

*Analyse des résultats de l'enquête
sociologique 2024, par la sociologue
Audrey Valin (Cabinet ACTES)
Pour le Club de l'Amélioration de l'Habitat*



OBSERVATOIRE HABITANT-CONSOMMATEUR

Économie de la fonctionnalité et de la
coopération

Objectifs de l'étude

Côté Offre : Envisager des **offres techniques** concrètes d'EFC à soumettre aux habitants consommateurs dans le domaine fonctionnel de l'habitat (v/s produits blancs). Trois familles d'équipements sont ciblées :



Accessibilité (adaptation du bâti à l'autonomie des séniors et PMR).



Confort énergétique/thermique.



Connectivité (domotique, motorisation).

Côté Demande : Mesurer le degré et les raisons d'une adhésion au principe même d'EFC chez les PO afin de comprendre les **leviers à actionner** pour conduire les consommateurs à souscrire à ce type d'offres.



Connaissance de l'EFC (représentations de l'EFC et degré d'attachement à la propriété privée).



Appétence pour des offres d'EFC.



Motivations en matière d'EFC.

L'enquête quantitative par questionnaire

Les grands enseignements chiffrés



L'enquête quantitative par questionnaire en ligne

Évaluation du rapport des propriétaires-occupants (PO) à l'EFC dans son opposition de principe à la propriété privée (PP).

Établissement de corrélations entre le profil sociologique des répondants et leur rapport à l'EFC afin de vérifier l'influence des critères :

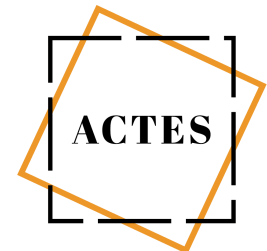
- Âge,
- CSP,
- Statut de propriétaire : accédant ou acquitté.

Échantillon : 1591 propriétaires-occupants représentatifs de la population de PO en France.

Habitat privé : appartements et maisons individuelles.

Travail conjoint :

- Cabinet d'études TBC Innovations,
- Cabinet d'expertise sociologique ACTES.



4 chiffres clés encourageants

Bonne compréhension du concept d'EFC

Dont 25% qui connaissaient avant explication

71%

88%

Forte adhésion à l'une des 3 offres d'EFC

Dont 40% seraient tout à fait prêts à souscrire à l'une des trois offres

"Baisser la facture"

Motivation principale pour l'EFC

71%

81%

"Intérêt économique"

Terme le plus associé au concept d'EFC

Une adhésion aux fondements écologiques à saisir

Pour quelles raisons pensez-vous que la situation environnementale de la planète nécessite de réviser nos façons de consommer, notamment les d'équipement de l'habitat?

Il est important d'aller vers plus de sobriété, de consommer moins

Dimension écologique
Perspective holistique

56%

Cela permet de participer à l'effort collectif d'une économie plus responsable, par une meilleure maîtrise des cycles de production et consommation des équipements

Dimension relationnelle
Perspective coopérative

26%

Il est nécessaire de choisir des produits plus respectueux de l'environnement

Dimension utilitariste
Perspective individualiste

17%

Le trio gagnant de l'EFC

Le consom'acteur au centre d'un triptyque vertueux

1. *Perspective individualiste*

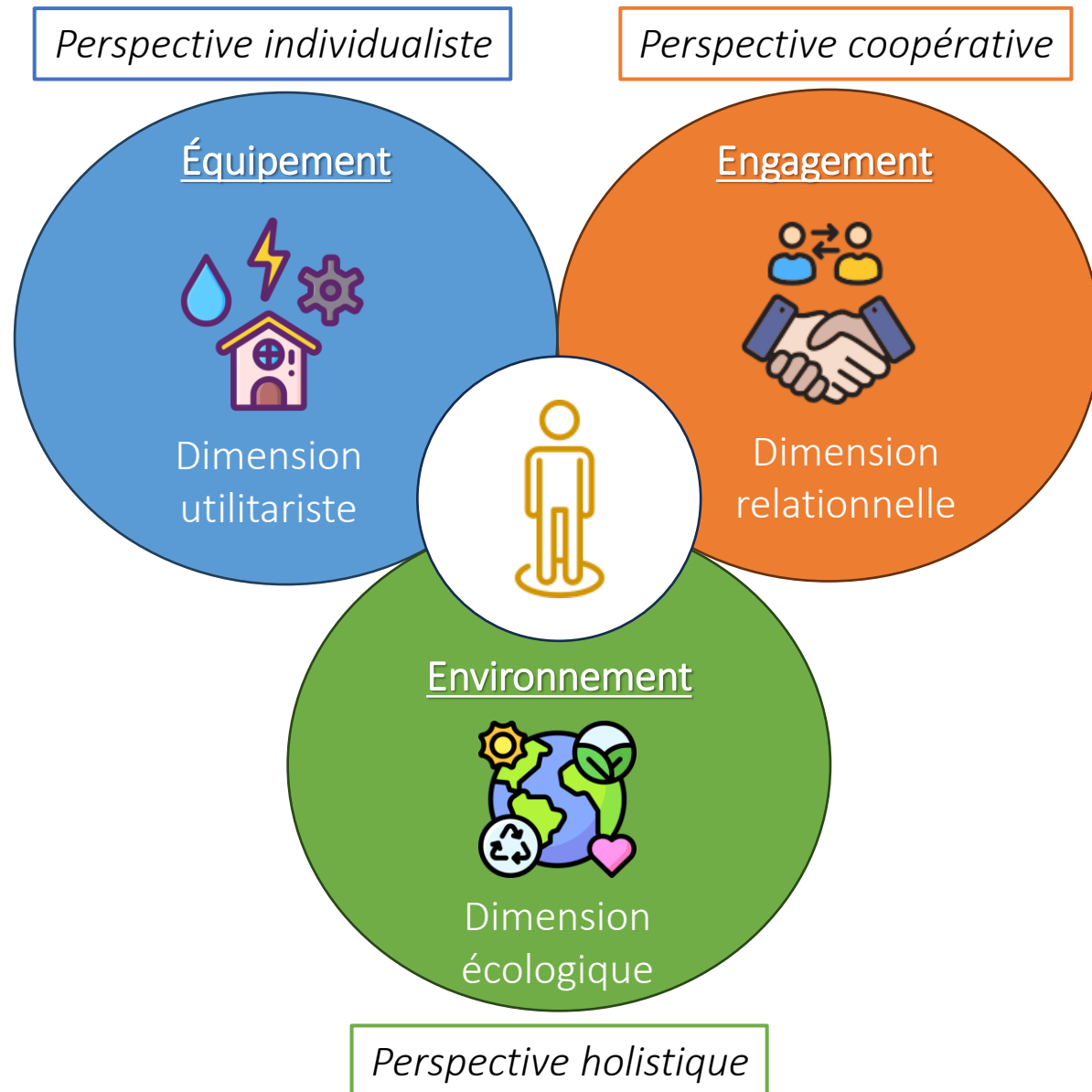
- L'équipement vertueux en lui-même
- Dimension utilitariste de l'offre en EFC

2. *Perspective coopérative*

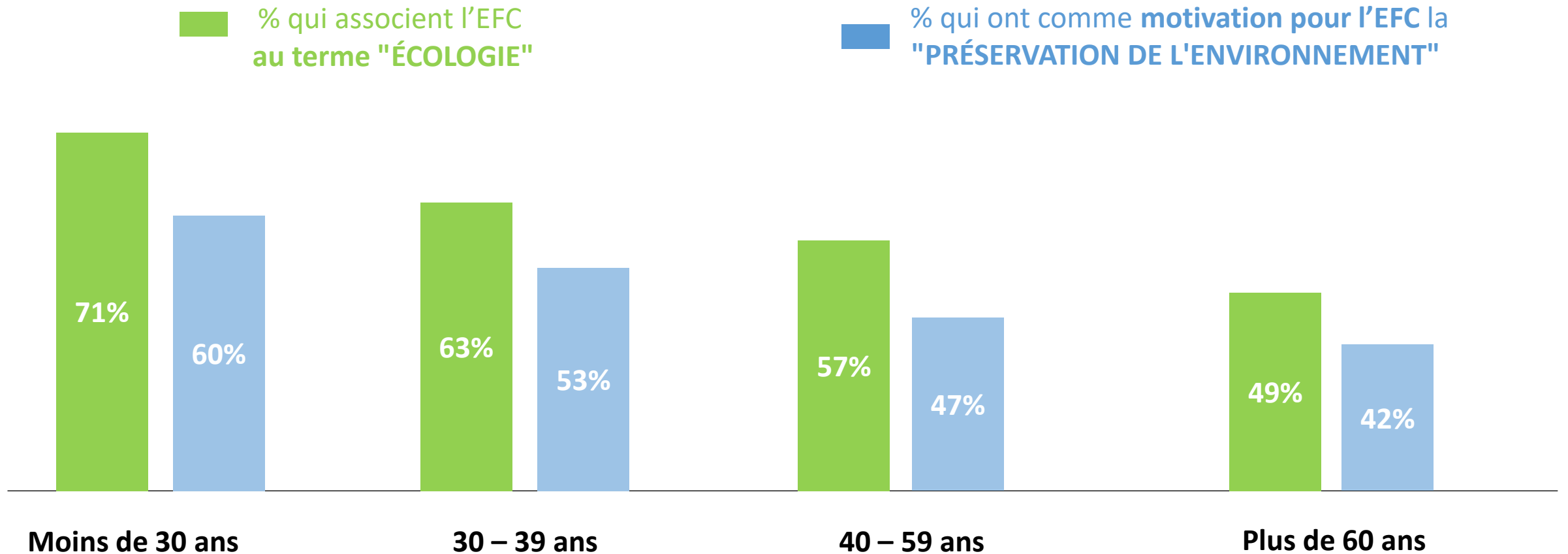
- L'engagement réciproque entre le client et le prestataire
- Dimension relationnelle de l'offre en EFC

3. *Perspective holistique*

- La préservation de l'environnement
- Dimension écologique de l'offre en EFC



Plus les PO sont jeunes, plus l'EFC résonne avec des préoccupations écologiques



% parmi les 1591 PO répondants de l'enquête menée en mars 2024

Premiers leviers d'adhésion à l'EFC

1. Communiquer sur les offres d'EFC

- Lever l'incompréhension qui nourrit des représentations de **prudence** et **méfiance**.
- **Rendre l'EFC familière** aux ménages parmi le choix d'offres de rénovation du marché.

2. Placer l'EFC au sein de la cause environnementale

- Préoccupation écologique des plus **jeunes** PO : *cf.* slide précédente. → **Ouverture du marché** sur l'avenir.
- "Pédagogie écologique" : informer la population, participer à une **culture** des enjeux environnementaux.
- Appétence citoyenne pour une consommation raisonnée et responsable **consom'action**.

L'enquête qualitative par entretiens

Des profils de propriétaires face à l'EFC



L'enquête qualitative par entretiens

Des propriétaires-occupants plutôt aisés économiquement : classes moyennes (50%), aisées (20%) et riches (30%).

Des profils de comportements face à l'EFC selon des critères de choix rationnels orientés par :

- Des représentations sociales ("droit sacré" à la propriété privée, aspect "punitif" de l'écologie...),
- Des systèmes de valeurs (respect de l'environnement, consommation responsable, individualisme...),
- Des contraintes économiques (limitation du budget, dépendance à des aides...),
- Une connaissance ou non des alternatives à la propriété des biens.

Échantillon : 10 ménages de propriétaires-occupants représentatifs de la population de PO en France.

Habitat privé : 2 appartements et 8 maisons individuelles.

Géolocalisation : France entière, avec une régionalité représentative de la population de PO en France.

Répartition par classes de revenus

Unité : euros nets mensuels

	Personne seule	Monoparentalité avec un enfant -14ans	Couple sans enfant	Couple avec un enfant -14ans	Couple avec deux enfants +14ans	Couple avec 3 enfants dont un -14ans	Entretiens menés
Seuil de pauvreté	965	1 255	1 448	1 737	2 413	2 702	
Classe populaire	< 1 530	< 1 989	< 2 295	< 2 754	< 3 825	< 4 284	
Classe moyenne	1 530 – 2 787	1 989 – 3 623	2 295 – 4 180	2 754 – 5 016	3 825 – 6 967	4 284 – 7 803	5 entretiens
Classe aisée	> 2 787	> 3 623	> 4 180	> 5 016	> 6 967	> 7 803	2 entretiens
Seuil de richesse	3 860	5 018	5 790	6 948	9 650	> 10 808	3 entretiens

Référentiel INSEE

Niveau de vie médian de la population métropolitaine en 2022

- 24 330 € annuels
- 2 028 € / mois pour une personne seule
- 4 258 € / mois pour un couple avec 2 enfants de moins de 14 ans

Distribution des niveaux de vie médian en 2022



Source INSEE : https://www.insee.fr/fr/outil- interactif/5367857/tableau/30_RPC/31_RNP#:~:text=En%202021%2C%20en%20France%20m%C3%A9tropolitaine,de%20 moins%20de%2014%20ans.

Source Observatoire des inégalités : <https://inegalites.fr/Pauvres-moyens-ou-riches-Les-revenus-par-type-de-menage>

Âges des PO de leur résidence principale

Données INSEE, recensement 2024	Population	% propriétaires	Nombre de propriétaires	Entretiens menés
Moins de 25 ans	19 889 204	4,5%	895 014	∅
De 25 à 29 ans	3 785 179	20,3%	768 391	2 entretiens
De 30 à 39 ans	8 272 007	46,1%	3 813 395	1 entretien
De 40 à 49 ans	8 474 040	56,3%	4 770 885	2 entretiens
De 50 à 59 ans	8 965 690	62,5%	5 603 556	1 entretien
De 60 à 69 ans	8 193 149	70,5%	5 776 170	2 entretiens
De 70 à 79 ans	3 687 989	75,5%	2 784 432	2 entretiens
80 ans ou plus	7106175,00	72,9%	5 180 402	∅
TOTAL	68 373 433	43%	29 592 245	10 entretiens

Localisation des PO de leur résidence principale

Données INSEE, recensement 2019	Nombre de résidences principales occupées par leur propriétaire	Part des maisons	Part des appartements	Entretiens menés
ÎLE-DE-FRANCE	15%	42%	58%	2 appartements 1 maison
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	13%	72%	28%	2 maisons
NOUVELLE-AQUITAINE	10%	97%	3%	2 maisons
OCCITANIE	10%	92%	8%	1 maison
GRAND-EST	9%	75%	25%	1 maison
HAUTS-DE-FRANCE	9%	94%	6%	1 maison
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR & CORSE	8%	69%	31%	∅
BRETAGNE	6%	92%	8%	∅
PAYS DE LA LOIRE	6%	91%	9%	∅
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ	5%	84%	16%	∅
NORMANDIE	5%	94%	6%	∅
CENTRE-VAL DE LOIRE	4%	92%	8%	∅
Total France métropolitaine	100%	79%	21%	10 entretiens

Prénom	Âge	Logement	Localisation	Revenu foyer	CSP
Adeline	41 ans	Appartement	Île de France	1 800€ net/mois	Profession intellectuelle supérieure
Laetitia	38 ans	Appartement	Île de France	4 000€ net/mois	Employée
Michel	69 ans	Maison	Île de France	6 000€ net/mois	Retraité – Profession libérale
Guy	71 ans	Maison	Auvergne-Rhône-Alpes	4 000€ net/mois	Retraité – Employé
Léa	27 ans	Maison	Auvergne-Rhône-Alpes	5 700€ net/mois	Profession intermédiaire
Martin	52 ans	Maison	Nouvelle-Aquitaine	2 800€ net/mois	Cadre
Jean	72 ans	Maison	Nouvelle-Aquitaine	4 000€ net/mois	Retraité – Profession libérale
Daria	43 ans	Maison	Occitanie	11 000€ net/mois	Cadre
Alice	67 ans	Maison	Grand Est	1 800€ net/mois	Retraité – Employée
Mathieu	28 ans	Maison	Hauts de France	4 000€ net/mois	Employé

État des lieux du rapport à l'EFC



80% des interviewés
Ne connaissent pas précisément l'EFC



50% des interviewés
Adhèrent à l'EFC dès lors qu'elle est située dans le
cadre écologique

Pas de résistance au principe d'EFC du fait d'un climato-scepticisme ou d'une revendication d'un "droit à l'abondance".

Les offres en EFC séduisent *a priori* pour :

1. Les vertus environnementales : toutes CSP et tous âges confondus.
2. Le service continu : par rapport à l'achat ponctuel, c'est une plus-value importante d'après les enquêtés.
3. Le confort du principe "clé en main" : libère de la charge mentale et de la responsabilité revenant au propriétaire. → Bonne capacité à "lâcher prise" de la part des ménages.
4. La relation de confiance avec la société prestataire : l'aspect relationnel de l'offre en EFC séduit par un besoin exprimé de « *remettre de l'humain dans notre rapport au monde* » (Alice).
 - Confiance dans l'offre elle-même : attente forte d'exemples positifs pour se rassurer face à la nouveauté.
 - Confiance dans le vendeur : repose sur le contact humain, « *la personne qui vous vend l'offre chez vous ou au magasin, c'est elle qui incarne le produit et la marque* » (Mathieu).

Profils idéaux-typiques d'habitants consommateurs face à l'EFC

Critères d'établissement des profils

- **Les représentations sociales exprimées** : droit sacré à la propriété privée, conception de l'écologie...
- **Le système de valeurs** guidant la motivation à souscrire à une offre en EFC : respect de l'environnement, consommation responsable, intérêt commun, individualisme, intérêt financier...
- **Les contraintes économiques** : limitation du budget, dépendance à des aides...
- **Le type de rationalité** orientant le choix de souscrire ou non à une offre en EFC : rationalité en finalité (économique), en valeur, en tradition, en affect, a-rationalité.
- **Besoins** exprimés en matière d'offre d'équipement fonctionnel de l'habitat en EFC : garanties souhaitées, appréhensions, attraits...

Cadre d'analyse de la sociologie compréhensive :

- **Compréhension** : le discours permet de comprendre le sens visé par l'agent lors de ses actions en matière, au travers des motifs d'action rationnels tels que les valeurs ou intérêts mobilisés pour arbitrer des choix.
- **Interprétation** : les stratégies identifiées en matière d'habitat et d'habité sont modélisées en idéaux-types.
- **Explication** : des relations causales sont établies pour formuler des recommandations de développement d'offres en EFC.

Profils idéaux-typiques d'habitants consommateurs face à l'EFC



Globalement, tous les ménages se disent soucieux de l'environnement et des enjeux écologiques, à divers niveaux (énergie, habillement, alimentation, loisirs...), avec des pratiques variées (traitement des déchets, lutte contre le gaspillage, reconditionnement, seconde main...).

Le discours sur les enjeux environnementaux renseigne sur les valeurs susceptibles d'orienter les stratégies de consommation des habitants. Ce discours **confronté au style de vie** exposé lors de l'entretien permet de saisir les types de rationalité mobilisés pour arbitrer – dans les faits – les choix de consommation.



La situation des co-propriétaires doit être traitée en particulier pour sa spécificité multi-décisionnelle. L'HC n'étant pas seul décideur, il doit négocier avec les autres acteurs, copropriétaires et syndic principalement. Le cadre d'analyse est nécessairement organisationnel afin de comprendre les jeux de pouvoir entre parties prenantes d'un projet de changement/installation d'équipement pour une offre en EF et les marges de liberté de chacun au sein des **rapports de force** inhérents au statut de la copropriété.

Profils idéaux-typiques d'habitants consommateurs face à l'EFC



Les volontaires

Ce profil va de l'engagement *a priori* dans une démarche jugée vertueuse ou au moins responsable par le **sens commun**, conformément aux **normes** sociales véhiculées par les **pouvoirs publics**, jusqu'à une réflexion plus poussée sur les inégalités mondiales dues aux modes de vie, aux systèmes économiques et politiques.



Les sceptiques

Ce profil ne rejette pas la cause environnementale. Au contraire, sa méfiance est due à une position plus "radicale" concernant les changements sociétaux à opérer en matière d'écologie. Le discours est souvent plus politique, moins consensuel, fruit d'une **réflexion critique** considérant que les solutions apportées actuellement sont inutiles ou, pire relèvent de "l'ultrasolution".



Les opportunistes

Ce profil relève typiquement de la norme sociale véhiculée par le **discours dominant la sphère publico-médiatique** en matière d'écologie, à savoir qu'il convient de réaliser de menus efforts quotidiens sans "sacrifices" qui relèveraient d'une "écologie punitive". Le **calcul coût/bénéfice individuel** guide la pratique adoptée, à défaut d'un volontarisme collectif (mondial) partagé.



Les réticents

Ce profil prolonge celui des opportunistes dont **l'intérêt individuel** prime sur le collectif. Ici, c'est moins la réflexion critique (typique de sceptiques) qui justifie le rejet mais un système de valeurs attaché à la PP parce qu'elle s'inscrit dans un **cadre connu** garantissant une sécurité rassurante. La **méconnaissance** de l'EF et des enjeux environnementaux en général caractérise ce profil.



Profil idéal-typique du volontaire

- Enclin à tester globalement toute nouvelle solution située dans le cadre de la préservation de l'environnement.
- Favorable par principe aux solutions alternatives à la surconsommation et à l'économie linéaire considérée peu responsable (culture du jetable, déconnexion de la production), ce type d'habitant **tentera volontiers le nouveau modèle**, quitte à revoir sa position par la suite, à l'épreuve des faits.
- Figure de **consom'acteur**. Réflexion sur la façon de consommer et le **mode de vie** occidental.
- Sensibilité à la protection de l'**environnement** au sens large :
 - Les ressources matérielles ("naturelles"),
 - Les ressources humaines (travailleurs).
- Actions déjà en place dans divers domaines de la **vie quotidienne** : habillement (seconde main), alimentation (filères courtes, BIO, AMAP), énergie (économie électricité/eau), loisir (réduction des voyages en avion)...
- Attentif au **greenwashing** et aux "effets rebonds" délétères (exemple de l'extraction des terres rares).

Profil idéal-typique volontaire



Laetitia | 38 ans | Classe moyenne | Urbaine

Intéressée par l'EFC et enthousiaste dès lors que cela se révèle vertueux écologiquement. Son volontarisme est érigé en principe de vie: *« Je veux faire les choses bien »*. Accepte de payer plus cher si c'est vertueux.



« Je suis team Jancovici ! Je crois qu'on est foutu mais qu'on peut quand-même faire des choses pour limiter les dégâts, collectivement et chacun à notre échelle. Tout ce qu'on peut faire pour œuvrer pour le bien de la planète il faut le faire. »



Appartement 1930
70 m²

Colombes,
Île de France

Ses garanties :

- La **confiance** dans la société prestataire (charte éthique) représentée par ses équipes (contact avec les personnes intervenant au domicile) : *« Dès lors qu'on s'engage dans la durée, c'est comme en amour, il faut de la confiance »*.
- La preuve des **vertus environnementales** de l'offre, de l'installation.
- La **souplesse de l'offre** : *« Pour le logement, comme il s'agit d'améliorer l'habitat, il n'y a pas de raison de vouloir revenir en arrière mais quand-même, l'engagement me fait peur ; les forfaits de téléphonie, je les prends sans engagement. »*

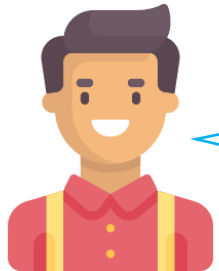
Profil idéal-typique volontaire



Martin | 52 ans | Classe aisée | Urbain

Engagé au quotidien dans un mode de vie « *raisonnable, sans être ascète* », il se veut **prudent** face aux risques de greenwashing et autres effets d'aubaine du marché pour développer des offres qui « *surfent sur la vague environnementale à seules fins financières* ».

L'EF lui paraît une bonne solution pour **pallier les tâtonnements** face à l'écologie, avec des périodes d'engouement pour des équipements qui s'avèrent moins vertueux qu'estimés dans le temps et ont coûté très cher aux particuliers.



« Avec ma PAC, j'avais fait le calcul, je ne faisais pas d'économie. Je l'ai fait par souci d'arrêter les énergies fossiles, je ne voulais plus me chauffer au fioul. Mais de la part des autorités publiques, c'est très survenu. »



Maison 1960
85 m²

Poitiers,
Nouvelle-Aquitaine

Ses garanties :

- Un **tarif fixe**. « *L'idée c'est de pouvoir maîtriser ses dépenses en évitant les surcoût de pannes imprévues, etc.* »
- L'accès au service proposé par la **disponibilité du prestataire**, « *parce que c'est le gros problème des artisans, genre les plombiers qui se savent très demandés et se sentent les rois du pétrole face au client* ».
- La **qualité de l'offre** globale, « *pas seulement l'équipement fabriqué en France ou avec des matériaux recyclés* », pourra justifier d'engager un coût dans l'ensemble plus élevé qu'un achat (exemple de sa mutuelle, chère mais éthique).
- **L'équité** de l'offre : respect de toutes les parties prenantes, « *sans un intermédiaire qui se gave sur le dos des autres* ».

Profil idéal-typique volontaire



Daria | 43 ans | Classe riche | Urbaine

Adhère sans réserve, « *hyper inspirée par le mode de vie scandinave minimaliste* » évitant le gaspillage. L'**accumulation** est selon elle une question de culture et de **statut social**. Sensible au **partage**, à l'aspect « *très humain* » des systèmes alternatifs à la consommation (ex. troc). Concrètement, elle juge la **possession** des biens **aliénante**.



« Ici, les gens achètent pour tout casser et tout modifier. Ils n'achètent pas une maison, ils achètent des mètres carrés. Alors ce n'est pas intéressant d'acheter pour l'habitat. »



Maison 1925
105 m²

Toulouse,
Occitanie

Ses garanties :

- L'**éthique** de la société prestataire : « *Il y a beaucoup de polémiques sur les patrons de grandes enseignes, on se dit qu'ils profitent sur notre dos, de nos façons de consommer* ».
- La **souplesse** de l'offre pour faciliter le changement d'équipement suivant les progrès techniques et pour éviter une charge mentale à la revente (volonté de rentabiliser l'équipement côté vendeur / contrôle de bon état côté acquéreur).
- Le **relationnel** : « *Ça se sent quand les gens sont humains ou s'ils sont juste là pour tirer des bénéfices.* »



Profil idéal-typique sceptique

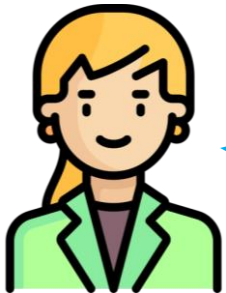
- **Méfiant** concernant les innovations situées dans le cadre de la transition écologique perçue comme artéfactuelle (marquant une **continuité** avec le système économique-financier actuel, là où il faudrait une **rupture**).
- **Vigilant** quant à la « *réelle vertu du modèle* » (Michel), ce type d'habitant a **besoin d'être convaincu**.
- La **prudence a priori** relève d'un **questionnement écologique** (non d'une fidélité au modèle de la PP).
 - « *Beaucoup trop de paradoxes entre ce qui apparaît vertueux d'un côté et s'avère mortifère de l'autre, comme avec les batteries de voitures électriques.* » (Adeline)
 - La **propriété** des biens est **affective**. Pour ce qui révèle du fonctionnel, prioriser l'usage est plébiscité : « *Le canapé, c'est du plaisir, je l'achète neuf. Mais je me fiche d'être propriétaire de mon chauffage!* » (Michel)
- Révèle le soin à apporter à des offres "honnêtes" qui ne lèsent pas les catégories sociales précaires.
 - Remise en question du fonctionnement économique et social des sociétés de **capitalisme financier**.
 - Vigilance aux inégalités → Attention portée à un « *relationnel pragmatique* » v/s « *l'idéologie utopique d'une écologie désincarnée* » (Adeline).

Profil idéal-typique sceptique

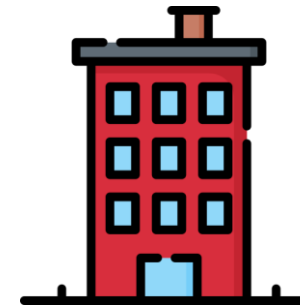


Adeline | 41 ans | Classe moyenne | Urbaine

Malgré un regard globalement pessimiste sur la « *farce du développement durable* », l'EFC (qu'elle connaissait avant l'entretien) la séduit par son **aspect relationnel**, « *à condition de faire ses preuves* ». L'autre atout perçu de l'EFC est la **remise en cause de la PP** pour plus de **partage** : « *Je suis devenue propriétaire quand j'ai pensé à ma retraite. J'ai acheté par peur de me retrouver un jour à la rue. Mais je trouve que les biens, même le logement, devraient circuler davantage entre les gens.* »



« *J'avoue mon pessimisme quant à la destinée d'initiatives très louables jetées dans un système capitaliste très vénal. Ce qu'il faut revoir, c'est la place de l'économie par rapport aux autres sphères, pas juste modifier les façons de faire du business.* »



Appartement 1969
54 m²

Créteil,
Île de France

Ses garanties :

- La **confiance** dans la société prestataire, acquise par la **transparence** sur les bénéfices financiers engendré et la façon dont ils sont utilisés : « *Puisqu'on parle d'économie d'usage, parlons de l'usage qui est fait des ressources économiques* ».
- La preuve des **vertus environnementales** de l'offre, de l'installation.
- L'**équité tarifaire** des offres afin de ne pas « *renforcer les inégalités, creuser encore davantage le fossé riche/pauvre* ».

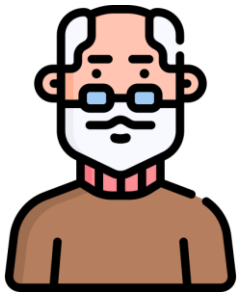
Profil idéal-typique sceptique



Michel | 69 ans | Classe riche | périurbain

D'accord sur le principe mais plus que tout **méfiant** concernant **l'intention** : *« Il faut faire attention à ce que le but initial ne soit pas dévié ; on l'a vu dans beaucoup de domaines. »*

Approuve l'aspect collectif de l'usage v/s individualisme. Ex. VAD et PMR : *« Ne pas posséder juridiquement le matériel est peut-être même l'occasion de se détacher de sa situation, de créer une communauté de vieux ou de handicapés. Que l'objet circule, ça crée un collectif finalement. »*



« Puisque la propriété n'existerait plus, elle serait transférée sur le montant du "loyer" parce que tout a un prix. Il y aura un transfert de celui qui a conçu. Il faut bien qu'il soit rémunéré. Le problème est la répercussion financière qui risque d'être élevée pour les usagers.. »



Maison 1950
100 m²

Champigny en Marne,
Île de France

Ses garanties :

- La **clarté** des conditions de l'offre, notamment **assurancielles** : *« Il faut bien cadrer l'aspect légal et la responsabilité. Que tout soit prévu, qu'il n'y ait pas de (mauvaises) surprises. »*
- La **souplesse** de l'offre: *« Ça revient à l'uniformisation qui me semble souhaitable. On doit pouvoir changer facilement de prestataire, de technicien. Parce que même si tout se passe bien, ça tranquillisera le client que je suis. »*

Profil idéal-typique sceptique



Guy | 71 ans | Classe moyenne | Périurbain

Se méfie du **surcoût à long terme** : « *Étant donné que ma logique consiste à emmener les équipements jusqu'au bout, en réparant, en entretenant soigneusement, j'ai tout intérêt à acheter.* »

Perçoit l'**utilité pour une innovation**, afin de pallier les **incertitudes** liées au manque de recul : « *Quand on ne connaît pas la fiabilité de l'équipement [l'EFC] se justifie oui, pour se prémunir de l'obsolescence, des pannes, et pour que le matériel soit changé si besoin.* »



« Je distingue deux logiques : individuelle et collective. Je vois bien l'intérêt pour une collectivité mais pour des particuliers, est-ce que ça ne revient pas deux fois plus cher à long terme ? Pour la voiture par exemple, j'y avais pensé mais ça revient beaucoup plus cher que l'achat donc j'ai laissé tomber. »



Maison 1981
120 m²

Le Gua,
Auvergne-Rhône-Alpes

Ses garanties :

- **Confiance** dans la société prestataire : « *Il faut qu'elle joue bien le jeu, qu'elle présente des labels type RGE parce que l'exemple du solaire nous a collectivement refroidi, je me méfie des nouveautés en matière d'écologie maintenant.* »
- La qualité de l'équipement, la **performance d'usage**. « *Pour un poêle à pelé, je signerais l'offre qui me garantit toute la maintenance, les réparations, le remplacement, etc. parce qu'il y a beaucoup de problème : ça s'encrasse, ça tombe en panne, donc là oui il faudrait un contrat d'entretien qui inclut tout y compris le changement.* »



Profil idéal-typique opportuniste

- Voit dans l'économie de fonctionnalité l'occasion de réaliser des **économies financières** afin d'augmenter son pouvoir d'achat.
- Les biens sont choisis stratégiquement en fonction de la meilleure rentabilité d'après une **logique individualiste**.
- Apparenté au "**passager clandestin**", ce comportement est illustré par l'argumentaire écologique selon lequel un individu seul n'a qu'une influence trop limitée sur un phénomène mondial qui implique des acteurs immensément plus décisifs que lui. « *On peut appuyer sur le frein à titre individuel mais tant que tous les pays et les grandes entreprises ne joueront pas le jeu, on continuera globalement à appuyer sur l'accélérateur!* » (Léa)
- Le **confort** prime sur les enjeux environnementaux. Les arbitrages se font d'après les **contraintes économiques**, elles-mêmes résultantes du **style de vie** choisi par le foyer.
 - **Pas de conscience écologique affirmée**, aucun discours construit sur le sujet ne ressort durant l'entretien.
 - Dans notre étude, **les plus jeunes PO** se situent dans cette catégorie.

Profil idéal-typique opportuniste



Mathieu | 28 ans | Classe moyenne | Rural

Conditionne son adhésion à certaines situations avantageuses, en particulier d'ordre économique.

Écarte la domotique d'une offre en EFC : « *Tout ce qui est domotique, je préfère acheter et avoir en plus un service entretien* » (ex. système de gardiennage du robot tondeuse).

Met en valeur la **sérénité** que peut apporter une offre en EFC : « *C'est rassurant de savoir que l'entretien ou une panne, que tout sera pris en charge. Ça enlève un poids mental.* »



« *Sur l'idée-même de l'offre, c'est intéressant, je vois surtout l'intérêt pour l'entretien au lieu de penser à le faire soi-même. On est plus serein. Je vois aussi l'intérêt d'échelonner sur quelques années plutôt que déboursier 10-15 000€ pour une chaudière.* »



Maison 1970
180 m²

Saint Riquier,
Hauts de France

Ses garanties :

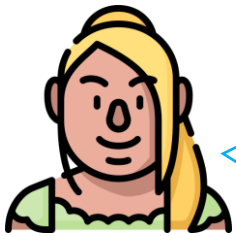
- La **rentabilité économique** : « *Le budget est déterminant ; si c'est très cher à l'achat, je vois l'intérêt de la location. Mais si l'achat n'est pas cher, je ne vois pas l'intérêt. Dans tous les cas, je ne suis pas sûr que ce soit rentable à long terme.* »
- La **simplicité** gage de tranquillité d'esprit : « *En cas de problème, il faut que j'ai juste à appeler pour être dépanné dans les 24-48 heures. L'intérêt c'est de se reposer sur le prestataire.* »

Profil idéal-typique opportuniste



Léa | 27 ans | Classe aisée | Rurale

Perçoit en particulier l'avantage d'éviter l'emprunt bancaire : *« Même si je suis engagée sur un temps long, je ne paie pas d'intérêts bancaires. Si je paie plus cher, au moins c'est pour un service pérenne. »*
L'intérêt porté à l'EFC est d'ordre économique personnel : *« Pour l'instant, je préfère acheter parce que j'ai l'argent pour payer d'un coût. Peut-être que dans dix ans je raisonnerai autrement. Je vois surtout l'intérêt pour les personnes aux revenus modestes, les retraités ou pour les imprévus. »*



« Pour un cumulus d'eau, ça me paraît facile à envisager parce que ce n'est pas un achat plaisir. Un achat plaisir je crois qu'on l'achète parce que c'est ponctuel, c'est un coup de cœur, ce n'est pas une obligation sur laquelle on s'engage de toute façon, d'une manière ou d'une autre. Ce n'est pas la même logique. »



Maison 1950
94 m²

Saint-André d'Huriat,
Auvergne-Rhône-Alpes

Ses garanties :

- La **confiance** dans le **prestataire** et la **qualité** des prestations fournies : *« Pour notre poêle à granulés, je vois surtout le côté humain du prestataire qui nous fait l'entretien et aussi l'état dans lequel il laisse la maison après ses interventions ! ».*
- La **clarté** et la **flexibilité** de l'offre en cas de problème : *« On doit pouvoir changer si ça se passe mal, si ce n'était pas clair. »*



Profil idéal-typique réticent

Le réticent

- Profil de personnes dont la situation est trop contrainte pour laisser libre court aux initiatives novatrices que réclame l'urgence environnementale par l'adaptation des pratiques plus ou moins quotidiennes. → La **marge de liberté** des acteurs est **trop restreinte** pour autoriser des changements.
- Le cadre socio-économique classique crée un **équilibre intangible** que l'analyse de classe sociale éclaire :
 - **Classes dominantes** : réfractaires au changement puisque le modèle socio-économique actuel leur est favorable, elles détiennent historiquement les moyens de production dans l'économie capitaliste et sont par définition propriétaires. Leur réticence à l'EF relève ainsi d'une "résistance de classe".
En outre, l'identité de classe repose sur une abondance ostentatoire qui incarne encore à ce jour le pouvoir et la supériorité dans la hiérarchie sociale.
 - **Classes dominées** : frileuses vis-à-vis du changement qui leur est généralement défavorable, elles perçoivent l'inconnu comme un facteur d'empêchement. En effet, elles manquent globalement des ressources nécessaires (capital économique, social, culturel, symbolique) pour assurer les "capacités à rebondir" et donc la confiance dans des modèles non encore éprouvés. → Besoin d'aide pour aborder le méconnu.

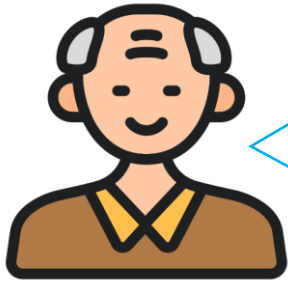
Profil idéal-typique réticent



Jean | 72 ans | Classe riche | Périurbain

Réfractaire à un principe qui inspire avant tout la suspicion, le **risque** : *« C'est une fausse bonne idée, qui possèdera les équipements ? Il faut bien un propriétaire quelque part. La nature humaine est ainsi faite qu'elle veut s'approprier les choses. La question c'est qui se l'approprie ? »*

Pointe le risque de **dérive aliénante** : *« On voit bien qu'en matière d'écologie, les innovations servent plutôt les très grands groupes qui mettent sous dépendance le reste du monde [ex. terres rares]. »*



« À déplacer la propriété du propriétaire individuel, soit on crée un communisme où c'est l'état qui finance la production (parce qu'il faut bien que quelqu'un paie) et donc possède le pouvoir de production, soit on donne le pouvoir à des gros financeurs qui mettent tous les autres petits maillons de la chaîne en servitude. »



Maison 2000
70 m²

Couseix,
Nouvelle-Aquitaine

Ses garanties :

- La preuve sur le **long terme** que le consommateur ne se trouve **pas lésé**.
- La **souplesse** de l'offre offrant un pouvoir de choix au consommateur par la mise en concurrence des prestataires : *« Il faut à minima que le client puisse agiter la menace de son désengagement. Idéalement, il faut des prestataires pas trop gros et nombreux, ça les poussera à être plus honnêtes. Mais ça ne règle pas le problème de qui paie la production. »*

Profil idéal-typique réticent



Alice | 67 ans | Classe moyenne | Urbaine

Connaît le principe de l'EFC mais rejette globalement les innovations de marché qu'elle perçoit comme *« instrumentalisées par un marché uniquement et iniquement orienté vers le profit financier »*. Craint que l'EFC ne favorise les plus aisés : *« Les petites gens, on n'aura même plus la propriété alors ! »* Très attentive à la situation environnementale, elle est surtout sensible au resserrement de la consommation sur le local, dans un lien direct et solidaire entre client et vendeur : *« Je fais confiance aux artisans qui me proposent le minimum, pas des grosses sociétés qui me vendent des bouquets de services tous azimuts ou de nouveaux équipements chaque semaine ! »*



« J'ai l'impression que c'est juste une nouvelle façon de faire du business parce que le modèle actuel est saturé de toute façon. Mais je doute que l'intention soit d'être plus raisonnable, c'est toujours de générer des profits et pas de calmer la folie consummatrice. »



Maison 1920
100 m²
Troyes,
Grand-Est

Ses garanties :

- **Confiance** dans le prestataire, en termes relationnels et éthiques.
- L'offre la plus **minimaliste** possible : *« Quand ma chaudière est tombée en panne, la première entreprise que j'ai fait venir voulait la changer. Mais j'ai trouvé le diagnostic un peu léger, ils avaient décidé du verdict rien qu'en regardant son âge. J'ai fait venir un autre artisan qui me l'a réparée et elle s'en porte très bien. »*

En résumé : ce que disent les enquêtés



Distinction PP habitat / équipements : l'attachement fort des habitants à la notion de PP du logement ne s'oppose pas à l'EFC pour les équipements de la maison... Sous condition de la nature des équipements !



Opposition équipements plaisir / utilitaires : L'EFC se prête particulièrement bien aux équipements fonctionnels de l'habitat qui ne sont pas associés à la notion de plaisir. Le plaisir reste attaché à l'achat, *a fortiori* neuf.



Les équipements destinés à la mobilité (VAD, PRM) sont unanimement plébiscités au regard du ratio consommatoire défavorable à l'achat (matériel coûteux/utilisation limitée) & pour la capacité du principe d'usage à créer un lien de type communautaire susceptible de dédramatiser des situations pesantes.



Valorisation de la dimension relationnelle de l'EFC :

- La circulation des biens crée une interaction humaine indirecte positivée (*cf.* équipements mobilité).
- Intérêt majoritaire pour un modèle de consommation plus incarné, "humanisé", direct et local.



Deux grands points de résistance à l'EFC :

- Le risque d'une **surcharge financière** ou d'un **surcoût à long terme** par la mensualisation v/s l'achat ponctuel.
- La crainte de **greenwashing** d'une EFC pratiquée dans le système économique actuel orienté rentabilité.

Leviers favorables à l'EFC

Motivations des ménages et atouts de l'EFC



Les 3 grandes motivations des ménages en faveur de l'EFC



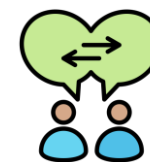
Valeurs écologiques

- Protection de l'environnement.
- Consommation raisonnée.
- Respect des ressources "naturelles" et humaines (traitement des acteurs de la production).



Confort de la délégation

- « *Sérénité* » de la solution intégrée, pouvoir « *se reposer sur le prestataire* » (Mathieu).
- Désencombrement de la « *charge mentale* » inhérente à l'achat/maintenance « *d'équipements lourds* » (Martin). « *Le côté "dormez braves gens on s'occupe de tout !" C'est le prix de la tranquillité.* » (Michel)



Dimension relationnelle

- « *Réhumaniser la consommation* » dans un rapport direct client-vendeur (Daria).
- Sortir du modèle de PP pour davantage de partage apparenté au **bien commun**.
- Partager la responsabilité de la durabilité de l'équipement entre le consommateur (responsable de l'usage du matériel) et le prestataire (responsable de la fiabilité et de l'entretien/maintenance).

Les 5 principaux atouts d'une offre en EFC selon les habitants-consommateurs (HC)



L'environnement :

- **Durabilité** : incitation pour les constructeurs à **fabriquer des équipements durables** (fiabilité, réparabilité) et donc plus vertueux (v/s moindre qualité, jetable, obsolescence "programmée").
- **Performance d'usage** : remplacer la logique marchande volumique par la **qualité** des fonctions du bien.



La maîtrise des dépenses :

- La mensualisation des dépenses évite le recours à l'**emprunt bancaire**.
- L'offre tout-inclus évite les **dépenses imprévues**, non budgétées par le ménage.



L'éthique :

- Respect d'une intention de créer une **économie plus coopérative** que compétitive entre les parties prenantes (fabricant, prestataire, client) v/s objectif unique déguisé de générer des profits financiers.
- Remplacer le rapport de force vendeur-client par un **rapport de partenariat**.



Le reconditionnement : plébiscité même si des RS de moindre qualité subsistent chez les enquêtés.

Les 5 principaux atouts d'une offre en EFC selon les HC

La flexibilité de l'offre pour faciliter l'évolutivité du logement et l'adhésion aux innovations écologiques :



1. Il paraît plus simple de **changer un équipement** dans des conditions d'EFC que dans une situation d'achat :
 - Soit dans une intention individualiste de répondre à un projet personnel du ménage, selon les 4 "univers travaux" : améliorer le confort, embellir, aménager/agrandir, réparer/maintenir.
 - Soit dans une intention philanthrope de changer un matériel polluant pour un équipement vertueux.



Attention toutefois à la surconsommation, dans un cas comme dans l'autre.

2. D'après les ménages, l'EFC semble **faciliter la revente** du logement puisque le **vendeur** ne se soucie plus de rentabiliser ses achats d'équipements coûteux et que l'**acheteur** n'a pas à s'inquiéter du bon état des équipements (forcément performants puisque sous contrat d'entretien/maintenance).



Penser des équipements normalisés (composants/fonctionnement standardisés) permettant l'intervention de tous techniciens (garantie de réparabilité et de liberté de choix du prestataire).

Les 4 familles d'équipements les mieux adaptés à l'EFC

D'une manière générale, **les équipements coûteux** sont les plus propices à des offres en EFC, « *au-delà de 10.000€ parce que ça évite de se tourner vers une banque qui est finalement propriétaire tandis qu'on est locataire le temps du prêt* » (Martin). Aussi le périmètre technique défini par notre étude semble-t-il parfaitement se prêter à l'EFC d'après les HC.



Les équipements nécessitant entretien/maintenance ++

« *Pour des équipements de chauffage lourds qui sont chers, genre PAC où, en plus, c'est bardé d'électronique, le suivi constructeur est nécessaire. Une garantie panne de deux ans ne suffit pas, c'est trop instable.* » (Martin)

« *Pour la piscine, ce serait bien d'avoir un contrat tout inclus parce que c'est un vrai gouffre financier avec l'entretien permanent et des produits qu'il faut aller acheter loin, donc consommer de l'essence...* » (Daria)

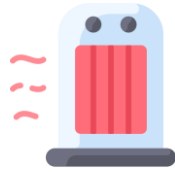


Les innovations

Une offre en EFC semble idéale pour « *tester des nouveaux équipements sur lesquels on n'a pas trop de retours encore, comme des panneaux solaires* » (Léa).

La mensualisation et la garantie maintenance/entretien doit permettre d'équiper un logement avec des solutions écologiques qui ne seraient pas retenues pour un achat : « *Je pense que pour un achat coûteux on va davantage vers ce qu'on connaît, dont on est sûr.* » (Léa)

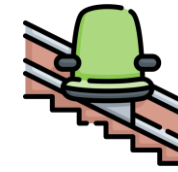
Les 4 familles d'équipements les mieux adaptés à l'EFC



Les équipements utilitaires

Distinction claire entre les **équipements de plaisir** qui restent dans le domaine de la propriété (et du neuf) v/s les **équipements fonctionnels** qui sont perçus comme propices à l'EFC (et même à la standardisation et/ou au reconditionnement).

« Je n'en ai rien à faire de ne pas propriétaire de mon chauffage ! Et j'aime autant qu'il soit standardisé. Par contre, ma salle de bain, je veux qu'elle soit jolie. » (Guy)



Les équipements dédiés à la mobilité

D'un avis unanime, ce sont les équipements qui semblent les mieux adaptés à l'EFC.

- Devant être financés dans une situation d'imprévu ou de pouvoir d'achat amoindri (retraite).
- Destinés à être utilisés sur un temps court ou périodique.
- Associés à une situation contrainte, voire dévalorisante (RS vieillesse, handicap, maladie) que la dimension relationnelle de l'EFC peut adoucir.

La clé de la confiance

Au-delà du critère économique

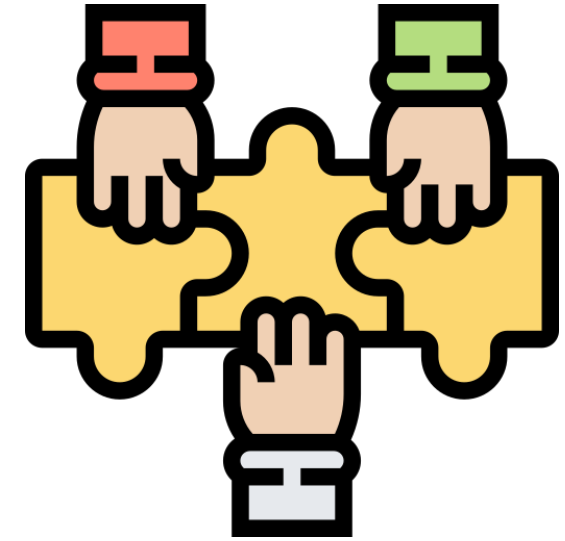
- La **confiance dans l'offre** : critère de clarté.
→ 50% de la population de PO interrogée (1591 répondants) a besoin que les **offres** soient **très claires** pour souscrire.
- La **confiance dans le prestataire** : critère de mise en confiance.
→ 43% des 1591 répondants ont besoin d'être convaincus / **mis en confiance** pour avoir recours à une offre d'EFC.
- La **confiance dans l'utilisation** : critère de contrôle.
→ 40% des répondants de l'enquête quantitative souhaitent garder le **contrôle** sur l'utilisation de leurs équipements.



La clé de la confiance

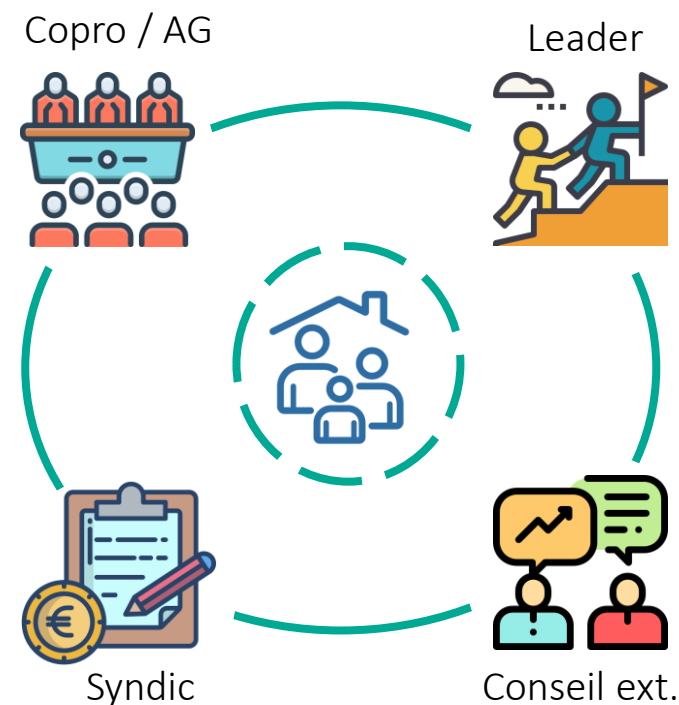
Une consom'action plus coopérative que compétitive

- Conscience de l'**enjeu collectif** d'un marché économique vertueux.
- Dynamique **coopérative** de partenariat v/s objectif compétitif de chiffre d'affaire.
 - Valorisation par les consom'acteurs d'un marché moins financiarisé et plus humanisé.
 - Valorisation de la performance d'usage (logique marchande de valeur ajoutée) plutôt que la vente de biens (logique marchande volumique).
- Impératif d'"**honnêteté**" pour construire la confiance :
 - Adéquation entre la politique affichée par les prestataires et les pratiques concrètes (traitement des ressources naturelles et humaines).
 - Rapport de partenariat vendeur-client v/s rapport de force vente-achat.



La configuration de copropriété : particularités

- L'habitant-consommateur n'est qu'un **acteur** parmi les **décideurs**.
- Étude à conduire en termes **organisationnels** (approche par les acteurs) v/s **compréhensifs** (approche par les rationalités).
 - Rôle des **copropriétaires**, temporalité des positionnements (AG).
 - Rôle d'un copropriétaire « **leader** » (cf. Gaëtan Brisepierre).
 - Rôle du **syndic** de copropriété.
 - Rôle éventuel d'un **accompagnateur extérieur** (AMO).
- Comprendre les **jeux de pouvoir** entre parties prenantes d'un projet de changement/installation d'équipement pour une offre en EF.
- Saisir les **marges de liberté** de chacun et les **stratégies** adoptées au sein des rapports de force inhérent au **statut de la copropriété**.



La configuration de copropriété : opportunités et limites

• Opportunité

- La compréhension des motifs d'action individuels en faveur de l'EF permet d'identifier les **arguments** à mobiliser pour porter de tels projets.
- Des incitations gouvernementales en direction des **syndics** peuvent stimuler la mise en place de rénovations en EF (attention au rôle donné qui ne doit pas être seulement relais).

• Limite

- La connaissance des habitants-consommateurs est insuffisante dans le cadre de la copropriété.
- **Freins** identifiés dans le cadre de la **rénovation énergétique** des copropriétés : cf. études SHS sur le sujet.
 - Adéquation Offre/Demande (spécialisation des professionnels),
 - Manque de maturité des offres,
 - Stratégies de freinage des projets dues à la surcharge de travail occasionnée (pour les syndics)...



Limites à l'EFC

Points de vigilance pour le marché



Les principales limites pour les habitants-consommateurs



La **méconnaissance** de l'EFC en particulier et des enjeux environnementaux en général.

Des normes sociales de surconsommation : l'opulence comme signe de réussite (à l'échelle collective d'un état – PIB – et individuelle d'un ménage – statut social), valorisation du luxe, du faste, voire du gaspillage...



Le risque d'une **surcharge financière** ou d'un **surcoût à long terme** par la mensualisation v/s l'achat ponctuel. L'EFC ne saurait être un **modèle par défaut** qui alourdirait injustement les mensualités des **ménages les plus modestes**.

Un contrat social fondé sur l'abondance :

- La consommation comme récompense au travail (massification de la consommation, culture de l'abondance).
- La croissance économique d'un pays comme garante de la qualité de vie de ses habitants (« *mystique de la croissance* » cf. Dominique Méda).
- La propriété privée émancipatrice (assimilation au libéralisme économique et politique) v/s des modèles collectifs aliénants (amalgame "communs" & communisme politique).
- La survalorisation du mérite individuel (logique compétitive) v/s la préservation du bien commun (logique coopérative).



Les principales limites pour les habitants-consommateurs



Greenwashing : méfiance du « *faussement vertueux* » (Adeline).

Surconsommation : les innovations écologiques peuvent inciter au **remplacement trop rapide**, par rapport à la logique de **durabilité**. « *Ma chaudière pollue peut-être plus qu'une PAC mais au lieu de changer un matériel qui fonctionne encore, n'est-il pas plus polluant de la recycler pour installer un matériel neuf qui aura nécessité les ressources de sa fabrication ?* » (Alice)



Manque de clarté des offres: méfiance des garanties mal définies, des tarifs variables qui contreviennent à la maîtrise des dépenses.

Interventionnisme du prestataire : des interventions au domicile trop fréquentes qui nécessitent de se libérer du temps de présence contrediraient le confort de la délégation.



Recommandations

Pistes de réflexion pour le développement d'offres en EFC

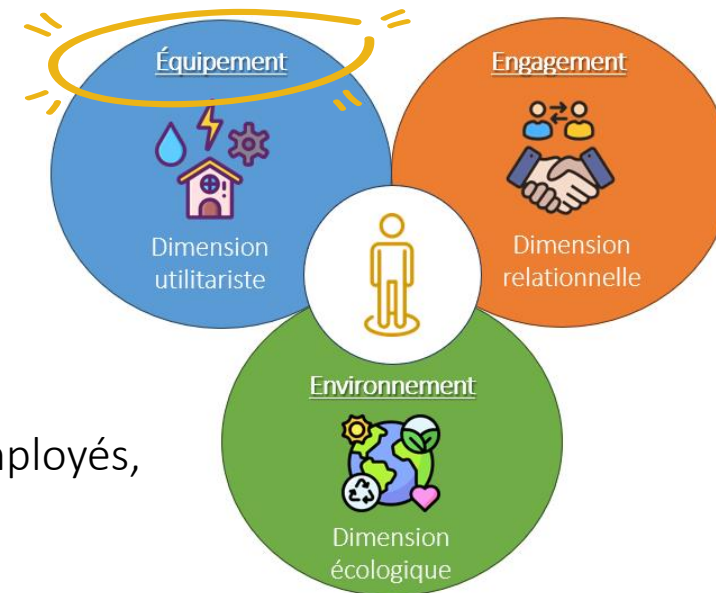


Les recommandations pour un marché vertueux

Se saisir du triptyque vertueux de l'EFC

1. La dimension utilitariste de l'offre

- L'équipement vertueux.
- Proposer des **équipements vertueux** en eux-mêmes : reconditionnés, réemployés, dont l'ACV témoigne d'un bilan écologico-économique réel (v/s greenwashing).
- Écarter un **techno-solutionnisme** énergivore et/ou liberticide (production créant une dépendance à des pays ne respectant pas les droits des salariés, de l'humain, reposant sur l'expulsions de populations indigènes, etc).



Perspective individualiste

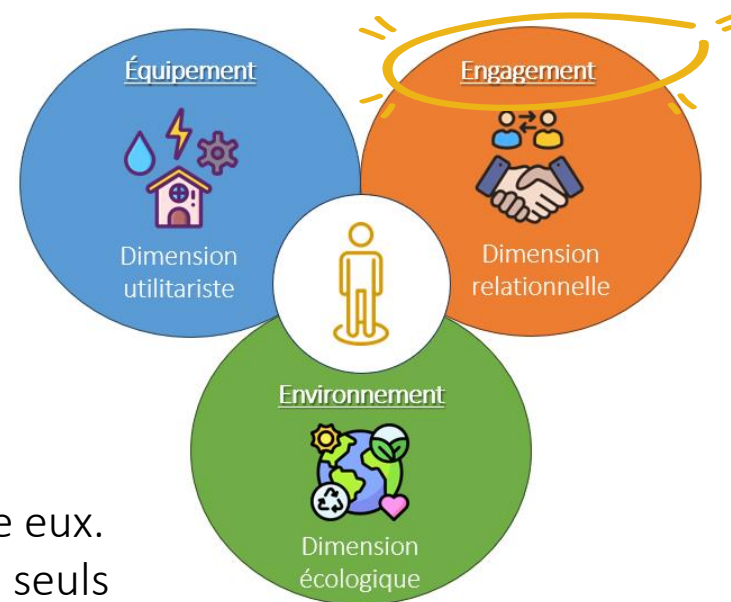
Le consommateur se repose sur **les vertus de l'équipement**.

Les recommandations pour un marché vertueux

Se saisir du triptyque vertueux de l'EFC

2. La dimension relationnelle de l'offre

- L'engagement **réci**proque entre le client et le prestataire.
- La répartition de la **responsabilité** entre les partis prenantes du marché.
 - Inciter les fabricants à créer des équipements durables et compatibles entre eux.
 - Éviter de faire porter le poids des essais de produits innovants sur les seuls consommateurs (ex. Martin et la PAC tombée en panne deux jours après la fin de garantie). → Incite à tester les innovations proposées par le marché (cf. Léa).



Perspective coopérative

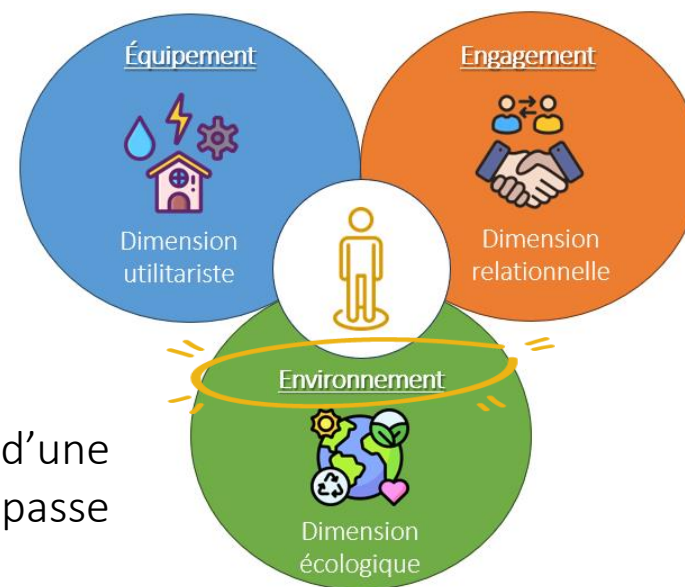
Le consommateur se laisse guider par **un contrat de confiance**.

Les recommandations pour un marché vertueux

Se saisir du triptyque vertueux de l'EFC

3. La dimension écologique de l'offre

- La préservation de l'environnement.
- Impliquer les **acteurs politiques** car changer de modèle économique procède d'une volonté politique de faire société ensemble (coopération v/s compétition) et passe par une incarnation concrète des discours → Devoir d'exemplarité des élites.
- Éviter la sur-responsabilisation des **consommateurs** (cf. Sophie Dubuisson-Quellier).



Perspective holistique

Le **consom'acteur** responsable choisit une offre conforme à ses **valeurs**.

Les recommandations pour un marché vertueux

Éviter les effets pervers : la mensualisation des dépenses



Favorablement accueilli par les enquêtés pour pallier le coût élevé d'un équipement en achat ponctuel, l'échelonnement des dépenses peut ainsi **éviter l'endettement des ménages**. Il permet également une maîtrise bienvenue des dépenses face aux variations des prix de l'énergie et autres effets de l'inflation.



Toutefois, la mensualisation ne doit pas être **contrainte**. L'EF ne saurait être un **modèle par défaut** qui alourdirait injustement les mensualités des **ménages les plus modestes**.



Développer un modèle de « **justice contributive** » (v/s modèle de justice distributive qui compense les inégalités par des aides) qui permette à chacun de participer à la production du bien commun (cf. Michael Sandel). Par exemple : adapter le tarif des offres au niveau de revenus des ménages.

Les recommandations pour un marché vertueux

Éviter les effets pervers : les innovations techniques



Effet rebond typique de l'économie circulaire : les économies d'énergie ou de ressources initialement prévues par l'utilisation d'une **nouvelle technologie** sont partiellement ou complètement compensées à la suite d'une adaptation du comportement de la société.

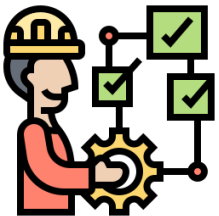


Poids d'une culture de l'abondance et de la "**consommation sociale**" (assimilation du statut social au style de vie auquel la consommation offre une concrétisation) : l'accessibilité d'une ressource provoque une augmentation de sa consommation.



Attention à l'**effet d'engouement** face aux nouveaux "**équipements verts**" du marché (accentué par des politiques gouvernementales d'aides financières pour massifier le déploiement à grande échelle).

Rationaliser l'enthousiasme de la prouesse technique par la considération de la **part de hasard** inhérente aux tâtonnements que nécessite l'innovation (performance/usage). Risque de surconsommation d'équipements de la part des ménages et de massification d'un produit pour lequel on manque de recul.



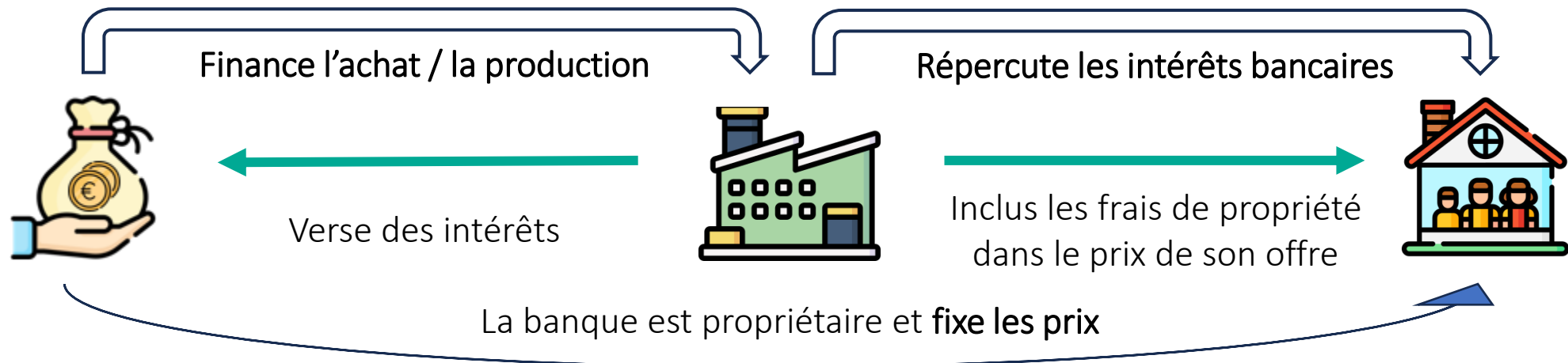
Les recommandations pour un marché vertueux

Éviter les effets pervers : le modèle financier

L'EF n'est pas un business model mais consiste en un **changement profond** de fonctionnement économique (d'où le nécessaire questionnement social global soulevé par l'EF : **place et fonction de l'économie** dans la vie des États (place du travail, de la culture...), système de valeurs privilégié pour le vivre-ensemble (en particulier compétition v/s coopération), etc.



Un effet pervers consisterait à vouloir changer l'organisation d'une entreprise uniquement par un changement de **business model**. Par exemple, en faisant appel aux **banques** pour financer l'achat ou la production des équipements (re)vendus, ce qui reviendrait à transférer la **propriété** à la banque v/s dissoudre la propriété des biens entre leurs utilisateurs.



Conclusion

Pour un marché dynamique vertueux



Conclusion

De la bonne volonté des ménages...



Dans la majorité, les ménages se montrent favorables à l'EFC car de bonne volonté pour tester des modèles vertueux pour l'environnement. → L'EFC peut les inciter à installer des équipements nouveaux en partageant les risques liés aux innovations (manque de recul sur la durabilité, réparabilité, vertu environnementale avérée) avec le prestataire.

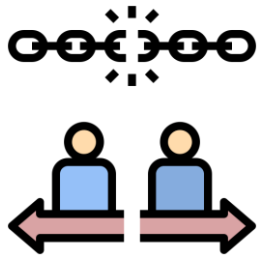
Une demande significative pour une consommation plus humaine, un marché plus coopératif et moins financiarisé. → L'EFC témoigne d'un engagement écologique des prestataires plébiscité par les clients.



Réflexion sur le bien commun à conduire, parce qu'elle est inhérente à l'EFC et parce que les enquêtés y invitent par leur désir exprimé d'une consommation plus éthique. → Modèle économique du capitalisme financier à questionner pour trouver les alternatives favorables au développement vertueux d'une économie de la fonctionnalité et de la coopération (EFC).

Conclusion

... Aux pièges que le marché doit éviter !



Attention à ne pas créer des offres "à deux vitesses" avec moins de services ou de moins bonne qualité pour les ménages contraints à des mensualités légères v/s offres "luxueuses".

- Offres "low cost" pour des ménages contraints à la mensualisation faute de pouvoir investir dans l'achat d'un matériel.
- Offres "supérieures" pour des ménages aisés désireux de changer leur matériel suivant des effets de mode (cf. leasing voitures).

Attention à ne pas renforcer un capitalisme serviciel qui génère des inégalités :

- En restreignant la propriété à une élite financière qui possède les biens dont le plus grand nombre n'a que l'usage et des mensualités contraintes.
- En créant une dépendance des acteurs de l'économie circulaire à des groupes financiers orientés vers le profit v/s la logique coopérative de l'EFC.



CONTACTS



Cabinet ACTES

Audrey Valin, sociologue

audreyvalin.actes@gmail.com

Club de l'Amélioration de l'Habitat

Jean-Pascal Chirat, Délégué général

jean-pascal.chirat@cah.fr



Caroline Rotman, responsable communication

caroline.rotman@cah.fr

www.cah.fr