

VENTE DE GAZ NATUREL : LA COMPETITION S'ACCELERE



La fin des tarifs réglementés de vente de gaz, couplée à la baisse des prix de gros, a accéléré la percée des fournisseurs alternatifs. A l'avenir, les positions d'Engie apparaissent plus que jamais menacées. Mais qui sont ses concurrents les plus sérieux ? Quels seront les grands gagnants de demain ?

Le retour en grâce des centrales à cycle combiné redynamise la consommation de gaz naturel

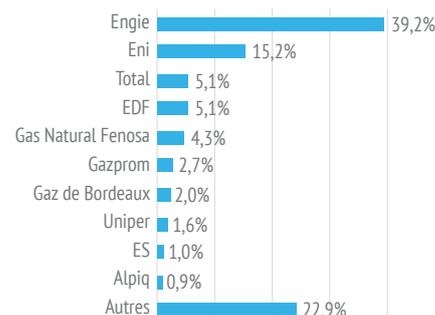
Après plusieurs années difficiles, la consommation de gaz naturel dans l'Hexagone a rebondi en 2015, portée notamment par le redémarrage des centrales à gaz à cycle combiné. La chute des prix de gros a en effet permis à ces installations de redevenir compétitives, reléguant au second plan les autres moyens de production d'électricité. Dans le même temps, le gaz naturel cherche à se faire une place dans la transition énergétique : biogaz, power to gas... de nouveaux usages émergent et offrent des relais de croissance aux opérateurs gaziers. Mais face à une fiscalité verte qui s'alourdit et la multiplication des mesures pour limiter la consommation d'énergie, les perspectives restent incertaines. Dans son scénario de référence, GRT Gaz table ainsi sur une

baisse annuelle moyenne de 0,2% au cours de la prochaine décennie.

Les fournisseurs alternatifs ont bénéficié d'une fenêtre de tir idéale ...

Avec la chute des prix sur les marchés de gros, les nouveaux entrants ont bénéficié de conditions de sourcing très favorables. Couplée à la fin partielle des tarifs réglementés, cette situation leur a permis d'accélérer leurs positions. Ils détiennent désormais plus de la moitié du marché en volume de consommation. ENI ressort comme le plus dynamique d'entre eux et a déjà capté 15% du marché du gaz. Engie ne détient plus que 39% de parts de marché. L'opérateur historique a ardemment défendu ses parts de marché, mais peut-être un peu trop... Sa condamnation par l'Autorité de la concurrence en mai 2016 pourrait sérieusement remettre en question sa politique de prix et rendre ses offres de marché moins attractives.

Estimation des parts de marché en volume des fournisseurs de gaz naturel en France en 2015



Source : Les Echos Etudes

Les conditions sont réunies pour une reconfiguration du marché

A l'étroit sur le marché du gaz, les grands opérateurs gaziers accélèrent leur développement dans la fourniture l'électricité, à l'image d'ENI et de Total. Pour le pétrolier français, c'est même une petite révolution qui s'engage avec la création d'une quatrième branche dédiée au gaz et à l'électricité et le rachat en juin 2016 du fournisseur belge Lampiris. En réponse, certains fournisseurs d'électricité (et EDF en premier lieu) devraient intensifier leurs efforts dans le gaz.

Parallèlement, la révolution numérique est en passe de bousculer le secteur. Elle pourrait modifier l'équilibre actuel des forces concurrentielles à moyen terme au profit d'un fournisseur qui s'engagerait massivement dans cette voie, voire ouvrir la porte à de nouveaux entrants au profil digital et/ou détenant une solution technique « game changer ».

Dès lors, qui profitera au mieux de l'élargissement du terrain de jeu ? Quels seront les grands gagnants de l'évolution des marchés français de l'énergie ?

Les fournisseurs alternatifs ont conquis près de **65%** du marché non résidentiel (en volume de consommation) contre **43%** il y a 3 ans.

Source : CRE

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

NOUVEAUX SERVICES, FOURNITURE D'ÉLECTRICITÉ, OBJETS CONNECTÉS... : QUI PROFITERA AU MIEUX DE L'ÉLARGISSEMENT DU TERRAIN DE JEU ?

Synthèse

Les points clés et les principaux enseignements de l'étude

01 Le marché français du gaz naturel : fondamentaux favorables et recherche de nouveaux usages

Analyse des récentes évolutions du marché mondial du gaz : développement des gaz de schistes, suroffre de GNL, etc.

Production, importation, consommation : quelles sont les tendances d'évolution dans l'hexagone ?

Biogaz, GNV, power to gas : quels nouveaux usages pour le gaz naturel ?

Prix de gros : une détente vraiment durable ?

Comment évoluent les prix de détail ?

Evolution de la réglementation et de la fiscalité (notamment du CO₂) : quel impact sur le marché français ?

02 Analyse du positionnement et de la stratégie des différents acteurs

Les forces en présence sur le marché français du gaz naturel :

- > La réalité de la concurrence : poids des fournisseurs et comportement des clients
- > Les parts de marché dans la fourniture de gaz naturel
- > Les parts de marché dans la fourniture d'électricité

Les stratégies commerciales et marketing des opérateurs :

- > Le positionnement commercial des opérateurs sur le marché du gaz et de l'électricité : quels sont les clients les plus attaqués ? Quelles évolutions à attendre ?
- > Zoom sur les groupements d'achat
- > Relation client : la systématisation des stratégies multicanaux ?
- > Le « consommateur/prosumer » tant attendu est-il là ?

Compteurs communicants, smart grids, objets connectés... : quel impact pour les acteurs en place ? Nouveaux services, partenariats... : quelles réponses sont apportées par les opérateurs ? Les nouvelles offres peuvent-elles être créatrices de valeur ?

03 Les perspectives d'évolution à moyen terme

Quels opérateurs seront les mieux positionnés ?

Le positionnement mono-énergie est-il tenable ?

Le rachat de Lampiris par Total marque-t-il le début des grandes manœuvres ?

De nouveaux entrants peuvent-ils rebattre les cartes ?

A terme, quelle reconfiguration possible pour le marché français ?



L' AUTEUR Sabrina TIPHANEAUX

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 : Karine Mazurier tél. 01 49 53 66 43 ou par

mail : kmazurier@lesechos.fr

Les EchosÉTUDES