

LA RÉVOLUTION DIGITALE DE L'ÉNERGIE : VERS L'UBÉRISATION DU SECTEUR ?



Quand le monde de l'énergie bascule progressivement dans le digital

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'applications destinées à simplifier la vie des clients et leur parler autrement. Toutes ces solutions permettent de limiter, voire de réduire les coûts dans un contexte de pression sur les marges.

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

En matière de stratégies digitales, les initiatives foisonnent avec de nombreux terrains de jeux. Dans le domaine des objets connectés, les offres se multiplient. Les thermostats intelligents en sont à leur 2e, voire 3e génération et le déploiement des compteurs intelligents a commencé alors que les premières chaudières connectées apparaissent sur le marché. Mais les solutions IoT 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, personne 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...) 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...), tout comme les acteurs des Telecom et des nouvelles technologies (Apple, Google, Orange...) 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...

Environ 40 solutions de comptage et de pilotage de la consommation d'énergie sont actuellement sur le marché.
Combien en restera-t-il dans 3 ans ? Celles qui s'imposeront sont-elles déjà commercialisées ?

Source : Les Echos Etudes, 2016

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

COMMENT LA RÉVOLUTION DIGITALE TRANSFORME L'OFFRE ET LES BUSINESS MODEL SUR LE MASS MARKET ?

Synthèse : les points clés et principaux enseignements de l'étude

01 Digital : périmètre et champs d'application

Champ de l'étude : la transformation digitale sur le segment mass market

De l'offre de fourniture à la gestion de la relation client : la révolution numérique modifie l'ensemble de la chaîne de valeur

02 Le digital comme levier d'optimisation des performances opérationnelles

Évolution de la relation client : comment le numérique permet d'enrichir l'expérience client et de le fidéliser ?

La prospection : quels canaux pour capter le « nouveau consommateur énergie » ?

Les nouveaux outils de la communication digitale

03 Le digital comme opportunité d'affaires

Vente d'énergie : offres 100% Web, plateforme d'achat... le digital revisite le parcours d'achat

L'efficacité énergétique : box énergie, thermostats intelligents, chaudières connectées... les solutions se multiplient

La mobilité : l'interopérabilité des réseaux de bornes de recharge au cœur des enjeux

Focus sur les nouveaux business model à l'étranger

04 Benchmark des stratégies digitales des forces en présence

La maturité digitale des acteurs : où en sont les fournisseurs d'énergie, les équipementiers... ?

L'adaptation des organisations : digital chief officer, data scientist ... les acteurs se mettent en ordre de bataille

Le développement de solutions digitales : R&D, acquisitions, partenariats, fonds d'investissement... à la recherche de la martingale

05 L'impact du digital sur le marché de l'énergie à moyen terme

Quel avenir pour les fournisseurs d'énergie ?

Quel écrémage à venir ?



Sabrina TIPHANEUX

Expert du secteur : Energie-Environnement
stiphaneaux@lesechos.fr

"Nous accompagnons les industriels et énergéticiens dans leurs réflexions stratégiques à travers de nombreuses publications multiclients et missions de conseil. Face à un contexte réglementaire, technologique et concurrentiel en pleine mutation, nos équipes se sont spécialisées tout particulièrement dans les problématiques de production et de commercialisation d'énergie, les enjeux liés à l'efficacité énergétique ainsi que les nouvelles opportunités et modèles d'affaires émergents offerts par la digitalisation du secteur."

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte SAIMAN tél. 01 49 53 89 41 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

Les EchosÉTUDES