

Climatique : comment évolue le marché français ?

En matériels de génie climatique, voici quelle a été l'évolution récente du marché français selon les toutes dernières statistiques de l'INSEE, encore provisoires :

INDICES DE PRIX DE PRODUCTION POUR LE MARCHÉ FRANÇAIS :

- Equipements aérauliques et frigorifiques : 124,6 en janvier 2012 (109,5 en janvier 2011).
- Matériel aéraulique : 119,2 en janvier 2012 (110,5 en janvier 2011).

INDICES DE PRIX D'IMPORTATION :

- Radiateurs et chaudières pour le chauffage central : 104,1 en janvier 2012 (104,5 en janvier 2011).
- Equipements aérauliques et frigorifiques : 112,4 en janvier 2012 (111,8 en janvier 2011).

INDICE DES PRIX MOYENS EN MÉTROPOLE, HEURES DE MO TTC :

- Travaux de plomberie : 47,19 en janvier 2012 (4538 en janvier 2011).
- Travaux d'électricité : 44,81 en janvier 2012 (42,98 en janvier 2011).

INDICES DE CHIFFRE D'AFFAIRES CVS-CJO :

- Commerce de gros de fournitures pour plomberie et chauffage : 119,1 en décembre 2011 (114,2 en décembre 2010).
- Production et distribution de vapeur et d'air conditionné : 138,3 en décembre 2011 (143,7 en décembre 2010).

En rénovation du tertiaire, quelle place pour le génie climatique ?

Pour les bâtiments de bureaux des années 1980-1990 non encore rénovés, il est possible d'améliorer de façon "très importante" la performance énergétique grâce au remplacement des équipements de chauffage, de ventilation, de climatisation et de GTB et à une meilleure isolation, alors que, pour ceux déjà rénovés, "les gains encore possibles nécessiteraient des investissements trop lourds". C'est l'une des conclusions d'une récente étude de l'Ademe Ile-de-France réalisée en partenariat avec Sinteo et La Française REM. Pour les immeubles de bureaux des années 1960-1970, "le remplacement des équipements CVC et l'optimisation des organes de gestion permettent également une amélioration significative de leur performance", ajoute l'étude. En ce qui concerne les bureaux des années 2000-2005, l'étude constate des "surconsommations" d'énergie créées par la façon dont ces bâtiments sont exploités et occupés. Pour y remédier, poursuit l'étude, des investissements principalement concentrés sur la gestion des équipements permettent de diminuer de "15 à 30%" les consommations, et ce au prix d'investissements inférieurs à 20 euros HT par m², alors que le remplacement des équipements CVC et une amélioration de l'isolation nécessiteraient des investissements "déraisonnables".

Services énergétiques : marché très prometteur, mais concurrence croissante

En génie climatique, les services énergétiques sont "en pleine mutation", car il s'agit dorénavant de "vendre du retour sur investissement". C'est ce que souligne une récente étude de Xerfi. Les besoins accrus des clients en matière d'efficacité énergétique bouleversent les pratiques des professionnels de la gestion et de la maintenance d'installations de chauffage, d'ECS, de climatisation et d'éclairage, analyse l'étude. Les perspectives de croissance du marché s'accroissent ainsi mécaniquement, mais, parallèlement, le jeu concurrentiel se modifie considérablement. De nouveaux acteurs font leur apparition sur ce marché très prometteur et, en marge des groupes historiques tels que Dalkia et Cofely, confortent progressivement leurs positions : spécialistes du bâtiment (ETDE-Bouygues, Eiffage Énergie, Vinci Énergies...), fournisseurs d'énergie (EDF, GDF Suez, Primagaz, Total...), fabricants d'équipements électriques (Delta Dore, Schneider Electric, Siemens...), distributeurs comme Rexel ou Sonepar qui se positionnent en tant que prescripteurs, et enfin groupes des télécommunications, demain, avec leurs "box énergie".

Si l'activité est résolument porteuse à moyen et long terme, les marges devraient toutefois légèrement se contracter à l'horizon 2013, sous l'effet notamment du renforcement de la pression concurrentielle, poursuit l'étude. En ce qui concerne les particuliers, ajoute l'étude, "tout l'enjeu pour les fournisseurs d'énergie est d'évangéliser ce marché encore largement sous-exploité (NDLR : en matière de réduction de la facture énergétique), mais disposant d'un potentiel de croissance substantiel". Pour ce faire, il sera crucial de s'appuyer sur des business models ad hoc permettant de vendre aux consommateurs des services susceptibles de leur faire réaliser des économies d'énergie, souligne l'étude.