



La révolution digitale de l'énergie : vers l'ubérisation du secteur ?

Publié le 03.02.2017 par [Sabrina Tiphaneaux](#)

Objets connectés, offres on-line, web social... Quelles stratégies à l'heure du client 3.0 ? Cette étude analyse les bouleversements induits par la digitalisation du secteur de l'énergie sur le segment mass market.

Le digital, un levier d'optimisation opérationnelle et de nouvelles opportunités de business

Consommation énergétique en berne, incitations massives à l'efficacité énergétique, concurrence vive... les fournisseurs d'énergie ne sont pas à la fête, en particulier les acteurs historiques attaqués de toutes parts par les opérateurs alternatifs. L'excellence opérationnelle est donc de mise. Et le digital offre, dans ce domaine, des opportunités d'optimisation importantes avec l'apparition de nouveaux canaux de prospection et de communication ou encore l'enrichissement de l'expérience client avec le lancement d'applis destinées à simplifier la vie des clients et à leur parler autrement. Dans un contexte de pression sur les marges, ces solutions permettent de limiter, voire de réduire les coûts.

Efficacité énergétique, achat d'énergie, mobilité... des initiatives tous azimuts

En matière de stratégies digitales, avec l'apparition de nouveaux terrains de jeux, les initiatives foisonnent. Dans le domaine des objets connectés, les offres se multiplient. Les thermostats intelligents en sont à leur 2^e, voire 3^e génération et le déploiement des compteurs intelligents a commencé alors que les premières chaudières connectées

apparaissent sur le marché. Mais les solutions IoT (« Internet of Things ») sont pour la plupart en compétition et un écrémage est à venir. L'heure est donc à la course pour préempter le marché. Du côté de la mobilité, l'interopérabilité des réseaux de bornes de recharge est un axe de développement privilégié des solutions digitales. Enfin, l'achat d'énergie n'échappe pas au phénomène avec le lancement d'offres on-line par les fournisseurs, certes encore peu nombreuses mais appelées à se développer, et la montée des plateformes d'achat dont le décollage semble désormais amorcé. Et la liste est encore longue. D'autant que la France n'est pas en pointe sur ce sujet. De nombreux exemples venant des Etats-Unis ou du nord de l'Europe montrent que les possibilités semblent sans limite.

Vers l'ubérisation des fournisseurs d'énergie ?

La transformation digitale du secteur de l'énergie n'en est qu'à ses débuts. Tous les acteurs cherchent la martingale, souvent à tâtons. Pour le moment, aucun ne l'a trouvée. L'avantage client n'est pas toujours évident et les business model ne sont pas toujours validés. Mais les jeux seront sans doute faits dans un délai assez court (quelques années tout au plus). C'est donc maintenant que tout se joue et les prétendants sont nombreux. Les fournisseurs d'énergie (Butagaz, Direct Energie, EDF, Engie, etc.) sont en première ligne. Ils cherchent à profiter des opportunités de nouveaux business tout en contrant tous ceux qui ambitionnent de s'interposer entre eux et leurs clients. Et la menace vient de partout. D'un côté, de nouveaux entrants proposent des offres de ventes d'énergies innovantes à l'image d'eKwateur et Plüm qui misent sur le renouvelable et le collaboratif. De l'autre, les plates-formes d'achat d'énergie prennent de l'importance, surtout dans le fioul où le risque d'ubérisation est réel avec des acteurs comme fioulmarket.fr ou fioulreduc.fr. Enfin, de nombreux acteurs poussent leurs pions sur le smart home : les équipementiers (Chaffoteaux, Schneider Electric, Somfy, etc.), tout comme les acteurs des Telecom et des nouvelles technologies (Apple, Google, Orange, etc.) ou les pure players tels que Netatmo et Qivivo. La plupart d'entre eux cherchent, ou vont chercher dans un avenir proche à exploiter les données de consommation collectées pour développer des services data centric. Dans ce domaine, tout reste à inventer. La bataille pour l'accès à la data ne fait que commencer et c'est une partie de l'avenir des fournisseurs qui se joue s'ils ne veulent pas se voir privés d'une partie de leurs ventes et de leur pouvoir de négociation. A plus long terme, un risque de disruption plus radicale existe à travers l'échange d'énergie directement entre producteurs et consommateurs en peer-to-peer. Ce type de solution commence à être testé en France et aux Etats-Unis via la blockchain.

Entre concurrence et partenariats, les fournisseurs d'énergie doivent trouver le bon modèle dans ce nouvel écosystème. Le chemin est étroit et il est loin d'être balisé...