Commercialisation d'électricité sur le mass market : en route vers l'hyper-segmentation des offres

Watt's Next Conseil

Janvier 2017

L'innovation marketing pour exister (ou survivre)

Le prix et rien que le prix

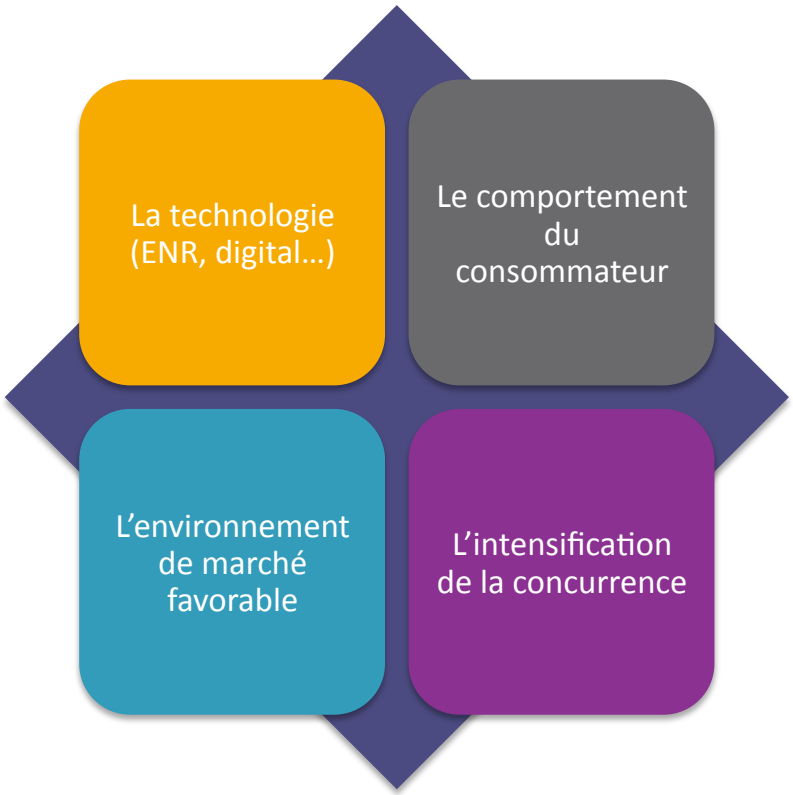
Rien ne ressemble plus à un électron qu'un autre électron. La différenciation du produit est donc limitée, sauf à le verdir mais, aujourd'hui, ce n'est plus véritablement différenciant.

Le prix est donc historiquement le principal moyen de différenciation des fournisseurs. Pour les particuliers, il est aujourd'hui possible d'obtenir un kWh avec un rabais d'environ 10 % par rapport au tarif bleu. L'ampleur de la remise (lorsqu'il y en a une) est variable selon les opérateurs, mais la pratique est quasi générale. Il faut dire que les conditions de marché sont bonnes : les prix de gros bas (hors flambée épisodique) permettent d'espérer des marges significatives grâce à l'indexation partielle du kWh bleu sur l'Arenh, même en proposant une remise forte. Cela laisse donc des marges de manœuvre. Le problème de ce contexte favorable est qu'il attire du monde : une trentaine de nouveaux fournisseurs ont été autorisés en deux ans !

La technologie au secours de l'innovation marketing

Alors que faire : se lancer dans une guerre des prix ou innover pour exister (ou pour survivre, c'est selon). L'appétence croissante, encore que souvent exagérée, du consommateur pour prendre en main son destin énergétique peut être un puissant driver. Mais c'est surtout le développement des technologies digitales et la lente tendance à la décentralisation de la production d'électricité qui peuvent changer la donne.

Les drivers de l'innovation en matière de vente d'électricité sur le mass market



Formule de prix et Energy as a service, les prochains axes de différenciation

Les principales tendances en matière de différenciation des offres d'électricité sur le mass market

Hier	Aujourd'hui	Demain
Le prix, le prix, le prix	Le prix (fixe ou indexé sur le tarif bleu) La couleur (électricité verte ou grise) Le canal de vente (online ou non) La promesse (économie d'énergie, collaboratif…) L'offre couplée (gaz, objet connecté…)	Les formules de prix (multiplication des possibilités avec Linky) Energy as a service ? (le consommateur définit lui même son offre)

Quelques uns des derniers entrants sur le marché de l'électricité ont adopté des approches innovantes avec de nouvelles promesses produit. EkWateur mise ainsi sur le collaboratif à travers le crowdfunding, un système de parrainage ou encore la possibilité offerte aux clients de travailler pour le fournisseur. De son côté, Plüm Energie propose un système de cagnotte valorisant les économies d'énergie. Les clients qui consomment moins d'électricité qu'anticipé sont récompensés par une réduction correspondant au double de l'économie réalisée. Enfin, Ilek se présente comme un fournisseur d'électricité 100 % verte locale. A la différence de ses concurrents, le fournisseur offre la possibilité à ses clients de choisir leur source de production et même leur site de production.

Cette tendance devrait se poursuivre. A terme, le consommateur pourra composer lui même son bouquet de prestations, dans une logique Energy as a service, arbitrant entre autoconsommation grâce au photovoltaïque, effacement et/ou achat (en choisissant son mix), sélectionnant ses services domestiques, optant pour une solution de stockage domestique ou utilisant les batteries de son véhicule électrique… On s'y dirige, mais cela prendra du temps, beaucoup de temps : les technologies et les business model tout comme le consommateur doivent mûrir. Mais la prochaine étape, à court terme celle-ci, concerne les formules de prix. Avec les 10 classes tarifaires fournisseurs et les 4 classes tarifaires distribution de Linky, les possibilités sont démultipliées ce qui devrait se traduire par une hyper-segmentation des offres en fonction des types de consommateurs. Les premières offres devraient sortir d'ici peu. Qui dégainera le premier ?

Contacts

Vous avez un projet, des questions … nous sommes à votre écoute

Damien Heddebaut
Associé
damien.heddebaut@wattsnext.fr
06.61.66.80.09

Ludovic Mons
Associé
ludovic.mons@wattsnext.fr
06.33.61.57.73

Qui sommes-nous ?

Watt's Next Conseil est un cabinet spécialisé dans l'énergie et les cleantechs. Nous aidons les organisations (entreprises, secteur public, associations professionnelles) à mieux comprendre les marchés de l'énergie et de l'environnement et les accompagnons dans leur prise de décision.

Nos terrains de jeux

- Energies renouvelables
- Services énergétiques
- Production et fourniture d'énergie
- Transport et distribution d'énergie
- Smart grid
- Véhicule électrique
- Solutions digitales
- GPL
- Stockage
- Marché du CO_2
- Efficacité énergétique
- Gaz naturel
- Electricité
- Effacement

Notre approche

- Réglementation
- Stratégie
- Finance
- Technologie
- Environnement
- Marketing
- ...

Nos atouts

- **Une expertise approfondie des marchés de l'énergie et de l'environnement**
- La compréhension des enjeux métiers et des problématiques des acteurs du secteur
- Notre indépendance
- La souplesse et la réactivité d'une équipe à taille humaine