

Contrats d'électricité à tarification dynamique

Date de la contribution : 15/09/2020

Introduction

Question 1 : Partagez-vous l'analyse de la CRE sur l'objectif du développement des offres à tarification dynamique ?

Le développement des énergies renouvelables variables dans le mix énergétique français implique de nouvelles problématiques d'équilibrage de la production et de la consommation sur le réseau.

Afin de répondre à ces problématiques, Planète OUI considère qu'il est nécessaire de favoriser le développement des technologies et services apportant de la flexibilité au réseau électrique, tant chez les producteurs que chez les consommateurs.

En incitant financièrement les consommateurs à réduire leur consommation durant les heures de prix élevés sur le marché et à la reporter durant les heures de prix bas, les offres à tarification dynamique sont l'un des services permettant de valoriser la flexibilité des consommateurs. Cette offre favorise ainsi l'adéquation entre consommation et production en faisant coïncider la consommation à la production et non plus l'inverse. A la condition que l'offre à tarification dynamique puisse être accessible à tous et compris par tous, afin d'avoir un impact réel sur le réseau électrique.

Les gains de cette offre pour les consommateurs sont sur le long terme (en hiver la facture risque d'augmenter contrairement en été). Il s'agit d'un équilibre sur l'année. Il faut en informer les consommateurs pour rendre l'offre compréhensible.

Planète OUI estime que c'est également un service qui doit viser à réduire les consommations dans l'absolu, grâce au signal prix qu'il communique au consommateur et à la sensibilisation aux enjeux de la transition énergétique qui doit l'accompagner.

Question 2 : Partagez-vous l'analyse de la CRE quant à l'intérêt des offres à tarification dynamique pour les consommateurs et quant aux risques associés ?

Concernant l'intérêt des offres à tarification dynamique pour le consommateur, Planète OUI partage l'opinion de la CRE. Ce type d'offre est destinée aux consommateurs disposant de flexibilité (au sens large, cela peut inclure la notion d'effacement sans report dans le but de réduire la consommation) dans leur consommation.

Le problème de l'offre est qu'elle aboutit à une variabilité du budget et de la facture du consommateur ce qui induit une faible visibilité et rend l'offre moins compréhensible. Il faudrait mettre en œuvre une offre HP/HC/HSP (« heure super creuse ») qui ne varie pas en fonction des prix mais en fonction des plages horaires pouvant être redéfinies jusqu'à 2 heures avant. La visibilité serait accrue. Toutefois cette offre ne rentrerait plus dans la définition européenne.

Quant aux risques associés, il faut identifier dès que possible les mécanismes de partage du risque entre le fournisseur et le consommateur (plancher/plafond, etc.), afin de faciliter le déploiement de ce type d'offre. En effet la tarification dynamique va entraîner une baisse des coûts pour le fournisseur étant donné que le risque est supporté par le consommateur. Cependant il ne faut pas oublier les coûts annexes pouvant exister, notamment le coût du développement commercial de l'offre, coût des infrastructures pour le stockage serveur des CDC par client...

Ces coûts de commercialisation doivent toujours pouvoir être inclus dans l'offre tarifaire, mais il faudra que celle-ci soit indexée sur des prix de marché horaires. Cela implique que le consommateur sera soumis aux évolutions de court terme du marché ce qui signifie que cette offre se dirige qu'à un certains types de consommateurs.

Question 3 : Comment informer le consommateur des risques associés à une offre à tarification dynamique ? Cette communication doit-elle prendre un format différent selon les catégories de consommateurs visées ?

Pour Planète OUI, l'information du consommateur sur les risques associés à ce type d'offre est indispensable. Elle doit être la plus complète et la plus compréhensible possible.

De même un questionnaire peut être mis en place, et en fonction des réponses, le fournisseur pourra orienter le Client vers l'offre la plus avantageuse pour lui (classique ou à tarification dynamique) en fonction de la flexibilité dont dispose le consommateur sur sa consommation.

La conclusion d'un contrat de tarification dynamique ne devrait pas pouvoir être fait par téléphone. De plus, cette offre ne devrait pas pouvoir faire l'objet de démarchage en raison de sa complexité. Le démarchage pourrait être autorisé si une information et une prévention spécifique sont prévus. L'offre doit être expliquée de manière détaillée et accessible sur le site du fournisseur. Par exemple, pour les prix extrêmes, un rappel J-1 pourrait être mis en place.

En ce sens, pour avoir une information suffisante et pertinente sur les risques associés à l'offre à tarification dynamique, un délai de mise en place doit être octroyé aux fournisseurs

Une FAQ spécialement conçue pour l'offre à tarification dynamique (où sont expliqués comment fonctionne le marché de l'énergie, la flexibilité...) peut aussi être prévue.

Un dispositif test peut aussi être un bon moyen pour le Client de s'informer sur les risques de l'offre à tarification dynamique. Par exemple, au bout de X mois, le fournisseur compare les factures du Client et en cas d'augmentation de la facture le fournisseur peut conseiller au Client de changer d'offre si par exemple il observe que les horaires de consommations n'ont pas changé afin de profiter des prix les plus bas (ce qui démontre que le consommateur ne dispose pas de flexibilité). Ce type de dispositif peut être recommandé lorsqu'il s'agit d'un Client particulier. Un mécanisme de suivi est aussi nécessaire, par exemple avec la mise en place de mail de relance, d'information ou encore de conseil, des recommandations personnalisées. La mise en place d'une application est aussi indispensable et nécessaire (prévoyant des couleurs indicatives pour les prix, un système de rappel la veille, une assistance personnalisée et de conseil...) pour suivre la consommation et informer au mieux le client. Il s'agit donc de mettre en place un coaching conso spécifique au client. Ce degré d'information peut différer selon la nature du client (particulier ou professionnel).

Question 4 : Quelles pourraient être les modalités de recueil du consentement permettant de répondre aux exigences de la directive ?

Plusieurs consentements du consommateur sont à recueillir :

- Le consentement du consommateur lié à la récupération de la courbe de charge est nécessaire. Une simple signature suffit.
- ENEDIS/régie doit prendre acte que le point concerné est en télérelevé et non "profilé" sur le mécanisme recotemp/recoflux.
- Dans le cadre où le fournisseur voudrait intégrer une partie pilotage à son offre dynamique, il faut prévoir une autorisation d'action sur les "contacteurs sec virtuels" du compteur Linky. Une simple autorisation du Client suffirait.
- Le consentement de facturation sans limite tarifaire (ce qui peut constituer un risque important pour le consommateur qui ne dispose pas de flexibilité sur sa consommation et ayant opté pour ce type d'offre). Le consentement pourrait être renforcé, par exemple en informant du risque de l'absence de limite tarifaire au dessus de la signature (qui peut être suivie d'une mention).

Pour le consentement aux risques et opportunités associés à l'offre, après une information claire et compréhensible, une signature qui pourrait être suivie d'une mention ("En signant ce contrat, vous acceptez les risques et opportunités associés à l'offre de tarification dynamique") pourrait être envisageable.

Question 5 : Avez-vous connaissance de systèmes équivalents de tarification dynamique dans d'autres secteurs dont il serait possible de s'inspirer ? (par exemple, l'encadrement de la vente de produits financiers) ?

Les offres à tarification dynamique existent dans plusieurs secteurs :

- L'aéronautique,
- Voiture de transports avec chauffeur : pendant les heures de pointes, le tarif est plus élevé que pendant les heures creuses (coefficients multiplicateurs),
- Le marketing a mis en place une personnalisation des prix en fonction des clients et de leurs comportements grâce à des algorithmes afin d'optimiser les revenus.
- Les hôtels.
- Les transports.

L'intelligence artificielle est de plus en plus utilisée pour que les prix reflètent le besoin et le comportement du client.

Il existe aussi des tarifs dynamiques personnalisés prenant en compte comme variable le client (adapter l'offre uniquement aux clients) qui doivent être distingués des Dynamic pricing (des variables internes et externes aux clients sont pris en compte). Il serait donc possible d'adapter ces systèmes dynamiques au cas de l'électricité, mais il est essentiel que le panel de client soit assez important afin de pouvoir avoir un impact réel sur les prix.

Question 6 : Pensez-vous qu'une offre qui varie selon quelques postes horosaisonniers peut être considérée comme une offre à tarification dynamique ?

Planète OUI estime qu'augmenter le nombre de postes horosaisonniers sur les offres de fourniture actuelles ne peut être considéré comme de la tarification dynamique. Le fait d'avoir des plages horaires fixées à l'avance ne permet pas d'avoir la flexibilité réelle que pourrait apporter la tarification dynamique.

Cette offre pourrait être une étape intéressante pour commencer à sensibiliser les consommateurs particuliers à la complexité des offres à tarification dynamique.

Cependant cette vision ne semble pas correspondre à celle de la Commission européenne (selon l'étude de 2016 citée par la CRE).

Question 7 : Pensez-vous que les offres intégrant des pointes mobiles peuvent-elles être considérées comme des offres à tarification dynamique ?

Comme évoqué par la CRE, Planète OUI ne considère pas que le nombre de 20 jours/an de pointe mobile corresponde au critère de tarification dynamique. Les heures de ces pointes mobiles doivent être prédéfinies à l'avance, or cela ne correspond pas au principe de la tarification dynamique. Aujourd'hui il n'est pas possible de déterminer les pointes mobiles seulement quelques heures avant la définition de la pointe mobile, mais si c'était le cas, on pourrait considérer la pointe mobile comme de la tarification dynamique.

La question de prise en compte réel aux écarts (et non une répartition profilées des consommations) doit être un prérequis au déploiement de l'offre à tarification dynamique.

Pour pouvoir être considérées pleinement comme des offres à tarification dynamique, les offres à pointe mobile telles que celles existantes pourraient être améliorées avec des plages horaires et des prix variables. Ces améliorations devront s'accompagner d'une simplification du principe et de la compréhension de l'offre pour les consommateurs.

Question 8 : Quelles caractéristiques devrait avoir une offre répondant à la définition de l'article 11 de la directive 2019/944 ?

L'offre devra marquer des différences tarifaires incitant le déplacement de consommation.

Il faut que ça soit une offre démocratique, souscrite par le plus grand nombre. Le fournisseur doit être capable d'anticiper, et néanmoins refléter la relativité pour pousser les clients à consommer sur ses tranches de prix faibles.

Cependant Planète OUI relève une incertitude sur les moyens et limites que le fournisseur devra respecter dans ce marquage.

Question 9 : Partagez-vous l'analyse de la CRE sur les offres utilisant une référence de prix de marché moyennée sur une période longue, par exemple mensuelle ?

Avec ce type d'offre, on ne peut pas établir une réelle tarification dynamique.

Cependant avec la pointe mobile identifiable 2h avant on pourrait réellement identifier les phases avec des prix prédéfinis (ce qui est un avantage pour le consommateur) et donc s'inscrire dans une offre à tarification dynamique.

Comme pour les questions précédentes, cela questionne notre vision du chemin à réaliser pour parvenir à proposer in fine des offres à tarification dynamique intégralement basées sur des prix marchés de court terme (cf question précédente) : il pourrait être pertinent de distinguer les exigences sur ce type d'offre en fonction des catégories de consommateurs : une référence de prix marché moyennée sur un mois pourrait être pertinente pour les consommateurs particuliers par exemple.

Le court terme reste possible et intéressant pour les professionnels.

De même on pourrait envisager des offres à prix moyen terme pour les particulier (offres qui ressembleraient à l'offre Tempo).

Question 10 : Les offres à tarification dynamique doivent-elles reposer intégralement sur des prix de marché de court terme ?

Une des questions que soulève la tarification dynamique est la définition des périodes de prix (et non pas les prix en eux-mêmes).

Une offre à prix court terme heure par heure sera difficilement accessible à la majorité des consommateurs et notamment particuliers. En effet, selon Planète OUI, elle nécessite des équipements spécifiques et une compréhension du marché de l'énergie assez fine.

Comme évoqué à la question précédente, il serait intéressant de distinguer les exigences (court terme, moyen terme ou long terme) selon les catégories de consommateurs (particuliers, professionnels, collectivités...).

Question 11 : Quelles difficultés les fournisseurs pourraient-ils rencontrer dans la construction d'offres de marché reflétant les variations des prix de marché de court terme ? Identifiez-vous des contraintes opérationnelles ?

Pour Planète OUI, il pourrait y avoir un intérêt à prendre en compte dans le pilotage de l'offre les différents signaux tarifaires pour limiter les difficultés auxquelles vont faire face les fournisseurs dans le déploiement de cette offre.

Cependant la difficulté principale reste surtout d'obtenir la confiance du client pour qu'il donne aux fournisseurs le contrôle sur son appareil. De même, cette confiance sera d'autant plus dure à gagner que le choix de cette offre entraîne une perte de confort et moins de flexibilité dans la consommation afin d'obtenir une réduction de la facture.

Pour que l'offre à tarification dynamique fonctionne, il faut que la majorité des consommateurs y adhèrent. Ce qui sera difficilement le cas vu qu'ils ne disposent pas tous de flexibilité et de connaissance sur le marché de l'énergie.

L'autre difficulté de l'offre réside dans sa facturation. Ce mode de facturation doit être mis en place et cela peut prendre du temps vu sa complexité.

Techniquement le déploiement de cette offre va demander beaucoup de temps pour les fournisseurs (sa mise en oeuvre reste moins complexe). En effet, plusieurs étapes sont nécessaires aux fournisseurs pour mettre en oeuvre cette offre. Il va falloir :

- Mettre en place un système de stockage et de maîtrise de la gestion des CDC individuelle.
- Mettre en place à minima une API et une appli permettant d'envoyer les signaux prix à J+1 aux utilisateurs. Il peut être intéressant de distinguer les applications en fonction de la catégorie de consommateur (professionnel ou particulier).
- Mettre en place un outil de pédagogie à destination des consommateurs.
- Développer une offre marketing forte pour gagner la confiance et obtenir une attractivité raisonnable.
- Identifier les personnes présentant un intérêt pour cette offre (particulier ou pro) en recherchant celles qui disposent de flexibilité sur leur consommation. En tant que fournisseur, Planète OUI doit conseiller le client. Si le client ne peut agir sur sa consommation à distance (faute de temps ou de compréhension du marché de l'énergie), il y a de fort risque pour Planète OUI de le perdre pour mauvais conseil d'où l'importance d'identifier et de cibler les personnes pouvant être intéressées. La difficulté qui se pose ici est de savoir comment aider le client, en dehors de l'application, à adapter sa consommation ?

Cette notion de tarification dynamique induit une séparation du prix réseau et du prix énergie qui devra être précisée.

L'attractivité de l'offre reste aussi à discuter. Au même titre que l'offre temps réel dans le cas de Planète OUI (qui a demandé moins de moyens de développement pour un déploiement rapide), l'offre s'adresse à une catégorie de consommateurs portant un intérêt au fonctionnement du marché de l'énergie (équipement totalement automatisé, au profil d'autoconsommateur etc...). L'engouement par rapport au moyens temporel et financier déployé risque donc d'être très limité (questionnant l'intérêt et la rentabilité d'une telle offre pour les fournisseurs).

Question 12 : Quel serait le temps nécessaire au développement et à la proposition de telles offres par les fournisseurs ?

Planète OUI n'a pas une idée précise du temps nécessaire au déploiement d'une offre, mais estime qu'il faudra laisser le temps nécessaire aux fournisseurs pour une adaptation totale, et que ces offres soient des offres réelles, ayant une attractivité pour le grand public, et pas seulement une niche pour des clients avertis et s'intéressant déjà aux problématiques de l'électricité.