

Marché de l'électricité : les Français mal informés

Plus de dix ans après l'ouverture à la concurrence du marché de l'électricité, 34% des Français se disent encore mal informés sur leurs droits à changer de fournisseur d'électricité. Un manque d'information dont pâtissent les consommateurs, en premier lieu les foyers les plus modestes et les moins connectés.

La problématique du droit au changement de fournisseur, imposé en 2008 par l'Union européenne à la France au nom des principes concurrentiels, est centrale pour EDF, qui perd chaque mois pas moins de 10 000 clients face à la concurrence des autres énergéticiens. Ces derniers lui taillent des croupières en jouant notamment sur des tarifs moins élevés et en mettant au point des méthodes commerciales qui visent à aller à la rencontre des clients potentiels.

Les principaux concurrents d'EDF, notamment Engie, Direct Energie, ou le groupe italien ENI, font massivement appel à la vente directe (ou porte-à-porte) pour informer des publics non connectés et toucher des consommateurs peu ou pas informés par les évolutions réglementaires, leurs droits à se tourner vers des offres moins chères, et les démarches à suivre pour changer de prestataire.

Une étude effectuée en 2018, a d'ailleurs indiqué que seuls 66% des Français étaient correctement informés sur leurs droits à changer de fournisseur électrique. Cela laisse plus de vingt millions de Français, souvent les plus pauvres, sur le carreau : ces derniers doivent payer le prix fort pour leur électricité, sans pouvoir faire jouer la concurrence et bénéficier de tarifs préférentiels.

A l'ère de l'omniprésence du numérique et de la surabondance d'information, il faut garder à l'esprit que 23% de la population française se dit peu ou pas à l'aise avec le maniement des outils digitaux, soit 11 millions de personnes ne pouvant pas chercher de l'information en ligne. D'où l'efficacité des méthodes de vente directe pour toucher des populations généralement délaissées par les circuits traditionnels d'information.

La problématique de la vente à domicile se retrouve d'ailleurs au cœur de l'affrontement commercial entre EDF et ses concurrents, EDF souhaitant voir se renforcer l'encadrement -déjà très strict- des pratiques de vente de ses principaux concurrents. L'affaire a d'ailleurs été portée devant les tribunaux, avec un jugement récent de la Cour de Versailles ayant reconnu des manquements de la part de prestataires indépendants accrédités par Engie dans le cadre de la stratégie commerciale de vente à domicile du groupe.

Un affrontement juridique qui, s'il a démontré des pratiques abusives marginales (0,2% des ventes globales chez Engie, et des niveaux encore plus bas chez les autres énergéticiens alternatifs), a surtout démontré sur le fond que la pratique du démarchage en tant que telle était absolument légale, et même nécessaire pour apporter de l'information à certains segments de la population. Les remous médiatiques autour du procès ont d'ailleurs permis de constater que tous les énergéticiens (y compris EDF à travers sa filiale SoWee) avaient recours à ce type de méthode pour aller à la rencontre des consommateurs.

L'efficacité de la vente directe pour expliquer les avantages d'un changement d'opérateur et pour informer des populations jusque-là inatteignables, explique d'ailleurs l'explosion récente du nombre

d'opérateurs actifs en France sur le marché de l'énergie. En 2015, 15 fournisseurs d'énergie étaient en activité dans l'hexagone contre 26 à l'heure actuelle. De quoi expliquer une certaine fébrilité du côté d'EDF dont le monopole est rongé de toutes parts.