

Digital et innovations numériques dans l'énergie

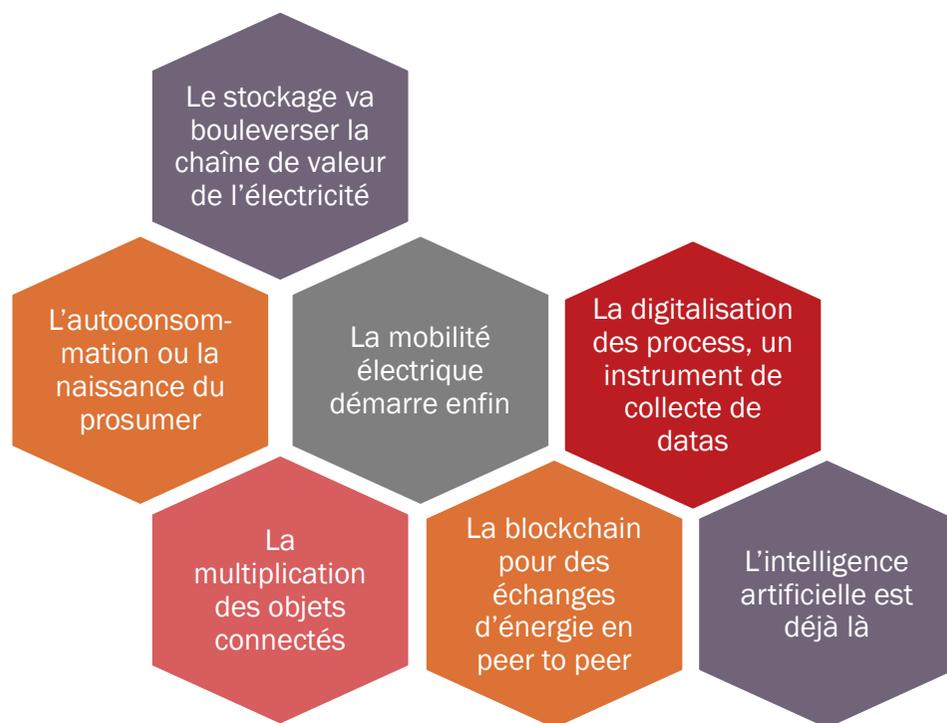
Nouveaux business model et nouveaux entrants transforment le marché du mass market

Plan de l'étude

Synthèse	5	2.6.	Les équipementiers : les services en ligne de mire	124	
1	Les facteurs de mutation des modèles d'affaires	30	2.7.	Les constructeurs automobiles : électrifier et développer les services	126
1.1.	L'autoconsommation ou la naissance du prosumer	32	2.8.	Les GAFAM & telco : équiper pour valoriser les datas	130
1.2.	Le stockage va bouleverser la chaîne de valeur de l'électricité	47	2.9.	Les start up : élargir la gamme de produits et coopérer avec des plus gros	132
1.3.	La mobilité électrique démarre enfin	60	3.	Les nouveaux modèles d'affaires de l'énergie sur le mass market	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
2	Le positionnement et les enjeux des forces en présence	105	3.5.	Le pilotage de communautés, le modèle ultime ?	160
2.1.	Une multitude de prétendants aux nouveaux business	106	Annexes		165
2.2.	Les opérateurs historiques : élargir la gamme des prestations	112		Acronymes	166
2.3.	Les opérateurs alternatifs : prendre des parts de marché avant tout	116		Pour aller plus loin...	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

