



Effacité énergétique et digital : la révolution est proche

ACTUALITÉS

DÉCRYPTAGE

POLITIQUES ÉNERGÉTIQUES

Publié le 15.02.2022 par Sabrina Tiphaneaux

L'utilisation de la data au service des économies d'énergie est prometteuse. Le décret tertiaire réveille le segment BtoB, et la flambée des prix de l'énergie pousse à la sobriété énergétique.

Mais alors que de plus en plus d'acteurs partent à l'assaut des marchés de la Smart Home et du Smart Building, la prochaine révolution qui s'annonce passera par l'arrivée de solutions globales répondant aux différents besoins des consommateurs, analysent les consultants des [Echos Études](#) dans leur dernière publication « Le marché des solutions d'efficacité énergétique ».



**republier cet article
sur votre site**

Reproduisez nos articles
gratuitement, sur papier ou en
ligne, en utilisant notre licence
Creative Commons.

Encore émergent, le marché de l'«energy management» est loin d'avoir exprimé tout son potentiel chez les particuliers comme chez les professionnels. Du côté de la Smart Home, la demande bondit depuis 2020. La crise sanitaire et l'augmentation du temps passé chez soi ont provoqué un engouement des consommateurs pour tous les équipements liés au foyer.

Certes, les ventes se concentrent encore essentiellement sur les montres connectées, les télévisions et autres assistants vocaux. Les objets liés à l'énergie comme les ampoules, les prises et les thermostats connectés rencontrent, eux, moins de succès. Mais toutes les enquêtes le montrent : l'intérêt est là.

Les solutions digitales d'efficacité énergétique font aussi une percée dans le secteur tertiaire. D'après une enquête réalisée par Les Echos Etudes^[1], 44% des entreprises ont installé des équipements connectés (capteurs, thermostats intelligents...) au sein de leurs bâtiments pour réduire leur consommation d'énergie. C'est la solution privilégiée devant des équipements à haute performance énergétique.

Et pour cause : les coûts de déploiement sont relativement faibles et l'IoT permet d'accéder facilement à des informations exploitables, *a minima* de prendre conscience de la problématique énergétique. En revanche, la mise en place de plateformes de monitoring des consommations est une solution nettement moins courante avec seulement 24 % des entreprises qui y recourent.

Le réveil du marché

Si le développement des solutions digitales pour l'énergie a été jusqu'à présent un peu poussif, le marché est à l'aube d'une nouvelle donne. Le contexte n'a jamais été aussi porteur.

L'augmentation sans précédent des prix de l'énergie devrait pousser particuliers comme entreprises à s'impliquer davantage dans la maîtrise de leurs consommations énergétiques. D'après l'enquête des Echos **Études**, les deux-tiers des décideurs interrogés pensent que l'augmentation des prix de l'énergie va conduire leur organisation à accélérer ses **investissements** dans l'efficacité énergétique dans les douze prochains mois.

La proportion grimpe même à 94 % pour les entreprises de plus de 5 000 salariés. Pour les plus petites, les avis sont nettement moins tranchés. Les enjeux financiers sont moins importants et leurs moyens (notamment humains) plus limités.

Du côté de la réglementation, les signaux sont également au vert. Les objectifs toujours plus ambitieux de décarbonation de l'UE sont un puissant moteur de développement du marché.

A LIRE ÉGALEMENT

Efficacité énergétique et digital : la révolution est proche

L'utilisation de la data au service des économies d'énergie est prometteuse. Le décret tertiaire réveille le segment BtoB, et la...

Les voitures électriques, maillons forts de l'équilibre du réseau électrique ?

D'après RTE, l'opérateur qui gère l'ensemble des lignes haute et très haute tension en France, le stockage de l'électricité est...

LES PLUS CONSULTÉS



Chantal Jouanno : « hormis certains pro-nucléaires, rares sont ceux qui nient le rôle de l'éolien offshore »

Taxonomie: le nucléaire n'est « ni durable, ni économique » affirme Berlin

Electricité: RTE maintient sa « vigilance » sur la fin de

moteur de développement du marché.

Après près d'une décennie d'un parcours très chaotique, le décret tertiaire, en vigueur depuis le 1er octobre 2021, réveille enfin le segment BtoB. 43 % des entreprises estiment que sa mise en œuvre devrait les conduire à accélérer leurs investissements dans l'efficacité énergétique.

En revanche, un travail de pédagogie est encore à faire pour tous les acteurs de l'efficacité énergétique, car 37 % des répondants ne connaissent pas encore cette nouvelle réglementation.

Vers la fin des approches en silos ?

Ce gisement de croissance attise une forte concurrence. Editeurs de logiciels, énergéticiens, sociétés de services énergétiques, fabricants d'équipements électriques et de génie climatique, start-up... de plus en plus d'acteurs partent à l'assaut du marché.

Parallèlement, l'offre gagne en maturité et les stratégies s'affirment. Le panel des solutions disponibles sur le marché est aujourd'hui très large.

De nombreux équipements (capteurs, thermostats connectés, GTB...), logiciels et plateformes de monitoring des consommations sont proposés.

Il n'y aura probablement pas de place pour tout le monde, d'autant que certains dispositifs sont en concurrence partielle ou frontale, entraînant une forme de redondance.

Mais la véritable révolution va venir de l'arrivée d'offres globales. Pour le moment, la digitalisation avance souvent avec une approche en silos. Les opérateurs enrichissent leur gamme brique par brique, commercialisées chacune de leur côté.

Les propositions commerciales se multiplient et émanent, généralement, d'acteurs différents. Résultat : les ménages comme les entreprises voient arriver une profusion d'équipements (objets connectés, [autoconsommation](#) , bornes de recharge et véhicules électriques...), dont l'énergie n'est parfois qu'une fonctionnalité parmi d'autres. Charge à eux de bâtir leur écosystème.

À terme, cette approche est amenée à disparaître pour laisser place à une unique interface de pilotage de la fonction énergie de la maison ou du bâtiment. Reste à savoir quels sont les acteurs les mieux placés pour s'imposer...

[1] Enquête on-line réalisée du 17 au 24 novembre 2021 auprès de 133 entreprises de toute taille et de tous secteurs et d'administrations publiques.