

Économie d'Énergie appuie sur l'accélérateur [Entretien]

 greenunivers.com/2017/12/economie-denergie-appuie-laccelerateur-entretien-172618/

08/12/2017



Entretien avec Myriam Maestroni, PDG d'Economie d'Énergie (50 M€ de chiffre d'affaires en 2016, 170 collaborateurs) –

Depuis son lancement en 2011, la société spécialisée dans la création de plateformes digitales et de programmes pour faciliter la rénovation énergétique a permis le versement de plus de 175 millions d'euros via les certificats d'économies d'énergie (CEE) pour

la réalisation 500 000 travaux de rénovation. Ses 80 plateformes ont reçu plus de 10 millions de visiteurs. Et **Myriam Maestroni** compte bien profiter d'un contexte porteur pour doubler ces résultats d'ici à 2020. Gros plan sur ses ambitions.



Myriam Maestroni

GreenUnivers : Le Plan Rénovation énergétique de Nicolas Hulot et Jacques Mézard, présenté il y a quelques jours, vous offre-t-il un contexte favorable ?

Myriam Maestroni : Ce plan revient à enfin dresser un état des lieux qui n'avait pas été fait sur l'ampleur du problème en matière de besoins de rénovation énergétique. Cela fait 5 ans que je répète qu'on est très en-dessous des objectifs que l'on devrait avoir. On sait que la moitié des logements consomme de 6 à 9 fois plus d'énergie que ceux construits sur la base des réglementations techniques de 2012. C'est invraisemblable. Aujourd'hui, quand Nicolas Hulot parle de son plan de rénovation énergétique, il chiffre la taille du marché. Ça démontre l'ampleur d'une problématique énorme qu'il faut traiter. Je ne peux qu'être d'accord.

« 80% de nos offres concernent les particuliers »

GU : Vous avez réalisé un chiffre d'affaires de 50 M€ en 2016 et attendez 70 M€ en 2017. Sur quels leviers vous appuyez-vous ?

MM : 80% de nos offres concernent les particuliers, 20% les professionnels. Nous travaillons aux côtés de nos grands clients partenaires (Auchan, Enedis, La Banque postale...) vers les particuliers. Il est évident qu'un particulier qui vit dans une maison individuelle ne va pas être abordé de la même façon que quelqu'un qui vit dans un logement social : il va falloir passer par des bailleurs. Pour une personne vivant en ville dans une copropriété, on va devoir à un moment ou à un autre inviter un syndic.

GU : Comment travaillez-vous avec les grands groupes ?

MM : Nous leur proposons des plateformes communes sur-mesure. Le site créé avec Auchan a enregistré plus d'un million de visiteurs et permis 100 000 travaux. Aujourd'hui, Auchan est un cas d'école avec un historique important. On est peut-être à plus de 100 versions du site, qui évolue suite aux retours d'expérience de clients, des difficultés qui nous remontent, des incompréhensions qui peuvent rendre difficile l'expérience client... Les grands groupes ont besoin d'être rassurés sur la capacité à dialoguer tout en étant expert avec des clients quel que soit le lieu, leur catégorie professionnelle... Nous devons aussi travailler dans des logiques transverses, avec des équipes qui vont regrouper des compétences diverses, comme des informaticiens, des ingénieurs et des marketeurs.

« Nous allons capitaliser sur l'écosystème »

GU : Vous avez l'ambition de doubler en 3 ans les résultats que vous avez réalisés en 6 ans. Comment comptez-vous y parvenir ?

MM : Économie d'Énergie se situe au cœur d'un écosystème composé de plusieurs acteurs : des énergéticiens, des consommateurs, des facilitateurs comme les fabricants et des installateurs d'énergie... Nous allons capitaliser sur l'ensemble de cet écosystème. Nous avons eu une montée en puissance très rapide du nombre de visiteurs sur nos plateformes. On a démarré avec une, celle d'Auchan. Aujourd'hui, nous en avons 80. En gardant le rythme que nous avons eu cette année et dans un contexte de marché porteur avec le développement des CEE et la possibilité de mobiliser le

Crédit d'impôt pour la transition énergétique (CITE), nous devrions effectivement doubler en trois ans. Les annonces du gouvernement concernant un peu plus de promotion sur ces sujets me rendent assez confiante sur cet objectif.

GU : Comment vous démarquez-vous de vos concurrents ?

MM : Il y a des sociétés qui font des parties de ce que l'on fait, mais au niveau de la totalité de la chaîne de valeur, je n'en ai pas encore rencontrées.

« *Pas d'urgence à ouvrir le capital* »

GU : Allez-vous vous développer à l'étranger ?

MM : En Europe, Économie d'Énergie s'appelle ON5 Company. Nous avons démarré en Espagne, Angleterre et Italie. Mais les sociétés ON5 sont en démarrage car nous avons été très pris par la croissance importante en France, que nous avons autofinancée ce qui limitait nos moyens pour l'international.

GU : Vous détenez pour l'instant le capital de votre entreprise. Envisagez-vous de faire appel à des investisseurs pour vous développer ?

MM : Historiquement, l'ensemble du management a été associé à cette aventure. Économie d'Énergie est un *spin off* de Primagaz. Je suis dans ma période de rédemption : j'ai quand même passé 20 ans dans le pétrole, le gaz et l'industrie avant de créer cette start-up ! Le capital est détenu de façon privée avec les managers. Mais la croissance dans les autres pays à niveau égal, en autofinancement, serait plus difficile : il faudra peut-être que je me penche sur ce sujet. J'ai considéré que, pour le moment, il était important de faire nos preuves en autofinancement. J'ai été sollicitée par des investisseurs, mais je n'ai pas d'urgence particulière.

Parcours – Myriam Maestroni est diplômée de l'École supérieure de commerce de Bordeaux et titulaire d'un MBA de l'Esade (Barcelone). Toute sa carrière est centrée sur l'énergie : après les pétroliers Dyneff et Agip, elle rejoint Primagaz en 1996 et en dirige la filiale espagnole. Elle intègre le comité directeur de Primagaz en 2003 et lance le Conseil en énergie, boutique d'Économie d'Énergie. Nommée directrice générale en 2005, elle quitte Primagaz en 2011 pour créer et diriger Économie d'Énergie.