

## ENERGIE : LE CONSOMMATEUR, OBJET DE TOUTES LES ATTENTIONS ?

---

Conséquence de l'accélération de la transition énergétique et du développement de la concurrence, le secteur énergétique est en pleine transformation. Les consommateurs ont maintenant conscience de la diversité de l'offre qui s'ouvre à eux.

On assiste donc logiquement à un changement d'attitude du consommateur et du citoyen vis-à-vis de leurs fournisseurs d'énergie.

### AUTEUR

---



CLÉMENT LE ROY  
[Clement.LEROY@wavestone.com](mailto:Clement.LEROY@wavestone.com)

Cette publication a été réalisée avec les contributions de Axel LEROY et Amandine JOUBERT.

Il est indéniable que l'arrivée de nouveaux entrants dans le secteur bouleverse le marché de l'énergie. La concurrence est plus dense et on assiste à un fleurissement d'offres variées. Cependant, ces nouvelles offres mettent principalement l'accent sur le prix de l'énergie. Cette guerre des prix, bien que nécessaire pour convaincre, est un levier de différenciation limité face aux concurrents.

En parallèle, on assiste aujourd'hui à une vraie prise de conscience du citoyen, qui a le sentiment de pouvoir choisir et agir, tout en accordant une confiance très relative aux acteurs historiques et majeurs du secteur. Dès lors, les énergéticiens vont devoir se recentrer sur les attentes du client et ainsi relever les défis liés aux crises écologiques et sociales en cours et à venir.

Afin de mieux comprendre les nouvelles attentes des Français, Wavestone, en partenariat avec l'institut ELABE, a réalisé une étude à partir d'un échantillon représentatif de la population française. Cette publication revient sur les résultats de ce sondage.

## UNE IMAGE CONTRASTÉE DES FOURNISSEURS D'ÉLECTRICITÉ

### LES ÉNERGÉTICIENS SONT GLOBALEMENT PERÇUS COMME INNOVANTS ET PERFORMANTS

De manière générale, les Français ne remettent pas en cause la qualité du service fourni par les énergéticiens. En matière d'électricité notamment, il est difficile de contester l'efficacité de nos systèmes de couverture énergétique. Cette idée est en effet partagée par une majorité de français : **58% des Français estiment que les énergéticiens assurent un service de qualité**, plaçant le secteur de l'énergie loin devant les télécommunications (47%) ou le secteur bancaire (46%).

Autre point important : à l'heure de la transition énergétique, les énergéticiens sont perçus comme des acteurs majeurs de l'innovation. En effet, **52% des Français voient le secteur de l'énergie comme un secteur innovant**, en mouvement, positionnant le secteur en deuxième position, juste après les télécommunications (57%) et bien devant le secteur bancaire (39%) qui, malgré le développement des banques en lignes et néo-banques, peine à donner l'image d'une industrie innovante.

### LA TRANSPARENCE DU SECTEUR REMISE EN QUESTION

Historiquement, le secteur de l'énergie, héritier du service public, jouissait d'une très bonne image auprès des consommateurs. Contrairement aux services postaux qui ont su conserver un haut niveau de confiance, on assiste aujourd'hui à une crise dans le secteur de l'énergie, **seulement 27% des Français estiment que les acteurs de**

**l'énergie sont suffisamment transparents.** Ceci s'explique par l'arrivée massive de nouveaux entrants qui brouille la clarté du secteur et les pratiques commerciales agressives. Une perception qu'il faudra tenter d'inverser, en mettant l'accent sur la pédagogie afin de rassurer les consommateurs.

## DES OFFRES ENRICHIES ... MAIS PAS AU DÉTRIMENT DU PRIX

### RENFORCER LES OFFRES EXISTANTES

Les attentes des consommateurs vont bien au-delà de la guerre des prix qu'on observe aujourd'hui. **89% d'entre eux souhaitent que les fournisseurs d'énergie s'engagent davantage en jouant un rôle social actif.** Les énergéticiens font face à un double impératif : continuer de répondre aux besoins de leurs clients toujours plus exigeants et adresser les nouvelles attentes de la société ; ils devront donc développer cette démarche à la fois économique et

sociale, au travers **d'offres innovantes.** Notons tout de même que de nombreuses offres en ce sens ont déjà été mises en place (contrat d'assurance foyer habitat, offre Smart Home avec thermostat connecté, aide à la rénovation énergétique, bornes de recharge pour véhicules électriques...) et l'un des premiers **leviers à activer sera donc celui de la communication** autour du panel existant pour susciter l'adhésion des consommateurs.

### FAVORISER LES CIRCUITS COURTS

Mais les Français souhaitent aller encore plus loin et sont prêts à agir activement. **75% d'entre eux souhaitent acheter de l'énergie directement à des producteurs locaux et plus de la moitié des Français se dit prête à investir dans une coopérative locale d'énergie renouvelable.**

En lien avec les sujets d'économie circulaire, on identifie une tendance forte à privilégier le circuit court. Les énergéticiens sont donc invités à décliner leurs gammes sur trois types d'offre :

- Des offres «vertes» plus transparentes
- Des offres de production locale allant jusqu'à l'autoconsommation.

• Des offres de solution de stockage. En effet, plus d'un quart des Français considèrent que des infrastructures de stockage viendront compléter la palette de solutions énergétiques locales. Toutefois, ces offres ne seront viables qu'à condition de **proposer des tarifs équivalents à ceux en vigueur** : alors que la majorité des Français souhaite consommer local, **seuls 10 à 15 % des Français sont prêts à payer plus cher pour une énergie plus verte et en circuit court.**

## UNE TRANSFORMATION DU MARCHÉ QUI N'A PAS ÉCHAPPÉ AUX FRANÇAIS

### DES CITOYENS MIEUX INFORMÉS ...

Le bouleversement du marché provoqué par l'arrivée récente de nouveaux acteurs (acteurs de la grande distribution, majors du pétrole, banques...) a significativement amélioré le niveau d'appropriation des Français sur leur consommation d'énergie. La déferlante de campagnes marketing en est une bonne illustration. Ce constat s'appuie notamment sur les indicateurs du baromètre annuel publié

par le Médiateur National de l'Énergie : aujourd'hui, **la majorité des Français (2/3) a conscience qu'un changement de fournisseur d'énergie est envisageable, connaît la démarche (60%) et parmi eux, 70% estiment que cela est simple.** Notons que l'an passé, 46% des Français seulement envisageaient un changement de fournisseur.

### ... QUI REDÉFINISSENT LEURS SOUHAITS SUR LE POSITIONNEMENT DES ÉNERGÉTICIENS

Les énergéticiens sont clairement identifiés comme des contributeurs de premier plan pour relever les défis écologiques et sociaux de demain. Cependant, **si 9 Français sur 10 avancent que les fournisseurs ont un rôle important à jouer, seul 1/3 estime que les énergéticiens**

**proposent une palette d'offres assez large** pour accompagner la transition énergétique et réduire l'empreinte écologique. On constate qu'aux yeux des Français, il est urgent d'aller plus loin dans les transformations déjà engagées.

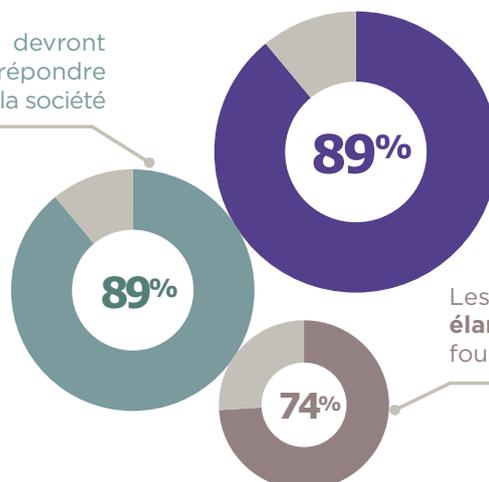
## LA RELATION CLIENT : CLEF DE VOUTE POUR L'AVENIR DU SECTEUR ÉNERGÉTIQUE

Dernier enjeu majeur dans la transformation des énergéticiens : le service client. Aujourd'hui, **seulement 39% des Français estiment que leurs fournisseurs d'énergie sont à l'écoute des clients.**

Si les consommateurs sont demandeurs de circuits courts pour la production de leur énergie, ils sont aussi demandeurs de plus de proximité dans leurs contacts avec leurs fournisseurs. En effet, près de **9 clients sur 10 estiment que la relation client est un facteur très important pour juger de la satisfaction du service rendu par le fournisseur.** Cela va même plus loin, les Français attendent ainsi de leurs énergéticiens un rôle de conseil : **63% d'entre eux pensent que leurs fournisseurs d'énergie doivent les conseiller** sur les solutions permettant le passage d'une mobilité thermique à une mobilité électrique.

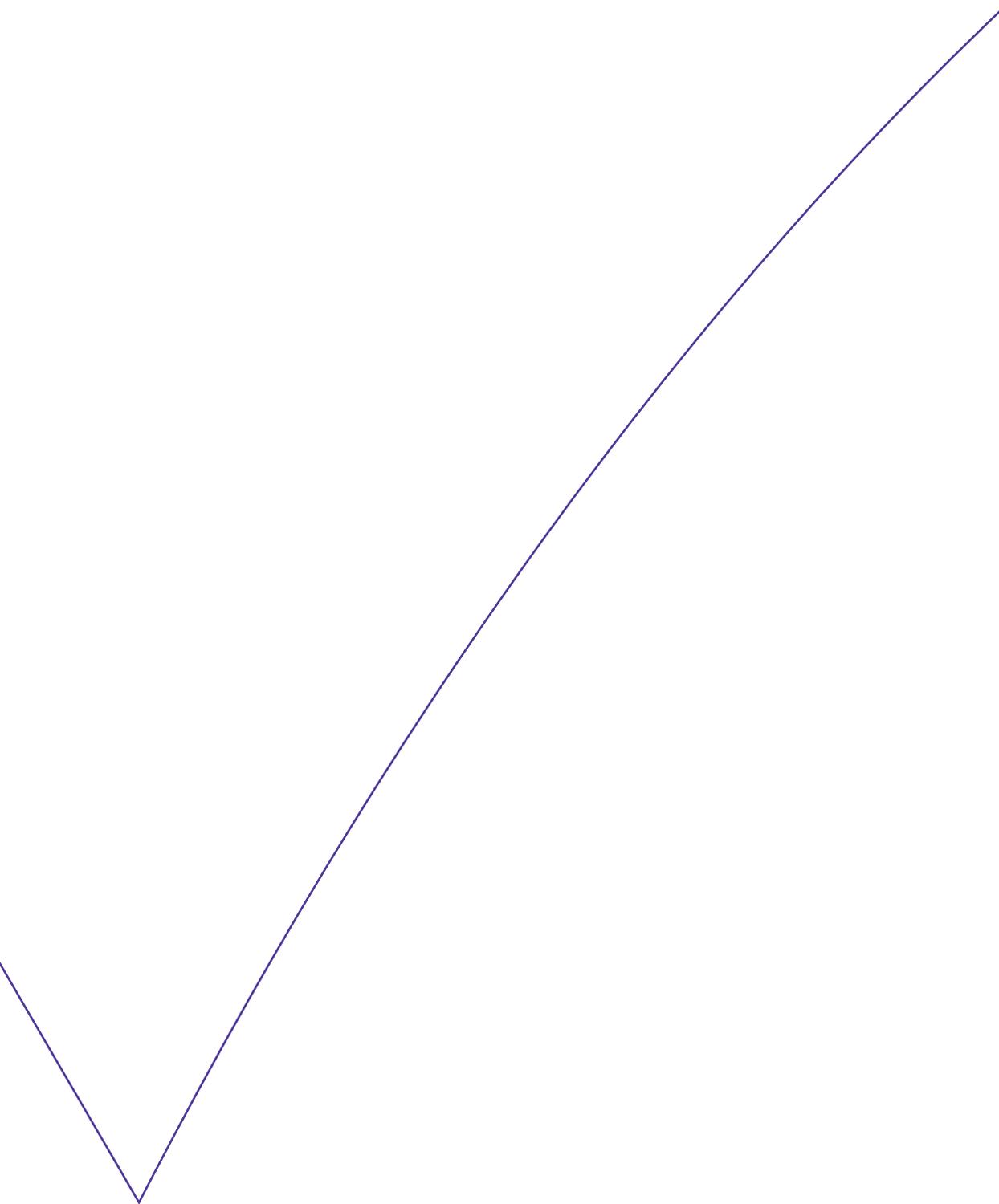
Pour cette nouvelle facette du rôle d'énergéticien, l'accompagnement devra donc être rigoureux et personnalisé. En effet, le développement des nouvelles offres, la diversification des solutions énergétiques et la nécessité d'accompagner la transition pousseront naturellement les acteurs du secteur énergétique à trouver des solutions personnalisées suivant la situation, les besoins, et les moyens de leurs clients.

Les fournisseurs d'énergie devront **changer de modèle** pour répondre aux nouvelles aspirations de la société



Les fournisseurs d'énergie devraient **agir davantage** pour améliorer les choses de la société

Les fournisseurs d'énergie devront **élargir leur offre** bien au-delà de la fourniture d'énergie



Cette publication a été réalisée lors du Colloque de l'Union Française de l'Électricité qui a eu lieu le 29 Novembre 2018

---

**WAVESTONE**

[www.wavestone.com](http://www.wavestone.com)

Dans un monde où savoir se transformer est la clé du succès, Wavestone s'est donné pour mission d'éclairer et guider les grandes entreprises et organisations dans leurs transformations les plus critiques avec l'ambition de les rendre positives pour toutes les parties prenantes. C'est ce que nous appelons « The Positive Way ».

Wavestone rassemble 2 800 collaborateurs dans 8 pays. Il figure parmi les leaders indépendants du conseil en Europe, et constitue le 1er cabinet de conseil indépendant en France.