

# Digital et innovations numériques dans l'énergie

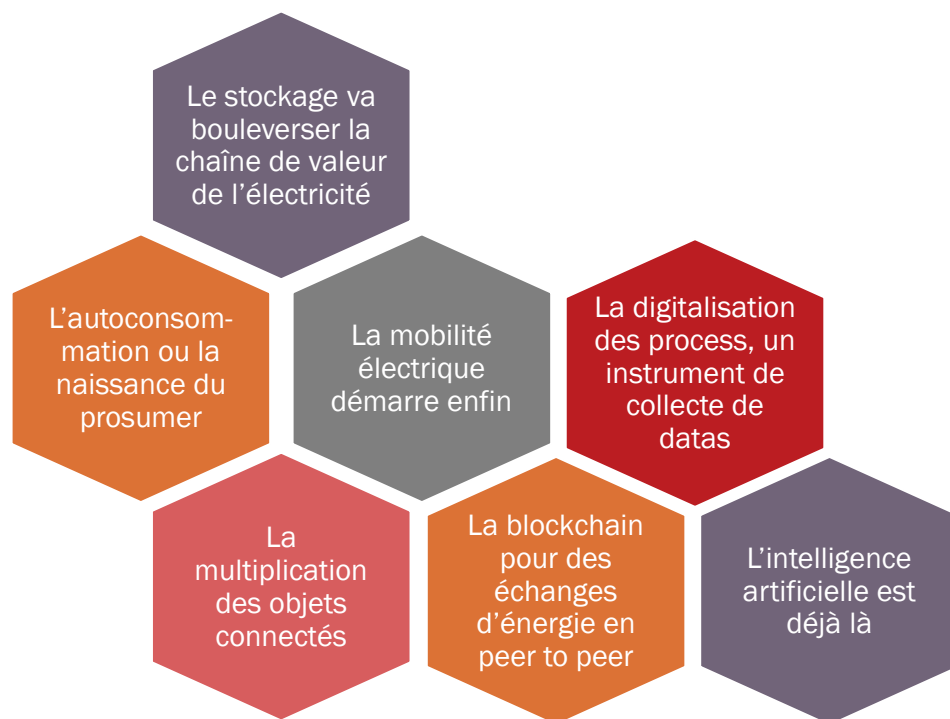
Nouveaux business model et nouveaux entrants transforment le marché du mass market

# Plan de l'étude

<b>Synthèse</b>	5	<b>2.6.</b>	<b>Les équipementiers : les services en ligne de mire</b>	124	
<b>1</b>	<b>Les facteurs de mutation des modèles d'affaires</b>	30	<b>2.7.</b>	<b>Les constructeurs automobiles : électrifier et développer les services</b>	126
1.1.	L'autoconsommation ou la naissance du prosumer	32	<b>2.8.</b>	<b>Les GAFAM &amp; telco : équiper pour valoriser les datas</b>	130
1.2.	Le stockage va bouleverser la chaîne de valeur de l'électricité	47	<b>2.9.</b>	<b>Les start up : élargir la gamme de produits et coopérer avec des plus gros</b>	132
1.3.	La mobilité électrique démarre enfin	60	<b>3.</b>	<b>Les nouveaux modèles d'affaires de l'énergie sur le mass market</b>	135
1.4.	La multiplication des objets connectés	74	3.1.	Vers la bookinisation des marchés de l'énergie ?	136
1.5.	La digitalisation des process, un instrument de collecte de datas	85	3.2.	Les services développés à partir de l'analyse des datas	140
1.6.	La blockchain pour des échanges d'énergie en peer to peer	97	3.3.	L'effacement diffus, un modèle économique qui se cherche	149
1.7.	L'intelligence artificielle est déjà là	102	3.4.	Le V2G, des expérimentations en cours et un décollage dans 10 ans ?	156
<b>2</b>	<b>Le positionnement et les enjeux des forces en présence</b>	105	3.5.	Le pilotage de communautés, le modèle ultime ?	160
2.1.	Une multitude de prétendants aux nouveaux business	106	<b>Annexes</b>		165
2.2.	Les opérateurs historiques : élargir la gamme des prestations	112		<b>Acronymes</b>	166
2.3.	Les opérateurs alternatifs : prendre des parts de marché avant tout	116		<b>Pour aller plus loin...</b>	167
2.4.	Les gestionnaires de réseau : digitaliser les process et réinventer le modèle économique	120			
2.5.	Les courtiers en ligne : bookiniser les fournisseurs d'énergie	122			

## 1. Les facteurs de mutation des marchés de l'énergie

### Les 3 impacts majeurs des facteurs de mutation des marchés de l'énergie



Une multitude de prétendants venant d'horizons divers et au positionnement plus ou moins spécialisé

De nouveaux besoins des consommateurs et des modes de consommation d'énergie qui évoluent

De nouvelles propositions commerciales avec des modèles d'affaires innovants

## 1. Les facteurs de mutation des marchés de l'énergie

### L'autoconsommation, un marché embryonnaire en France

Fin 2017, la France comptait environ 20 000 autoconsommateurs individuels, soit 0,06 % des consommateurs résidentiels. Ce chiffre place la France très loin de ses voisins européens. En Allemagne, il y a 1,5 million d'autoconsommateurs et 750 000 au Royaume-Uni démontrant que le niveau de développement de l'autoconsommation n'est pas lié aux conditions d'ensoleillement.

Pour ce qui est de l'autoconsommation collective, seules des expérimentations sont actuellement en cours en France, notamment à Bordeaux avec Gironde Habitat, l'Office Public de l'Habitat (OPH) de la Gironde. Ce projet concerne une soixantaine de logements.

#### Nombre d'autoconsommateurs en 2017

Source : CRE

