



DÉCEMBRE 2014

STRATÉGIES D'ACHAT ET DE MANAGEMENT DE L'ÉNERGIE

Achats groupés, effacement,
efficacité énergétique...

UNE ÉTUDE POUR

Identifier les leviers d'optimisation des achats d'énergie pour chaque catégorie de clients et tirer parti des meilleures pratiques

Comparer le positionnement des opérateurs sur les nouvelles offres de services

Anticiper la reconfiguration des marchés de l'électricité et du gaz

ACHATS GROUPÉS, EFFACEMENT, EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE... NOUVELLES OFFRES, NOUVEAUX ACTEURS, NOUVELLE CONCURRENCE

L'OPTIMISATION DES APPROVISIONNEMENTS ÉNERGÉTIQUES : UN ENJEU CLÉ POUR LES CLIENTS

Les prix de vente d'électricité et de gaz naturel sont orientés à la hausse pour les consommateurs finaux et ce, même lorsque les prix de gros sont, eux, en baisse. De plus, les changements de méthodes de calcul, les arrêts du Conseil d'Etat à répétition... ont rendu peu lisibles les évolutions des tarifs. La compréhension de la facture énergétique est ainsi brouillée chez la plupart des clients alors même que son poids dans leurs dépenses/charges augmente. Il est donc essentiel d'optimiser la gestion de sa facture d'énergie, tandis que la fin des tarifs réglementés pour les entreprises est actée.

Les électro et gazo intensifs ont pour la plupart déjà adapté leur stratégie d'achats d'énergies. Mais de nouveaux champs peuvent encore être explorés comme l'effacement de consommation et de puissance... voire demain l'autoproduction ?

Pour les autres clients, la fin des tarifs réglementés est souvent perçue comme une contrainte. Et pourtant, elle offre une opportunité d'appréhender globalement sa problématique énergétique, et donc de l'optimiser. En voie de généralisation auprès des collectivités, les groupements d'achats se multiplient dans la perspective de la fin des TRV.

Quelles sont les attentes des acheteurs d'énergie ? Quelles sont les meilleures solutions pour chaque type de clients ?

LES FOURNISSEURS D'ÉNERGIE NE SONT PLUS LES SEULS À TENTER DE TIRER PROFIT DE CES NOUVELLES OPPORTUNITÉS

Certaines solutions offrent des relais de croissance aux opérateurs en place en contrepartie d'une nouvelle concurrence qui cherche le plus souvent à s'interposer dans la relation traditionnelle client-fournisseur. Par exemple, sur le marché de l'efficacité énergétique les gammes d'offres s'élargissent grâce aux innovations technologiques, tandis que les frontières se réduisent sous l'impulsion de pure players ou de nouveaux entrants tels que Bouygues, Schneider Electric, Vinci, Google,... Néanmoins, les business models permettant de monétiser les services restent le plus souvent à inventer.

Quels sont les opérateurs les mieux positionnés pour en profiter ? Quel sera l'impact du développement de ces nouvelles solutions sur les opérateurs en place ?

- 20%

C'EST L'ÉCONOMIE MOYENNE SUR LA FACTURE DE GAZ OBTENUE PAR LES PRINCIPAUX GROUPEMENTS DE COMMANDES AU 2ND SEMESTRE 2014

Source : Les Echos Études

EXCLUSIVITÉS DE L'ÉTUDE

- > Benchmark des meilleures solutions à mettre en place par grands profils de consommation
- > Analyse des stratégies d'offre et de l'évolution de la concurrence sur chacune d'entre elles
- > Le point de vue des différentes parties prenantes du marché : des entretiens approfondis menés auprès d'acteurs référents du secteur (acheteurs, groupements de commande, fournisseurs d'énergie et de solutions d'efficacité énergétique...)

OPTIMISATION DES ACHATS D'ÉNERGIE : DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS POUR LES CLIENTS... ET POUR LES OPÉRATEURS

01. SYNTHÈSE

Pour les deux marchés (électricité et gaz naturel) :

- Une comparaison multicritères des solutions proposées pour chaque type de clients
- L'analyse du positionnement des opérateurs et de leurs stratégies d'offre

02. L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE POUSSE LES CLIENTS À S'INTÉRESSER DE PLUS PRÈS À LEURS ACHATS D'ÉNERGIES

- Analyse de l'évolution des tarifs et des prix de l'électricité et du gaz naturel
- Poids de la facture dans les dépenses, fin des TRV : comparaison du degré d'exposition des clients
- Directive efficacité énergétique, loi de transition énergétique, etc. : quelles contraintes/opportunités pour les opérateurs et leurs clients ?

03. ANALYSE DES SIX LEVIERS D'OPTIMISATION DES APPROVISIONNEMENTS ÉNERGÉTIQUES

Chaque solution d'optimisation fait l'objet d'une analyse approfondie : niveau d'investissements requis, bénéfices et risques pour les acheteurs, positionnement des offres et stratégies des fournisseurs de solutions, business cases...

- Mise en concurrence simple, optimisation tarifaire ... : des solutions faciles à mettre en œuvre et peu impliquantes
- Les groupements d'achats se multiplient et génèrent des gains élevés dans le gaz pour les clients, au prix parfois d'une sévère compression des marges chez les fournisseurs
- Les solutions en matière d'efficacité énergétique active : en attendant les compteurs Linky et Gazpar, les nouveaux entrants cherchent à valider leurs business models
- Les effacements de consommation : des échanges de blocs (NEBEF) à l'effacement diffus, un marché amené à décoller
- Le recours aux services d'efficacité énergétique passive : l'obligation d'investir pose la question des temps de retour
- Autoproduction-autoconsommation : un marché de niche en attente de son cadre réglementaire

FOCUS SUR LES PRINCIPAUX GROUPEMENTS D'ACHATS

- quelle portée géographique (locale, départementale, nationale) ?
- quel périmètre sectoriel (gaz, électricité, services énergétiques, autres) ?
- quelles structures de portage : publique VS privée ? généraliste VS spécialiste ? concurrence VS partenariats entre les plateformes ?
- quels clients ciblés ?
- quelles formules de prix ?

04. QUELS IMPACTS EN TERMES DE RECONFIGURATION DES MARCHÉS DE L'ÉLECTRICITÉ ET DU GAZ NATUREL ?

- Quelle seront les conséquences du développement de ces solutions d'optimisation pour les fournisseurs historiques ? Et pour les autres fournisseurs d'énergie ?
- Existe-t-il un risque réel d'interposition entre les fournisseurs d'énergies et leurs clients ?
- À terme, une reconfiguration des marchés de l'électricité et du gaz est-elle possible ?

LES DERNIÈRES ÉTUDES DU SECTEUR

LE MARCHÉ FRANÇAIS DE L'HABITAT CONNECTÉ

L'efficacité énergétique, la killer application de la maison intelligente ?
Décembre 2014

LES FOURNISSEURS D'ÉNERGIE FACE À LA FIN DES TARIFS RÉGLEMENTÉS DE VENTE

Un nouveau jeu concurrentiel s'ouvre sur les marchés de l'électricité et du gaz naturel

Octobre 2014

LES STRATÉGIES DE COLLECTE DES CERTIFICATS D'ÉCONOMIE D'ÉNERGIE

Comment l'intensité concurrentielle va-t-elle évoluer au cours de la 3ème période ?

Mars 2014



Sabrina Tiphaneaux
Responsable du pôle
Énergie

stiphaneaux@lesechos.fr
Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur
LinkedIn et Twitter



Vous souhaitez disposer d'une étude sur-mesure, d'une analyse personnalisée ou d'une présentation orale de cette étude auprès de vos équipes ?

Sabrina Tiphaneaux est votre interlocutrice !

COMMANDE DE L'ÉTUDE STRATÉGIE D'ACHAT ET DE MANAGEMENT DE L'ÉNERGIE

Version PDF - J1443A :

- Pour 1 utilisateur
2 750 € HT - 2 901,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs
3 575 € HT - 3 771,63 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs
4 125 € HT - 4 351,88 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs : Nous contacter
- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 275 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.*
Nombre d'exemplaires : _____

Version papier - J14043

2 550 € HT - 2 690,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude.

Code mailing : J217INTEI

Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____ Société : _____
Adresse : _____
Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____
Adresse : _____
Contact : _____

Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Business
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre septembre - 75002 Paris
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR