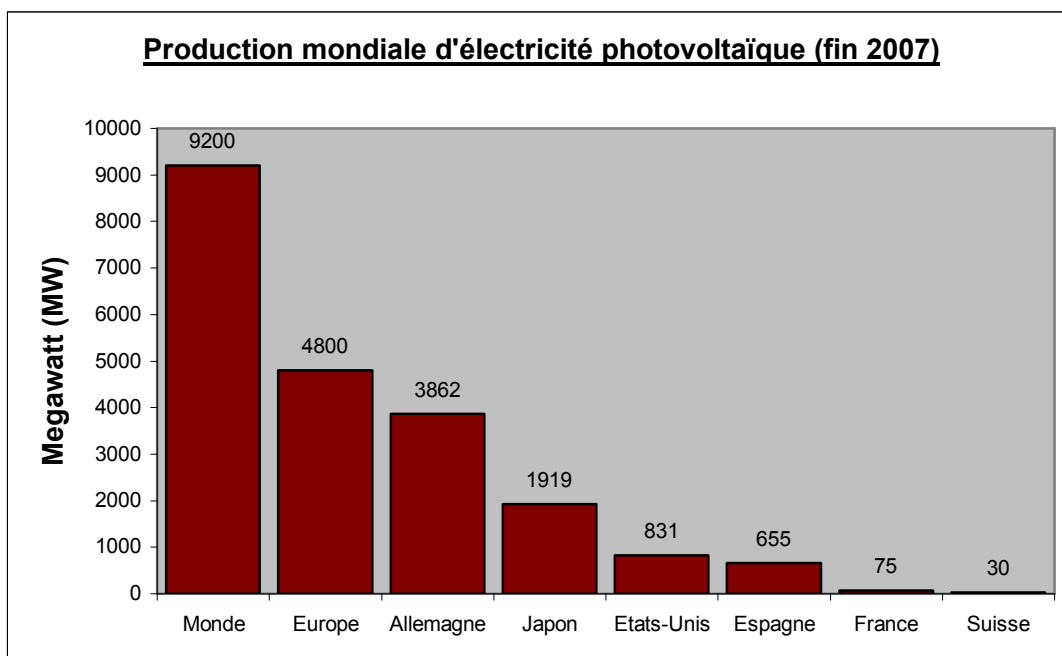
La stratégie commerciale des SIG se différencie des autres de par son offre. Depuis 2004, l'entreprise a introduit un tarif de base qui incite le client à ne consommer que de l'énergie renouvelable. L'offre délivrée de base Vitale Bleu est plus chère que l'offre Initial, et si le client souhaite s'abonner à cette dernière, il doit faire parvenir une demande spécifique.

La faible variation des prix entre ces deux offres ainsi que les démarches administratives à réaliser ont convaincu les genevois à n'utiliser, qu'en faible quantité, l'offre Initial. Le succès d'une telle action est unique en Suisse et en Europe, c'est pourquoi les SIG ont reçu en 2008 le « Best of Prix Solaire Suisse ».

Suite à cette réussite, il serait intéressant de savoir si cette situation pourrait aussi marcher pour une offre encore plus chère et plus propre, comme pour celle de Vitale Vert. C'est pourquoi, une question dans ce sens a été introduite dans le sondage en vue d'analyser le comportement des genevois et savoir jusqu'où ils seraient prêts à payer. Cela permettra ainsi de déterminer si les SIG pourraient pousser encore plus loin leur stratégie commerciale.

1.4.2 Caractéristiques de l'offre SIG Vitale Vert

D'après les chiffres proposés en fin décembre 2008 par les SIG, Genève compte actuellement en terme de points de consommations électrique, 216'746 kilowatts de l'offre Vitale Bleu, 23'602 de l'offre Découverte, 7'431 de l'offre Horizon, 9'261 de l'offre Initial et seulement 4'420 de l'offre Vert. Bien que l'intérêt envers les énergies alternatives commence à s'établir dans le canton de Genève (en effet les SIG représentent un sixième de la production photovoltaïque Suisse), il reste néanmoins très faible en comparaison avec les pays voisins.



L'offre écologique Vitale Vert dispose de nombreux atouts environnementaux d'une grande valeur mais pourtant bien souvent méconnus du grand public. En effet, cette offre ne se contente pas de proposer une énergie 100% renouvelable et non polluante,

mais permet de rassembler des fonds, destinés à la recherche et au développement des énergies alternatives.

Pour chaque kilowatt-heure de l'offre Vitale Vert consommé (28,3 ct/kWh), les SIG s'engagent à verser :

- 1 centime aux fonds « SIG NER »,
- 1 centime aux fonds « Eco-électricité ».

Les fonds « SIG NER » sont gérés par un comité genevois qui a pour mission d'analyser, sélectionner et financer les meilleurs projets, visant à développer les nouvelles énergies renouvelables. Leurs projets actuels sont de créer des panneaux photovoltaïques, de nouvelle génération, à des coûts plus bas, d'élaborer un nouveau catamaran solaire de transport public sur le lac Léman ou encore le développement d'une turbine hydroélectrique immergée qui n'aurait pas besoin d'un barrage.

Les fonds « Eco-électricité » sont, quant à eux, destinés à définir et planifier des mesures d'amélioration écologique dans et autour de la Rade et du bassin versant du Rhône genevois ainsi qu'à coordonner et surveiller leur exécution. Leurs projets actuels sont le nettoyage et la renaturation des berges du Rhône, l'adaptation de la passe à poissons pour le passage des castors au Seujet et l'aménagement d'une zone alluviale de l'Arve, en amont de Genève.

De plus, grâce aux fonds récoltés, les SIG étudient et développent d'autres projets sur de nouvelles sources d'énergies respectueuses de l'environnement tels que :

- Le turbinage au fil de l'eau,
- L'hydroélectricité,
- La biomasse, qui peut produire à la fois des carburants, de l'électricité ou de la chaleur,
- L'énergie géothermique qui produit de l'électricité et de la chaleur,
- L'énergie éolienne sur terre ou sur l'eau,
- Le GLN (différences thermiques du lac),
- L'énergie provenant des vagues et des courants marins.

1.4.3 Matrice SWOT de l'offre Vitale Vert

L'offre écologique des SIG dispose-t-elle d'atouts suffisants pour convaincre un public qui choisit son offre avec comme principal argument le prix ?

Cette analyse SWOT a pour but d'évaluer la situation actuelle des SIG et ainsi permettre de recentrer la stratégie sur un public-cible plus large. L'électricité solaire dispose en effet d'un fort potentiel, et plus particulièrement dans le moyen / long-terme.

Offre « Vitale Vert » des SIG	
Forces	Faiblesses
• Bonne vision stratégique de long terme	• Coûts actuels importants
• Forte culture des SIG	• Politique de communication / information peu adéquate
• Politique environnementale reconnue	• Peu d'innovations visant à élargir le public-cible
• Positionnement distinct	
• Soutien à l'économie locale	
Opportunités	Menaces
• Demande d'innovations énergétiques en hausse	• Arrivée de concurrents
• Situation de monopole	• Contexte économique peu favorable
• Crédibilité de l'engagement	
• Coûts des énergies solaires en baisse	

Durant les cinq dernières années, la croissance de production d'électricité photovoltaïque à Genève a été de 30% en moyenne et les estimations pour les 20 prochaines années sont du même ordre. Bien qu'elle soit aujourd'hui plus chère que les autres énergies « traditionnelles », ses coûts de production diminuent d'environ 5% par année (cf. annexe, « Les coûts de revient reculent en Suisse », p.51). Cette opportunité pourrait permettre d'instaurer dans le long terme une énergie qui requiert peu d'entretien, 100% propre et sans déchets, à grande échelle dans le canton de Genève.

Grâce à l'évolution des coûts de moins en moins importants de l'électricité solaire, l'offre Vitale Vert pourra, dès lors, disposer d'un tarif inférieur ou du moins d'une plus faible variation de prix avec les autres offres. Cela permettra d'atteindre la partie de la population qui ne dispose pas actuellement d'un budget suffisant.

1.4.4 Stratégie de sensibilisation : Eco21

Eco21 est une organisation créée par les Services Industriels de Genève dans le but de soutenir une consommation optimale des ressources afin de limiter les pertes et réduire les émissions de CO₂.

Ses deux objectifs principaux sont :

- Ramener la consommation d'électricité par habitant à Genève, au niveau de 1990, soit environ 150 gWh. (projet « Société à 2000 Watt »)
- Réduire de 5% les émissions de CO₂ (hors mobilité), soit 50'000 tonnes d'ici 2011.

Pour y parvenir, les SIG ont décidé de consacrer 21 millions de francs sur une durée de 5 ans. Cela a permis à Eco21 de mettre en œuvre différents leviers d'actions (expertises techniques, incitations financières, sensibilisation, site Internet participatif, etc.) et implique plusieurs organismes d'influence tels que les médias, les fabricants et distributeurs de produits à faible consommation d'énergie, les centres commerciaux, les banques, les milieux immobiliers ou les services publics.

Des solutions techniques sont également proposées sur le site Internet d'Eco21, comme les conseils et visites d'experts, qui se déplacent aux domiciles des particuliers afin de proposer des solutions permettant d'effectuer jusqu'à 30% d'économies d'énergie. Les visites « SIG Optima Habitat » sont disponibles à différents tarifs, qui dépendent des offres choisies. Plus l'offre comporte une part importante d'énergies alternatives, plus les tarifs sont avantageux :

- 100 CHF pour les clients de l'offre Vitale Bleu
- 80 CHF pour les clients de l'offre Découverte
- 60 CHF pour les clients de l'offre Horizon
- Gratuit pour les clients de l'offre Vitale Vert

Afin de développer les énergies renouvelables et de préserver l'environnement, la grande difficulté reste de convaincre le consommateur de payer un peu plus cher son électricité. Cela peut être fait en montrant qu'en utilisant de manière rationnelle l'énergie, il est possible de s'approvisionner en énergie renouvelable plutôt que fossile, sans modifier le montant de la facture.

1.5 Politiques énergétiques menées à Genève

1.5.1 La société à 2000 Watts

Objectifs et valeurs

« La politique cantonale en matière d'approvisionnement, de transformation, de distribution et d'utilisation de l'énergie est fondée, dans les limites du droit fédéral, sur la conservation de l'énergie, le développement prioritaire des sources d'énergies renouvelables et le respect de l'environnement. »

(Constitution de la République et canton de Genève, art.160 C, alinéa 1)

Depuis de nombreuses années, les pays développés continuent leur croissance au prix d'une forte consommation d'énergie et ainsi d'une forte pollution. Bien que la consommation par habitant en Suisse soit inférieure aux pays scandinaves, aux États-Unis ou au Canada, elle demeure supérieure à la moyenne européenne. De plus, il est nécessaire de préciser que dans beaucoup de pays, l'énergie est utilisée dans de grands complexes industriels, dont l'implantation est limitée en Suisse par ses nombreuses importations. Si la Suisse devait fabriquer elle-même ses produits, sa consommation d'électricité serait encore plus importante. C'est pourquoi, afin de lutter contre les émissions de gaz à effet de serre ainsi que la hausse des rejets polluants, Genève s'est lancée dans un projet destiné à limiter l'impact de sa forte consommation d'énergie sur l'environnement.

La « société à 2000 Watts » représente un grand pas en matière d'écologie durable. Cet objectif vise à mettre en œuvre une nouvelle politique énergétique afin de réduire la consommation des ménages à 2000 Watts contre les 5000 nécessaires actuellement. Ce défi, irréalisable pour les uns, grand défi pour les autres, vise à limiter l'utilisation des énergies fossiles sur le sol suisse, en valorisant l'utilisation des énergies alternatives. Cependant il s'agit d'un projet à long terme car, le plan directeur cantonal de l'énergie, réalisé par le département du territoire, a démontré que pour atteindre l'objectif d'une société à 2000 watts, dont 1500 d'origine renouvelable, il faudrait attendre jusqu'en 2050.

Conformément au Protocole de Kyoto, la Suisse s'est engagée à limiter ses émissions polluantes de 8% entre 2008 et 2012, par rapport à ses émissions de 1990. Pour atteindre ces objectifs, les deux fondements de la politique énergétique suisse sont l'utilisation rationnelle de l'énergie (URE) et la promotion des énergies renouvelables (REN).

Comme l'énergie fossile est celle qui provoque le plus d'émission de CO₂, principal gaz à effet de serre, sa production en Suisse risque d'être la plus touchée, avec une prévision à la baisse de 10% d'ici 2012, au profit des énergies moins polluantes. Cette mesure pourrait permettre notamment de ramener les émissions annuelles de CO₂ à une tonne par personne, contre 5 tonnes actuellement.

1.5.2 Mesures de prévention auprès de la population genevoise

Afin de permettre une bonne communication des nouvelles mesures à prendre, un programme d'action organisationnel et de soutien a été mis en place. Il a pour but de promouvoir et sensibiliser la « société à 2000 Watts » auprès du grand public et des professionnels. L'organisation principale chargée des relations publiques est le Service de l'Information et de la Communication (SIC) du département du territoire, qui dispose déjà d'une bonne expérience en la matière grâce à la mise en place des promotions « Bons Gestes » et « Achats Eco ». Ce programme est notamment mis en place en coopération avec l'organisation Eco21, soutenue par les SIG.

Le principal objectif de cette communication est d'enseigner les gestes adéquats à adopter pour économiser l'énergie ainsi que de permettre une certaine prise de conscience de l'intérêt actuel à préserver les ressources. Par ailleurs, cette volonté de sensibiliser la population s'adresse également aux plus jeunes, principaux acteurs du développement durable à long terme. C'est pourquoi un nouveau programme d'animation a vu le jour dans les écoles. Ce dernier est réparti en deux modules et destiné aux classes primaires. Le but étant de toucher le plus grand nombre possible d'élèves, 250 classes en moyenne, à des coûts convenables et de manière durable.

D'autre part, de nouvelles formations professionnelles spécialisées seront créées et intégreront la politique énergétique. Ces dernières concerneront premièrement les métiers de la construction, installateurs, ingénieurs, architectes, propriétaires, régisseurs, etc. Puis viendra encore le domaine des transports. Les organismes de formation concernés seront l'école d'ingénieurs de Genève, les centres de formation professionnels technique et construction, EPFL, HES-SO, et l'IFAGE. Les programmes de formation devront donc désormais :

- Accroître les compétences des professionnels tant dans les domaines de la technique énergétique que sur les principaux thèmes de la politique énergétique,
- Mettre à jour leurs connaissances au regard des développements récents des méthodes et technologies.

2. Introduction au sondage

2.1 Objectifs

Un sondage a été effectué afin de déterminer dans quelle mesure les foyers genevois utilisent de l'énergie verte et quels seraient les facteurs les incitant à opter pour une telle offre. Les questions posées visaient à déterminer :

- L'offre qu'ils utilisent actuellement,
- Les raisons pour lesquelles ils l'ont choisie,
- Leurs connaissances générales concernant les énergies alternatives,
- Dans quelle mesure ils se sentent impliqués,
- Quelles pourraient être les conditions pour utiliser l'offre Vitale Vert,
- S'ils sont conscients des opportunités qu'amènent les énergies alternatives,
- S'ils se considèrent comme acteurs du développement durable.

Les réponses permettront d'établir la raison principale du manque d'intérêt porté à l'offre Vitale Vert ainsi qu'aux autres solutions alternatives, pour proposer par la suite une stratégie qui s'appuierait sur les centres d'intérêts et les valeurs chères à la population.

2.2 Méthodologie utilisée

Le sondage comporte 22 questions visant à répondre aux différents points précédents. Les quinze premières permettent d'effectuer une analyse approfondie sur les connaissances, les attitudes et la perception qu'ont les sondés sur les énergies renouvelables. Les sept dernières, d'ordre général, définissent la nature des personnes sondées : le sexe, l'âge ou la nationalité sont autant d'informations qu'il est nécessaire de prendre en compte, en vue de s'assurer que les caractéristiques démographiques et sociologiques des sondés correspondent bien à celles du canton.

L'enquête est dirigée suivant trois axes principaux :

1. Les connaissances des sondés sur les énergies renouvelables,
2. Leur perception de l'offre Vitale Vert,
3. Leur niveau d'implication dans le développement durable.

Sur l'ensemble des 320 sondages distribués auprès de la population genevoise, 139 questionnaires ont été dûment remplis et ont pu être utilisés pour la partie analytique. De plus, afin de délimiter une segmentation fiable et garantir la précision des résultats,

les sondés ont été sélectionnés, d'une manière aléatoire, auprès de la population et d'après les restrictions suivantes :

- Les sondés sont majeurs,
- Ils sont en charge de payer la facture,
- Ils habitent en appartement et en sont locataires.

Les habitants de maisons ont été volontairement exclus car ils ne présentent pas les mêmes caractéristiques en terme de tarifs, ce qui limite les variations dues aux grandes surfaces habitables. Quant aux propriétaires, ils ne représentent que 20% de la population genevoise et leurs opinions diffèrent certainement de celles des locataires, c'est pourquoi ils n'ont pas été pris en compte.

Les données ainsi récoltées ont été transférées sous format SPSS afin de faciliter leur lecture et l'analyse des données.

2.3 Etudes existantes sur les énergies alternatives

Différents sondages ont déjà été réalisés sur le sujet des nouvelles énergies renouvelables et donnent des informations sur le comportement de la population et leur implication dans le développement durable. Le premier¹ a été réalisé à Freiburg, en Allemagne, et ciblait principalement les jeunes de 21-24 ans. Il visait à déterminer leur vision et leur opinion sur la volonté de payer des énergies électriques plus chères. Les conclusions ont permis de démontrer qu'en tant que citoyen, chaque étudiant se sent suffisamment impliqué pour valoriser les énergies renouvelables, mais qu'en tant que consommateur les résultats sont tout autres. Il faut par conséquent bien définir la différence qu'il existe entre l'intention généralisée de soutenir les nouvelles énergies et le passage à l'acte. Cependant le prix est-il le seul critère sur lequel se basent les consommateurs ? Nous verrons plus tard qu'il existe différents facteurs qui peuvent influencer la prise de décision et ainsi mieux comprendre les différents comportements lors de la conclusion du contrat.

Une seconde² étude réalisée en Suisse a montré que la détermination à payer plus cher les énergies vertes était plus élevée parmi nos concitoyens que dans les autres pays européens, avec comme explication principale les revenus plus élevés des ménages. Le marché des énergies alternatives se caractérise comme étant un marché de niche dont seule une minorité de la population disposant de fonds suffisants peut faire partie. Cependant une tendance a été définie. Elle démontre que, plus la

¹ "Students as consumers of renewable energy", janvier 2004

² "Psychological determinants of attitude towards and willingness to pay for green electricity", juillet 2007

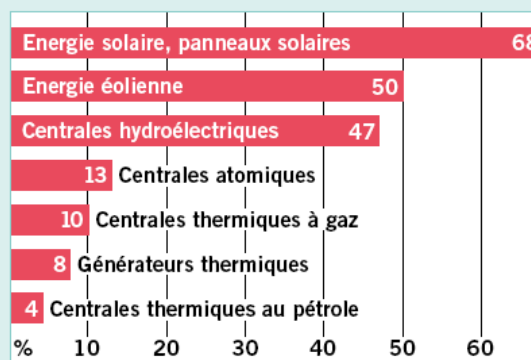
population est exposée de façon intensive aux informations énergétiques délivrées par l'Etat et les campagnes éducatives, plus elle est disposée à payer davantage pour une même prestation. Le sondage réalisé dans ce travail va ainsi permettre de déterminer quelle est la vision de la politique énergétique menée à Genève, si elle est perçue comme suffisante, encourageant ainsi un changement des habitudes de consommations.

Source : Magazine « Coopération » no.36, août 2008

Les caractéristiques des énergies vertes étant particulièrement difficiles à vérifier pour les consommateurs, l'un des grands obstacles lors de leurs promotions est qu'elles ne peuvent être physiquement différenciées des autres offres. Même si les distributeurs d'énergie s'engagent à s'approvisionner davantage dans une source électrique non-polluante, il ne s'agit finalement pour le ménage que d'un simple changement sur le plan pécuniaire. Cet engagement peu convaincant et particulièrement onéreux reste, en définitive, un frein primordial au succès des nouvelles énergies.

Par quoi remplacer l'énergie électrique?

SONDAGE REPRÉSENTATIF «LINK» RÉALISÉ APRÈS DE 500 PERSONNES



La consommation d'électricité augmente. De nouvelles sources d'énergie sont nécessaires. Deux tiers des Suisses pensent que l'énergie solaire est la solution pour couvrir la croissance du besoin en énergie électrique. La moitié propose l'énergie éolienne et les centrales hydroélectriques et 13% les centrales atomiques.

De plus, afin de mieux comprendre quelles sont les attitudes des genevois par rapport aux nouvelles énergies, un troisième sondage³ réalisé par la HEG peut nous éclairer :

- 65% des sondés n'ont jamais visité le site internet des SIG,
- 51% ne portent aucun intérêt aux livrets d'informations des SIG,
- 56% choisissent leur électricité en fonction uniquement du prix,
- 55% considèrent les tarifs des offres SIG comme onéreux / très onéreux,
- 58% considèrent l'implication des SIG dans le développement durable comme nulle / modérée,
- 29% considèrent les économies d'énergie comme d'importance nulle / modérée.

³ «Consumers Choices among Alternative Electricity Programs in Geneva », 2007

Plusieurs hypothèses peuvent être formulées afin d'expliquer le manque d'intérêt supposé des genevois : d'une part, l'implication des SIG n'est, à leurs yeux, pas suffisante et n'entraîne pas une motivation réelle pour changer leurs habitudes. D'autre part, les tarifs exercés par les SIG sont considérés par une large majorité comme étant trop chers.

La population genevoise reçoit régulièrement des flyers l'incitant à se comporter de manière respectueuse envers l'environnement. On y trouve notamment des documents qui encouragent au tri des déchets ainsi qu'à la promotion des certificats d'origine pour l'électricité verte. Mais les citoyens ne semblent cependant pas y porter une attention suffisante. En effet, un dernier sondage réalisé par la HEG, concernant « l'Infobésité⁴ » a permis de démontrer, de manière cohérente, que la population de nos jours est de plus en plus confrontée à une surcharge de documents informatifs, de tous genres, dont le tri est souvent radical. Cette surabondance, permettrait d'expliquer, en partie, le faible impact des livrets d'informations, délivrés à domicile par les SIG. Il convient, par conséquent, de définir dans cette étude quel serait le moyen de promotion plus adéquat et plus pertinent pour la population genevoise.

2.4 Hypothèses de travail et choix des questions

Question 1. *Quelle offre des Services Industriels de Genève utilisez-vous ?*

Cette question a pour but principal de déterminer quelles énergies approvisionnent les sondés. On peut s'attendre, d'après les données des SIG, que les consommateurs utiliseront à 80% l'offre Vitale Bleu, à 10% l'offre Initial et pour les 10% restants, les offres dites « alternatives ». Les réponses à cette question seront primordiales pour permettre de grouper les sondés en deux parties distinctes :

1. Les utilisateurs d'énergies traditionnelles,
2. Les utilisateurs de nouvelles énergies renouvelables.

Les utilisateurs des offres Horizon, Découverte ou Vitale Vert font partie d'un ensemble distinct qui a choisi de s'impliquer dans les énergies alternatives. Ils devront par conséquent être différenciés des autres utilisateurs car il est fort probable que ces derniers ne disposent pas de la même expérience ni des mêmes connaissances en la matière. Le sondage visera d'une part à établir pour quelles raisons le premier groupe ne souscrit pas à une offre alternative et d'autre part, à déterminer les raisons qui ont poussé le deuxième groupe à franchir le pas.

4 « Rapport d'enquête, sondage Infobésité », 2006

Question 2. *De quelles offres connaissez-vous les sources énergétiques ?*

Cette question est directement reliée à la première afin de recenser le nombre de consommateurs qui connaissent l'origine énergétique des différentes offres proposées par les SIG. Ces informations démontrent l'intérêt porté par la personne quant à ses connaissances et à son choix d'énergie. Il est fort probable que les signataires de l'offre délivrée de base seront les plus mal informés, quant aux différentes énergies disponibles.

Question 3. *Pensez-vous que les SIG fournissent assez d'informations pour promouvoir leurs différentes offres ?*

Cette question vise principalement à évaluer le pourcentage de sondés qui ne considèrent pas détenir suffisamment de connaissances pour les guider dans leur choix. En effet, ce qui ressort de l'ancien sondage réalisé par la HEG, est que le manque d'informations, constitue l'une des variables déterminantes des sondés dans la prise de décision, quant à la nature de l'offre. Ce défaut d'information peut être dû à plusieurs raisons, que ce soit simplement par manque d'intérêt ou par une mauvaise communication marketing des SIG. Les questions 4 et 5 permettront de préciser cette analyse.

Question 4. *Quel serait, selon vous, le moyen le plus efficace pour une meilleure information ?*

Les SIG fournissent régulièrement des informations par le biais de prospectus et de leur site internet, cependant le choix de ces supports est-il le plus adéquat ? Cette question a pour but de définir quels types de médias ont le plus d'influence sur les sondés. Les supports actuels fournissent de grandes quantités d'informations cependant ils ne semblent pas avoir d'impact sur l'ensemble de la population. Il est fort probable que des médias tels que les journaux ou les spots publicitaires réussiraient à élargir le public cible, mais ils sont en général très chers. Une nouvelle forme de campagne publicitaire serait-elle plus rentable car plus adaptée aux personnes sondés ?

Question 5. *Sachant que l'offre "Vitale Vert" favorise le développement des énergies alternatives, pour quelle raison principale n'êtes-vous pas abonné à cette offre ?*

Cette question va permettre d'évaluer pour quelle raison précise la population reste réticente aux énergies alternatives. Est-ce principalement pour une raison de manque de connaissances, de tarifs, d'intérêt ? La première étude réalisée par la HEG montrait comme principale raison le prix. Il en sera sans doute de même pour ce sondage. Par

ailleurs, en relation avec la question 6, les résultats permettront de mieux comprendre quel est le comportement des genevois lors de la conclusion du contrat.

Question 6. *Si l'offre délivrée de base était "Vitale Vert", auriez-vous fait une demande pour passer à une prestation moins chère ?*

Bien que le prix de l'offre Vitale Vert soit supérieur d'environ 20% à l'offre Bleu, il est intéressant de savoir si ce dernier est réellement le seul obstacle à son succès. Cette question a pour objectif de déterminer quelle est la perception des gens, par rapport à la complexité des démarches à effectuer, pour changer d'abonnement. Par ailleurs, elle donnera une indication sur les limites que constituent le prix, principal critère de choix.

Les sondés seront classés dans 2 catégories distinctes. Ceux qui auront répondu :

Oui : Qui voient avant tout un avantage économique, car la variation de prix est non-négligeable.

Non : Qui considèrent que la variation de prix est accessible et/ou que les démarches à effectuer sont trop importantes par rapport au bénéfice retiré. (Rapport Prix / Effort)

Question 7. *Connaissez-vous, en moyenne, votre facture d'électricité bimestrielle ?*

Cette question a été divisée en deux parties afin de définir quelle part des sondés connaît le prix de ses factures d'électricité. Le sondage étant réalisé uniquement auprès des personnes qui payent elles-mêmes leurs factures, il est probable que la majorité des réponses soient positives. Par ailleurs, afin d'éviter que les abonnés ne connaissant pas le prix faussent les données, on leur a proposé de donner une approximation.

Afin de vérifier l'exactitude des données, les résultats seront mis en relation avec le nombre de membres qui compose le ménage (question 21). Il sera alors possible de déterminer si certaines personnes croient connaître le montant de leur facture, alors que ce n'est pas le cas.

Question 8. *Pensez-vous que les tarifs exercés par les SIG sont trop onéreux ?*

Selon l'étude réalisée par la HEG, 55% des sondés ont affirmé que les tarifs étaient trop élevés. Cependant, il est difficile de comprendre les raisons qui poussent les abonnés d'une offre supérieure ou équivalente de « Vitale Bleu », à répondre par l'affirmative. En effet, SIG Initial est actuellement la plus économique du marché, malgré cela, son succès est mitigé et, seulement une faible part de la population a souscrit cette offre.

Différentes hypothèses peuvent permettre de comprendre les raisons de percevoir les prix des SIG, comme étant trop onéreux :

- Les genevois ne savent pas qu'il existe une énergie moins chère (SIG Initial),
- Ils ne souhaitent pas passer à l'offre Initial car elle est beaucoup plus polluante,
- Changer d'offre ne représente pas un bénéfice suffisant à leurs yeux, au vu des démarches à réaliser,
- Ils ne disposent pas de prix de comparaison.

Question 9. *Combien seriez-vous prêts à payer en plus sur votre facture mensuelle d'électricité pour favoriser le développement durable ?*

Plusieurs fourchettes de variation de prix ont été fixées. Ces dernières permettent de déterminer combien les sondés seraient prêts à payer, pour favoriser les énergies renouvelables. Après avoir déterminé quelles énergies ils utilisent actuellement, les résultats pourront dès lors être répertoriés dans les 4 catégories suivantes :

Ne souhaitant pas payer plus : Probablement la plus grande partie des sondés répondront qu'ils ne souhaitent pas payer plus cher car ils considèrent que leur facture est déjà trop élevée.

0-10% : 10% d'augmentation sur la facture permettrait aux sondés (de l'offre Vitale Bleu) de passer à une offre de qualité supérieure telle que l'offre Horizon ou Découverte.

10-20% : 20% d'augmentation sur la facture permettrait aux sondés de passer à l'offre Vitale Vert.

20% et plus : Les sondés de ces catégories représentent ceux qui ont mal évalué cette hausse de facture conséquente.

Question 10. *Saviez-vous que dans l'abonnement "Vitale Vert", l'énergie puisée par la centrale électrique provient d'une source d'énergie non-polluante et qu'une partie des bénéfices est réinvestie dans la recherche et l'expansion des énergies alternatives ?*

Pour quelle raison l'offre Vitale Vert est-elle si peu appréciée ? Les promotions pratiquées par les SIG sont bien présentes, mais il est possible que leurs cibles soient mal définies. La recherche et l'expansion des énergies renouvelables sont réalisables grâce aux fonds récoltés à partir de l'offre Vitale Vert et constituent un atout marketing qui n'est que peu exploité par les SIG.

Afin de comprendre le manque d'intérêt pour l'offre Vitale Vert, il est nécessaire d'analyser comment elle est perçue auprès des consommateurs. En effet, il est difficile d'espérer vendre un produit au public s'il ne connaît pas, ou que partiellement, les spécificités de l'offre.

Les réponses permettront de tester les connaissances des personnes sondées et d'en déterminer ainsi la proportion qui dispose d'informations suffisantes pour apprécier l'offre, dans sa globalité. L'hypothèse, que veut formuler cette question, est que la population genevoise est mal informée sur les raisons du tarif élevé de l'offre Vitale Vert.

Question 11. *Connaissez-vous les actions menées par les SIG grâce aux fonds récoltés sur les abonnements de l'énergie "Vitale Vert" ?*

Les actions menées par les SIG, grâce aux fonds récoltés par l'offre Vitale Vert, sont présentes sur l'ensemble du canton de Genève, comme par exemple la mise en place de la centrale solaire « SIG Solare 3 ». Cependant la population genevoise ne semble pas suffisamment informée de ce genre d'actions. C'est pourquoi si ces dernières restent dans l'ombre et sont mal perçues du public, il sera difficile d'augmenter la notoriété des offres alternatives.

Question 12. *Pensez-vous que la politique exercée par le canton de Genève pour réduire les gaspillages d'énergies de la population est suffisante ?*

Les économies d'énergies sont actuellement au cœur de tous les débats. C'est pourquoi il est important de relever la perception qu'ont les genevois de la politique exercée par le canton de Genève. Donne-t-elle l'impression de s'investir vraiment afin de faire évoluer les mentalités ?

Question 13. *Lisez-vous les livrets d'informations SIG délivrés à domicile ?*

La principale source de promotion des SIG est constituée de livrets d'informations. Ils contiennent généralement leurs différentes offres sur une dizaine de pages, ainsi que les détails sur leurs sources énergétiques. Selon l'étude réalisée par la HEG, une moyenne de 50% des sondés ne lisent pas les livrets d'informations. Les habitudes ont-elles changées ? Les connaissances des sondés, qui affirment les lire, sont-elles meilleures ?

Question 14. *Si vous ne les lisez pas, quelle en est la raison principale ?*

Afin de mieux comprendre le manque d'intérêt qui émane de ces livrets d'informations, il est nécessaire de connaître les raisons exactes qui les rendent si peu attractifs. Que pensent les sondés de ces informations ? Est-ce le contenu ou le support qui est mal adapté ? Il n'est pas rare de retrouver dans sa boîte aux lettres des informations en tout genre, publicités, demande de dons et autres documents qui passent bien souvent à la poubelle sans être lus. Le manque de temps libre et le surplus d'informations toujours plus important, ne permettent pas de lire la totalité du courrier reçu. C'est

pourquoi, il faut déterminer les attitudes des genevois vis-à-vis de ces livrets afin de comprendre si ces derniers sont considérés comme trop longs ou trop complexes, décourageant ainsi leur lecture.

Question 15. *Faites-vous attention à votre consommation d'électricité ?*

Une seule réponse est possible parmi les options proposées, ce qui va obliger les sondés à choisir entre une raison économique ou environnementale. Dans les deux cas, les options mettent directement en opposition le prix et l'impact sur l'environnement de leur consommation. Ce dilemme permettra dès lors de considérer quelle est leur priorité : l'impact sur la facture ou sur le développement durable.

Questions 16 à 22

Ces questions vont permettre de vérifier si l'échantillon du sondage est bien représentatif de l'ensemble de la population du canton de Genève, consommatrice de services électriques (cf. détails en annexe, p.42).

3. Résultats du sondage

3.1 Caractéristiques et représentativité de l'échantillon

A titre de comparaison, les résultats obtenus ont été mis en relation avec les données de l'Office cantonal de la statistique qui décrivent précisément les caractéristiques démographiques de la population de Genève. Pour rappel, l'étude a été réalisée aléatoirement auprès de 139 personnes, toutes majeures, résidentes à Genève, locataires d'un appartement et qui payent elles-mêmes leurs factures. La première variable déterminée est l'âge de la population répartie dans les différentes fourchettes suivantes :

Âge de la population	Moyenne à Genève	Moyenne du sondage
0-19 ans	21.9%	0%
20-39 ans	30.7%	31.62%
40-64 ans	33.1%	50.74%
65-79 ans	10.55%	13.24%
>80 ans	3.75%	4.41%

Parmi les sondés, on peut remarquer un écart dans la tranche d'âge comprise entre 40 et 64 ans, qui est supérieure à la moyenne de Genève. Une des raisons principales, qui expliquerait cette variation, est la disponibilité et le temps dont disposent les personnes plus âgées, pour répondre au questionnaire.

Il est composé de 43/57% d'hommes/femmes, ce qui montre que les hommes sont légèrement sous représentés par rapport à la moyenne de la population de Genève (48%). La grande majorité est de nationalité suisse (85%) ce qui est plus élevé que les 61% recensés. Cette différence pourrait s'expliquer notamment par le fait que le sondage a été effectué dans des quartiers où la population étrangère est peu représentée. Les ménages sont composés, pour la plupart, d'une (34.5%) à deux (36.6%) personnes et le nombre moyen de genevois par ménage (2.1) correspond avec celui du sondage (2.07). Le montant de leurs revenus est réparti dans les fourchettes proposées et définit ainsi correctement les différentes classes sociales. Un sondé sur deux en moyenne connaît le montant de sa facture d'électricité et les chiffres sont en corrélation avec le nombre de membres dont est composé le ménage. Le résultat du sondage révèle que la facture s'élève en moyenne, pour un ménage d'une personne à 88.- CHF (96 CHF dans le canton) et pour une famille à 156.- CHF (170 CHF dans le canton). L'orientation politique majoritaire est celle du Centre (47%). Les situations professionnelles les plus représentées sont les employés et les retraités, pour respectivement, 46% et 16% des personnes sondées.

3.2 Synthèse des résultats à travers les trois axes

3.2.1 Degré de connaissance de l'échantillon en électricité alternative

Le faible intérêt que voue la population genevoise aux offres alternatives, peut s'expliquer par différentes hypothèses dont la plus probable est le manque de connaissances en la matière. En effet, les informations délivrées par les SIG ne semblent pas être transmises par un support médiatique suffisamment pertinent, ce qui a pour conséquence directe que seules les personnes qui se sentent concernées font la démarche de se renseigner.

Afin de regrouper au mieux les données, les sondés ont été classés dans deux catégories distinctes, premièrement ceux qui sont abonnés à une offre non-renouvelable ou de base (Initial, Vitale Bleu) et deuxièmement, ceux qui sont abonnés à une offre composée d'énergie alternative (offre Horizon, Découverte, Verte). Les données ont été comparées avec la question 2, pour déterminer s'il existe une relation entre la connaissance des différentes offres proposées, et le choix qui en découle.

Dans le premier groupe (constitué de 105 personnes), seulement le quart d'entre eux savent d'où provient l'énergie puisée par l'offre Vitale Vert, tandis que le deuxième (32 personnes), logiquement mieux informés et plus impliqués, sont 69% à répondre par l'affirmative. De ces chiffres, il est intéressant de noter que même les signataires des offres alternatives ne connaissent pas forcément les caractéristiques de leur choix. Sur l'ensemble des personnes sondées, 43% ont déclaré ne connaître aucune source des électricités utilisées à Genève. Parmi les autres, l'offre hydraulique, Vitale Bleu, est la plus connue avec 38% de réponses positives, puis Vitale Vert à 35%, l'Initial à seulement 16% et enfin les offres Découverte et Horizon qui sont étonnamment basses, avec 3.5% et 2.5%.

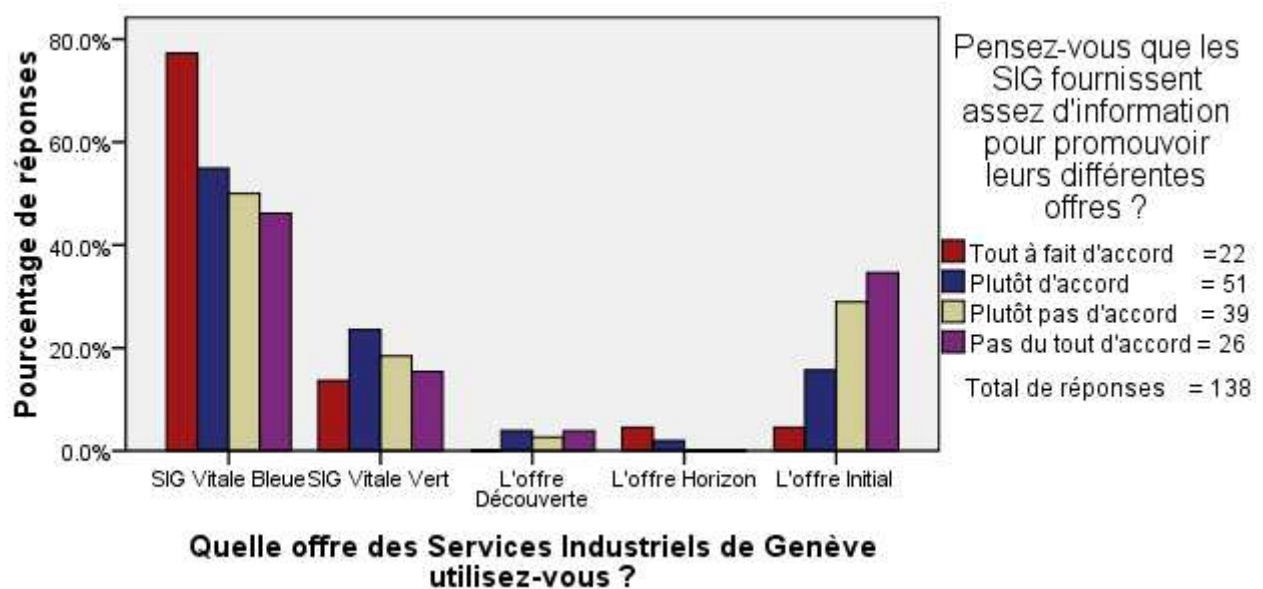
Degré de connaissances des offres proposées par les SIG

(Réponses multiples possibles)

		De quelles offres connaissez-vous les sources énergétiques ?						
		Vitale Bleu	Vitale Vert	Découverte	Horizon	Initial	Aucune	Total
Quelle offre des SIG utilisez-vous ?	Vitale Bleu	40	23	1	1	7	34	76
	Vitale Vert	8	18	1	1	5	7	26
	Offre Découverte	1	3	1	0	0	1	4
	Offre Horizon	0	1	0	1	0	0	2
	Offre Initial	3	3	2	0	10	18	29
	Sous-total	52	48	5	3	22	60	137
	Pas de réponses							2
Total								139

A la question posée sur la quantité d'informations diffusées par les SIG, une personne sur deux considère qu'elle n'est pas assez informée. Cependant la vraie raison expliquant ce manque de connaissances est-elle uniquement due à une mauvaise communication des SIG ? Les genevois font-ils suffisamment d'efforts personnels pour se renseigner par leurs propres moyens ?

Rapport entre les informations délivrées par les SIG / différentes offres

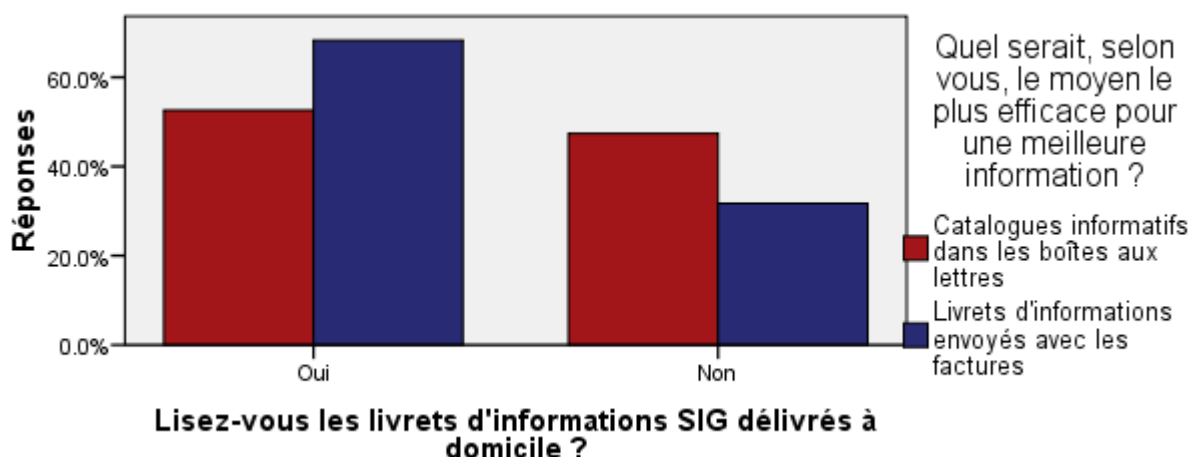


La répartition des réponses ci-dessus montre clairement la distinction entre l'offre Initial et Vitale Bleu. En effet, les signataires de l'offre Initial ont répondu, à près de 70%, qu'ils ne considèrent pas recevoir suffisamment d'informations. Il serait par conséquent intéressant de déterminer si ces derniers ont répondu par la négative, parce qu'ils souhaiteraient en recevoir davantage, ou parce que les supports de communication actuels ne leur conviennent pas. Par opposition, les résultats des utilisateurs de l'offre Vitale Bleu estiment majoritairement être satisfaits des renseignements fournis par les SIG. Par conséquent, il est probable qu'ils soient mieux sensibilisés et ainsi plus aptes à modifier leur offre pour une électricité alternative.

Les SIG ont reconnu qu'ils avaient diminué fortement leurs promotions ces dernières années, d'une part pour des raisons de faible pénétration, et d'autre part pour des raisons de budget. C'est pourquoi, afin de promouvoir leurs différentes offres, les SIG ont principalement opté pour la diffusion de livrets d'informations attachés aux factures. Cependant les réponses concernant les moyens à mettre en oeuvre pour informer davantage la population confirment que ce mode de communication n'est pas le plus adapté. Les catalogues et les livrets d'informations sont reconnus, à plus de 43%, comme étant le meilleur moyen de promouvoir les nouvelles énergies auprès la

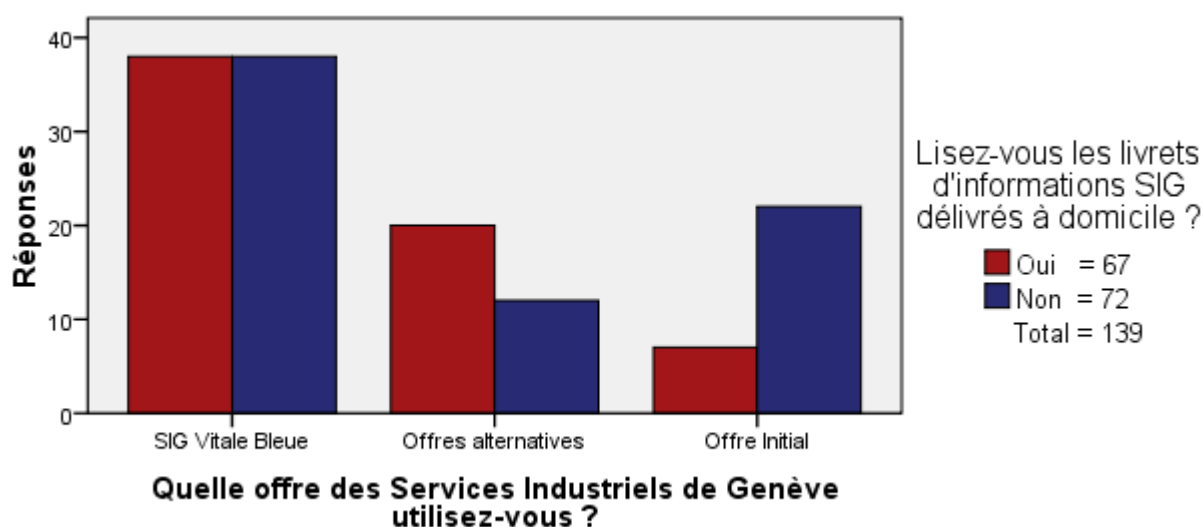
population. Néanmoins ce résultat est à considérer avec prudence car 40% de ces derniers ont par ailleurs affirmé ne pas les lire. Les réponses les plus plébiscitées sont donc en faveur de l'utilisation de médias et spots publicitaires (37%). Celles concernant les conférences, ne représentant que 3.65% des sondés, ne sont par conséquent pas suffisamment représentatives.

Rapport entre la demande de livrets d'informations et leur lecture



Une bonne diffusion des informations est essentielle et le choix des supports à utiliser l'est encore davantage. En effet, les résultats concernant l'attention portée aux livrets d'informations démontrent que seules les personnes intéressées sont disposées à les lire. Les signataires des offres alternatives sont les plus réceptifs avec un taux de lecture de 70%, puis de l'offre Bleu en diminution à 50% et enfin l'offre Initial avec seulement 31%. Les raisons données sont, principalement, un manque d'intérêt (50%), un contenu trop long (31%) et trop complexe (10%).

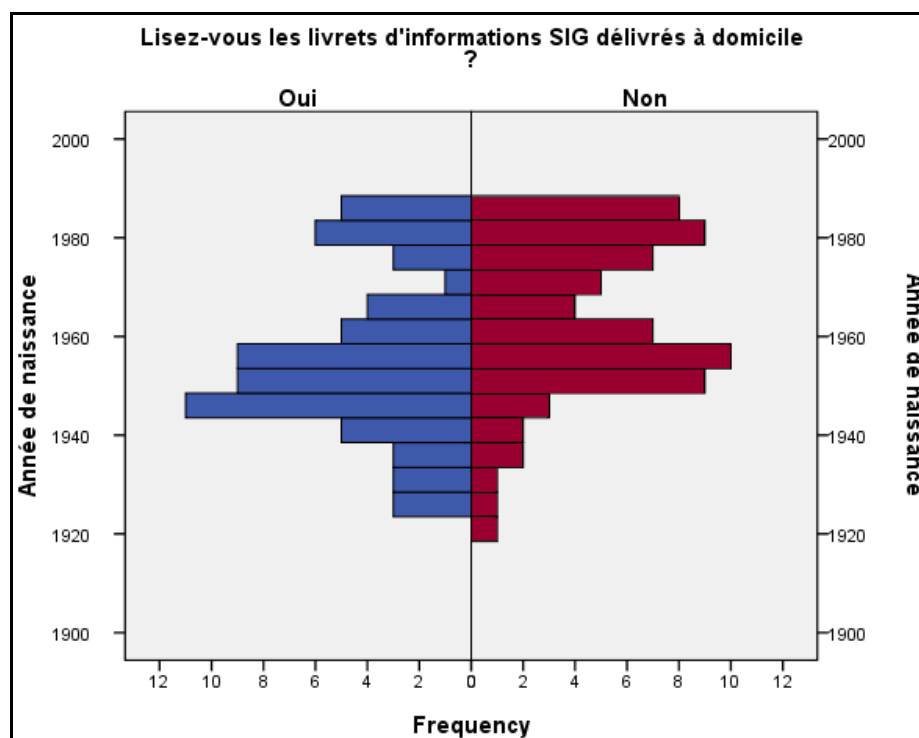
Rapport entre l'offre utilisée et le taux de lecture des livrets



Il est intéressant de noter le paradoxe qu'il existe entre ces différents résultats. En effet, nous avons vu précédemment que les signataires de l'offre Initial ont considéré à 70% que les SIG ne communiquent pas suffisamment d'informations quant à leurs offres; mais lorsqu'ils en reçoivent par le biais des livrets, ils ne les lisent pas pour autant. Cette contradiction est encore plus surprenante si l'on prend en considération que les consommateurs de cette offre ont dû, non seulement s'informer, mais effectuer une démarche pour la souscrire. Nous pouvons donc en déduire que ce support est, soit inadapté pour ce type d'utilisateurs, soit que le prix est l'unique critère qui détermine leur choix.

De plus, nous pouvons remarquer ci-dessous que les livrets sont consultés à 70% par des personnes de 50 ans et plus au détriment des plus jeunes.

Taux de lecture des livrets d'informations par âges



Par ailleurs, plusieurs remarques ont été évoquées par les personnes interrogées à propos des nouvelles énergies et de leur implication dans le développement durable. Les plus importantes font référence aux livrets d'informations et à leur taux de lecture. En effet, un certain nombre a affirmé ne les lire qu'en partie ou du moins sans avoir retenu les informations pouvant les inciter à utiliser une énergie alternative. Les livrets sont souvent mis de côté dès leur réception, avec comme intention, une lecture dans un futur proche. Cependant, ils finissent bien souvent par s'empiler et la motivation de s'informer ne fait que diminuer. Il est important de noter que parmi les 65 sondés qui

ont déclaré lire les livrets, une personne sur deux en moyenne ne connaît pas la source énergétique des offres Vitale Bleu et Vert. Les résultats sont encore plus mauvais pour les offres Découverte, Horizon et Initial. Par conséquent, il faut bien distinguer ceux qui lisent les livrets avec intérêt et qui retiennent l'information, de ceux qui ne font que les survoler.

Pour conclure, il est difficile de reconnaître que les SIG ne fournissent pas assez d'informations, dans la mesure où la population ne s'y intéresse pas. Néanmoins, le support médiatique utilisé, ne touche qu'une part restreinte de la population et vaudrait par conséquent la peine d'être modifié ou développé.

3.2.2 Perception de l'offre Vitale Vert

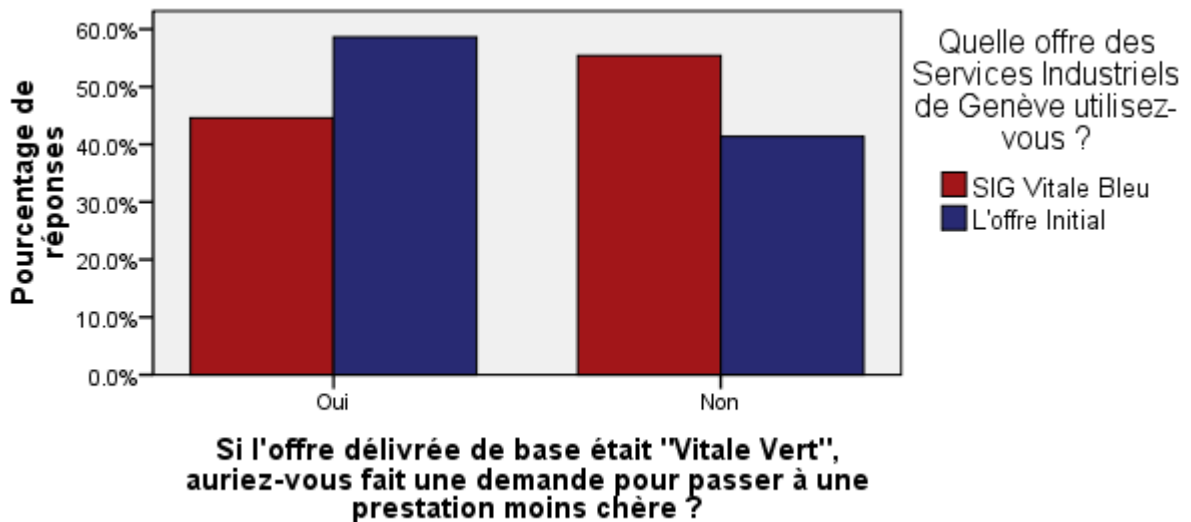
Afin de comprendre les raisons qui poussent les genevois à sélectionner à plus de 80% une offre de base, il est nécessaire d'analyser leur vision des offres proposées. Les réponses sont majoritaires à plus de 72% pour affirmer que les tarifs exercés sont, de manière générale, trop chers. Cependant, les SIG étant dans une situation de monopole, les sondés ne disposent pas de points de comparaisons en matière de tarifs. Ils ont par conséquent répondu à cette question en fonction du poids que représente la facture sur leur budget.

L'offre Vitale Bleu est choisie par une grande partie de la population, d'une part pour des raisons de prix et d'autre part parce qu'elle est proposée comme offre de base, qui nécessite une implication de la part des consommateurs pour être changée. Leur vision concernant les démarches à effectuer pour passer à une offre différente est intéressante car elle démontre qu'ils ne sont prêts à effectuer qu'un minimum d'efforts. L'offre Vitale Bleu est ainsi choisie principalement pour une raison de facilité. Cependant que se passerait-il si les SIG décidaient de proposer comme offre de base Vitale Vert ?

Une large majorité des ménages interrogés ont affirmé qu'ils n'auraient pas changé d'offre et auraient par conséquent conservé la Vitale Vert. Il est intéressant de noter que les signataires de l'offre Vitale Bleu sont moins enclins que les utilisateurs de l'offre Initial à faire une demande pour changer d'abonnement. Une supposition qui pourrait expliquer cette tendance inverse est la période durant laquelle l'offre est choisie. En effet, les contrats sont généralement signés lors des emménagements, ce qui implique souvent un stress supplémentaire. Il est possible que l'offre délivrée de base ne soit choisie que par une volonté de régler ce souci supplémentaire rapidement, mais qu'en fin de compte, l'offre ne corresponde pas réellement aux désirs

du client. Le prix semble par conséquent ne pas être pour ces derniers le seul frein à leur motivation. Les raisons principales données pour ne pas s'abonner à l'offre Vitale Vert sont d'une part son prix (33%), d'autre part le manque d'intérêt (18%), mais surtout ce qui vient à l'appui de la théorie ci-dessus, 28% ont affirmé ne pas connaître jusqu'à son existence.

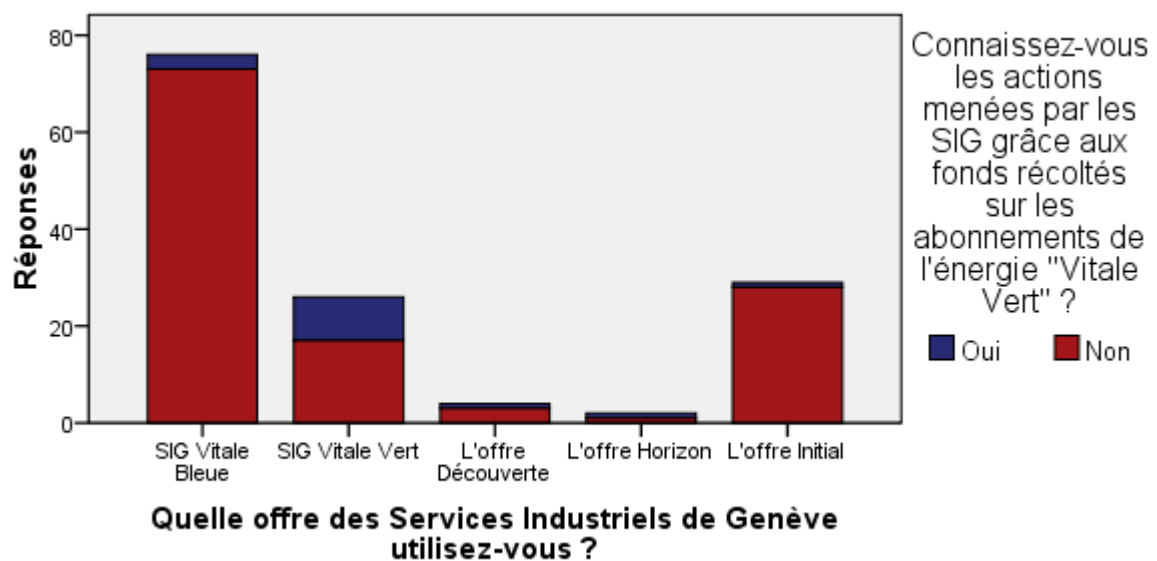
Rapport de conservation de l'offre Vitale Vert / offres Initial et Bleu



Mis à part le manque d'intérêt ou le prix élevé des énergies alternatives, dans quelle proportion les sondés connaissent-ils réellement l'offre Vitale Vert ? Les réponses aux questions 10 et 11 ont permis de déterminer la grande faiblesse des offres alternatives : le manque d'information sur leurs fonctionnalités. En effet, 54% ont répondu qu'ils ne connaissaient pas la source non-polluante ainsi que le réinvestissement des bénéfices assurés par l'offre Vitale Vert.

Les démarches menées par les SIG grâce aux fonds récoltés sont, quant à elles, passées inaperçues auprès de 90% des sondés, toutes catégories d'offres confondues. L'offre Vitale Vert reste par conséquent incomprise pour la plupart des sondés qui ne disposent pas d'informations nécessaires pour apprécier l'offre dans sa globalité. Comment parvenir à instaurer une offre alternative dans les foyers si ces derniers ne savent pas la différencier d'une offre classique ? Il faudrait par conséquent recentrer la communication, par une nouvelle promotion qui mettrait en valeur les différentes actions réalisées dans le canton de Genève, à l'aide d'exemples concrets et via un support médiatique adéquat.

Degré de connaissance des actions menées à Genève par les SIG



La population genevoise a démontré à plusieurs reprises qu'elle n'est disposée à payer un tarif supérieur que dans la mesure où elle n'a aucun effort à effectuer. C'est en effet l'une des raisons pour lesquelles l'offre Vitale Bleu a pu être instaurée dans plus de 80% des ménages genevois. Les résultats du sondage ont permis de montrer que même si les tarifs actuels sont considérés comme excessifs, ils n'auraient que peu influé sur la volonté de changement vers une offre plus économique. Cette situation paraît rappeler le système des primes concernant les assurances maladie de base obligatoires. Bien que toutes les caisses offrent les mêmes prestations, les prix, en revanche, varient de plusieurs centaines de francs par année pour les affiliés. Il est surprenant de constater que moins de 10% des personnes font la démarche de changer de caisse et cela surtout par crainte de formalités administratives ou par commodité.

Il serait par conséquent intéressant d'élaborer une nouvelle stratégie, plus radicale, en instaurant l'offre Horizon ou Découverte comme offre délivrée de base. Cette initiative disposerait de deux atouts majeurs :

1. Elle permettrait d'assurer la recherche et le développement des énergies alternatives,
2. Elle inciterait davantage la population à s'informer si elle désire modifier son offre.

Pour que cette situation soit soutenue et approuvée par la population, il est obligatoire que les SIG exposent davantage leurs différentes actions menées dans le canton. Une meilleure transparence du budget destiné au développement des énergies alternatives doit être mis en place, d'une part pour assurer aux consommateurs la destination des fonds et d'autre part pour leur montrer concrètement les actions qui ont pu être réalisées grâce à leur aide.

3.2.3 Niveau d'implication des sondés dans le développement durable

Dans l'attente des développements dans le domaine des nouvelles énergies, la population genevoise semble s'investir dans d'autres solutions écologiques. Lors du sondage, une question a été posée dans le but de comprendre si les efforts des foyers en matière de gaspillage d'énergie étaient prioritairement d'ordre économique ou écologique.

Bien que 94% de l'ensemble des sondés admettent faire attention à leur consommation d'électricité, 56% de ceux qui ont souscrit l'offre Vitale Bleu et plus de 86% de l'offre Initial ont reconnu faire attention pour une raison prioritairement économique. En opposition avec le groupe des énergies Découverte, Horizon et Vitale Vert, qui évoquent à plus de 78% une raison écologique comme motivation principale.

De plus, après avoir analysé les signataires des offres alternatives, les résultats ont montré que près de 82% disposent d'un revenu mensuel supérieur ou égal à 5'000.- CHF. Les priorités pour ces deux catégories sont donc clairement distinctes et confirment bien la théorie selon laquelle les prix constituent le principal critère pour les abonnés de l'offre Bleu et Initial, tandis que le soutien de l'environnement est considéré comme plus important, par les signataires des offres alternatives.

En tout cas, qu'il s'agisse d'une raison écologique ou économique, l'important est que la grande majorité des sondés ont affirmé faire suffisamment attention à ne pas gaspiller de l'énergie. Il semble par ailleurs que la politique en matière de gaspillage d'énergie menée par le canton de Genève ne soit pas la source de ces comportements car 65% des sondés considèrent que l'Etat ne fournit pas suffisamment d'efforts pour aviser la population. En effet, seulement 3 personnes sur les 133 qui ont répondu à cette question, ont affirmé que la politique est « tout à fait suffisante ».

Certaines remarques ont par ailleurs pris pour cible les SIG et leur politique actuelle en matière de développement durable. L'offre Vitale Vert est bien souvent considérée comme un « bricolage » permettant de se donner bonne conscience, pour la « bonne cause ». Les moyens à mettre en œuvre pour améliorer la qualité de vie des citoyens ne réside pas dans une nouvelle énergie mais d'abord dans une meilleure sensibilisation contre le gaspillage. Aucune campagne n'est menée durant les périodes où la consommation atteint son pic maximum et certains y voient un intérêt personnel pour les SIG qui réalisent ainsi de meilleures performances.

Les efforts mis en œuvre par la population pour ne pas gaspiller d'énergie sont honorables mais dans ce cas, pour quelle raison refusent-ils toujours d'utiliser une

énergie alternative ? La hausse des prix a été définie comme principale raison, cependant on peut noter que la volonté de payer diffère suivant les utilisateurs d'offres Bleu ou Initial. En effet, d'après l'ensemble des données, les réponses ont pu être répertoriées dans les catégories suivantes :

Rapport entre la volonté de payer une énergie verte et le choix de l'offre		
	Offre Vitale Bleu	Offre Initial
Ne souhaitant pas payer plus	53%	73%
Augmentation de 0-10%	40%	17%
Augmentation de 10-20%	7%	10%

Les résultats supérieurs à 20% d'augmentation n'ont pas été pris en compte dans ces données car ils ne correspondent pas aux offres proposées par les SIG.

On peut noter qu'une part non négligeable des sondés, serait disposée à payer plus cher son électricité pour valoriser le développement durable. Les signataires de l'offre Vitale Bleu sont les plus enclins à passer à l'offre Découverte qui représente en moyenne 10% d'augmentation sur la facture. Ceux qui ont opté pour l'offre Initial sont plus réticents et ne souhaitent pas, en grande majorité, voir leur facture augmenter. Par ailleurs, les résultats obtenus par rapport aux partis politiques, ont démontré que 74% des sondés de gauche seraient prêts à majorer leurs factures, contre 31% de droite.

Encore une fois le prix joue un rôle principal dans ces observations qui peuvent, en partie, s'expliquer si on les met en corrélation avec les différentes fourchettes d'âges. En effet, le tableau ci-après indique que l'offre Initial a été principalement choisie par les moins âgés.

	Vitale Bleu	Vitale Vert	Offre Découverte	Offre Horizon	Offre Initial	Total
20-39	18	6	2	1	16	43
40-64	43	11	2	1	11	68
65-79	12	5	-	-	-	17
>80	3	3	-	-	-	6
Total	76	25	4	2	27	134

Pour conclure, il convient de bien différencier les offres SIG Vitale Bleu et Initial, car les résultats démontrent que l'implication dans le développement durable, pour ces deux dernières, dépend des moyens dont ils disposent. Les deux catégories admettent ne pas détenir suffisamment d'informations, mais la volonté d'évoluer vers une offre alternative, pour les signataires de l'offre Bleu, est supérieure à celle pour l'offre Initial. Il est probable que ceux qui ont conservé l'offre de base ne s'étaient pas renseignés sur les différents choix proposés et sont par conséquent plus enclins à souscrire une offre alternative.

3.3 Pistes de réflexion pour la stratégie de communication des SIG

3.3.1 Niveau promotionnel

Les Services Industriels de Genève ont opté pour une stratégie de promotion plutôt agressive, avec notamment une offre délivrée de base, qui pousse le consommateur à la conserver. Le manque d'intérêt des genevois pour les énergies dans leur globalité a permis au fournisseur d'imposer l'offre Vitale Bleu dans la majorité des foyers, saisissant ainsi l'opportunité de proposer une offre renouvelable à grande échelle, à un tarif qui n'est pas le plus avantageux.

La communication des SIG dans le canton de Genève est bien active, cependant elle présente l'inconvénient, d'après les résultats du sondage, de n'atteindre qu'une partie restreinte de la population. En effet, l'intérêt pour les énergies alternatives diffère pour chaque individu et s'il est faible, il est presque évident que l'information ne sera pas retenue. C'est pourquoi le support principal utilisé par les SIG, les livrets annexés aux factures, ne semble pas avoir l'impact escompté. Afin de ne pas se limiter à informer uniquement les personnes intéressées, il faudrait mettre en place une stratégie de promotion qui informe le client sans qu'il n'ait d'efforts ou de démarches à effectuer. La promotion actuelle est basée sur l'intérêt que voue la population genevoise aux énergies alternatives et leur impose de devoir prendre du temps pour lire les livrets, ou se renseigner sur leur « site internet participatif ».

L'utilisation de médias publicitaires semble être la plus communicative, car elle permet d'élargir le public-cible en le sensibilisant tout en l'informant. Il existe différents moyens pour mettre en place cette nouvelle stratégie promotionnelle tels que :

- L'utilisation de médias télévisuels avec comme première opportunité la chaîne locale genevoise, « Léman Bleu », qui, à moindre coût par rapport aux autres médias nationaux, s'adresse à plus de 55'000 téléspectateurs quotidiens.
- Un autre type de média serait très efficace pour diffuser l'information en masse sur l'ensemble du canton : les radios locales. Il dispose du même principal argument convaincant que la télévision car il permet de cibler l'ensemble de la population genevoise.
- La dernière proposition vient en faveur des journaux gratuits, tels que le «Matin Bleu » ou le « 20 Minutes ». Ces derniers disposent d'un avantage certain par rapport aux livrets d'informations délivrés dans les boîtes aux lettres de par leur

distribution plus individuelle et dans un contexte, plus attractif, d'information actualisée. Ils pourraient ainsi développer l'intérêt pour les nouvelles énergies auprès des genevois et sensibiliser davantage les plus jeunes.

3.3.2 Niveau prix

Le prix élevé des offres alternatives, et plus précisément de Vitale Vert, est dû en grande partie aux fonds récoltés sur les abonnements. Ces derniers font partie intégrante des engagements que se sont fixés les SIG et sont une valeur ajoutée qu'il ne faut pas négliger. En effet, Vitale Vert est perçue par les sondés comme une offre qui ne dispose que d'un unique intérêt : l'électricité fournie est puisée d'une source respectueuse de l'environnement. Cependant beaucoup ignorent (90% des sondés) les actions menées en parallèle et, par conséquent, ne peuvent juger de la qualité de l'offre dans sa globalité. Un prix élevé nécessite une raison pertinente pour permettre au public d'y adhérer.

C'est pourquoi, il est nécessaire que les SIG fournissent davantage d'informations sur les raisons qui les poussent à fixer un prix aussi élevé. De plus, grâce à la tendance et aux débats actuels pour les énergies propres, les coûts de production prévus pour les années à venir sont en forte diminution. Les tarifs pourront ainsi être revus à la baisse, ou du moins se rapprocher des autres offres et ainsi toucher la population qui refuse de s'investir pour des raisons purement économiques.

Le futur des énergies alternatives est en bonne voie, c'est pourquoi il est nécessaire d'en faire part à la population. Il ne s'agit pas d'une mode à court terme qui n'aura plus lieu d'être, d'ici quelques années. De plus, si une part de la population ne choisit son offre qu'en fonction du prix, il est indispensable de les informer correctement des retombées positives d'un recours croissant aux énergies alternatives, sur l'évolution de leur prix à la baisse.

3.3.3 Niveau produit

L'offre SIG Vitale Vert permet le développement de nouveaux projets et d'une infrastructure durable dans le canton de Genève. Par conséquent, ses caractéristiques ne se limitent pas seulement à fournir une électricité « propre », bien qu'une grande partie des sondés en soit convaincue. Il faudrait recentrer l'intérêt du produit sur ses caractéristiques et effectuer une meilleure communication auprès de la population. Une meilleure transparence de l'utilisation des fonds prélevés sur les abonnements pourrait ainsi concrétiser davantage le produit et lui apporter une plus grande notoriété. Le site

internet des SIG constitue l'une de leurs principales sources d'information, cependant la section réservée à l'offre Vitale Vert se limite à une maigre page qui n'est que peu exploitée. Il faut susciter davantage l'envie du consommateur, en lui exposant des exemples concrets sur les projets qui ont pu voir ou verront le jour à Genève. De plus, l'organisation de visites sur le site de la centrale « Solare 3 » serait un excellent moyen de publicité pour des coûts raisonnables. Cette dernière est actuellement la plus grande centrale photovoltaïque de Suisse, c'est pourquoi il faudrait l'intégrer davantage dans la communication des SIG.

4. Mise en perspective de l'étude

La distribution du sondage a été très difficile car la majorité des personnes interrogées refusaient d'y répondre une fois le sujet communiqué. Les énergies renouvelables ne semblent pas être une priorité pour la population genevoise et ce manque d'intérêt se répercute sur les résultats. Dès la première question, ceux qui ne connaissent pas leur offre, en moyenne une personne sur deux, décident en général de ne pas continuer. Afin d'éviter cette situation, une grande partie des sondages a été réalisée directement au porte à porte, afin de leur laisser le temps nécessaire pour rechercher les informations sur leurs factures. La majorité des sondés ne devaient d'ailleurs jamais les avoir lues, car ils ne savaient pas que les données de leurs offres y étaient inscrites.

Les données récoltées n'ont malheureusement pas pu être exploitées de manière optimale pour élaborer des statistiques plus poussées. Bien que représentatif de la population de Genève, l'échantillon n'a pas atteint un nombre suffisant de personnes, car les difficultés rencontrées pour obtenir les renseignements demandés ont été sous-estimées. En effet, à mon grand regret, le thème de cette étude n'a pas suscité l'intérêt escompté auprès des gens interrogés. C'est pourquoi, l'analyse ne porte que sur 139 sondages et les conclusions tirées sont plus à considérer comme une tendance des attitudes de consommation d'énergie électrique des ménages du canton.

Néanmoins, nous pouvons constater que les comportements relevés dans cette étude, face aux différents thèmes (tarifs trop chers, méconnaissance des offres, informations liées aux factures), corroborent les propos recueillis lors de l'entretien avec Madame Sylvianne Garcin, responsable clientèle des SIG (cf. entretien complet en annexe). En effet, cette dernière confirme que des efforts restent à faire dans la communication des SIG, pour mieux sensibiliser les consommateurs.

L'électricité est un thème bien abstrait qui nécessite une bonne connaissance pour pouvoir s'y retrouver et il est en effet difficile de comprendre comment est calculé le montant de la facture. Cette dernière, bimestrielle, se base sur une consommation estimée de l'année précédente. C'est pourquoi, contrairement aux autres paiements « courants », comme la note de téléphone, d'assurances et autres, l'attention se porte plus sur le montant et l'échéance du paiement que sur la conformité des chiffres. Les autres informations contenues ne sont donc pas lues, c'est à mon avis l'une des raisons pour laquelle une si faible partie de la population ne connaît pas l'offre qu'elle a souscrite.

Les impressions et commentaires reçus en retour des sondages étaient très constructifs car ils allaient souvent dans un sens commun. Le développement durable leur semble, de manière générale, être un sujet important et la majorité a affirmé réaliser des démarches autres que le choix d'une consommation d'énergie alternative. La transparence de l'utilisation des fonds récoltés ne leur paraît pas suffisante et c'est pourquoi ils préfèrent apporter une contribution directe et plus concrète à la préservation de l'environnement. Les exemples les plus cités sont les achats électroménagers à faible consommation d'énergie, l'utilisation d'ampoules économiques et l'extinction des appareils en veille.

Pour conclure, la population semble suffisamment intéressée pour s'impliquer dans le développement durable, en général, mais certaines catégories, comme la consommation électrique, ne sont pas à leurs yeux assez significatives et c'est pourquoi ils préfèrent se tourner vers d'autres alternatives.

5. Conclusion générale

Préserver l'environnement est l'un des défis les plus urgents que nous devons relever pour notre avenir et celui des générations futures. Réduire nos émissions de gaz à effet de serre devient impératif si l'on veut éviter une catastrophe climatique et l'épuisement de nos ressources fossiles. Il est donc grand temps de passer avec détermination aux nouvelles énergies renouvelables. Il ne faut plus attendre pour se fixer des buts ambitieux et des règles strictes en matière d'économies d'énergie. A cet effet, les SIG se sont engagés, à travers leur projet Eco21, non seulement à maîtriser la consommation d'électricité par habitant à Genève, mais à diminuer celle-ci pour revenir à son niveau de 1990. Dans le but d'atteindre cet objectif, ils apportent des conseils et des solutions pour informer et sensibiliser les genevois, afin qu'ils adoptent un comportement plus responsable. De plus, les SIG, à travers la gamme SIG Vitale, donnent la possibilité au consommateur de choisir une électricité produite à partir d'énergies renouvelables.

L'étude du sondage a montré que l'intérêt porté aux énergies alternatives est relativement bas dans le canton de Genève, toutefois la population a néanmoins pris conscience de l'importance actuelle de préserver l'environnement. L'électricité est un domaine complexe, dont l'implication n'apporte pas une vision suffisamment concrète pour être appréciée auprès des consommateurs. Les différentes offres proposées par les SIG sont méconnues par une grande partie des personnes sondées, ce qui laisse supposer que la population genevoise n'en est pas plus informée. D'autre part, les différentes actions menées grâce aux fonds récoltés sur les abonnements Vitale Vert ne sont pas suffisamment valorisées et de ce fait la différenciation avec l'offre renouvelable délivrée de base (Vitale Bleu) se fait difficilement. Il est essentiel que les SIG recentrent leur communication sur les opportunités qu'apportent les offres alternatives, ainsi que les prévisions sur les évolutions futures du marché photovoltaïque.

Cependant ces informations doivent être transmises par un support médiatique suffisamment pertinent qui toucherait l'ensemble de la population. En effet, les livrets d'informations dans les boîtes aux lettres représentent le support principal utilisé par les SIG, mais ils ne sont lus que par une minorité. Il faudrait par conséquent définir une nouvelle stratégie de promotion basée sur d'autres types de médias à plus grande notoriété, comme la télévision, les journaux ou les radios locales. Ce mode de communication doit toutefois être soutenu par la politique environnementale mise en place par le canton de Genève car les SIG, en tant que collectivité publique, doivent

veiller à ne pas gaspiller l'argent du contribuable et ne peuvent donc se permettre d'effectuer des campagnes de sensibilisation trop importantes.

Pourtant, l'enjeu de cette communication est capital car les résultats démontrent qu'une partie conséquente des sondés serait disposé, malgré le prix, à s'investir davantage dans les énergies alternatives. Encore faudrait-il que les démarches administratives ne soient plus un frein à leur volonté de changer d'offre car celles-ci constituent un obstacle non négligeable. En effet, près de la moitié des sondés ont déclaré qu'ils conserveraient l'offre la plus chère du marché, si elle était proposée comme offre de base.

Que quelques personnes motivées prennent de bonnes résolutions ne suffit pas. La difficulté réside dans les actions à mener pour réussir à convaincre les gens qui ne sont pas dans cette optique. La volonté généralisée de changement est encourageante, cependant avons-nous vraiment le choix ? Jusqu'à présent nous sommes contentés de consommer les ressources naturelles dont est composée la planète, mais cela ne peut continuer pour les générations futures. En fait, l'économie est étroitement liée à l'écologie, et l'un ne peut perdurer sans l'autre, de sorte que l'avenir ne sera assuré que par une modification radicale des habitudes de consommation.

6. Bibliographie

SERVICE CANTONAL DE L'ENERGIE, Site du Département du Territoire, <http://etat.geneve.ch/dt/accueil.html>

SERVICES INDUSTRIELS DE GENEVE, Site des Services Industriels de Genève, www.sig-ge.ch

«MISE EN PLACE D'UNE SOCIETE A 2000 WATTS, ETUDE DU CAS DE GENEVE», Thalmann Philippe, EPFL, 30 avril 2008. <http://reme.epfl.ch>

«LES ENJEUX DU MARCHE DE L'ELECTRICITE», Philippe Durr, 20 mai 2008, www.common-romandie.ch

ECO21, Site d'Eco21, <http://www.eco21.ch>

«L'AVENIR PROMETTEUR DES ENERGIES RENOUVELABLES», Magazine Bilan, No 261, 19 novembre 2008.

«ANALYSE DE PROPENSION DES ASSURES A CHANGER DE CAISSE», Site Camparis, www.camparis.ch

«A TARGET GROUP-SPECIFIC APPROACH TO "GREEN" POWER RETAILING: STUDENTS AS CONSUMERS OF RENEWABLE ENERGY», Department of Human Geography, Freiburg University, 21 janvier 2004.

«PSYCHOLOGICAL DETERMINANTS OF ATTITUDE TOWARDS AND WILLINGNESS TO PAY FOR GREEN ELECTRICITY», Department of Psychology, Goëteborg University, 6 juillet 2007.

«CONSUMERS CHOICES AMONG ALTERNATIVE ELECTRICITY PROGRAMS IN GENEVA», Haute Ecole de Gestion de Genève, 2007.

« RAPPORT D'ENQUETE, SONDAGE INFOBESITE », Haute Ecole de Gestion de Genève, 2006

« WIKIPEDIA, L'ENCYCLOPEDIE LIBRE », Site Wikipédia, <http://fr.wikipedia.org>

7. Annexes

7.1.1 Réponses du sondage par question

Questions Réponses	n	#Obs	% (#Obs/n)
Q1) Quelle offre des SIG utilisez-vous ?			
SIG Vitale Bleu	76	137	55.47
SIG Vitale Vert	26	137	18.98
L'offre Découverte	4	137	2.92
L'offre Horizon	2	137	1.46
SIG Initial	29	137	21.17
Q2) De quelles offres connaissez-vous les sources énergétiques ?			
SIG Vitale Bleu	52	137	37.96
SIG Vitale Vert	48	137	35.04
L'offre Découverte	5	137	3.65
L'offre Horizon	3	137	2.19
SIG Initial	22	137	16.06
Aucune	60	137	43.80
Q3) Pensez-vous que les SIG fournissent assez d'informations pour promouvoir leurs offres ?			
Tout à fait d'accord	22	138	15.94
Plutôt d'accord	51	138	36.96
Plutôt pas d'accord	39	138	28.26
Pas du tout d'accord	26	138	18.84
Q4) Quel serait le moyen le plus efficace pour une meilleure information ?			
Envoi d'e-mails aux particuliers	20	137	14.60
Catalogues informatifs dans les boîtes aux lettres	19	137	13.87
Organisation de conférences	5	137	3.65
Livrets d'informations envoyés avec les factures	41	137	29.93
Utilisation des médias, journaux, spot publicitaire	52	137	37.96
Q5) Sachant que l'offre Vitale Vert favorise le développement des énergies alternatives, pour quelle raison n'êtes vous pas abonné à cette offre ?			
Je ne connaissais pas son existence	32	117	27.35
Son prix est trop élevé	34	117	29.06
Par manque d'intérêt	21	117	17.95
L'offre délivrée de base me satisfaisait	18	117	15.38
Autre	12	117	10.26
Q6) Si l'offre délivrée de base était Vitale Vert, auriez-vous fait une demande pour passer à une prestation moins chère ?			
Oui	55	124	44.35
Non	69	124	55.65
Q7) Connaissez-vous, en moyenne, votre facture d'électricité bimestrielle ?			
Réponses individuelles	-	-	-

Q8) Pensez-vous que les tarifs exercés par les SIG sont trop onéreux ?

Tout à fait d'accord	28	134	20.90
Plutôt d'accord	68	134	50.75
Plutôt pas d'accord	34	134	25.37
Pas du tout d'accord	4	134	2.99

Q9) Combien seriez-vous prêts à payer en plus sur votre facture mensuelle d'électricité pour favoriser le développement durable ?

Je ne souhaite pas voir ma facture augmenter	78	138	56.52
Entre 0 et 10%	45	138	32.61
Entre 10 et 20%	12	138	8.70
Entre 20 et 30%	1	138	0.72
Entre 30 et 50%	0	138	0.00
Plus de 50 %	2	138	1.45

Q10) Saviez-vous que dans l'abonnement Vitale Vert, l'énergie puisée par la centrale électrique provient d'une source d'énergie non polluante et qu'une partie des bénéfices est réinvestie dans la recherche et l'expansion des énergies alternatives ?

Oui	63	138	45.65
Non	75	138	54.35

Q11) Connaissiez-vous les actions menées par les SIG grâce aux fonds récoltés sur les abonnements de l'énergie Vitale Vert ?

Oui	16	139	11.51
Non	123	139	88.49

Q12) Pensez-vous que la politique exercée par le canton de Genève pour réduire les gaspillages d'énergies de la population est suffisante ?

Tout à fait d'accord	3	134	2.24
Plutôt d'accord	44	134	32.84
Plutôt pas d'accord	60	134	44.78
Pas du tout d'accord	27	134	20.15

Q13) Lisez-vous les livrets d'information délivrés à domicile par les SIG ?

Oui	67	139	48.20
Non	72	139	51.80

Q14) Si vous ne les lisez pas, quelle en est la raison ?

Je ne suis pas intéressé	37	88	42.05
Le contenu est trop long à lire	24	88	27.27
Le contenu est trop complexe	8	88	9.09
Je n'en ai jamais reçu	6	88	6.82
Je lis les livrets	12	88	13.64

Q15) Faites-vous attention à votre consommation d'électricité ?

Pour des raisons d'économies	59	125	47.20
Pour des raisons environnementales	50	125	40.00
Autre	16	125	12.80
Parce que l'impact sur la facture est faible	6	13	46.15
Parce que l'impact sur l'environnement est faible	4	13	30.77
Autre	3	13	23.08

Q16) Genre			
Féminin	79	138	57.25
Masculin	59	138	42.75
Q17) Année de naissance			
Réponses individuelles	-	-	-
Q18) Nationalité d'origine			
Suisse	116	137	84.67
Autre	21	137	15.33
Q19) Profession			
Femme/Homme au foyer	5	139	3.60
Employé	64	139	46.04
Indépendant	12	139	8.63
Cadre moyen	12	139	8.63
Cadre supérieur	8	139	5.76
Etudiant	9	139	6.47
Sans emploi	0	139	0.00
Retraité	23	139	16.55
Autre	6	139	4.32
Q20) Quel est le revenu brut mensuel de votre ménage ?			
Moins de 3'000 CHF	8	114	7.02
Entre 3'000 et 5'000 CHF	27	114	23.68
Entre 5'000 et 7'500 CHF	33	114	28.95
Entre 7'500 et 10'000 CHF	20	114	17.54
Plus de 10'000 CHF	26	114	22.81
Q21) De combien de membres est composé votre ménage (vous y compris) ?			
1 personne	48	139	34.53
2 personnes	51	139	36.69
3 personnes	22	139	15.83
4 personnes ou +	18	139	12.95
Q22) Quelles sont vos tendances politiques ?			
Très à gauche	2	100	2.00
Gauche	22	100	22.00
Centre	47	100	47.00
Droite	28	100	28.00
Très à droite	1	100	1.00

7.1.2 Questions concernant les informations générales du sondage

Question 16. *Genre*

Cette information vise à déterminer si les hommes ou les femmes ont les mêmes attitudes vis-à-vis du développement durable. Il est possible qu'une catégorie soit plus disposée à utiliser des énergies alternatives et qu'une tendance puisse être discernée. Cette question a pour but de déterminer si le genre de la personne influe réellement sur le choix de son électricité.

Question 17. *Année de naissance*

L'âge du sondé a-t-elle une conséquence directe sur son choix d'électricité ? Conformément à l'idée reçue, les jeunes (18-30 ans) seraient moins enclins à utiliser les énergies alternatives pour des raisons évidentes de budget mais sont mieux informés de part les campagnes de sensibilisation qui les visent directement. Ceux d'un âge plus élevé, au contraire, disposent des fonds suffisants, mais ne vouent que peu d'intérêt au sujet.

Question 18. *Nationalité d'origine*

D'après l'Office fédéral de la statistique, Genève comptait pour la fin de l'année 2008, 38.9% d'étrangers. Les pays les plus représentés dans le canton sont le Portugal (33'134 habitants), la France (23'433), l'Italie (20'383), l'Espagne (13'640) et le Royaume-Uni (6'720). Ces pays sont-ils plus sensibilisés aux énergies renouvelables que le canton de Genève et leurs attitudes sont-elles différentes ?

Question 19. *Profession*

La profession a pour but de distinguer le milieu social du sondé. Un employé ne répondra pas forcément aux questions de la même manière qu'un étudiant ou un chômeur. Les différencier est essentiel pour ne pas fausser les données. Bien que le sondage ait été réalisé dans un environnement neutre, la majorité des réponses devraient être des employés.

Question 20. *Quel est le revenu brut mensuel de votre ménage ?*

Question sensible qui risque de ne pas obtenir de réponse par l'ensemble des sondés. La logique voudrait que les ménages disposant de fonds importants soient les plus disposés à souscrire à une offre renouvelable.

Question 21. *De combien de membres est composé votre ménage (vous y compris) ?*

Le nombre de membres d'un ménage a-t-il une influence sur le choix d'une offre ? Les familles nombreuses seront peut-être plus regardantes sur la nature de l'offre qu'ils utilisent afin de réaliser des économies. De plus, cette question permettra de vérifier si le montant de la facture correspond à la taille du ménage. En effet, le montant de la facture bimestrielle moyen pour une personne est de 96.- CHF et pour une famille de 170.- CHF.

Question 22. *Quelles sont vos tendances politiques ?*

Le canton de Genève compte plusieurs partis politiques dont les plus importants sont :

- L'Union Démocratique du Centre : 21.1%
- Le parti Socialiste : 19.1%
- Les Verts : 16.4%
- Le parti Libéral : 14.8%
- Le parti Démocrate-Chrétien : 9.7%
- Le parti Radical : 7.7%

Afin de conserver l'intimité des sondés, ces différents partis n'ont pas été répertoriés dans le sondage et ont été remplacés par leurs orientations politiques, allant de l'extrême gauche à l'extrême droite. Les partis de gauche sont généralement mieux informés et plus sensibles au développement durable avec comme grande catégorie phare « les Verts ».

7.1.3 Entretien du mardi 24 février 2009, avec Madame Sylvianne Garcin, responsable clients des SIG

Serait-il envisageable de proposer à vos clients une offre alternative comme offre de base ?

La période difficile pousse les consommateurs à prendre une offre à la baisse. Ils sont très focalisés sur l'augmentation de leur facture alors que l'énergie est au même prix qu'en 1999. Ils ne se rendent pas bien compte, que derrière nous avons un produit de meilleure qualité. Leur proposer une offre alternative est compliqué c'est pourquoi pendant le printemps nous allons écrire à tous les genevois, principalement aux utilisateurs de Vitale Bleu, pour leur demander de nous aider à développer encore plus le solaire à Genève. Nous avons besoin de moyens de production supplémentaires, car nous avons pour objectif de baisser la consommation d'électricité, mais on a constaté qu'elle augmentait. Elle augmente parce que les besoins sont plus grands, tout est électrique et nous ne faisons pas forcément attention à notre consommation d'électricité. Toute une éducation est à faire entre le mieux et le moins consommer, et il reste encore un grand pas à faire dans ce domaine.

Vous ne pensez pas que cela pourrait permettre aux clients de mieux se renseigner sur les nouvelles énergies ?

Ce qu'il faut savoir à propos de l'électricité, pour le client en général, c'est qu'il ne s'agit pas de sa préoccupation principale, dans le sens où ce n'est pas un produit palpable. Ce que le client demande, c'est que quand il rentre chez lui, il allume la télé, ça marche, sa cuisinière etc, tout doit fonctionner. Le reste ce n'est pas son souci. Comparé par exemple à un produit tel que l'eau, on la boit, on l'utilise pour manger, et elle est ainsi considérée comme une denrée alimentaire. L'électricité est immatérielle. Le client particulier a un rapport avec l'électricité qui est complètement différent. Contrairement aux entreprises qui sont de plus en plus régies par des lois sur le développement durable, mais qui doivent faire aussi attention à leurs coûts.

La société à 2000 Watt a justement été créée pour valoriser le développement durable, qu'en pensez-vous ?

Nous avons Eco21, qui s'inscrit complètement dans le projet et on est arrivé presque avant la société à 2000 Watts. Donc les deux sont ensemble, et vont dans le même sens. Mais nous nous rendons compte qu'il s'agit de toute une éducation de la clientèle. Il faut éduquer tout le monde à mieux consommer.

Ce qui est ressorti du sondage c'est que les connaissances des sondés et genevois ne sont pas très poussées en électricité. Ils ignorent par exemple la nature l'offre qu'ils utilisent.

Oui, ils ne savent pas qu'elle est marquée sur la facture. Ce que nos clients nous demandent souvent, c'est de leur faire parvenir des informations avec ce document. Mais même l'information avec la facture ils ne la voient pas, parce que la première chose qu'ils font avec est de regarder le montant en bas de la feuille et c'est tout. Mais, même quand vous leur demandez combien ils payent pour leur électricité, ils ne savent pas vous le dire, moi la première. Lors des études satisfaction, ce qui ressort principalement c'est que les tarifs sont trop chers, mais ils ne savent pas pourquoi. Cela fait des années qu'on les éduque, qu'on leur explique à travers différents livrets d'informations, mais nous nous rendons compte qu'ils ne savent toujours pas. Avec la crise les gens commencent petit à petit à se renseigner, ils s'intéressent davantage, et font plus d'effort que d'habitude, mais ce n'est pas encore évident pour tout le monde.

Quels sont les moyens de promotion que vous utilisez pour promouvoir ces nouvelles énergies ? Le sondage a démontré qu'en moyenne une personne sur deux ne lisait pas les livrets d'informations. Pensez-vous vraiment qu'il s'agit d'un mode de promotion adéquat ?

Il existe différents types de livrets envoyés pour les particuliers comme par exemple une brochure destinée aux nouveaux arrivants dans un logement. Nous leur exposons les différents produits. Nous donnons moins de livrets qu'auparavant sauf dans les cas comme celui-ci d'emménagement, car il s'agit d'un moment privilégié dans lequel le client prend contact avec les SIG, et il s'agit du meilleur moment pour leur faire prendre conscience de l'importance des différentes sources d'électricités. Dans un second plan, nous faisons parvenir des livrets attachés aux factures car nous avons l'obligation une fois par an d'informer nos clients. Il s'agit d'une loi et nous ne pouvons pas nous y soustraire. Nous nous devons de leur exposer la qualité et la provenance des énergies que nous fournissons à Genève.

Dans les différentes brochures que nous proposons, nous parlons du SIG Vitale Bleu, du SIG Vitale Vert, de l'énergie solaire, mais nous ne distribuons plus de brochures en grandes quantités.

Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas davantage les médias tels que la presse, la télévision, la radio ?

Nous avons fait principalement des campagnes d'affichages, ainsi que des apparitions dans la presse mais il faut savoir que c'est l'Etat qui nous a demandé d'arrêter. Très clairement nous n'avions pas l'autorisation de faire de la publicité, d'être trop visibles. Une campagne de publicité est mal perçue car nous dépensons l'argent du contribuable. Il faut savoir doser correctement. C'est pourquoi parfois nous faisons beaucoup de promotion parfois moins, mais nous nous sommes aperçus que dans notre dernière enquête satisfaction, les clients se plaignent car cela fait presque deux ans que nous n'avons plus communiqué, mis à part quelques informations. Les genevois souhaitent recevoir davantage d'informations, et se plaignent de ne pas en connaître davantage sur le sujet. Ce qui nous a fait plaisir et allait dans le sens de nous inciter à plus les informer.

Ce qui est ressorti dans le sondage, c'est que les clients sont disposés à effectuer un minimum d'effort pour acquérir des connaissances dans ce domaine. C'est pourquoi les médias comme la presse, la télévision ou la radio ont été perçus comme les plus intéressants. Qu'en pensez-vous ?

Ils ne veulent pas faire d'effort mais si nous leur expliquons bien, ils font la démarche. Durant la période de printemps (mai-juin) nous allons effectuer une campagne publicitaire sur SIG Vitale Vert. Un événement à Verbois va être mis en place pour expliquer la production d'énergie solaire, avec la SIG Solare 3, et nous allons par ailleurs leur proposer de choisir un produit à base de Vert, en particulier avec l'offre Découverte ou Horizon. Nous verrons ainsi si certaines choses se démarquent par rapport à cela.

L'offre Vitale Vert, dispose de nombreux avantages, car il s'agit d'une offre écologique mais en plus de cela, vous prélevez des fonds sur la facture destinés à diverses actions dans le canton de Genève.

Oui, en effet, grâce à ces fonds nous améliorons par exemple les berges du Rhône, nous nous impliquons dans différents projets et le Label utilisé par l'offre Vitale Vert nous engage à rénover de nouvelles centrales de production. C'est pourquoi seulement les convaincus vont opter pour SIG Vitale Vert.

Ne pensez-vous pas qu'il faudrait mettre davantage l'accent sur l'utilisation des fonds prélevés, car près de 90% des personnes sondées ignorent les actions menées grâce à ces fonds ?

Ils ne le savent pas parce qu'ils n'ont pas voulu se renseigner plus que ça. Nous le stipulons à chaque fois à nos clients dans nos livrets ou, par exemple, à la foire de Genève, quand on explique l'utilisation des fonds, c'est toujours la même chose : à partir du moment où l'électricité n'est pas un produit impliquant, les gens ne retiennent pas l'information. Ce qui est particulièrement frustrant. On note cependant qu'ils commencent à s'engager plus car ils désirent faire des économies d'énergies.

A ce propos le sondage a démontré que 94% des personnes faisaient attention à leur consommation d'énergie, en terme de gaspillage.

Beaucoup de clients disent faire attention à leur consommation d'énergie mais ils nous signalent aussi ne pas vouloir réduire leur confort pour autant et ils acceptent difficilement les conseils des SIG. Ils nous indiquent souvent que nous sommes mal placés pour leur donner des conseils et veulent rester maîtres de leur consommation. Nous devons rester très prudents par rapport à ça. Nous avons remarqué que beaucoup font cependant l'effort de mettre par exemple des ampoules écologiques, les gains ne se font pas beaucoup au niveau du particulier mais plus au niveau de l'entreprise. Le développement des nouvelles technologies ne vont pas vraiment dans notre sens avec par exemple les micro-ondes, les cuisinières etc. qui ont toutes des modes veilles qui consomment énormément. Nous pouvons leur donner des conseils mais ils n'écoutent pas forcément. Les utilisateurs de Vitale Vert, sont quant à eux déjà en avance et s'impliquent beaucoup. Cependant de manière générale nous avons pu observer que lorsque les clients vont acheter un nouveau frigo, ils s'orientent de plus en plus vers une gamme A+, même si cela les amènera à payer plus cher.

Les gens s'investissent donc davantage par d'autres biais qu'avec l'électricité ?

Tout à fait. Même s'ils y viennent petit à petit. Si nous parlons à nos clients en leur disant que c'est pour le bien des générations futures, ils restent très sensibles à ça quand même. Ils vont choisir le premier produit qui est abordable pour eux, c'est à dire l'offre Découverte. On a constaté fin 2006, début 2007, avec les factures d'électricité qui baissaient, que nous avons quand même eu 17'000 clients qui avaient choisi l'offre Découverte. L'offre solaire n'est cependant pas la seule énergie qu'il reste à développer : on peut citer par exemple l'éolien, la géothermie, la biomasse ou encore l'hydraulique. Il ne faut pas se le cacher, nous serons peut-être obligés de développer

un peu plus de nucléaire car à un moment donné la production ne suffira plus. Il ne s'agit pas d'une problématique propre à la Suisse mais elle est au niveau mondial. Il est vrai que le canton de Genève est le seul canton où nous n'utilisons pas de nucléaire, mais des énergies renouvelables ou alternatives. C'est un point fort du canton car nous allons dans le sens même des lois européennes en matière de développement durable.

Par rapport à l'Allemagne, qui est l'un des plus important pays d'Europe en matière d'énergie solaire, et dont l'utilisation est vraiment encrée dans l'esprit des ménages, pensez-vous que cela pourrait arriver ? Peut-être pas encore au niveau de la Suisse mais, en tout cas, dans le canton de Genève ?

A Genève nous sommes l'un des premiers cantons pour le développement de l'énergie solaire, notamment avec SIG Solare 3. Il est vrai qu'à Genève nous mettons en place un certain nombre d'actions pour valoriser un peu plus le solaire, à la fois en proposant aux entreprises de mettre des panneaux sur les toits. La difficulté que nous avons à Genève est que nous n'avons pas beaucoup de clients propriétaires, parce que la majorité des clients sont des locataires (80% de la population). Ce qui est très différent en l'Allemagne où chacun a sa maison. Ici c'est différent. C'est l'une des problématiques et nous disposons quand même d'autres technologies telles que le gaz ou une centrale à chaleur ou encore les stations d'épuration. Nous avons ainsi pas mal de moyens de productions de nouvelles énergies renouvelables.

40% des sondés ont affirmé être favorables à une augmentation de leur facture pour favoriser le développement durable, est-ce que vous pensez que c'est vrai ?

Je pense que c'est vrai, mais après lorsqu'il faut faire le pas c'est toujours difficile. Ils nous ont dit aussi, qu'ils étaient prêt à payer un peu plus cher, s'ils savent qu'ils ont un produit qui est propre et s'ils savent d'où ça vient. Nous avons un énorme travail de sensibilisation à faire dans ce sens là. Ils nous disent être disposés à payer plus mais dès que nous leur donnons une information relative à une augmentation des tarifs, parce que les coûts de productions augmentent, parce que nous sommes obligés d'aller acheter de l'électricité sur le marché, parce que nous n'avons pas les moyens de la produire en totalité, il est vrai que les réactions sont contradictoires. Je pense qu'avec une bonne explication et dans le contexte économique dans lequel on se trouve, les consommateurs sauront faire la différence à partir du moment où ils la comprennent. C'est ce que nous avons constaté au niveau des entreprises. Certaines ont choisi Vitale Vert mais nous affirment ne rien savoir sur la différence avec une autre offre. Nous n'avons peut-être pas assez favorisé et valorisé ces clients. Nous

avons fait des articles dans la presse pour dire que telle ou telle entreprise avait choisi Vitale Vert, mais il y a encore énormément à faire car l'électricité est un produit tellement banalisé et qu'elle donne l'impression d'être peu importante.

Comment se passe la promotion sur votre site internet participatif ?

Les clients n'ont pas encore pris l'habitude de se dire qu'ils peuvent trouver beaucoup d'informations et payer leur facture d'électricité sur internet. On essaye de les convaincre de plus en plus d'aller sur le site. Aujourd'hui nous avons à peu près 20'000 clients qui ont créé leur espace privé sur internet, ce qui reste relativement faible. C'est important pour nous de pousser les clients car nous souhaitons aller plus loin dans la démarche du développement durable. C'est pourquoi on leur propose le paiement de la facture électronique en direct depuis leur espace privé sur le web. Une facture sans papier, d'après les indexes qu'ils nous auront transmis. Donc c'est là qu'on leur fait prendre conscience que ce sont eux qui doivent faire certaines démarches. Autre exemple, au lieu d'appeler ou d'envoyer une lettre, quand ils déménagent, ils peuvent le faire directement sur notre site et par ce moyen nous pouvons leur diffuser quantité d'informations. Ces dernières années, nous avons beaucoup développé cette démarche mais nous nous rendons compte que le client a de la peine à aller sur internet pour l'électricité. Peut-être que les plus jeunes le feront plus facilement.

Pensez-vous que les plus jeunes sont par conséquent mieux informés de nos jours ?

Les jeunes prennent beaucoup plus conscience de tout ça et on pense que c'est la génération d'après qui ira dans ce sens là. Avec notamment l'attention portée au tri des déchets, à leur consommation d'énergie ou d'eau, et il est vrai que les enseignants vont de plus en plus dans ce sens là. Ils sont par conséquent mieux éduqués sur le développement durable. Deux personnes de notre service travaillent à plein temps en coopération avec les écoles, ils développent des programmes pour les jeunes, vont dans les classes pour expliquer différents termes du développement durable concernant l'eau, les déchets ou l'électricité. Nous faisons également des journées portes ouvertes où beaucoup de jeunes viennent se documenter.

Est-ce que vous pensez que cela marche ?

Oui, car bien souvent ce sont les enfants qui disent à leurs parents, de ne pas laisser couler l'eau du robinet, d'éteindre la lumière quand on sort d'une pièce, etc. Ils font beaucoup plus attention que nous.

Les jeunes qui emménagent ont malheureusement un manque certain de liquidités pour passer à une offre alternative, est-ce qu'ils prennent pour autant l'offre Initiale pour réduire leurs factures ?

Non, pas vraiment, ils utilisent pour la plupart l'énergie de référence et ce qu'on est en train de voir, depuis une année, c'est qu'avec la brochure qui leur montre les différents choix d'électricité, nous avons énormément de retours qui choisissent l'offre Vitale Vert sans qu'on leur ait dit qu'ils allaient bénéficier de ci ou de ça. Ils font le choix volontairement. Ils ont clairement compris que c'était leur avenir de choisir une énergie propre. Ils ont moins de moyens qu'un couple qui travaille mais ils ont déjà beaucoup plus pris conscience que payer 10.- CHF de plus par mois ce n'était pas excessif. C'est un signe que la machine est en route.

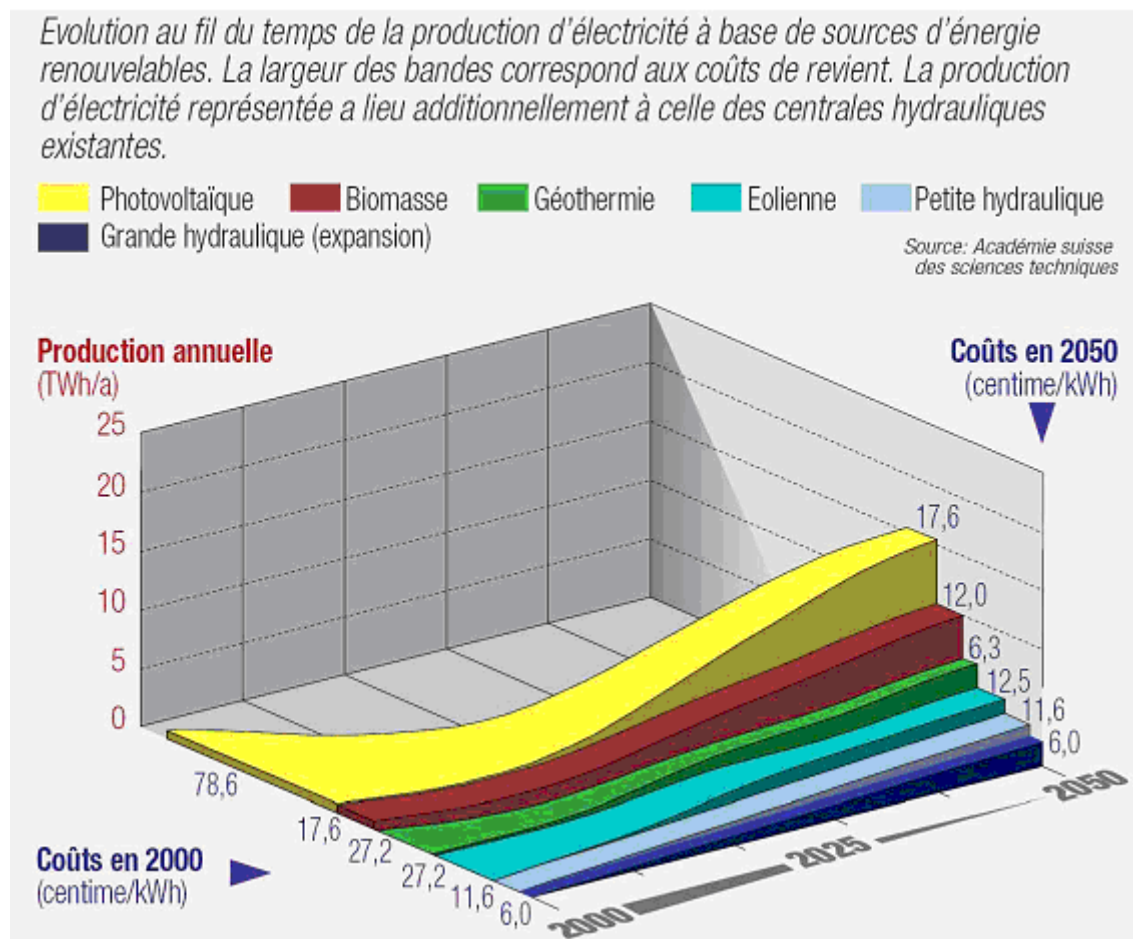
Est-ce que vous savez si les régies peuvent forcer ou inciter à utiliser telle ou telle énergie ?

Là se trouve la grosse difficulté. Les régies n'obligent pas. De toute façon, c'est plutôt le client particulier qui va imposer ce changement à la régie puisque tous les particuliers, qu'ils soient locataires ou propriétaires, reçoivent une facture d'électricité. C'est plutôt nous qui informons le client à travers sa facture ou à travers différents moyens. Il peut donc choisir son électricité sans passer obligatoirement par sa régie. Les clients finiront par forcer leur régie à prendre un produit Vert, Découverte ou Horizon plutôt que l'inverse. Les régies refusent généralement de gérer ce genre de choses. Encore une fois ce qui est très difficile à faire comprendre au client, c'est que s'il utilise une offre verte, sa lampe ne changera pas de couleur. Ce n'est pas assez concret. Nous nous engageons auprès d'eux à injecter la bonne quantité d'énergie dans le réseau, à hauteur de ce qui nous a été commandé. Nous avons au sein des SIG, des experts externes qui vérifient dans nos comptes, que nous avons respecté nos engagements.

Au niveau de la transparence, est-ce que les clients disposent de moyens pour vérifier que vous avez bien respecté vos engagements ?

Nous leur fournissons une fois par an un bilan officiel, qui leur montre combien nous avons fourni d'énergie hydraulique, fossile, solaire. Nous sommes obligés de le fournir. Nos comptes sont vérifiés par des auditeurs qui assurent que la production correspond bien à ce qui a été acheté et que nous l'avons bien injecté dans le réseau. De ce côté là, nous n'avons jamais eu de contestations et je crois que c'est bien compris par les clients.

7.1.4 Les coûts de revient reculent en Suisse



Magazine Bilan, No 261, 19 novembre 2008.