



Accenture

118, avenue de France – 75 013 Paris

Téléphone : +33 (0) 1 53 23 55 55 - Télécopieur : +33 (0) 1 53 23 53 23

## *Communiqué de presse*

### **Contacts presse :**

Hélène BOULANGER

01 41 86 76 21

[helene.boulanger@bm.com](mailto:helene.boulanger@bm.com)

Franck BIZET

01 53 23 67 14

[franck.bizet@accenture.com](mailto:franck.bizet@accenture.com)

### **Selon une étude mondiale Accenture, les consommateurs sont prêts à privilégier les fournisseurs d'énergie contribuant à la réduction des gaz à effet de serre**

*-- Sur les marchés émergents, les particuliers se montrent davantage préoccupés par le changement climatique que dans les autres pays --*

**Paris, le 17 octobre 2007** – Une étude Accenture sur le changement climatique publiée ce jour révèle que près de 9 consommateurs sur 10 dans le monde se déclarent prêts à changer de fournisseur d'énergie au profit d'un prestataire contribuant à la réduction des gaz à effet de serre.

L'enquête, menée auprès de plus de 7 500 consommateurs dans 17 pays en Amérique du Nord, Europe et Asie, montre que 89 % des personnes interrogées privilégieraient un opérateur dont les produits et services énergétiques rejettent moins de carbone.

Si l'ensemble des répondants se sentent concernés par le changement climatique et ses conséquences, l'inquiétude semble plus forte dans les pays émergents. Ainsi, 97 % des consommateurs interrogés au Brésil, en Chine et en Inde se disent préoccupés par le réchauffement de la planète, et 98 % estiment qu'il aura un impact direct sur leur vie quotidienne, contre respectivement 85 % sur l'ensemble du panel, et 73 % en Europe.

On observe par ailleurs, dans les pays émergents, une meilleure prise de conscience des efforts requis par les pays pour atteindre leurs objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Ainsi, dans ces pays, les sondés sont plus de 80 % à déclarer limiter leurs déplacements en voiture (82 % contre 68 % en moyenne pour les autres répondants) et éviter d'acheter des aliments importés par avion (82 % également contre 63 % en moyenne).

Sur l'ensemble des personnes interrogées, 9 sur 10 affirment qu'elles porteraient un jugement négatif sur un opérateur énergétique qui ne prendrait aucune action concrète contre le réchauffement climatique. Pour plus de la moitié (54 %), il s'agit en outre d'un motif justifiant à leurs yeux un changement de prestataire de gaz et électricité (61 % pensent de même pour les fournisseurs de fioul domestique).

En outre, près des deux tiers des répondants (64 %) se déclarent prêts à payer plus cher (+11 % en moyenne) des produits et services contribuant à la réduction des gaz à effet de serre.

*« L'étude Accenture laisse supposer que si, dans un premier temps, les fournisseurs d'énergie seront les premiers concernés par la prise de conscience des consommateurs, les autres opérateurs de la filière des ressources naturelles ne tarderont pas à en sentir les effets, directement ou via la chaîne logistique qui les relie aux entreprises en contact avec les clients finaux, déclare Jean-Marc Ollagnier, Directeur Général Europe de l'activité Energie et Ressources naturelles d'Accenture. Groupes pétroliers, enseignes de la*

*grande distribution, sociétés de services financiers, administrations... aucun prestataire de produits et services n'échappera à la vigilance ni à la réaction des consommateurs. »*

L'étude montre que les citoyens prennent en main la lutte contre le réchauffement climatique, mus par de réelles inquiétudes quant à ses conséquences sur leur vie quotidienne. Une écrasante majorité (85 %) s'avoue « extrêmement » ou « plutôt » inquiète, et 81 % s'attendent à des répercussions directes sur leur mode de vie.

Ils sont plus de 80 % à estimer que les effets négatifs concerneront avant tout le climat et l'écosystème, et les trois quarts (74 %) la santé.

*« L'évolution, aussi radicale que rapide, du comportement des consommateurs dans le monde ouvre un vaste champ d'opportunités aux premières entreprises qui sauront faire écho à ces inquiétudes et à ces nouvelles valeurs, s'octroyant ainsi un véritable avantage compétitif et distinctif sur la concurrence »,* ajoute Jean-Marc Ollagnier.

L'étude révèle que les consommateurs mettent leurs actes en accord avec leurs convictions. Ainsi, la plupart des répondants déclarent recycler « fréquemment » le papier ou le plastique (71 %), éteindre les appareils électriques quand ils ne s'en servent pas (62 %), baisser le chauffage ou la climatisation à leur domicile (61 %) et utiliser des ampoules basse consommation (59 %). Plus d'un tiers (41 %) achètent régulièrement des produits contenant des matériaux recyclés.

### **Méthodologie**

Dans le cadre de l'étude d'Accenture sur le réchauffement climatique, 7 526 consommateurs de 17 pays se sont exprimés en ligne sur la question, soit 1 511 personnes en Amérique du Nord, 3 512 en Europe, 1 001 au Japon et en Australie et 1 502 dans les pays émergents (Brésil, Chine et Inde). Pour chaque pays, il s'agit d'un panel représentatif de la population, à l'exception des pays émergents, où l'échantillon a ciblé la population urbaine.

### **A propos d'Accenture**

Entreprise internationale de conseil en management, technologies de l'information et externalisation, Accenture conçoit et met en oeuvre des solutions innovantes pour aider ses clients, entreprises et administrations, à accroître leur performance. Fort de son expertise sectorielle, de sa connaissance approfondie des processus, de ses ressources à l'échelle mondiale et de solides réalisations, Accenture a la capacité de mobiliser les équipes, compétences et technologies les plus appropriées pour aider chacun de ses clients à atteindre l'excellence. Avec plus de 170 000 collaborateurs dans 49 pays, Accenture a généré un chiffre d'affaires de 19,7 milliards de dollars au cours de l'année fiscale clôturée le 31 août 2007. Son site Internet est le suivant : [www.accenture.com/fr](http://www.accenture.com/fr).

###