

Décembre 2021

Les défis climatiques : les Belges mettent le gouvernement à la barre

Steven Trypsteen
Economist
Brussel +32 (0) 477 71 07 96
Steven.Trypsteen@ing.com

Une enquête d'ING, réalisée par ipsos¹, révèle que 28% des Belges ont activement cessé d'acheter certains produits après avoir découvert qu'ils n'étaient pas écologiques. Par rapport à d'autres pays, ce chiffre est faible. Par ailleurs, seuls 15% pensent que leurs actions individuelles ont un impact significatif sur les émissions de CO₂. Ce pourcentage relativement faible peut expliquer pourquoi une moindre part de la population change son comportement.

61% des Belges indiquent qu'il leur est difficile de savoir quels produits sont durables. Une meilleure connaissance et une information correcte à ce sujet devraient en principe contribuer à la confiance et à la volonté du consommateur de consommer de manière plus durable. Mais les consommateurs évaluent mal les émissions de CO₂ des actions individuelles. Par exemple, les Belges pensent que le recyclage est le meilleur moyen de réduire les émissions de CO₂, alors que d'autres actions ont un effet bien plus important.

59% des Belges pensent que les aliments produits de manière durable sont toujours plus chers. Et tout le monde ne veut pas payer ce prix supplémentaire éventuel. Par exemple, 45 % des Belges déclarent qu'avec un revenu plus faible, ils feraient moins attention à la durabilité et à l'origine des aliments et des produits d'épicerie qu'ils achètent. Ce pourcentage est encore plus élevé dans les pays dont le revenu par habitant est plus faible. En Turquie, par exemple, il s'agit de 77% des répondants.

Enfin, il semble que, pour l'instant, les consommateurs eux-mêmes se tournent principalement vers le gouvernement pour s'attaquer au problème du climat. Par exemple, 56% des Belges pensent que les entreprises qui proposent des solutions aux défis climatiques, comme l'énergie éolienne et les véhicules électriques, devraient recevoir un soutien du gouvernement. Les entreprises qui reçoivent un soutien financier de l'État doivent également remplir des obligations qui contribuent à la réalisation des objectifs climatiques, selon 69 % des Belges.

Les consommateurs ne sont pas prêts à changer de comportement

Afin de savoir si les consommateurs considèrent la durabilité comme importante, nous leur avons présenté quelques affirmations clés. Nous avons demandé aux répondants s'ils avaient activement cessé d'acheter des produits d'une entreprise après avoir découvert qu'ils n'étaient pas respectueux de l'environnement. En Belgique, 28% sont d'accord avec cette affirmation, ce qui est peu par rapport aux autres pays européens (graphique 1). Ce n'est qu'aux Pays-Bas que ce pourcentage est inférieur (23%). En Allemagne, en Pologne, en Espagne et en Turquie, les personnes sensibles à l'impact environnemental de leurs achats sont plus nombreuses (respectivement 34%, 38%, 46% et 62%).

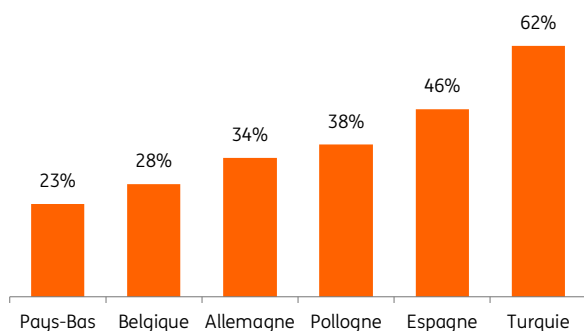
Il est parfois difficile de faire une évaluation correcte de son propre comportement, et c'est encore plus vrai pour les sujets sur lesquels les gens veulent répondre de manière politiquement correcte. Cela pourrait être le cas pour les questions concernant l'environnement. Pour avoir un point de comparaison, nous avons donc demandé à nos

¹ L'enquête a été menée du 16 au 27 septembre auprès de plus de 1 000 Belges. L'enquête a également été menée en Allemagne, aux Pays-Bas, en Pologne, en Espagne et en Turquie. Dans chaque cas, les échantillons sont représentatifs de l'ensemble de la population.

répondants d'évaluer le comportement environnemental de leurs amis et de leur famille: "Vos amis et votre famille ont-ils modifié leur comportement cette année par souci de l'environnement ?" Nous ne constatons cependant pas de différences majeures avec les réponses à l'affirmation concernant le comportement personnel. En effet, 28% des Belges sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle les amis et la famille ont commencé à vivre de manière plus écologique (graphique 2). La volonté d'être politiquement correct n'est donc pas si importante chez les Belges.

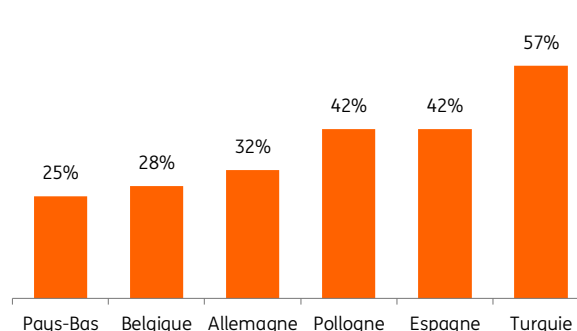
Les résultats pour les autres pays ne diffèrent pas beaucoup non plus, mais le pourcentage de personnes qui sont d'accord avec l'affirmation concernant le comportement des amis et de la famille est, dans tous les autres pays, à l'exception de la Pologne, inférieur à celui de l'affirmation concernant leur propre comportement.

Graphique 1 Pourcentage de personnes qui sont d'accord avec l'affirmation : "J'ai activement cessé d'acheter des produits d'une entreprise après avoir découvert qu'elle n'était pas respectueuse de l'environnement".



Source: ING

Graphique 2 Pourcentage de personnes qui sont d'accord avec l'affirmation : "J'ai remarqué que mes amis et ma famille ont changé leur comportement cette année par souci de l'environnement".



Source: ING

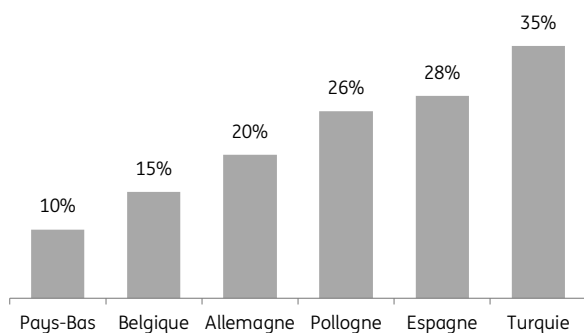
Seuls 15% des Belges pensent que leurs actions ont un impact significatif sur les défis environnementaux et sociaux du monde.

Une explication de l'intérêt relativement faible de changer de comportement peut être le fait que peu de Belges sont convaincus que l'action individuelle a un effet significatif sur les défis environnementaux et sociaux du monde. Seuls 15% des Belges en sont convaincus, ce qui est peu par rapport aux autres pays (graphique 3). En Turquie, par exemple, ce chiffre est de 35 %.

61 % des Belges ne savent pas si un produit donné est durable.

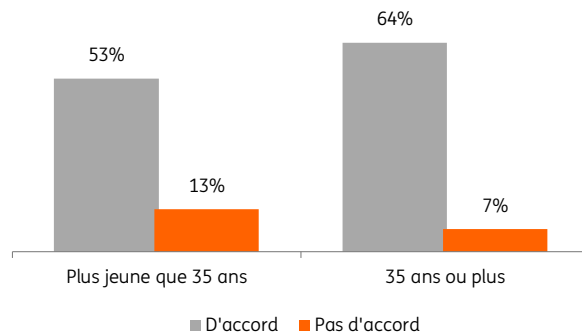
On constate également que les Belges ont du mal à savoir si un produit est durable ou non (61% des Belges trouvent cela difficile). C'est davantage le cas chez les Belges de 35 ans ou plus que chez les plus jeunes (graphique 4). Ce résultat est important car le manque de connaissances peut être la raison pour laquelle les Belges sont peu convaincus que leur comportement peut faire la différence. En principe, le fait de donner les bonnes informations pourrait donc y remédier.

Graphique 3 % de répondants qui pensent que l'action individuelle a un effet significatif sur les défis environnementaux et sociaux de la planète



Source: ING

Graphique 4 Pourcentage de personnes qui sont d'accord ou non avec l'affirmation : "Il est difficile de savoir si un produit est durable ou non".



Source: ING

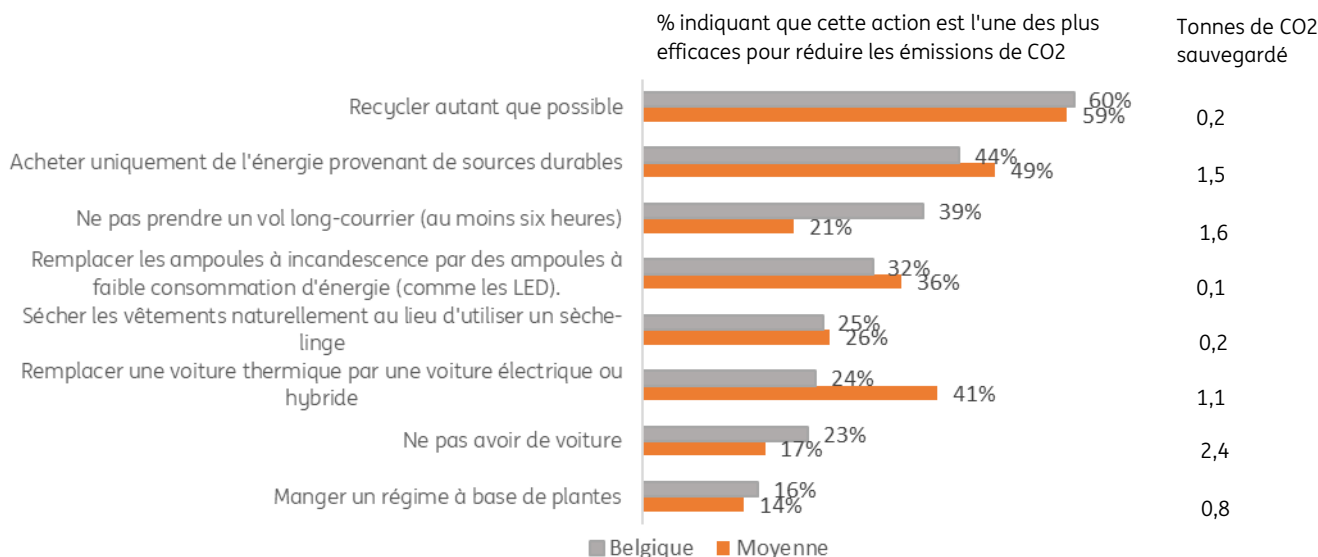
Connaissance insuffisante de l'approche efficace des défis climatiques

Par ailleurs, une précédente enquête réalisée par Ipsos (date de publication : avril 2021) a montré que les connaissances sur l'efficacité de certaines actions pour réduire les émissions de CO2 sont limitées. Par exemple, 60 % des Belges pensent que le recyclage est l'une des mesures les plus efficaces pour réduire les émissions de CO2, alors qu'en réalité cette action n'arrive qu'en septième position. En moyenne, une personne qui recycle le plus possible n'économise "que" 0,2 tonne de CO2 (graphique 5). Le contraste est saisissant avec l'option consistant à ne pas posséder de voiture. Cette action permet d'économiser 2,4 tonnes de CO2, alors que seuls 23 % des Belges pensent qu'il s'agit de l'un des changements de comportement les plus efficaces.

En général, la Belgique ne s'écarte pas vraiment de ce point de vue par rapport aux autres pays. Il y a deux différences notables. Tout d'abord, un pourcentage plus élevé de Belges pense que ne pas prendre un vol long-courrier est une action efficace (39% des Belges contre une moyenne internationale de 21%). Deuxièmement, un pourcentage plus faible de Belges pense que remplacer une voiture moyenne par une voiture hybride ou électrique est une action efficace (24% des Belges contre une moyenne mondiale de 41%).

L'actualisation des connaissances sur ce sujet devrait en principe renforcer la confiance des consommateurs et leur volonté de consommer de manière durable.

Graphique 5 : Les actions les plus efficaces des Belges pour réduire les émissions de CO2



Source : Ipsos

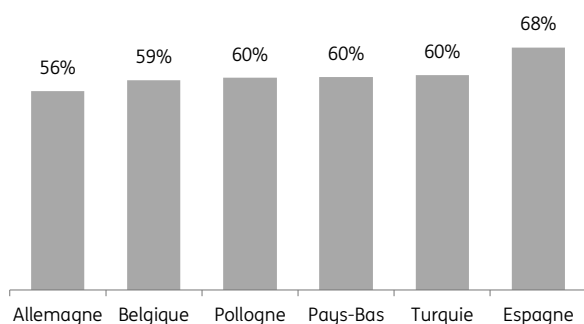
Note : La moyenne comprend un groupe de pays à revenu élevé et moyen. Pour plus d'informations, voir [ici](#).

59% des Belges trouvent l'alimentation durable chère

59% des Belges pensent que les aliments produits de manière durable sont toujours plus chers. Par rapport aux autres pays étudiés, la Belgique se situe dans la moyenne. En Allemagne, 56 % des personnes interrogées pensent que les aliments produits de manière durable sont toujours plus chers, tandis que 68 % des Espagnols partagent cette opinion.

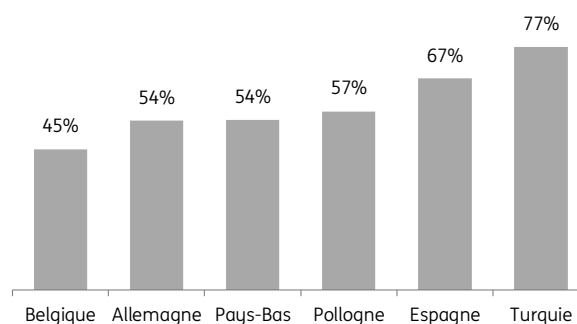
Une question importante est alors de savoir si le consommateur est prêt à payer cet éventuel prix supplémentaire. Ainsi, les consommateurs accorderaient-ils autant d'attention à la durabilité en cas de perte de revenus ? Notre enquête montre que 45 % des Belges feraient moins attention à la durabilité et à l'origine des aliments et des produits d'épicerie qu'ils achètent s'ils avaient un revenu inférieur. Ce pourcentage est encore plus élevé dans les pays dont le revenu par habitant est plus faible. En Turquie, par exemple, il s'agit de 77% des répondants. Cela indique qu'en période de rigueur financière, les consommateurs accordent plus d'attention au prix qu'à la durabilité.

Graphique 6 Pourcentage de personnes qui sont d'accord avec l'affirmation : "Je pense que les aliments produits de manière durable sont toujours plus chers".



Source: ING

Graphique 7 Pourcentage de personnes qui sont d'accord avec l'affirmation : "Si j'ai moins d'argent à dépenser, je ferai moins attention à la durabilité et à l'origine des aliments et des produits d'épicerie que j'achète".



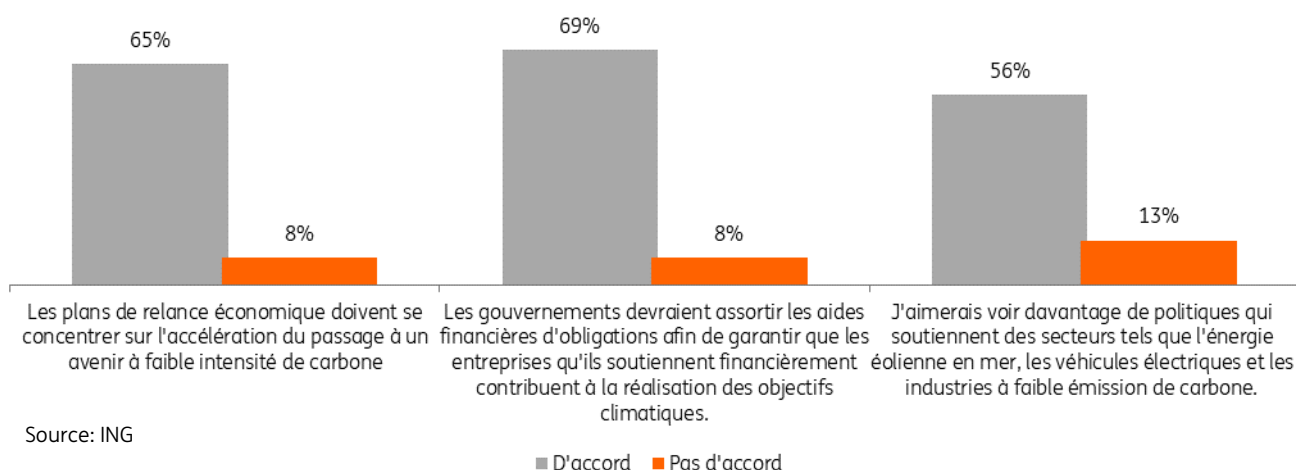
Source: ING

Les consommateurs mettent le gouvernement à la barre

En général, les Belges indiquent qu'ils ne modifient pas sensiblement leur comportement face aux défis environnementaux. Mais les Belges sont convaincus que quelque chose doit être fait. Dans l'Eurobaromètre de juin, la Commission européenne a demandé aux Belges ce qu'ils considèrent comme le problème mondial le plus important et le changement climatique est arrivé en tête, suivi de la pauvreté (y compris la faim et le manque d'eau potable). La propagation des maladies infectieuses n'arrive qu'en quatrième position. Les inondations de cet été en Belgique et dans d'autres pays européens n'auront fait que renforcer ce sentiment. Mais qui doit agir ?

Il semble que les Belges se tournent principalement vers le gouvernement. Par exemple, 65 % des Belges sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle les plans de relance économique devraient se concentrer sur l'accélération du passage à un avenir à faible émission de carbone (graphique 8). Et 69% des Belges pensent que le soutien financier des gouvernements aux entreprises devrait être accompagné d'engagements en faveur de la réalisation des objectifs climatiques. Les entreprises qui proposent des solutions aux défis climatiques devraient également bénéficier d'un soutien accru. 56 % des Belges souhaitent une politique qui subventionne (plus complètement) des secteurs tels que l'énergie éolienne en mer, les véhicules électriques et les industries à faible émission de carbone. Cependant, la Belgique ne fait pas exception. Nous trouvons également des chiffres similaires dans d'autres pays. Cela indique que les consommateurs préfèrent encore faire payer la facture du développement durable par le contribuable. C'est paradoxal, dans la mesure où les consommateurs sont...des contribuables.

Figure 8 : Les consommateurs attendent une action du gouvernement



Disclaimer

Deze publicatie, opgesteld door de afdeling Economische en Financiële Analyse van ING België N.V. ("ING") is uitsluitend bedoeld ter informatie en houdt geen rekening met de beleggingsdoelstellingen, financiële situatie of middelen van een bepaalde gebruiker. De informatie in deze publicatie is geen aanbeveling om te beleggen en is geen juridisch, fiscaal of beleggingsadvies noch een aanbod of uitnodiging om financiële instrumenten te kopen of te verkopen. Alle redelijke maatregelen werden genomen om ervoor te zorgen dat deze publicatie niet onwaar of misleidend is, maar ING kan niet garanderen dat de informatie volledig is of de informatie meegegeeld door derden correct is. ING is niet aansprakelijk voor directe, indirecte of gevolgschade die voortvloeit uit het gebruik van deze publicatie, behoudens grove fout van ING. Tenzij anders vermeld, zijn eventuele opinies, voorspellingen of schattingen uitsluitend toe te rekenen aan de auteur(s), zoals deze gelden op de publicatiedatum. Bovendien kunnen deze zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd.

Mogelijk is de verspreiding van deze publicatie onderworpen aan wettelijke of reglementaire beperkingen in verschillende rechtsgebieden en wie die deze publicatie in handen krijgt, dient zich te informeren over, en zich te houden aan, deze beperkingen.

Op dit rapport zijn auteurs- en databankrechten van toepassing en dit rapport mag niet gereproduceerd, verspreid of gepubliceerd worden voor welke doeleinden dan ook zonder de voorafgaandelijke, uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van ING. Alle rechten voorbehouden. Aan de publicerende juridische entiteit, ING België N.V is vergunning verleend door de Nationale Bank van België en zij staat onder toezicht van de Europese Centrale Bank (ECB), de Nationale Bank van België (NBB) en de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (FSMA). ING België N.V. is opgericht in België (ondernemingsnummer 0403.200.393 te Brussel).

Voor Amerikaanse beleggers: Wie dit rapport wenst te bespreken of transacties wenst uit te voeren met de effecten die hierin besproken werden, dient contact op te nemen met ING Financial Markets LLC, dat lid is van de NYSE, FINRA en SIPC en onderdeel is van ING, en dat de verantwoordelijkheid draagt voor de verspreiding van dit rapport in de Verenigde Staten conform de toepasselijke voorschriften.

Verantwoordelijke uitgever: Peter Vanden Houte, Marnixlaan 24, 1000 Brussel, België.