

Pour convaincre, le fournisseur d'énergie ekWateur mise sur les services

Jean-Philippe
Pié

25 avril
2016

« Nous, les fournisseurs d'énergie alternatifs, sommes tous des Schtroumpfs à côté d'EDF et d'Engie. Mais cela ne va pas durer et c'est bien pour cela que nous nous jetons à l'eau cette année », espère Julien Tchernia, cofondateur de Joul & Cie. Avec son acolyte Jonathan Martelli, un ancien comme lui du fournisseur d'énergie indépendant Lampiris France, il prépare le lancement le 13 septembre de la marque ekWateur sur le marché des particuliers. EkWateur fera alors son entrée sur un segment des « Schtroumpfs » occupé en premier lieu par [Direct Energie](#) et la filiale de l'italien Eni (qui annonce 500 000 abonnés gaz), suivis par le peloton des Lampiris, [Enercoop](#) ou encore Planète Oui, des sociétés qui proposent le plus souvent de l'électricité d'origine renouvelable ou du gaz naturel, ou les deux, et qui jusqu'à maintenant, comme le reconnaît Julien Tchernia, « sont bien loin de déranger les Gargamel Engie et EDF ».



Signaux favorables

Pourquoi les choses pourraient-elles changer ? Le jeune entrepreneur distingue plusieurs signaux favorables, qui l'ont incité, lui et son associé, à miser 500 000 euros dans Joul & Cie : « les tarifs réglementés sont absurdement élevés par rapport aux offres de marché. La réglementation est devenue moins hostile, par exemple la charge des impayés clients, dont le gestionnaire de réseaux prend désormais sa part. Les associations de consommateurs nous soutiennent comme jamais. Et surtout, au bout de dix ans, le grand public, soit trente millions de compteurs en France, commence à se faire à l'idée qu'il est possible de changer de fournisseur. A nous de prouver que cela vaut le coup », annonce Julien Tchernia.

Pour autant, cet entrepreneur ne s'attend pas à un « Grand Soir » de l'énergie en France mais plutôt à une lente érosion des parts des marchés d'EDF dans l'électricité (90%) et d'Engie dans le gaz (85 %). Ce qui lui laisserait de quoi prospérer : ekWateur vise 100 000 clients en 2018, 500 000 dans cinq ans et trouvera un premier équilibre entre 100 000 et 200 000 abonnés.

Un fournisseur qui veut faire baisser les consommations

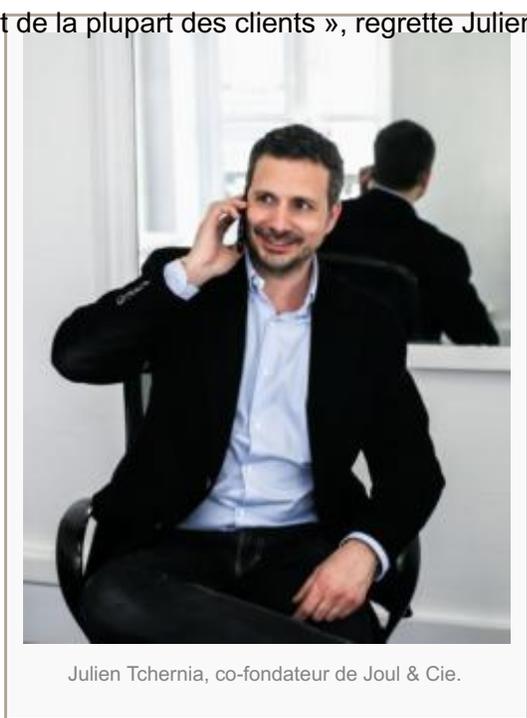
Les prévisions, c'est beau sur le papier, mais quels sont les arguments qui incitent les 12 salariés de Joul & Cie, pour l'instant surtout des développeurs informatiques, à croire à l'aventure ? « On ne se considère pas comme un énergéticien mais comme une start-up de *webmarketing*, avec une âme et une ambition », répond Julien Tchernia. Cela se traduira par des offres promotionnelles astucieuses (la gratuité de la consommation électrique du téléviseur pendant les Jeux Olympiques, par exemple...) mais aussi et plus sérieusement par des services additionnels et tangibles censés inciter les consommateurs à adopter ekWateur. Parmi lesquels le télédiagnostic des consommations anormales et sa suite logique, une offre de services destinés à faire baisser les consommations le plus vite et au meilleur coût possible.

A cela s'ajoute le choix de conviction de ne commercialiser que de l'électricité verte, pourtant plus chère que le

courant conventionnel et « en toute indifférence, pour l'instant, de la part de la plupart des clients », regrette Julien Tchernia, tout en estimant que cela renforce l'identité de la marque ekWateur.

10% du gâteau en 10 ans

En dix ans, depuis la libéralisation du marché français, les fournisseurs alternatifs d'électricité et de gaz ont conquis 10,6% des compteurs de particuliers (28,2 millions de sites en tarifs réglementés, 3,3 millions en offre de marché) selon l'Observatoire des marchés de l'électricité et du gaz naturel de la CRE. Au 30 juin 2015, ces fournisseurs alternatifs représentaient 8,3% de la consommation annualisée sur le marché résidentiel.



Les salariés *geeks* de Joul & Cie actuellement lancés dans le compte à rebours du lancement d'ekWateur doivent créer un système qui facilitera le changement de fournisseur, détectera les consommations de clients à profil comparable, proposera un diagnostic puis des bouquets de travaux et d'achat de matériels, depuis [le thermostat](#) jusqu'à la chaudière en passant par l'isolation. Les prestations seront ensuite sous-traitées sur la France entière ; Joul & Cie a conclu un accord à cette fin avec un opérateur qui anime un réseau de PME et d'artisans, sans vouloir dévoiler son nom. La marque ekWateur proposera aussi à ses clients de profiter des CEE qu'elle devra acheter lors de la vente de gaz ; un accord en marque blanche est en négociation avec un opérateur spécialisé.

Les services associés, une source de rentabilité

Surtout, c'est sur cette activité d'efficacité énergétique que la start-up compte faire l'essentiel de sa marge, beaucoup plus que sur la vente d'énergie. « C'est un peu le modèle EasyJet : on ne gagne presque rien sur le billet et on se rattrape sur les réservations de chambres d'hôtels, de location de voitures... ». Mais aux yeux des clients, ce n'est pas si révolutionnaire. Le groupe Engie propose lui aussi des références de produits qu'il a qualifiés. « Nous irons beaucoup plus loin dans le conseil personnalisé et seront bien plus volontaristes », promet Julien Tchernia.

Joul & Cie et sa marque ekWateur sont ainsi partis pour former un alliage expérimental ; avec un morceau d'Enercoop pour le côté électricité verte, un bout de Cozynergie pour le conseil et la réalisation de travaux de rénovation énergétique à domicile et une bonne dose de Free – à ses débuts – pour un marketing de conquête qui s'annonce musclé et inventif. Le mélange prendra-t-il ? Les premiers éléments de réponse dans 5 mois. D'ici là, Joul & Cie aura eu un début de retour sur l'attractivité réelle de son concept auprès des investisseurs, car la société annonce être engagée dans une levée de fonds de 2 M€.

A consulter aussi :



- [NextFlex \(Engie\) veut accélérer sur le marché de l'effacement](#)



- [Vinci Énergies met un pied dans l'effacement et l'agrégation en...](#)



- Fin des tarifs réglementés de l'électricité : une opportunité pour...