

Vendre moins pour gagner plus : c'est bizarre... et pourtant ça marche

MÉLANIE ROOSEN

LE 22 OCT. 2018

Commencer sa carrière dans le pétrole pour se retrouver DG de Primagaz... Avant de se lancer dans les énergies renouvelables. Le parcours de Myriam Maestroni, fondatrice d'Economie d'Énergie, est étonnant... et riche d'enseignements.

Son succès professionnel, Myriam Maestroni le doit à ses convictions autant qu'à son audace. Convictions que l'énergie changeait le monde, d'abord, et audace de changer des process établis parfois depuis des décennies. Quand elle est nommée DG de Primagaz en France, elle y va cash : « Puisque les clients s'en vont, on va les aider à consommer moins ! »

Oui. Vous avez bien lu. L'idée, c'est de vendre moins pour gagner plus.

Le plus dingue, c'est que ça marche.

Un autre rapport que celui du qualité-prix.

« **Perception is reality.** » Cette vérité, Myriam Maestroni la constate alors que les clients de Primagaz se carapatent. Les prix de l'énergie font peur, le dérèglement climatique fait trembler les mieux renseignés et les limites des ressources naturelles se font sentir.

« Je suis autant diplômée en médecine douce qu'en management, sensible à la nature et au biomimétisme, passionnée par l'énergie... et je me suis dit qu'il fallait qu'on s'inscrive dans **un autre rapport que celui du qualité-prix.** »

Elle rassemble des équipes pour travailler sur le sujet et s'apprête à lancer un énorme pavé dans la mare. « On allait **aider nos clients à consommer moins.** Ça peut paraître simple, mais à l'époque, j'étais la première femme directrice commerciale d'une société dont le business model reposait sur une équation simple : **plus je vends, plus je gagne d'argent.** »

Un mode de vie qu'elle renverse en considérant qu'il **vaut mieux avoir des clients qui payent moins, mais qui sont plus satisfaits et donc plus fidèles et plus nombreux.** Entre temps, le digital est passé par là et a consolidé ses théories. « Mais à l'époque, c'était révolutionnaire. Nous n'étions plus des fournisseurs de gaz, mais des concepteurs de solutions durables. »

« Si on a raison, on ne peut pas être seule trop longtemps »

La législation s'en mêle, et les énergéticiens sont rapidement obligés d'aider leurs clients à consommer moins. « D'autres entreprises m'appelaient pour me demander conseil, savoir comment j'avais fait. D'un côté, j'étais ravie, parce que je me disais que quand on a raison, on ne reste pas seule trop longtemps. De l'autre je me disais que **ma stratégie de différenciation n'en était plus une.** »

L'ADN

Elle crée alors un site qui réunit tous les outils utilisés par les commerciaux pour les mettre à la disposition du grand public. « À partir du moment où l'on paie une facture d'énergie, on doit comprendre ces sujets-là. Savoir quand est-ce que je dois changer ma chaudière, combien j'économiserai sur le long terme en changeant mes fenêtres... »

Nous sommes alors en 2008. « J'atteignais mon plafond de verre - je suis restée la seule femme du top 100 de l'énergie pendant 15 ans - et je sentais que le Groupe bifurquait sur d'autres activités. J'ai embarqué 10 personnes avec moi et j'ai choisi de miser à fond sur l'économie d'énergie. »

Startuppeuse sur le tard

Myriam Maestroni crée alors sa société - baptisée Economie d'Énergie, en toute simplicité. « Nous sommes une plateforme de plateformes, dont la volonté est de faire évoluer les comportements. » Vaste ambition... « Nous voulions repenser le métier d'énergéticien à partir du client. » Pour ce faire, les équipes se posent toutes les questions coton auxquelles nous cherchons d'échapper - comment négocier mon contrat énergie ? Comment moins dépenser ? Qui pour m'accompagner ?

Des neurosciences pour économiser de l'énergie

L'idée n'est pas de faire un rappel annuel pour se souvenir d'éteindre la lumière en sortant d'une pièce. « **À l'aide des neurosciences, nous créons des habitudes qui doivent durer.** Nous avons élaboré un programme d'accompagnement assez sophistiqué - habitudes quotidiennes, rénovation et travaux, optimisation... et enfin, production d'énergie. » Chaque étape à un nom, et l'utilisateur qui est arrivé en bout de chaîne n'est plus un client à qui on livre son énergie sans qu'il n'y comprenne rien, mais **un producteur conscient.** « Le monde post carbone ne pourra se construire qu'avec des citoyens informés. Derrière, il y a **un enjeu climatique, mais aussi de justice sociale et sociétale.** » Elle rappelle ainsi que pour certaines personnes, l'énergie représente 10 à 15% du budget. « On n'est plus dans une logique économique qui veut que **j'achète, puis je jette.** Maintenant, **j'achète, j'améliore, j'optimise, je rénove.** »

Prendre un coup de vieux, parfois, c'est bien

Aujourd'hui, Economie d'Énergie a 7 ans et pour Myriam Maestroni, c'est une belle réussite. « 200 personnes, 32 ans de moyenne d'âge, 12 nationalités et la parité hommes-femmes. Pour moi, ça a été un **énorme coup d'anti-aging** : c'est-à-dire que j'ai pris un coup de vieux qui m'a permis de me rendre compte à quel point la nouvelle génération a une liberté nouvelle, un espace de réflexion plus ouvert et une compréhension plus fine ce que l'on peut faire ou pas. »