

La concurrence de détail dans l'électricité

Soubassement théorique,
état des lieux et perspectives

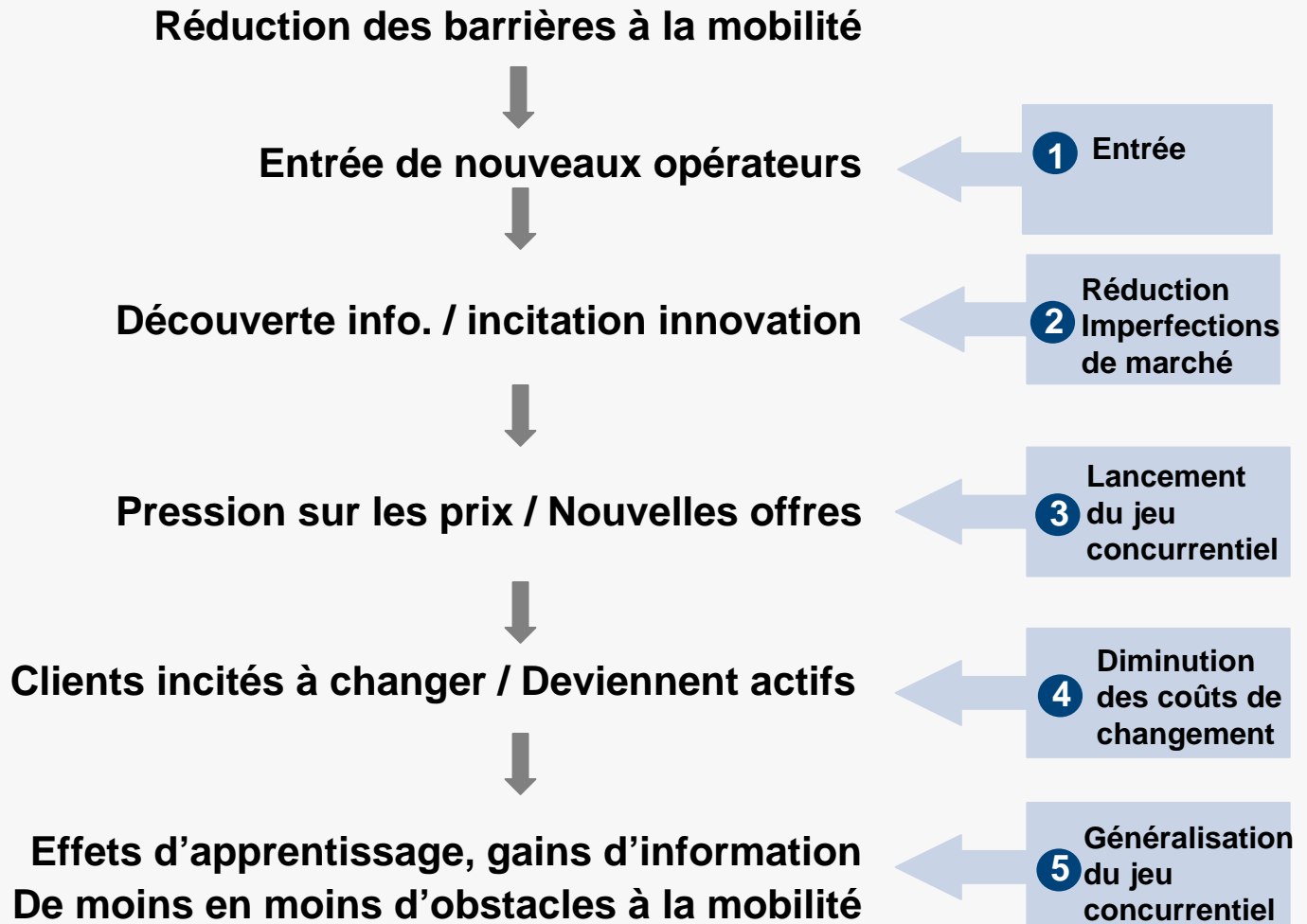
Christophe Defeuilley

Séminaire SERECO - LARSEN

Objectifs

- ❖ Constat : décalage entre attentes suscitées (prix, offres, modèles d'activité) et réalité de l'ouverture
- ❖ Les attentes semblent avoir été surestimées
- ❖ Excès d'optimisme lié aux présupposés théoriques ayant servis de soubassement / justification à cette ouverture
- ❖ Impact en termes de perspectives futures pour la concurrence de détail

Principes d'un marché actif et concurrentiel



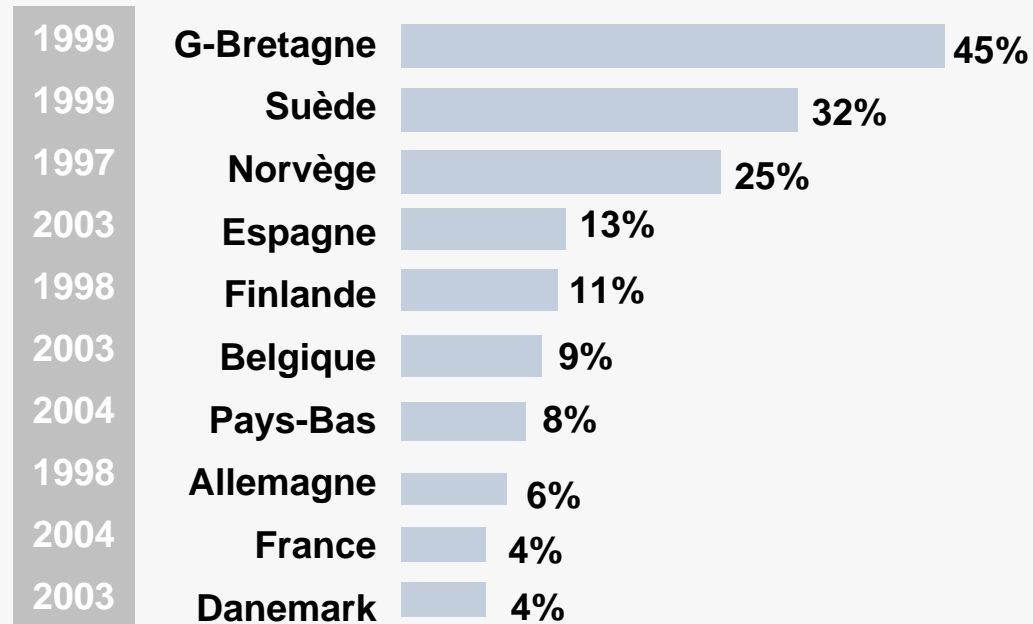
Etat des lieux des marchés de détail en Europe

Difficulté: comment qualifier la dynamique concurrentielle ?

Réponse : utilisation de plusieurs indicateurs

1. Nombre de clients ayant changé de fournisseur depuis l'ouverture
2. Nombre de clients qui continuent à être mobiles ces dernières années
3. Evolution du différentiel de prix entre fournisseurs
4. Vitalité des nouveaux entrants
5. Nature et impacts des innovations

Changement : résultats globalement décevants



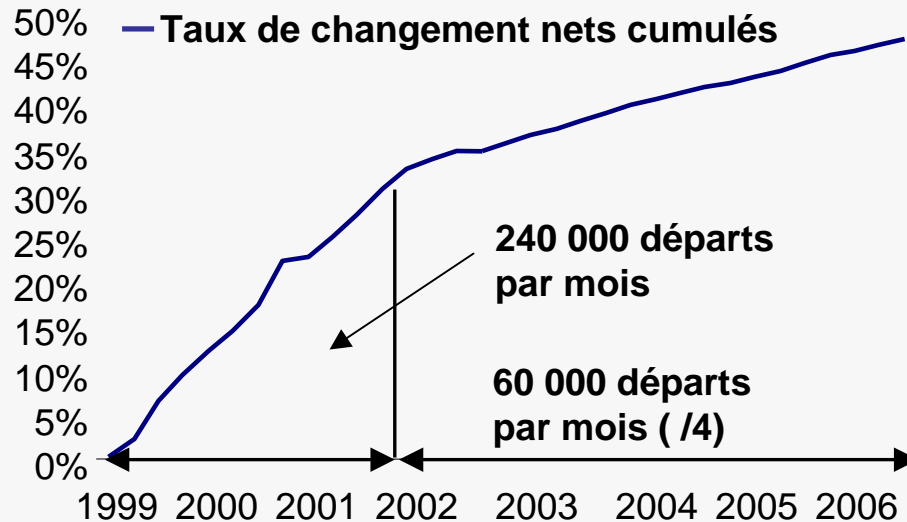
Conséquence de l'ouverture récente des marchés ?

La mobilité pourrait s'accélérer au fil du temps :

- meilleure information, gains d'apprentissage,
- meilleure adéquation des offres, etc.

La mobilité ne se généralise pas au fil du temps

Evolution du nombre de changements en GB (1999 – 2006)

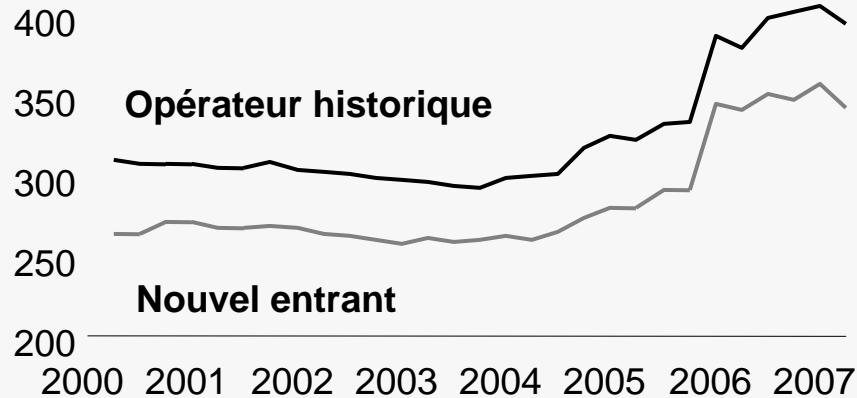


Suède et Norvège

- Pas d'augmentation de la mobilité des clients
- Années à forte activité se succèdent aux années plus atones

Les différences de prix persistent

GB : Différentiel opérateur historique / meilleure offre



Alors que l'ouverture à la concurrence devrait faire converger :

- Nouveaux entrants qui pénètrent marchés les plus lucratifs
- Effets d'apprentissage bénéficiant aux clients

→ Résultat attendu : diminution des coûts de changement

- Pas de mobilité généralisée / Pas de convergence des prix
- Les clients ne se comportent pas comme prévu

Existence d'un marché segmenté

Clients inactifs

N'ont jamais changé
Expérience malheureuse

Peu sensibles aux signaux-prix
Averses au risque

Intensité concurrentielle
Faible, voire inexistante

Peu de mouvements

Clients actifs

Ont changé
Envisagent de recommencer

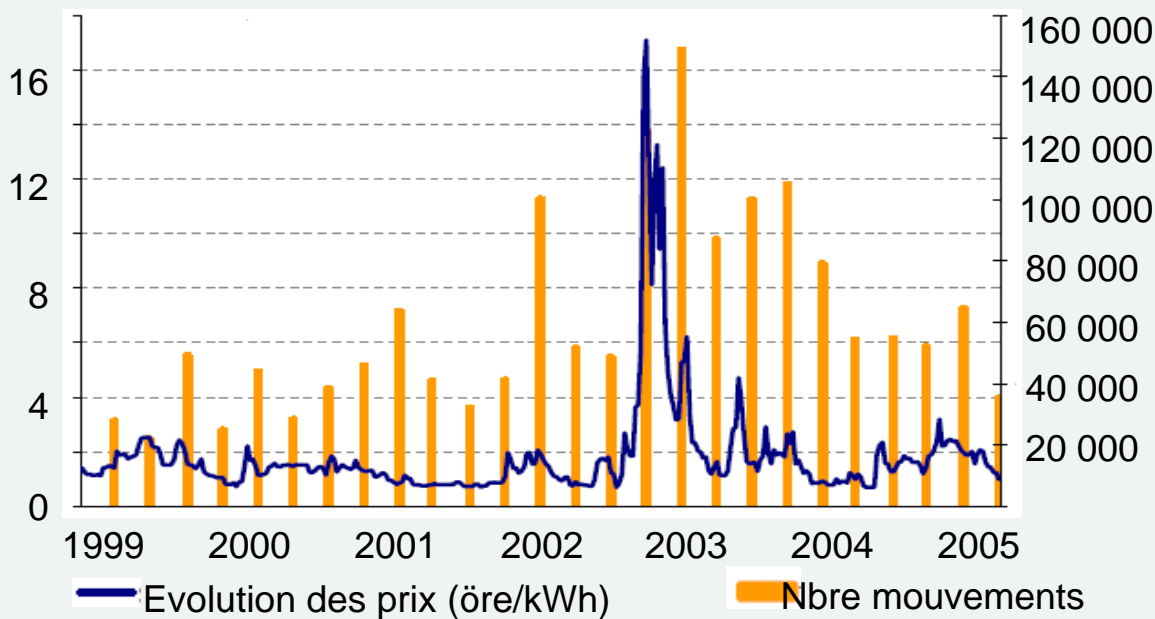
Sensibles aux signaux-prix
Preneurs de risque, informés

Intensité concurrentielle
Forte, pression sur les prix

Beaucoup
de mouvements

Illustration Norvège

Impact évolution de prix marché de détail (1999-2005)



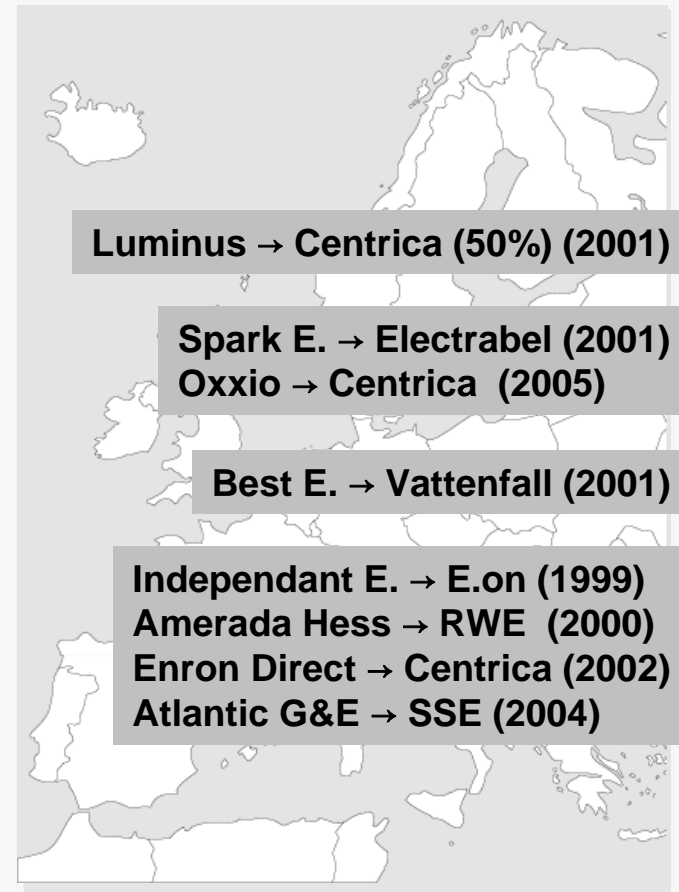
Départs nets Tous mouv.

1999	132 000	135 000
2000	44 000	162 000
2001	88 000	181 000
2002	44 000	330 000
2003	110 000	443 000
2004	20 000	248 000

Mouvements touchent clients déjà actifs
Peu d'incidences segment inactifs

Echec nouveaux entrants « commercialisateurs purs »

- Presque tous *commercialisateurs purs* disparaissent
- A leur apogée, moins de 2% du marché de détail en GB
- Difficulté stabiliser business model qui expose aux évolutions prix de gros (pas de couverture financière adéquate)



Des innovations à faible impact

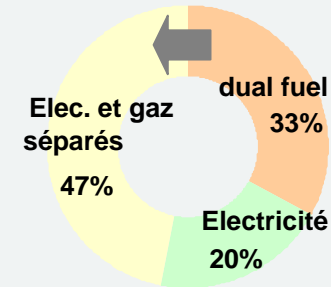
GB : offres *dual-fuel*

Scandinavie : durée, tarification

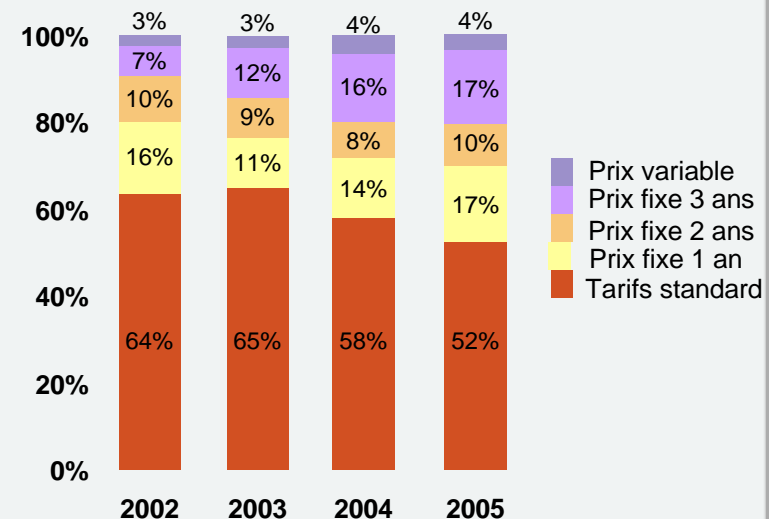
En dév. : conseils et services, maîtrise conso. (compteurs)

- Pas de bouleversement du jeu
- Pas de disqualification des offres des opérateurs historiques

Dual-fuel en Grande-Bretagne (2006)



Evolution des types de contrats en Suède



Interprétation

Résultats mitigés s'expliquant par les présupposés de l'approche autrichienne

Deux éléments, qui devaient jouer un rôle moteur dans la dynamique concurrentielle, semblent avoir été surestimés :

- **Les processus de choix / impact de l'information sur les décisions**
- **La vigueur des processus d'innovation**

Les processus de choix des consommateurs

L'approche autrichienne : une rationalité substantive limitée¹

Objectif : maximisation de l'utilité sous contraintes

- Imperfections de marché
- Limitations cognitives (informations imparfaites)

Choix : fournisseur le moins cher

Caractéristiques du choix

Réponse "satisfaisante" aux signaux-prix

Utilisation "satisfaisante" de l'information

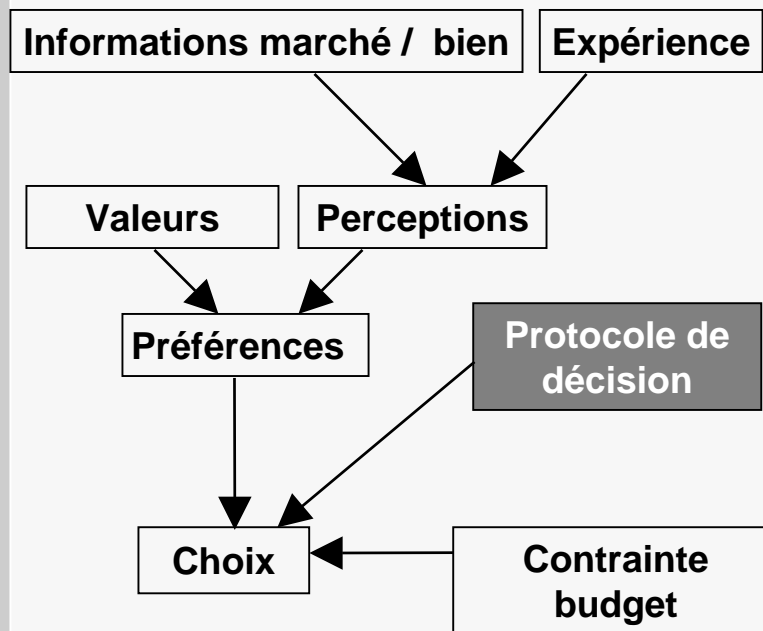
Conséquences

Vers une réduction des imperfections de marché

Tendance à l'égalisation des prix

1 « Le comportement est substantivement rationnel quand il est en mesure d'atteindre les buts donnés [...]. Une fois ces buts fixés, le comportement rationnel est déterminé par les caractéristiques de l'environnement dans lequel il a lieu ». Simon H., 1976

Les mécanismes de choix apparaissent plus élaborés



Décisions prises à partir de :

Info. parcellaires
 Info. mal interprétées
 Présentation ad-hoc
 Routines (inadaptées)
 Objectif auto-défini
 Prime au status-quo
 Choix des autres conso.

Conséquences
 Erreurs, biais, anomalies
 Inefficacité apprentissage

**Inertie clients même si intérêt à
 changer de fournisseur**

Les processus de choix des consommateurs

Résultats de deux enquêtes sur le marché britannique

	Enquête 2005	Enquête 2000
Population de l'enquête	2027	3417
Nombre total de switchers	310	523
Nombre de switchers exploités	154	318
Gains potentiels max. (£ par an)*	49,04	43,02
Gains réalisés (£ par an)*	17,9	19,4
Gains réalisés / potentiels	37%	44%
Proportion de switchers choisissant la meilleure offre	18%	14%
Proportion de switchers choisissant une offre plus chère (gains négatifs)	31%	25%

* En moyenne sur l'ensemble de l'échantillon. Source : Wilson C., Waddams-Price C., 2007

Les processus d'innovation

L'approche autrichienne : l'innovation favorisée par la concurrence

Les processus d'innovation sont portés par les nouveaux entrants

- Sont incités à innover pour gagner des parts de marché
- Bousculent les positions acquises des opérateurs historiques
- Imaginent de nouveaux modèles d'activité

Rôle central de l'entrepreneur comme moteur du jeu concurrentiel

Ce n'est pas ce qu'on constate dans la concurrence de détail

Pourquoi ?

Les processus d'innovation

L'analyse des processus innovants doit être complétée

Innovation dépend également :

- Opportunités technologiques exploitables dans le secteur
- Distance base de connaissances sectorielle / frontière technologique
- Nature/intensité apprentissage (amélioration par l'usage)

Taxonomie sectorielle de l'innovation. Secteurs caractérisés par :

- Peu opportunités tech., forts apprentissages : innovation par accumulation
- Fortes opportunités tech., app. moins marqué : innovation par rupture

Les processus d'innovation

Caractérisation sommaire du secteur électrique

Plusieurs éléments caractéristiques “innovation par accumulation”

- Secteur assez éloigné de la frontière technologique
- Innovations essentiellement portées par les fournisseurs
- Amélioration par l'usage
- Système technique largement interdépendant
- Porteurs de fortes externalités

Concurrence de détail

- Les nouveaux entrants ne sont pas le principal vecteur d'innovation
- Segment de marché sous contrainte des choix effectués en amont

Conclusion

Limites à la mobilité, y.c. après chocs informationnels
Obstacles à l'innovation

Perspectives :

Même sans aucune barrière à l'entrée, effets limités à attendre de l'introduction de la concurrence de détail (segment clients durablement inactifs, faible impact des innovations)

Caractéristiques possibles du jeu concurrentiel :

A la frange (clients actifs) ?

Opérateurs historiques nationaux entre eux ?