DEUXIÈME ÉTUDE DE MARCHÉ CONSOMMATEURS SUR LE FONCTIONNEMENT DES MARCHÉS DE DÉTAIL DE L'ÉLECTRICITÉ POUR LES CONSOMMATEURS DE L'UE

Résumé opérationnel

Septembre 2016

Objectifs, portée et tâches principales

En juillet 2014, Ipsos, London Economics et Deloitte ont été chargés de mener la 2e étude de marché consommateurs sur le fonctionnement des marchés de détail de l'électricité pour les consommateurs au sein de l'Union européenne (UE). Cette étude fait suite à la 1re étude de marché publiée par la Commission européenne en novembre 2010.[1] Cette 2e étude a pour but d'examiner si un marché de l'électricité performant est en place pour les consommateurs de l'UE et aussi d'évaluer de quelle manière la performance des marchés de détail de l'électricité pour les consommateurs s'est développée depuis la 1re étude de marché. Cette étude examine également dans quelle mesure les consommateurs opèrent des choix éclairés et autonomes et ce qui motive leur comportement dans les marchés de l'électricité.

Plusieurs tâches ont été exécutées entre juillet 2014 et décembre 2015 :

- un examen réglementaire consistant à vérifier la présence et la portée des droits énergétiques des consommateurs dans les 28 États membres de l'UE, en Norvège et en Islande ;
- une étude réalisée auprès des consommateurs, axée sur la prise de conscience, les attitudes et les attentes des consommateurs, la mobilité des consommateurs, l'engagement et le choix des consommateurs, le caractère abordable pour les consommateurs, les perceptions des consommateurs de la qualité du service, les attitudes des consommateurs par rapport à l'efficacité énergétique, les problèmes rencontrés par les consommateurs et le comportement en matière de plaintes ;
- une expérience comportementale consistant en un test « rester ou changer de fournisseur » qui sondait si les consommateurs sont capables de sélectionner la meilleure offre disponible (c'est-à-dire l'offre la plus avantageuse pour le profil de consommation du répondant) et un test de compréhension des factures et du matériel de marketing ;
- une évaluation mystère axée sur la disponibilité et la qualité des informations, et l'assistance fournie aux consommateurs, tentant de reproduire les expériences vécues par les consommateurs dans quatre domaines : « questions sur la facturation », « trouver un tarif moins élevé », « informations sur le changement de fournisseur et sur le traitement des plaintes » et « informations sur les tarifs verts et l'efficacité énergétique » ;
- un exercice de collecte de prix visant à obtenir et analyser un échantillon représentatif des prix de l'électricité offerts aux consommateurs, via la collecte d'informations détaillées sur les tarifs pour trois niveaux de consommation différents et pour divers types de contrat ;
- des consultations avec des parties prenantes nationales, c'est-à-dire des régulateurs de l'énergie, des associations de consommateurs, des entités de règlement extrajudiciaire de litiges de consommation (RELC) actives dans le secteur de l'énergie de détail, des associations du secteur de l'électricité, des instances chargées de l'application des lois et des médiateurs d'entreprise.

[1] European Commission (2010). The functioning of the retail electricity markets for consumers in the European Union. http://ec.europa.eu/consumers/archive/consumer_research/market_studies/docs/retail_electricity_full_study_en.pdf

ISBN: 978-92-9200-727-0
doi: 10.2818/64591

Justice and Consumers

1) Attitudes générales des consommateurs

Cette première section est une synthèse des résultats de l'étude sur les perceptions des consommateurs en ce qui concerne les conditions du marché de l'électricité et leur confiance dans les compagnies d'électricité. Bien que de nombreux consommateurs expriment des doutes quant à l'amélioration des conditions du marché, la confiance dans les compagnies d'électricité reste à un niveau élevé dans de nombreux pays. En même temps, les consommateurs qui se sentent mieux informés ont tendance à faire preuve d'un niveau de confiance plus élevé.

Les perceptions des consommateurs en ce qui concerne les conditions du marché de l'électricité. À travers les 28 États membres de l'UE, 58% des consommateurs interrogés étaient « d'accord » ou « entièrement d'accord » avec le fait que le marché de l'électricité de détail ne fonctionnait pas très bien dans leur pays. En Bulgarie, 51% des consommateurs étaient « entièrement d'accord » avec cette assertion ; en Lettonie, en Grèce et en Roumanie, environ un tiers des consommateurs exprimait de sérieux doutes quant au fonctionnement correct du marché de l'électricité.

Quelque 19% des consommateurs étaient « entièrement d'accord » avec le fait que les conditions du marché de l'électricité étaient en train de s'améliorer dans leur pays. Une grande variation a été observée selon les pays : à Malte, 52% des consommateurs étaient « entièrement d'accord » avec le fait que les conditions du marché de l'électricité étaient en train de s'améliorer ; en Bulgarie, à peine 7% ont exprimé cette opinion. Les consommateurs en retard de paiement pour leurs factures d'électricité avaient le plus tendance à indiquer que des progrès restent à faire en ce qui concerne le fonctionnement du marché de l'électricité dans leur pays.

Confiance dans les compagnies d'électricité. Interrogés sur la question de savoir s'ils pensaient que leur compagnie d'électricité respecte les règles et réglementations mises en place pour protéger les consommateurs, 40% des consommateurs interrogés se sont dit « entièrement d'accord » ; ce chiffre variait entre 15% en Bulgarie et 68% en Finlande. Parmi les consommateurs qui n'avaient pas tenté de changer de compagnie d'électricité, 42% ont affirmé qu'ils étaient satisfaits de leur compagnie d'électricité actuelle ; 12% n'avait pas changé parce qu'ils ne faisaient pas confiance aux autres compagnies d'électricité. Cette étude a révélé que la proportion de répondants qui étaient « entièrement d'accord » avec le fait qu'ils faisaient confiance à leur compagnie d'électricité pour respecter les règles et réglementations est quatre fois plus élevée (84% contre 22%) chez les répondants qui étaient « entièrement d'accord » avec le fait que leur compagnie d'électricité leur fournit des informations sur divers sujets que chez les répondants qui n'étaient « pas d'accord » avec cette assertion. En 2010, la confiance dans les compagnies d'électricité était particulièrement faible en Bulgarie et à Malte ; alors que la Bulgarie se trouve toujours en bas du classement des pays, Malte enregistre aujourd'hui de meilleurs résultats.

2) Information des consommateurs

L'étude évaluait également dans quelle mesure les consommateurs étaient informés de divers aspects de leur consommation d'électricité. Peu de consommateurs déclarent ne pas savoir combien ils paient pour l'électricité ; cependant, un plus grand nombre admet ne pas savoir combien d'électricité ils consomment ou comment le prix de l'électricité est calculé. Bien qu'un grand nombre de consommateurs dans la plupart des pays soient conscients du droit de changer de fournisseur, ils sont nombreux à ne pas encore savoir qu'un changement de fournisseur doit être possible dans un délai de trois semaines.

Consommation d'électricité et caractéristiques tarifaires. Interrogés sur la question de savoir s'ils connaissaient la consommation d'électricité de leur ménage, 52% des consommateurs étaient « entièrement d'accord » pour dire qu'ils savaient combien ils payaient pour l'électricité. Un nombre nettement moins élevé de consommateurs étaient « entièrement d'accord » pour dire qu'ils savaient combien d'électricité ils consommaient (34%), quelles étaient les principales caractéristiques de leur tarif (32%), comment le prix de l'électricité était calculé (26%) ou comment l'électricité qu'ils consommaient était produite (24%).

Conditions contractuelles. 57% des consommateurs interrogés ont déclaré avoir lu les conditions du contrat conclu avec leur compagnie d'électricité, mais seulement 46% ont signalé connaître le délai de la période de préavis en cas de rupture du contrat en cours.

Dispositions relatives au changement. 68% des consommateurs interrogés[2] pensaient qu'ils étaient libres de choisir n'importe quelle compagnie d'électricité parmi celles offrant des services dans leur région ; cependant, à peine 35% savaient que le transfert devrait être terminé dans les trois semaines. La Bulgarie, la Lituanie, la Grèce, le Luxembourg et l'Islande enregistraient les proportions les plus faibles de consommateurs ayant répondu qu'ils ont le droit de changer de compagnie d'électricité. On a

[2] Dans toute l'UE des 28, à l'exception de Chypre, de la Lettonie et de Malte.

également demandé aux consommateurs si des frais pouvaient être portés en compte pour le transfert : 45% ont répondu que de tels frais n'étaient pas autorisés.

Mesures visant à protéger les consommateurs en retard de paiement. Seulement 24% des consommateurs interrogés ont répondu qu'ils avaient connaissance de mesures politiques visant à protéger les consommateurs qui éprouvent des difficultés à payer leurs factures d'énergie. Les consommateurs qui avaient le plus de difficultés à payer leurs factures d'électricité se sont avérés être ceux qui avaient le moins tendance à être au courant de ces mesures politiques (17% par rapport à 22%-25% dans les autres groupes).

Recommandation 1 visant à accroître la prise de conscience des mesures de protection pour les pauvres de l'énergie

Des informations complètes sur les mesures politiques visant à protéger les consommateurs qui éprouvent des difficultés à payer leurs factures d'énergie, devraient être facilement accessibles. On pourrait y parvenir, par exemple, via le point de contact unique (PCU). En outre, la mise à disposition d'informations visant à accroître la prise de conscience devrait spécifiquement cibler les consommateurs d'énergie pauvres qui sont plus difficiles à atteindre via des moyens de communication conventionnels (p. ex. en raison de l'absence d'un accès à Internet).

3) Mise à disposition d'informations

La présente étude a évalué la mise à disposition d'informations des compagnies d'électricité sur les tarifs plus avantageux, les méthodes de facturation et de paiement, la consommation d'énergie efficace et les procédures de réclamation ; les conclusions de cette évaluation sont présentées dans les paragraphes suivants.

Tarifs plus avantageux. 29% des consommateurs interrogés n'étaient « pas d'accord » avec le fait que leur compagnie d'électricité leur proposait un tarif plus avantageux ou un tarif plus conforme avec leurs préférences ou leur niveau de consommation au moment où ils ont posé la question, tandis que 25% étaient « entièrement d'accord » et 36% « d'accord » avec cette assertion. L'Allemagne se caractérisait pas la proportion la plus élevée de consommateurs « entièrement d'accord » (44%), et la Bulgarie par la proportion la plus faible (6%). Bien que la Lettonie était parmi les pays qui a enregistré les plus mauvaises performances en 2010, le pays obtient à présent de meilleurs résultats avec 28% des consommateurs « entièrement d'accord » avec le fait que leur compagnie d'électricité leur propose un tarif plus avantageux ou un tarif plus conforme avec leurs préférences ou leur niveau de consommation.

Méthodes de facturation et de paiement. La proportion de clients mystère (dans 10 pays) qui n'étaient pas d'accord avec le fait que leurs factures d'électricité étaient faciles à comprendre, s'élevait à 41%. Les éléments considérés comme particulièrement difficiles à comprendre étaient notamment : la manière dont le montant facturé était calculé, le code de transfert ou identification du compteur, les données de contact de l'autorité nationale de régulation de l'énergie et du gestionnaire de réseau, et les informations sur le bouquet énergétique.

Conseils sur la manière de réduire la consommation d'énergie 35% des consommateurs interrogés n'étaient « pas d'accord » et 58% étaient « entièrement d'accord » ou « d'accord » avec le fait que leur compagnie d'électricité leur fournissait des conseils sur la manière de réduire leur consommation d'énergie ; le niveau de désaccord variait de 21% aux Pays-Bas à 73% en Bulgarie. L'analyse de leurs factures d'électricité par les clients mystère (dans 10 pays) a révélé qu'à peine 26% des factures d'électricité contenaient des conseils sur la manière d'économiser l'énergie.

Parmi les compagnies d'électricité des 10 pays où a été menée l'évaluation mystère, celles situées en République tchèque, en Italie, en Lituanie et en Pologne ont obtenu les plus mauvais résultats en ce qui concerne la mise à disposition d'informations sur des sujets liés à l'efficacité énergétique sur leur site web. Tandis que 40% des clients mystère au Royaume-Uni ont trouvé des informations sur des **outils énergétiques intelligents** sur le site web de la compagnie, cette proportion était de 2% en République tchèque, 7% en Italie, 8% en Pologne et 12% en Lituanie.

En Suède et au Royaume-Uni, un peu plus d'un tiers des clients mystère ont trouvé **un outil permettant de comparer leur consommation d'énergie** à la consommation d'énergie d'autres consommateurs ou à la consommation d'énergie moyenne ; en Italie et en Lituanie, par contre, moins d'un dixième des clients mystère ont signalé qu'un tel outil était disponible.

Recommandation 2 visant à accroître la prise de conscience du comportement favorisant l'efficacité énergétique

L'efficacité énergétique est un objectif essentiel de la stratégie énergétique de l'Union et il s'agit d'un moyen efficace de réduire les émissions, de permettre aux consommateurs de faire des économies et de réduire la dépendance de l'UE par rapport à l'importation des combustibles fossiles. **Les compagnies d'électricité peuvent contribuer à la réalisation de cet objectif en fournissant de meilleures informations aux consommateurs**. Au moment de l'étude, de nombreuses compagnies d'électricité échouaient à fournir aux consommateurs des informations sur la manière de réduire leur consommation d'énergie et des outils leur permettant de contrôler et de comparer leur consommation d'énergie.

Procédures de réclamation. Peu de consommateurs étaient « entièrement d'accord » avec le fait que leur compagnie d'électricité leur fournissait des informations sur la manière d'introduire une réclamation ou sur les entités de règlement extrajudiciaire de litiges de consommation (cette proportion variait de 8% au Luxembourg à 31% en Roumanie). Après avoir contacté les services clients des compagnies d'électricité, 35% des clients mystère (dans 10 pays) n'avaient pas reçu d'informations complètes et correctes sur le processus de traitement des plaintes. Un client mystère sur deux a reçu les données de contact de l'autorité nationale de régulation de l'énergie et 42% ont reçu les données de contact d'une entité de règlement extrajudiciaire de litiges de consommation. Une grande variation a été observée selon les pays : 80% des clients mystère au Royaume-Uni avaient reçu des informations complètes et correctes sur le processus de traitement des plaintes, contre 36% des clients mystère en Lituanie.

Une grande différence a également été observée dans les évaluations des sites web des compagnies d'électricité effectuées par les clients mystère : tandis que 88% des clients au Royaume-Uni avaient trouvé des informations sur la manière de déposer une plainte sur le site web, ce pourcentage chutait à 26% en Pologne. 27% des clients mystère ont indiqué qu'une plainte pouvait être introduite sur le site web de la compagnie d'électricité, 22% ont trouvé un lien vers l'autorité nationale de régulation de l'énergie et 19% ont trouvé un lien vers une entité de règlement extrajudiciaire de litiges de consommation ou des informations sur la manière de contacter une telle entité.

Recommandation 3 visant à accroître la prise de conscience des procédures de réclamation

Il existe une grande différence, entre les États membres, en ce qui concerne la mise disposition d'informations sur le traitement des plaintes par les compagnies d'électricité. **Afin d'aider les consommateurs qui veulent introduire une réclamation, les compagnies d'électricité devraient fournir plus d'informations détaillées sur les procédures de traitement des plaintes – sur leurs sites web, sur les factures d'électricité, etc.**

4) Qualité du service et de l'aide

40% des consommateurs interrogés étaient « entièrement d'accord » avec le fait que leur compagnie d'électricité offrait globalement un service de qualité élevée ; ce pourcentage variait de 20% en Bulgarie à 64% à Chypre. Parmi les consommateurs qui avaient contacté leur compagnie d'électricité au cours des 12 derniers mois, 45% ont répondu que l'aide et les informations qu'ils avaient reçues répondaient parfaitement à leurs attentes. En Bulgarie, 21% des consommateurs (qui avaient contacté leur compagnie d'électricité) ont indiqué que l'aide qu'ils avaient reçue répondait parfaitement à leurs attentes. Dans la plupart des pays, plus d'un tiers des consommateurs « recommanderaient vivement » leur compagnie d'électricité à leurs amis ou leur famille.

Recommandation 4 sur la qualité du service et de l'aide

Des **améliorations restent possibles en ce qui concerne la qualité du service et le service à la clientèle**. Certains pays, tels que Malte, ont toutefois constaté une amélioration par rapport à 2010.

5) Choix et comparabilité

Cette section résume dans quelle mesure les consommateurs ont le choix en ce qui concerne le nombre de compagnies d'électricité et le nombre de tarifs à leur disposition. Dans un nombre restreint de pays, les consommateurs semblent satisfaits du choix dont ils disposent. En ce qui concerne la comparabilité, certaines méthodes de marketing courantes, telles que la présentation en amont d'informations dans l'offre de manière non standardisée, sont susceptibles d'influer sur la capacité des consommateurs à évaluer les éléments clés d'une offre de façon correcte et à opérer le meilleur choix en fonction de leur profil de consommation.

Choix des compagnies d'électricité et des tarifs. 36% des consommateurs interrogés étaient « entièrement d'accord » avec le fait qu'ils pouvaient choisir parmi un nombre suffisant de compagnies d'électricité ; 18% n'étaient « pas d'accord » avec cette assertion. La proportion de consommateurs

« entièrement d'accord » variait entre 7% en Bulgarie et 55% en Allemagne et aux Pays-Bas. La proportion de consommateurs « entièrement d'accord » était plus élevée dans les pays ayant une maturité du marché élevée par rapport aux pays ayant des marchés de l'électricité moins matures (33% dans les pays ayant une maturité du marché « élevée », 22% dans les pays ayant une maturité du marché « moyenne », et 24% dans les pays ayant une maturité du marché « faible »).

Lorsqu'on leur a demandé si leur compagnie d'électricité offrait un nombre de tarifs suffisant (tels que des tarifs verts, des tarifs de jour et de nuit, etc.), 27% des consommateurs étaient « entièrement d'accord », et 17% n'étaient « pas d'accord ». En Allemagne et en Estonie, 42% des consommateurs étaient « entièrement d'accord » ; en Espagne, ce pourcentage n'était toutefois que de 13%.

En moyenne dans les différents pays, la part des tarifs à prix unique a augmenté, passant de 62% en 2010 à 71% en 2015. Les données recueillies lors de l'exercice de collecte de prix indiquent que les consommateurs ont aujourd'hui moins de choix en termes de tarifs heures creuses/heures pleines ; cela signifie que les consommateurs qui sont en mesure d'adapter leur consommation d'électricité en fonction des périodes creuses et des périodes pleines, ont à leur disposition moins de tarifs correspondant à leurs besoins.

Des tarifs « verts » (tarifs pour lesquels l'électricité est entièrement produite à partir de sources d'énergie renouvelables) étaient proposés dans 16 États membres de l'UE et, dans certains de ces pays, ces tarifs représentent une proportion importante de l'éventail complet de tarifs proposés. Dans un certain nombre de pays, toutefois, aucun tarif vert n'était proposé, même si de nombreux consommateurs interrogés étaient prêts à réduire leur consommation d'énergie pour des raisons environnementales, et si les consommateurs de l'expérience comportementale étaient prêts à payer une prime pour des tarifs verts.

Recommandation 5 sur l'élargissement du choix en termes de tarifs

Dans de nombreux États membres, les consommateurs ne sont pas satisfaits du choix de compagnies d'électricité et du choix de tarifs. Dans certains États membres, le marché n'offre pas nécessairement un choix suffisant en termes d'énergies alternatives renouvelables. **Le choix de services (produits) d'électricité disponibles pour les consommateurs devrait être amélioré en offrant, par exemple, un éventail de tarifs plus large, avec notamment des tarifs verts.**

Certains types de tarif n'encouragent pas non plus les consommateurs à se demander si leur comportement est éco-énergétique ou comment ils pourraient réduire leur consommation d'énergie. **Des tarifs heures creuses/heures pleines sont un moyen de renverser cette tendance, et pourraient donc être encouragés. Les consommateurs ont besoin de conseils sur le type de tarif qui leur convient le mieux.**

Comparabilité des offres et des tarifs. L'expérience comportementale évaluait comment des méthodes de marketing courantes, telles que la présentation en amont d'informations dans l'offre de manière non standardisée et la diffusion d'informations pertinentes pour évaluer le coût général par le biais d'un bouton « pop-up », influent sur la capacité des consommateurs à comprendre une offre de manière correcte. L'expérience « rester ou changer de fournisseur » a été développée pour tester si la structure tarifaire utilisée dans les offres alternatives influe sur le comportement de changement de fournisseur.

Présentation en amont d'informations dans l'offre de manière non standardisée : 67% des répondants dans l'expérience comportementale ont correctement identifié l'offre la plus avantageuse lorsque le matériel de marketing n'était pas standardisé, par rapport à 79% lorsque le matériel était standardisé.

La standardisation de la présentation d'informations de sorte que les détails de l'offre soient placés au même endroit dans différentes offres, aide les consommateurs à comparer les offres et à identifier l'offre la plus avantageuse.

Présentation d'informations importantes pour évaluer le coût total d'une offre via un « pop-up » : 42% des répondants dans l'expérience comportementale ont répondu correctement à la question de compréhension lorsque les informations étaient diffusées via un « pop-up », contre 71% en l'absence de diffusion des informations via un « pop-up ». Les observations découlant de l'expérience indiquent que toutes les informations requises pour évaluer le coût total des offres d'électricité devraient clairement être **montrées en amont et non diffusées via un « pop-up ».** Ceci est aussi une obligation juridique de la loi européenne sur le droit du consommateur et du marketing.

Structure tarifaire complexe : les répondants dans l'expérience comportementale « rester ou changer de fournisseur » étaient moins enclins à opter pour l'offre la plus avantageuse si la structure tarifaire était plus complexe : 66% **ont opté pour l'offre la plus avantageuse lorsque la structure tarifaire ne comptait que deux composantes** (un prix unitaire par kWh et une redevance par jour), par rapport à 59% lorsque la structure tarifaire comptait trois composantes (un prix unitaire pour le premier lot d'énergie, un autre prix unitaire pour l'énergie supplémentaire et une redevance par jour).

Expérience des consommateurs en matière de comparaison des offres. Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient comparé les tarifs, 49% des consommateurs ont admis qu'ils n'avaient pas comparé les tarifs de leur propre compagnie d'électricité et 41% ont affirmé la même chose à propos des tarifs de différentes compagnies d'électricité. Les consommateurs trouvent qu'il est plus facile de comparer les tarifs de leur propre compagnie d'électricité que de comparer les offres de différentes compagnies : 24% estimaient qu'il était difficile de comparer les tarifs de leur compagnie d'électricité actuelle, contre 35% qui estimaient qu'il était difficile de comparer les tarifs de différentes compagnies d'électricité.

Recommandation 6 en matière de comparabilité des offres et des tarifs

Bien que la possibilité de passer d'une offre/d'un tarif à l'autre et de bénéficier de prix plus avantageux existe dans de nombreux pays, les consommateurs qui ne sondent pas activement le marché pour obtenir de meilleures offres ne tireront pas profit de prix plus avantageux. Les consommateurs ne savent peut-être pas qu'ils peuvent changer de fournisseur ou choisir entre plusieurs tarifs ou compagnies d'électricité.

Les États membres devraient donc **améliorer l'environnement de changement en sensibilisant davantage au processus de changement, et en favorisant les pratiques facilitant et encourageant les consommateurs à comparer les offres et à changer de tarifs**. Par exemple, la standardisation de la présentation des informations, et la présentation en amont des informations requises pour évaluer le coût total, pourraient aider les consommateurs à comparer les offres et à identifier l'offre la plus avantageuse. Selon la loi européenne sur le droit du consommateur et du marketing, toutes les informations requises pour évaluer le coût total des offres devraient être **indiquées en amont**.

En outre, il faudrait envisager des outils aidant les consommateurs à mieux comprendre la structure tarifaire de leurs tarifs d'électricité, ainsi que leur consommation d'électricité. Par exemple, **le développement d'outils de sensibilisation ou des messages en matière de comportement, telles que des projections personnelles fournissant aux consommateurs une simulation des coûts présumés, pourraient aider à cet égard en présentant des éléments tels que les coûts énergétiques, les coûts fixes et les taxes et impôts.**

Parallèlement, **des campagnes d'information pourraient davantage sensibiliser les consommateurs à leur droit de changer de fournisseur et aux économies qu'ils pourraient réaliser en changeant ; ces campagnes peuvent être organisées par les compagnies d'électricité proprement dites ou par d'autres organes.**

Outils de comparaison. Dans l'étude consommateurs, 64% des répondants qui avaient comparé les tarifs de différentes compagnies d'électricité ont affirmé qu'ils avaient fait usage d'outils de comparaison à cet effet, contre 38% qui avaient consulté le site web des compagnies d'électricité et 8% qui avaient contacté les compagnies d'électricité par téléphone. Indépendamment de la méthode utilisée par les consommateurs pour comparer les tarifs, une proportion similaire de consommateurs étaient « entièrement d'accord » avec le fait qu'il était facile de comparer les tarifs de différentes compagnies d'électricité (33% pour les outils de comparaison en ligne, 31% pour les contacts téléphoniques avec les compagnies d'électricité et 29% pour la consultation du site web de compagnies d'électricité).

Des clients mystère ont cherché des offres plus avantageuses en consultant le site web de compagnies d'électricité ou en les contactant par téléphone ; tous les clients mystère ont également cherché des offres alternatives par le biais d'un ou de plusieurs outils de comparaison (à l'exception de la Lituanie où aucun des clients mystère n'a trouvé d'outil de comparaison). Un client mystère sur deux ayant trouvé une offre plus avantageuse par le biais d'un outil de comparaison était « entièrement d'accord » ou « d'accord » avec le fait qu'il était facile de trouver un tarif plus avantageux ; cependant, les clients mystère qui avaient trouvé le tarif le plus avantageux en contactant des compagnies d'électricité par téléphone ou en consultant leur site web, étaient moins enclins à être d'accord avec le fait qu'il avait été facile de trouver un tarif plus avantageux (24% étaient « entièrement d'accord » ou « d'accord »).

Recommandation 7 sur les outils de comparaison

Bien que les outils de comparaison de l'énergie soient devenus des outils importants pour les consommateurs en vue de comparer les tarifs de différentes compagnies d'électricité, cette étude a également relevé quelques problèmes – il semble par exemple difficile, avec de nombreux outils de comparaison, d'estimer les économies potentiellement réalisables. La Commission devrait coopérer avec les instances nationales de régulation en vue de **développer des critères de transparence et de fiabilité pour les outils de comparaison[3] de l'énergie et de s'assurer que les consommateurs ont accès à au moins un outil de comparaison soumis à une vérification indépendante** leur permettant d'évaluer leur contrat actuel par rapport à toutes les offres disponibles sur le marché. Ceci devrait augmenter la confiance des consommateurs et faciliter la comparaison et le changement de fournisseur.

6) Changement de fournisseur

Le changement de fournisseur est une activité importante qui permet aux consommateurs de bénéficier de meilleures offres auprès d'autres compagnies d'électricité ou d'obtenir une meilleure offre auprès de leur compagnie d'électricité actuelle. La majorité des États membres ont implémenté les dispositions de la directive « Électricité » qui donnent aux consommateurs le droit de changer de fournisseur d'électricité dans un délai de trois semaines et ce, sans frais supplémentaires. Dans des pays tels que la Hongrie, la Roumanie et la Grèce, cependant, les taux actuels de changement de fournisseur restent très bas. En outre, cette étude a identifié plusieurs obstacles au changement de fournisseur ; ces obstacles sont commentés dans la présente section.

Dispositions en matière de changement de fournisseur. Tous les États membres de l'UE, à l'exception de la Croatie, ont implémenté une législation en vue d'accorder aux consommateurs le droit de changer de fournisseur d'électricité. De plus, une majorité des États membres a spécifié un délai de trois semaines pour le processus de changement de fournisseur, conformément à la directive européenne. Cependant, interrogés sur la durée du processus de changement de fournisseur, au moins 3 clients mystère (dans 10 pays) sur 10 en Slovénie (30%), en Pologne (36%), en République tchèque (42%) et en Italie (47%) ont indiqué avoir été informés que le changement prendrait plus de trois semaines.

Taux de changement de fournisseur. Dans l'UE des 28, 24% des consommateurs interrogés avaient changé de fournisseur d'électricité ou de tarif tout en restant auprès de leur fournisseur actuel. Ce pourcentage est supérieur à celui observé dans l'étude de 2010, lorsque le taux de changement de fournisseur et de tarif était de 17%. Il convient toutefois de faire preuve de prudence dans la comparaison des résultats des deux études (en 2009, il a été demandé aux répondants s'ils avaient changé de fournisseur au cours des deux années précédentes, alors que dans l'étude actuelle, ce délai était de trois ans).

Au Royaume-Uni, aux Pays-Bas et en Irlande, 28% des consommateurs avaient changé de fournisseur d'électricité au cours des trois dernières années. En Islande, en Bulgarie, au Luxembourg, en Lituanie, en Hongrie, en Roumanie et en Grèce, le taux de changement de fournisseur demeure négligeable (entre 0,2% et 2%). La proportion de consommateurs qui avaient changé de tarif au cours des trois dernières années tout en restant auprès de leur fournisseur d'électricité actuel, variait de 1% en Bulgarie à 28% au Royaume-Uni.

Facteurs de changement. Une majorité (61%) des consommateurs qui avaient essayé de changer de fournisseur d'électricité ont affirmé l'avoir fait parce qu'ils avaient trouvé une meilleure offre. Toutes les autres raisons énumérées dans l'étude ont chaque fois été sélectionnées par une minorité de consommateurs : par exemple, 13% ont indiqué qu'ils avaient été contactés par une autre compagnie d'électricité, 6% avaient reçu des recommandations de leur famille ou d'amis, et 7% cherchait une compagnie d'électricité plus écologique. Un groupe restreint de consommateurs interrogés avaient essayé de changer de compagnie d'électricité parce qu'ils n'étaient pas satisfaits de leur compagnie d'électricité précédente : 8% ont fait référence à un mauvais service à la clientèle, 8% à des problèmes liés à la facturation et 2% à des interruptions de l'approvisionnement en électricité.

Obstacles au changement de fournisseur

Biais de statu quo. L'expérience comportementale a révélé que les consommateurs ont tendance à conserver leur contrat d'électricité actuel, même si des offres plus avantageuses étaient disponibles dans l'expérience. L'étude consommateurs a révélé qu'à peine 24% des répondants pensaient qu'ils bénéficiaient du tarif le plus avantageux (compte tenu de leur consommation et de leurs préférences), tandis que 41% ne savaient pas s'ils bénéficiaient ou non du tarif le plus avantageux. Ce biais de « statu

[3] Le critère pourrait être adapté au secteur de l'énergie et il pourrait être complémentaire au critère pour l'application de la Directive sur les Pratiques Commerciales Déloyales (DPCD) prévu dans le document d'orientation relatif à la DPCD et les principes clés fondamentaux développés par le Groupe Multi-Parties Prenantes sur les Outils de Comparaison.

quo » comportemental peut apparaître parce que les consommateurs préfèrent ce qui leur est familier, parce qu'ils tiennent davantage compte des pertes potentielles que des bénéfices potentiels (équivalents) et parce qu'ils comparent les alternatives en prenant leur situation actuelle comme point de référence.

Difficultés à comparer les offres et les tarifs. 14% des consommateurs interrogés ont indiqué comme raison pour ne pas changer de fournisseur la difficulté à comparer les offres de différentes compagnies d'électricité ; ce pourcentage variait de 5% en Lituanie à 25% au Danemark.

Difficultés à estimer les économies potentielles. Dans 8 pays sur 10 où l'évaluation mystère a été menée, plus de 40% des clients mystère étaient « entièrement d'accord » ou « d'accord » avec le fait qu'il était facile de trouver un tarif plus avantageux ; ce pourcentage variait de 43% en Pologne et en Italie à 75% en Allemagne. Cependant, lorsqu'on leur a demandé d'estimer les économies qu'ils pouvaient réaliser sur base annuelle en optant pour le tarif le plus avantageux, 25% ont répondu qu'ils n'étaient pas en mesure d'estimer les économies réalisables (même en utilisant des outils de comparaison) – autrement dit, ils éprouvaient des difficultés à évaluer les bénéfices liés au choix des tarifs proposés.

Perceptions du processus de changement de fournisseur. Lorsqu'on leur a demandé les raisons pour lesquelles ils n'ont pas changé de compagnie d'électricité, 16% des consommateurs ont répondu que les économies réalisées ne justifieraient pas les tracasseries liées au changement de fournisseur, 12% ont mentionné que le changement serait trop compliqué et 4% ont mentionné la longueur du processus de changement. Bien que les perceptions selon lesquelles le changement serait compliqué étaient plutôt répandues, le processus de changement avait été facile pour la majorité des consommateurs interrogés qui avaient réellement changé de compagnie d'électricité au cours des trois dernières années : 85% ont répondu que changer de compagnie d'électricité avait été facile, contre 15% ayant affirmé le contraire.

Changement collectif. 18% des consommateurs qui avaient changé de compagnie d'électricité au cours des trois dernières années l'avaient fait dans le cadre d'une campagne de changement collectif de fournisseur. Au Portugal, 58% des consommateurs qui avaient changé de compagnie d'électricité l'avaient fait par le biais d'une campagne de changement collectif de fournisseur. D'autres pays avec des taux de changement collectif de fournisseur relativement élevés étaient la Belgique, l'Espagne et l'Italie. Les consommateurs qui avaient changé de fournisseur par le biais d'une campagne de changement collectif de fournisseur avaient un peu plus tendance à affirmer que le processus de changement avait été difficile (18% contre 14% des consommateurs qui avaient changé de fournisseur, mais pas par le biais d'une campagne de changement collectif).

Recommandation 8 sur le changement de fournisseur

Changer de compagnie d'électricité doit être techniquement facile, fiable et rapide ; l'étude a révélé que dans de nombreux cas, le processus de changement n'est pas rapide et prend plus de trois semaines (c'est-à-dire le délai fixé dans la directive « Électricité »). **Les instances de régulation nationales devraient être encouragées à garantir que les délais de changement de fournisseur sont réduits en vue de se conformer au minimum à la législation européenne, et même à réduire davantage le délai de changement de fournisseur là où cela s'avère possible.**

Cette étude a démontré que les perceptions des consommateurs concernant la complexité du processus de changement de fournisseur et les expériences de changement réelles, ne correspondent pas nécessairement ; cependant, il existe des moyens de rendre le processus de changement plus facile et donc d'améliorer les perceptions des consommateurs. Par exemple, en **encourageant l'échange de meilleures pratiques en ce qui concerne les campagnes de changement collectif de fournisseur**. Pour que le changement collectif soit un outil efficace en vue de réduire les coûts de l'énergie pour les consommateurs, des garanties appropriées renforçant la confiance des consommateurs et d'autres parties prenantes importantes (telles que les compagnies d'électricité, les autorités locales, les associations de consommateurs et les instances de régulation nationales), sont indispensables.

7) Facturation

Cette étude évaluait le contenu des factures d'électricité, la question de savoir si le contenu des factures d'électricité est présenté de manière compréhensible, et testait par le biais d'une expérience comportementale ce qui peut aider à améliorer la compréhension de leurs factures d'électricité par les consommateurs.

Contenu des factures d'électricité. Selon les directives « Électricité » et « Efficacité énergétique », les factures d'électricité doivent contenir des informations déterminées, mais certaines compagnies d'électricité des 10 pays où a eu lieu l'évaluation mystère ne se conforment pas encore à ces exigences. Par exemple, seulement 32% des clients mystère ont trouvé (sur leur facture d'électricité) des

informations sur le bouquet énergétique/les sources d'énergie, et seulement 28% sur le point de contact unique dans leur pays.

Aucune information sur le délai de préavis applicable à la résiliation du contrat n'a été trouvée sur les factures en Italie, en Pologne, en Slovénie et en Espagne, tandis qu'en Allemagne et en France, au moins la moitié des clients mystère ont trouvé de telles informations sur leur facture (respectivement 50% et 57%). Les factures annuelles contenaient plus souvent certaines informations, telles que la consommation d'énergie historique (51% contre 43%).

Compréhension de la facture. 40% des consommateurs interrogés étaient « entièrement d'accord » sur le fait que les factures de leur compagnie d'électricité étaient faciles et claires à comprendre. Une grande variation a été observée selon les pays : tandis que plus de 6 consommateurs sur 10 en Lituanie, en Estonie et à Chypre étaient « entièrement d'accord » avec cette assertion, moins de 3 consommateurs sur 10 en Espagne, en Bulgarie et en Italie se disaient eux aussi « entièrement d'accord ».

Bien que 40% des consommateurs interrogés étaient « entièrement d'accord », et encore 37% « d'accord » avec le fait que leurs factures d'électricité étaient faciles à comprendre, ce résultat apparemment positif n'était pas étayé dans l'exercice d'évaluation mystère. Parmi les clients mystère (dans 10 pays), seulement 14% étaient « entièrement d'accord » et 29% « d'accord » avec le fait que leur facture d'électricité était facile à comprendre. Cette disparité peut s'expliquer par le fait que les résultats dans l'étude consommateurs peuvent être influencés par un biais de désirabilité sociale (c'est-à-dire la tendance des participants à une étude à répondre aux questions d'une manière qui sera considérée comme favorable par autrui). De plus, les répondants dans l'étude consommateurs ont procédé à leur évaluation de mémoire, tandis que les clients mystère ont reçu pour consigne d'examiner une facture récente en détail avant de participer à l'exercice.

Les compagnies d'électricité en République tchèque, en France et en Allemagne ont été identifiées comme obtenant les meilleurs résultats en termes d'informations disponibles sur les factures d'électricité conformément aux exigences de la directive « Électricité ». Les compagnies d'électricité d'Allemagne, cependant, semblent être meilleures que celles de République tchèque et de France en ce qui concerne la présentation de ces informations d'une manière facilement compréhensible : en Allemagne, 50% des clients mystère étaient « entièrement d'accord » ou « d'accord » avec le fait que leur facture était facile à comprendre ; le degré d'accord tombait toutefois à 36% en République tchèque et à 30% en France.

Le **cadrage de l'information** est très important pour aider les consommateurs à accéder aux informations, à les évaluer et à agir en conséquence. L'économie comportementale reconnaît qu'une plus grande quantité d'informations n'aide pas nécessairement les consommateurs à opérer de meilleurs choix. En outre, suite à des limitations cognitives, les consommateurs ont tendance à avoir recours à l'heuristique pour opérer des choix lorsqu'ils sont confrontés à des informations complexes. L'expérience comportementale évaluait l'impact du cadrage des informations de facturation en faisant usage de différents formats de facture.

La facture contenant un **tableau d'aide à la comparaison** était mieux notée par les consommateurs en termes d'informations disponibles sur la consommation et sur les frais. Le langage était considéré comme moins complexe, bien que le langage réellement utilisé soit le même, seul le format de présentation étant différent. Le tableau d'aide à la comparaison a également aidé les répondants de l'expérience comportementale à mieux comprendre leur facture ; en moyenne pour toutes les questions, 84% des répondants voyant la facture de meilleure pratique ont sélectionné les bonnes réponses, contre 79% des répondants voyant la facture standard.

Les expériences ont également confirmé le fait que présenter la consommation historique **sous forme de graphique plutôt que de tableau** améliore la compréhension des consommateurs de leur consommation d'électricité. Faisant référence à la présentation de leur historique de consommation sous forme de tableau, 42% des répondants ont pu correctement répondre à la question de savoir combien d'énergie ils avaient consommé au cours de l'année précédente, contre 58% des répondants lorsqu'ils se référaient à la présentation de leur historique de consommation sous forme de graphique.

Recommandation 9 sur le contenu et la présentation de la facture

Des mesures devraient être prises pour garantir que les compagnies d'électricité satisfont aux exigences fixées dans les directives « Électricité » et « Efficacité énergétique » en ce qui concerne le contenu des factures d'électricité. Les factures devraient clairement montrer, en amont et dans un format simple, les éléments importants de la facture incluant le prix à payer, le montant de consommation, le bouquet énergétique et des informations sur la manière de changer de fournisseur ou d'introduire une réclamation. Les factures devraient être claires et éviter l'ajout d'informations superflues en vue d'améliorer la compréhension des consommateurs.

Des indications supplémentaires au niveau de l'UE en vue de factures d'énergie plus compréhensibles pour les consommateurs, pourraient être fournies ; ces indications ne devraient pas seulement se concentrer sur le contenu des factures, mais aussi sur la manière dont les informations sont présentées. L'insertion dans les factures d'électricité d'un « tableau d'aide à la comparaison » mentionnant le nom du fournisseur, la période contractuelle, le type/nom du tarif, le code de changement et le prix, aiderait les consommateurs à mieux comprendre leurs factures. La présentation de l'historique de la consommation d'électricité dans un graphique au lieu d'un tableau aiderait les consommateurs à mieux comprendre leur consommation d'énergie passée.

8) Prix

Les prix de l'électricité sont très différents dans les divers États membres, ce qui conduit à une grande variation dans les perceptions de ces prix par les consommateurs. Bien que Malte ait été l'un des pays obtenant les plus mauvais résultats en 2010, le pays fait mieux aujourd'hui avec davantage de consommateurs estimant que leur compagnie d'électricité offre des prix équilibrés et raisonnables.

Les perceptions des prix par les consommateurs. 28% des consommateurs interrogés étaient « entièrement d'accord » avec le fait que leur compagnie d'électricité offre des prix équilibrés et raisonnables (variant de 8% en Bulgarie à 45% en Allemagne ; en Bulgarie, 62% n'étaient « pas d'accord » avec cette assertion). En outre, 27% étaient « entièrement d'accord » sur le fait que les compagnies d'électricité offrent des tarifs compétitifs (variant de 10% en Bulgarie et en Grèce à 48% en Allemagne).

Variation dans les prix à travers les États membres. Les prix dans les différents pays se comparent de manière très différente selon qu'ils sont mesurés en euros ou en standards de pouvoir d'achat (SPA), illustrant l'importance de tenir compte du coût général de la vie dans la comparaison des prix de l'électricité à travers l'UE. Les États membres plus récents de l'UE tels que la Hongrie, la Slovaquie et la Pologne ont les prix de l'électricité les plus bas en euros, mais les plus élevés en SPA. La Finlande a le prix de l'électricité le plus bas en termes de SPA, suivie du Luxembourg et de la Suède. Entre 2004 et 2014, les prix en SPA (à la fois incluant et excluant les taxes) ont augmenté dans la plupart des États membres (25 des 27 États membres).

De plus, la structure des prix de l'électricité domestique est nettement différente selon les pays. Dans certains pays, les taxes représentent une grande partie du prix global, tandis que dans d'autres, le coût de l'électricité et les marges d'approvisionnement sont plus importants. L'étude a révélé que les consommateurs qui consomment peu paient les coûts fixes les plus élevés. Si une part importante du prix de l'électricité est constituée d'un élément fixe, les consommateurs ne peuvent pas substantiellement changer leurs dépenses d'électricité, même s'ils réduisent leur consommation d'électricité.

Recommandation 10 sur la structure tarifaire

Le fait que les consommateurs qui consomment moins d'électricité paient des prix unitaires plus élevés en raison de redevances fixes facturées par un certain nombre de compagnies d'électricité, a des conséquences négatives potentielles pour ce qui est à la fois d'encourager les réductions de la consommation d'électricité et de subir d'éventuelles conséquences distributives si les consommateurs qui consomment peu sont aussi des consommateurs qui ont un faible revenu. Ainsi, cette étude réitère la recommandation de l'étude de 2010 consistant à **changer la structure tarifaire afin d'éviter des prix unitaires supérieurs pour les consommateurs qui consomment peu, en particulier ceux qui sont aussi des consommateurs à faibles revenus. Les compagnies d'électricité pourraient également être encouragées à s'assurer que les consommateurs sont informés de toute la gamme des contrats proposés ainsi qu'à accorder une attention particulière et prodiguer des conseils aux consommateurs qui sont confrontés à la pauvreté énergétique.**

9) Coût abordable

Des questions relatives au caractère abordable des prix ont également été abordées dans cette étude. En fonction des approches utilisées pour mesurer la pauvreté énergétique et le coût abordable de l'énergie, il existe une différence dans les estimations de la mesure dans laquelle ce phénomène est répandu. La pauvreté énergétique est la plus répandue en Grèce ; les résultats actuels enregistrés par le pays sont en nette baisse par rapport aux résultats de 2010.

Les consommateurs grecs avaient le plus tendance à signaler avoir des **difficultés à payer leurs factures d'électricité** : 10% des consommateurs interrogés ont répondu qu'ils étaient souvent incapables de payer ces factures à temps et 19% ont affirmé que cela leur arrivait de temps à autre. En Croatie, en Slovénie, en Hongrie et en Roumanie, entre 17% et 20% des consommateurs ont répondu qu'ils ne parvenaient parfois (ou même souvent) pas à payer leurs factures d'électricité à temps.

Au total, 8% des consommateurs interrogés ont répondu qu'ils devaient régulièrement payer **une pénalité pour paiement tardif** de leur facture d'électricité, 3% ont signalé que leur **consommation d'électricité avait été restreinte** en raison du non-paiement de leurs factures, 5% bénéficiaient d'un **tarif ou d'une aide sociale de leur compagnie d'électricité** (p.ex. un plan de paiement échelonné), et 3% recevaient une **aide financière du gouvernement** en vue de les aider à payer leurs factures d'électricité.

En Bulgarie, en Grèce, en Hongrie et en Roumanie, environ un consommateur sur six a répondu qu'il avait régulièrement dû payer une pénalité pour paiement tardif. En Grèce et en Bulgarie, respectivement 7% et 11% des consommateurs ont signalé que leur consommation d'électricité avait été restreinte en raison du non-paiement de leurs factures. Un consommateur sur cinq en Grèce a répondu qu'il bénéficiait d'un tarif ou d'une aide sociale de sa compagnie d'électricité.

Recommandation 11 sur la lutte contre la pauvreté énergétique

Il sera important d'établir des méthodologies pouvant être utilisées au niveau de l'UE en vue de **mesurer la pauvreté énergétique à la fois de manière quantitative et qualitative**. On pourrait envisager d'utiliser les données Eurostat existantes sur les dépenses des ménages et les coûts de l'énergie en vue d'une mesure quantitative, tandis qu'une seconde approche prendrait en considération des facteurs plus qualitatifs, tels que la qualité du logement et les besoins énergétiques par groupe social. Une combinaison de ces approches permettrait d'avoir un aperçu plus cohérent de la pauvreté énergétique, ainsi que les réponses politiques les plus efficaces.

10) Consommateurs vulnérables

Les preuves recueillies au cours de cette étude indiquent qu'un certain nombre de groupes peuvent être particulièrement vulnérables dans le marché de l'énergie.

Les consommateurs plus âgés (65+), les consommateurs économiquement inactifs et les consommateurs faiblement instruits avaient tendance à moins bien réussir dans l'expérience comportementale quant au matériel de marketing. De ce fait, des méthodes de marketing courantes telles que la présentation des informations en amont dans l'offre de manière non standardisée et la diffusion d'informations importantes pour évaluer le coût général via un bouton « pop-up », sont susceptibles d'affecter de manière disproportionnée les consommateurs de ces groupes sociodémographiques. En outre, les taux de changement de fournisseur étaient plus bas parmi les 65+, les répondants économiquement inactifs et les répondants faiblement instruits. Par exemple, tandis que 15% des 65+ avaient changé de fournisseur ou de tarif au cours des trois dernières années, ce pourcentage était de 30% pour les répondants plus jeunes.

Recommandation 12 sur les consommateurs vulnérables

Il conviendrait d'envisager des interventions et actions aidant les consommateurs plus âgés, les consommateurs économiquement inactifs et les consommateurs faiblement instruits. Par exemple, des actions visant à améliorer l'accessibilité en ligne et garantissant que les informations sont présentées de manière claire et compréhensible sans termes clés et conditions en petits caractères ou via des boutons « pop-up », en particulier dans les communications ciblant spécifiquement ces groupes.

Les mesures politiques abordant la vulnérabilité et la pauvreté énergétique devraient prendre en compte divers facteurs, tels que les conditions de vie locales, qui reflètent les besoins différents de certains consommateurs.

Le nombre de consommateurs bénéficiant d'un tarif ou d'une aide sociale de leur compagnie d'électricité, ou d'une aide financière publique, variait énormément entre les États membres. **Les autorités des États membres sont donc encouragées à garantir un soutien adéquat au moyen d'une gamme appropriée de mesures, et à sensibiliser les consommateurs au fait que ce soutien est disponible.** De telles mesures pourraient inclure une aide pour investir dans la rénovation d'habitations en vue de les rendre éco-énergétiques, des services consultatifs visant à encourager une utilisation plus rationnelle de l'électricité, et des échéances de remboursement pour ceux qui rencontrent des difficultés financières temporaires. Il conviendrait d'envisager une aide sociale pour ceux qui font face à une pauvreté énergétique extrême.

Arriérés de paiement sur les factures d'électricité. Les consommateurs qui ont indiqué qu'ils ne pouvaient parfois ou souvent pas se permettre de payer leurs factures d'électricité à temps avaient autant tendance que les consommateurs qui ne rencontraient pas de telles difficultés à avoir tenté de changer de fournisseur ou de tarif (respectivement 28% et 29%) ; cependant, ils réussissaient généralement moins bien dans cette entreprise et le taux de changement de fournisseur pour ce groupe était plus faible (19% contre 25% pour les consommateurs qui ne rencontraient pas de difficultés de paiement).

Expérience en matière de comparaison des offres. Il semble plus facile pour les consommateurs plus expérimentés de naviguer dans les marchés de l'électricité. Les consommateurs qui ont activement cherché des offres étaient davantage capables, en moyenne, de comprendre les offres marketing et de répondre correctement aux questions de compréhension. Dans l'expérience comportementale, les répondants qui avaient comparé les offres avaient tendance à choisir l'offre la plus avantageuse plus souvent que les répondants qui n'avaient pas comparé les offres (63% des répondants qui avaient comparé les offres ont choisi l'offre la plus avantageuse, contre 57% des répondants qui n'avaient pas comparé les offres).

11) Réclamations et recours

L'approche (réglementaire) la plus courante pour le traitement des plaintes est, pour le consommateur, de s'adresser à sa compagnie d'électricité en tant que premier point de contact. Cette étude a révélé qu'environ un consommateur interrogé sur 10 s'était plaint auprès de sa compagnie d'électricité au cours des trois dernières années ; parmi ceux-ci, cependant, un grand nombre n'étaient pas satisfaits de la manière dont leur plainte avait été traitée.

Incidence et types de problème. 31% des consommateurs interrogés avaient rencontré un problème avec leur compagnie d'électricité au cours des trois dernières années ; ce pourcentage variait de 17% en Allemagne à 60% en Roumanie. Les problèmes liés à la facturation et à la fixation des prix étaient plus fréquemment mentionnés : 11% des consommateurs (qui avaient rencontré un problème) ont signalé des problèmes concernant les prix (p. ex. des prix trop élevés ou incorrects), 11% des problèmes concernant les estimations de la consommation d'électricité (p.ex. estimations incorrectes) et 8% des problèmes concernant la facturation (p. ex. facturation non transparente ou incorrecte).

Parmi les consommateurs qui avaient rencontré un problème avec leur compagnie d'électricité, 40% avaient introduit une réclamation (de 18% en Lituanie à 59% à Malte). Les consommateurs qui avaient introduit une réclamation auprès de leur compagnie d'électricité surpassaient largement ceux qui avaient contacté une tierce partie – p. ex. une organisation de consommateurs, un ombudsman ou une instance de régulation (35% contre 5%).

Traitement des plaintes. De nombreuses plaintes déposées avaient été résolues en quelques jours : 17% des consommateurs ont signalé que leur plainte avait été traitée en un jour, et 18% ont affirmé que cela avait pris de deux à quatre jours. À l'opposé, plus d'un mois avait passé entre le dépôt de la plainte et l'obtention d'une solution pour 20% des consommateurs. Seulement 22% des consommateurs qui avaient déposé une plainte ont signalé être « très satisfaits » de la manière dont leur plainte avait été traitée.

Les principales raisons avancées pour ne pas déposer plainte étaient qu'il était peu probable qu'une solution satisfaisante soit trouvée (mentionné par 36% des consommateurs qui avaient rencontré un

problème mais qui n'avaient pas déposé plainte), que cela prendrait trop de temps (21%), que les sommes concernées étaient trop peu élevées (17%) ou qu'il était trop difficile de déposer plainte (13%).

Recommandation 13 sur le traitement des plaintes

Bien que certains consommateurs n'étaient pas satisfaits du traitement de leur plainte par leur compagnie d'électricité, très peu ont contacté une tierce partie – p.ex. une organisation de consommateurs, un ombudsman ou une instance de régulation. Il conviendrait d'**examiner l'effet de la directive 2013/11/UE relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation sur le traitement en interne des plaintes par les compagnies d'électricité.** La Commission examinera l'application générale de la directive en 2019 et tous les quatre ans par la suite.

12) Application

Avec plus de choix et d'offres, les consommateurs doivent avoir encore plus de garanties qu'ils bénéficient d'une protection efficace contre les pratiques commerciales n'étant pas conforme à la loi européenne sur le droit du consommateur et du marketing (c'est-à-dire les pratiques commerciales déloyales). Cette section présente les résultats relatifs à l'incidence de telles pratiques n'étant pas conforme, telles que rapportées par les répondants dans l'étude consommateurs. Les résultats de l'étude consommateurs tendent à indiquer que les problèmes liés aux pratiques commerciales n'étant pas conforme à la loi européenne sur le droit du consommateur et du marketing sont relativement rares ; un grand nombre de parties prenantes participant à la consultation considéraient toutefois de telles pratiques des compagnies d'électricité comme généralement « courantes ».

Conformité avec le contrat et autre loi européenne sur le droit du consommateur et du marketing. Soumis à quatre pratiques commerciales n'étant pas conforme à la loi européenne sur le droit du consommateur et du marketing, environ un consommateur sur sept a chaque fois répondu qu'une telle pratique avait cours dans son pays : informations contractuelles peu claires, incomplètes et difficiles à comprendre (18%) ; factures d'électricité ne reflétant pas la consommation réelle avec précision (15%) ; documents précontractuels trompeurs dépourvus d'informations pertinentes (15%) ; et contrats ne respectant pas les droits des consommateurs (13%). Lorsqu'ils ont été priés de penser à la **publicité des compagnies d'électricité**, 34% des consommateurs ont répondu que les publicités sont parfois trompeuses, mensongères ou dépourvues d'informations pertinentes et 39% étaient « entièrement d'accord » avec le fait que les compagnies d'électricité rendent leurs tarifs plus attractifs qu'ils ne le sont réellement pour encourager les consommateurs à changer de fournisseur.

Les consommateurs bulgares avaient généralement le plus tendance à affirmer que des problèmes liés à de telles pratiques commerciales se produisaient dans leur pays (p. ex. interrogés sur la question de savoir si les informations reprises sur leur contrat d'électricité étaient claires, complètes et faciles à comprendre, 45% ont répondu par la négative). En Finlande, en revanche, les consommateurs étaient généralement le moins enclins à être d'accord pour dire que de telles pratiques commerciales avaient cours dans leur pays : néanmoins, même en Finlande, 36% des consommateurs étaient « entièrement d'accord » avec le fait que les compagnies d'électricité rendent leurs tarifs plus attractifs qu'ils ne le sont réellement en vue d'encourager les consommateurs à changer de fournisseur.

Recommandation 14 sur la publicité des offres

Environ 10% des consommateurs qui avaient comparé les tarifs de différentes compagnies d'électricité avaient basé leurs comparaisons sur les publicités des compagnies d'électricité. **Des activités d'application du droit devraient être mises en place pour garantir que la publicité faite par les compagnies d'électricité respecte les exigences du droit européen de la consommation et de la commercialisation. Plus particulièrement, la publicité ne devrait pas être trompeuse, mensongère ou dépourvue d'informations importantes dont les consommateurs ont besoin pour prendre des décisions d'achat éclairées, et ne devrait pas tirer profit des consommateurs vulnérables.**

Rôle de l'instance nationale de régulation de l'énergie. 24% des consommateurs interrogés étaient « entièrement d'accord » avec le fait que l'instance nationale de régulation de l'énergie joue un rôle essentiel dans le contrôle et la mise en œuvre du marché de l'électricité de détail et 42% étaient « entièrement d'accord » pour dire que l'instance nationale de régulation de l'énergie pouvait faire mieux en ce qui concerne le fonctionnement du marché de l'électricité pour les consommateurs. Une proportion importante de consommateurs dans la plupart des pays n'a pas pu formuler une opinion sur le rôle de l'instance nationale de régulation de l'énergie.

13) Innovation

Les consommateurs se sont engagés dans de nouvelles façons d'utiliser l'énergie qui vont au-delà de la simple consommation d'électricité. Cependant, 41% des consommateurs interrogés n'étaient pas d'accord pour dire que leur compagnie d'électricité introduisait des innovations en matière de technologies et de services répondant à leurs besoins ou n'étaient pas informés de telles initiatives ; cette proportion variait de 32% à Malte à 73% en Bulgarie.

Selon les parties prenantes du secteur de l'électricité de détail interrogées dans le cadre de cette étude, les principales innovations dans le marché de l'électricité pour les consommateurs sont : **(1) les compteurs intelligents, (2) le changement collectif de fournisseur, et (3) l'autoproduction**. Environ 7 parties prenantes sur 10 estimaient que la législation sur les nouveaux types de mesures (compteurs intelligents) stimule l'innovation et environ une partie prenante sur deux était du même avis pour ce qui est de l'innovation en matière d'autoproduction d'énergie et de la possibilité de revendre l'excédent d'autoproduction. En revanche, trois-quarts des parties prenantes ont indiqué que la législation n'avait aucun impact sur l'innovation dans le domaine du changement collectif de fournisseur.

Compteurs intelligents. La connaissance des compteurs intelligents demeurait faible dans la plupart des pays ; les niveaux les plus élevés de connaissance des compteurs intelligents indiqués par les répondants ont été observés en Roumanie (40%), en Finlande (41%), au Royaume-Uni (48%), à Malte (60%) et en Slovaquie (71%). La proportion de clients mystère ayant répondu que le site web de la compagnie d'électricité contenait des informations sur les compteurs intelligents variait de 4% en Lituanie et en République tchèque à 43% au Royaume-Uni. L'étude de cas sur les compteurs intelligents illustrait que le déploiement de compteurs intelligents devrait s'accompagner de **systèmes de visualisation de données appropriés** afin de s'assurer que les consommateurs reçoivent un feed-back personnalisé sur leur consommation d'énergie.

Recommandation 15 sur la stimulation de l'innovation

Les meilleures pratiques en matière de facturation (p. ex. intégration de graphiques) et d'utilisation de technologies mobiles et virtuelles devraient être harmonisées avec les **développements au niveau de l'affichage graphique des compteurs intelligents** (c'est-à-dire des systèmes d'affichage innovateurs capables de fournir un feed-back personnalisé et visuel) **afin de s'assurer que les consommateurs puissent profiter des bénéfices de la technologie des compteurs intelligents.**

Le présent résumé a été établi dans le cadre du programme 'Consommateurs' de l'UE (EU Consumer Programme) (2007-2013) à l'occasion d'un contrat spécifique avec l'Agence exécutive pour les consommateurs, la santé et l'alimentation (Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency (Chafea)) agissant au nom de la Commission européenne. Le contenu de ce rapport reflète les vues d'Ipsos, de London Economics et de Deloitte et relève de leur responsabilité exclusive ; il ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant les vues de la Commission européenne et/ou de la Chafea ou tout autre organe de l'Union européenne. La Commission européenne et/ou la Chafea ne garantissent pas l'exactitude des données figurant dans ce rapport et déclinent toute responsabilité à l'égard de toute utilisation que peuvent en faire des tiers.

EB-02-16-692-FR-N

Publications Office

doi: 10.2818/649591