

Zeitschrift: Energieia : Newsletter de l'Office fédéral de l'énergie
Herausgeber: Office fédéral de l'énergie
Band: - (2011)
Heft: 2

Artikel: Le boom des produits économes en énergie
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-642728>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 05.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Le boom des produits économes en énergie

L'efficacité énergétique a trouvé une place non seulement au niveau de la gestion de l'énergie au sein des entreprises, mais également à celui de la composition de l'assortiment. Or un affichage clair et un bon marketing ne font pas tout: les conseils dispensés par un personnel bien formé deviennent un facteur clé pour accroître les ventes d'appareils et autres produits économes en énergie.

Ampoule économique, sèche-linge à pompe à chaleur ou maison Minergie avec panneaux solaires: les produits économes en énergie occupent depuis quelques années une place à part entière dans l'assortiment de Migros et Coop. Et les consommateurs, de plus en plus sensibilisés aux questions énergétiques, ne restent pas indifférents. «La vente d'appareils énergétiquement efficaces a connu une forte hausse au cours des dernières années. On peut vraiment parler d'un boom», explique Bruno Cabernard, responsable du développement durable chez Coop. Migros propose également de plus en plus de produits économes en énergie. «Les ventes de produits au label Topten ont plus que doublé par rapport à 2009», confie Martina Bosshard, porte-parole de Migros.

Des bénéfices à long terme en perspective

Cet essor a différentes explications. D'après Migros, les clients exigent toujours plus de produits durables. «Nombreux sont en outre ceux qui font un calcul intelligent: économie d'énergie égale économie de coûts. Ces personnes ont réalisé que le prix légèrement plus élevé des appareils est compensé par une baisse de la facture d'électricité», explique Martina Bosshard. Coop confirme: «Ces dix dernières années, il y a eu une forte prise de conscience à propos de la consommation d'énergie des appareils. C'est pourquoi la vente d'appareils économes en énergie est toujours très bien placée dans les sondages.

A cela s'ajoutent les économies réalisées tout au long de la vie», affirme Bruno Cabernard. Ces dernières années, les deux grands distributeurs ont sensiblement élargi leur assortiment axé sur l'efficacité énergétique en augmentant régulièrement la part des appareils économes en énergie.

Des prescriptions plus strictes

Outre les nouveaux souhaits des clients, le durcissement des prescriptions en matière d'ampoules et d'appareils électriques joue également un rôle. «Les réfrigérateurs et les congélateurs en sont l'exemple parfait. Depuis cette année, on ne peut vendre en Suisse que des appareils avec une classe d'efficacité énergétique A+. Il y a dix ans, la classe A était encore la meilleure disponible», explique Bruno Cabernard. «Le durcissement de l'ordonnance sur l'énergie est positif, car il interdit la vente d'appareils peu économes, poussant ainsi l'ensemble du marché vers davantage d'efficacité énergétique», conclut Migros.

Un marketing renforcé avec SuisseEnergie comme partenaire

Les efforts visant à élargir l'assortiment de produits économes en énergie sont accompagnés d'une meilleure information de la clientèle et d'un marketing à grande échelle. «Les appareils à bon rendement énergétique bénéficient de larges campagnes et d'activités de promotion intensives», explique Bruno Cabernard. Et Martina Bosshard de souligner que le développement durable et les

labels durables sont des thèmes phares de la publicité et des relations publiques. Tant Migros que Coop s'engagent par exemple dans l'energyday annuel, qui a eu lieu pour la cinquième fois en 2010. Cet événement est organisé et soutenu par l'agence-énergie-appareils électriques eae et l'Office fédéral de l'énergie (OFEN) dans le cadre du programme SuisseEnergie. Il se tient toujours en automne, la veille du passage à l'heure d'hiver; les entreprises et les organisations partenaires y proposent des actions et des présentations sur le thème de l'efficacité énergétique des appareils électriques à l'intention des consommateurs. «Lors de l'energyday, Migros et Coop sont de bons relais d'information et jouent un rôle important dans la communication», explique Hans-Peter Nützi, chef de la section SuisseEnergie à l'OFEN. SuisseEnergie a également collaboré avec Coop dans le cadre de l'action de gonflage en mars 2010, qui a permis aux conducteurs de vérifier gratuitement la pression de leurs pneus dans plus de 160 stations-service Coop Pronto en Suisse et de rouler ainsi de manière plus économique et plus écologique.

Les deux grands distributeurs innovent sur le marché dans d'autres domaines également. Migros propose des installations solaires et de la robinetterie économique et Coop, avec Brico+Loisirs jouant le rôle d'une entreprise générale, livre maisons Minergie clés en main, installations solaires et pompes à chaleur. «Nous partons du principe qu'un grand dis-

tributeur veille également à la qualité en ce qui concerne ce type d'offres», affirme Hans-Peter Nützi. Avec Coop, SuisseEnergie souhaite communiquer et informer davantage. Le programme est toutefois ouvert pour permettre la mise en place de mesures d'information et de conseil en partenariat avec d'autres prestataires.

Un rôle d'exemple qui a ses limites

Les deux grands distributeurs montrent l'exemple au niveau de la composition de l'assortiment et de la sensibilisation des consommateurs. Peu de branches ont en effet un contact quotidien avec la population comme c'est le cas de la branche du commerce de détail. «Vu le volume du marché suisse, Migros et Coop assument un rôle important dans le domaine des produits économes en énergie et de leur diffusion», affirme Martin Sager, chef de la section Efficacité énergétique à l'OFEN. Au niveau international, cette importance doit toutefois être relativisée. Ainsi, les grands distributeurs suisses vont parfois à

manière conséquente sur l'étiquetteEnergie, bien connue et basée sur la loi, et sur ENERGY STAR, le label des appareils électroniques énergétiquement efficaces.

Formation et formation continue

Comme déjà mentionné, un bon conseil devient toujours plus important, car les clients souhaitent connaître, avant l'achat, le bénéfice énergétique d'un produit à long terme. Le thème de l'énergie joue donc un rôle toujours plus important dans la formation et la formation continue du personnel de vente concerné. «Dans les magasins spécialisés Interdiscount et Fust, l'efficacité énergétique est l'un des principaux thèmes de formation. Quant au libre-service, l'emballage est primordial; celui des marques de distributeurs a donc été retravaillé en profondeur cette année. Il informe clairement et simplement sur les appareils particulièrement économes», explique Bruno Cabernard. Dans les grands points de vente de détail et chez Coop City, les appareils

«LORS DE L'ENERGYDAY, MIGROS ET COOP SONT DE BONS RELAIS D'INFORMATION ET JOUENT UN RÔLE IMPORTANT DANS LA COMMUNICATION.»

HANS-PETER NÜTZI, CHEF DE LA SECTION SUISSEENERGIE À L'OFFICE FÉDÉRAL DE L'ÉNERGIE (OFEN).

l'encontre de leur stratégie de développement durable en se prononçant contre l'introduction d'exigences en matière d'efficacité énergétique plus élevées que dans l'espace européen. «Mais Migros et Coop, avec leurs marchés spécialisés, disposent d'une large palette de produits efficaces. Le consommateur a du choix», explique Martin Sager. Cependant, on voit régulièrement apparaître des produits, comme des chauffages extérieurs pour balcon ou des radiateurs infrarouges, qui sont des absurdités du point de vue écologique et qui ne cadrent pas avec l'ensemble. «Les grands distributeurs sont contraints de diversifier leur offre. La concurrence des discounters, qui négligent les critères d'efficacité énergétique, conduit bien sûr à des compromis», reconnaît Martin Sager.

Conseils et affichage clair

Le comportement d'achat doit donc d'autant plus être guidé par le conseil et l'affichage. Migros et Coop misent tous deux largement sur Topten, plateforme de conseil en ligne développée par l'Agence Suisse pour l'efficacité énergétique S.A.F.E. avec l'important soutien financier de SuisseEnergie. Topten aide les consommateurs à trouver des appareils électriques particulièrement efficaces. Depuis 2009, il est également utilisé comme label privé. «Cela aide à mieux faire connaître la plateforme. Pour l'OFEN, ce qui pose toutefois problème, c'est la diversité croissante des labels privés, qui a tendance à déconcerter le consommateur, ainsi que l'absence de mécanismes de contrôle et de sanction», souligne Martin Sager. La Confédération mise donc de

économies en énergie constituent un module de la formation au développement durable destinée aux spécialistes. Enfin, Brico+Loisirs axe la formation du personnel de vente sur le concept du marché du bricolage vert, et plus spécifiquement sur l'energyday. Les collaborateurs de Migros, eux, sont sensibilisés au thème de l'efficacité énergétique dans le cadre de formations présentielles. «Nous leur proposons en outre les principales informations sur une plateforme de formation en ligne à laquelle ils ont accès à tout moment», explique Martina Bosshard. Martin Sager, expert de l'OFEN, informe que SuisseEnergie a, pour sa part, des projets de formation en cours, notamment avec la chaîne Manor. «L'objectif est de trouver d'autres partenaires pour s'étendre. Les portes sont ouvertes», explique-t-il en s'adressant entre autres à Migros et à Coop.

(klm)

INTERNET

Développement durable chez Migros:
www.migros.ch/developpementdurable

Développement durable chez Coop:
www.coop.ch/developpementdurable

Le programme SuisseEnergie:
www.suisseenergie.ch

L'étiquetteEnergie:
www.etiquetteenergie.ch

ENERGY STAR:
www.energystar.ch

Energyday:
www.energyday.ch

L'efficacité énergétique dans nos cadres: tant Migros que Coop proposent une large gamme de produits et d'offres économes en matière de consommation d'énergie dans le but de ménager le porte-monnaie et de maintenir le confort et la facilité d'utilisation. Voici quelques exemples:

Appareils et éclairage: Migros et Coop proposent un vaste éventail d'appareils particulièrement économes en énergie, allant du téléviseur à l'aspirateur en passant par le réfrigérateur. Dans le domaine de l'éclairage et des agents lumineux, ils disposent d'un assortiment étendu de lampes de classe A et de lampes à LED. On y trouve également des installations solaires et de la robinetterie économique, qui ont un effet positif sur le bilan énergétique.

Construction énergétiquement efficace et maisons Minergie: Coop Brico+Loisirs propose entre autres un large choix de matériaux de construction et d'isolation pour l'enveloppe des bâtiments, afin de réduire le besoin des maisons en énergie de chauffage.

Coop indique que les collaborateurs de vente sont spécialement formés au conseil en énergie et le nouveau site internet de Brico+Loisirs propose également des informations en matière d'économie d'énergie. Coop s'est en outre lancée sur le marché des maisons Minergie P et apparaît dans ce contexte comme une entreprise générale. Chez Brico+Loisirs, il est par ailleurs possible de faire vérifier l'état de son immeuble par imagerie thermique et de demander un certificat énergétique cantonal des bâtiments.

Electromobilité: Migros a concrétisé son projet de véhicule électrique en ouvrant un «Concept Store» à Zurich à la mi-octobre. Sous le label m-way, elle y présente le thème de l'électromobilité dans toute sa diversité: des écrans multimédia, des pièces d'exposition et une bibliothèque spécialisée informent sur l'origine du courant électrique, le fonctionnement d'une batterie et la genèse de l'électromobilité. Bien sûr, on peut aussi louer ou acheter, également en leasing, des véhicules électriques. Pour un déplacement entièrement durable, m-way propose également, sous forme de certificats, du courant hydraulique suisse issu d'énergies renouvelables et muni du label «naturemade star».