

1- Le contexte de la création de l'entreprise

Le marché des énergies renouvelables et du photovoltaïque en particulier est en très forte progression depuis plusieurs années en France. Ce secteur a connu une augmentation de 40% entre 2007 et 2008 et 85 % des Français pensent que le développement des énergies renouvelables doit constituer une priorité pour le gouvernement. Le gouvernement a d'ailleurs répondu à cette attente en 2006-2007 par une série de mesures fiscales (dont 50% de crédit d'impôt) et économiques (rachat de l'électricité par EdF à 0.55 €/kWh), en 2008 par le Grenelle de l'environnement, et en 2009 par la suppression de l'impôt sur le produit de la vente, poussé en cela par le Conseil Européen qui fixe, dans son "paquet énergie climat", l'objectif pour 2020 de porter à 20% la part des énergies renouvelables dans la consommation énergétique totale de l'UE.

La France souhaite rattraper son retard par rapport aux autres pays européens, et tout particulièrement la région Paca qui est très déficitaire en production électrique et dont le Conseil Régional soutient les initiatives locales par son programme AGIR.

Les français sont maintenant prêts à s'engager pour l'environnement. Un sondage Ipsos réalisé en décembre 2007, pour le compte du salon Interclima et Le Moniteur, indique notamment que 79% d'entre eux sont prêts à investir dans ce domaine (*Interclima+elec - Communiqué – 05/02/2008*). Dans ce contexte, le dernier frein pour un engagement des particuliers et des collectivités locales, pour la réalisation d'installations photovoltaïques est la cherté du matériel et un temps de retour sur investissement trop long. L'objectif de notre entreprise est précisément de proposer une offre 30% plus faible que la concurrence et d'arriver ainsi à un temps de retour sur investissement inférieur à cinq ans.

2- La méthode

Notre proposition repose sur trois points forts :

- L'achat groupé auprès des fournisseurs.
Notre objectif annuel est de 30 installations avec des commandes mensuelles de trois installations afin de bénéficier de remises auprès des fournisseurs.
- Une faible marge.
Du fait de la structure relativement légère de notre entreprise, constituée essentiellement en 2009 d'un technicien salarié formé au photovoltaïque, aidé par la contribution des clients eux mêmes, notre marge sur le matériel est faible comparé à la concurrence où les prix conseillés conduisent à des marges de 30 à 50%.
- Une organisation solidaire.
La réalisation d'un chantier nécessite la présence de quatre personnes : le technicien de l'entreprise, qui assure la conduite des travaux, le client oeuvrant sur sa propre maison, un futur client qui vient ainsi se former pour sa prochaine réalisation, et un client équipé précédemment qui assure ainsi le "remboursement de sa dette".

3- Le produit

Pour répondre à de fortes considérations éthiques, le matériel proposé est de fabrication européenne et on recherche les fournisseurs les plus proches afin de limiter les consommations énergétiques dans les transports.

Notre offre est essentiellement constituée d'installations photovoltaïques de moins de 3 kWc à intégrer en toiture de maison individuelle car, compte tenu des conditions économiques actuelles (crédit d'impôt, prime de la région Paca, rachat du kWh par EdF) cette taille d'installation constitue un optimum économique. Elle pourra évoluer rapidement vers des installations de plus forte puissance (15 à 30 kWc) pour des particuliers ou des bâtiments agricoles où le gain économique est

moins marqué mais la demande existe et la taille d'installation reste à la portée d'une petite structure comme la notre.

Par la suite, et dès 2010, notre offre s'ouvrira au chauffe-eau solaire, car le technicien de l'entreprise dispose déjà des compétences nécessaires dans ce domaine et aux poêles à bois. Ensuite, et moyennant une formation légère, l'offre (fourniture et aide à l'installation de matériel) pourrait s'étendre au chauffage solaire de l'habitat individuel, au chauffage à bois et à l'éolien de petite puissance.

Enfin, avec des recrutements adaptés et des formations plus lourdes, l'offre pourrait aller jusqu'à l'éolien de moyenne puissance, l'hydraulique de rivière et le suivi de constructions à énergie positive.

4- Le client

Notre cible, en terme de clientèle, est essentiellement le propriétaire de maison individuelle. S'il bénéficie d'une TVA à 5.5% car sa maison a plus de 2 ans, et du crédit d'impôt, le temps de retour sur son investissement est de moins de quatre ans.

Ayant peu de fonds de roulement, et du fait du différentiel de TVA (nous achetons le matériel avec une TVA à 19.6% et nous vendons l'installation avec une TVA à 5.5%) nous sommes obligés de demander le versement du prix de l'installation par le client dès la passation de commande, sous la forme de deux chèques représentant la totalité du coût de l'installation. Le premier chèque est encaissé pour pouvoir passer commande au fournisseur, et le deuxième est encaissé lors de la livraison du matériel et de la prise en charge par le client, pour pouvoir solder le paiement du fournisseur, sans que notre entreprise ait à faire d'avance financière.

5- La zone

Afin de limiter les déplacements et la consommation de carburant liée, la zone de prospection et de réponse aux demandes est limitée aux départements des Bouches-du-Rhône et du Vaucluse, et les parties les plus proches des départements du Var et des Alpes-de-Haute-Provence. En gros on se limite à un cercle de 100 km de rayon autour de Pertuis.

6- L'économie du projet

L'objectif est de réaliser régulièrement trois installations par mois. En terme de volume de travail, chaque installation nécessite deux jours de préparation et deux jours de mise en œuvre sur chantier. Trois installations mensuelles génèrent donc 12 jours de travail. Si on y ajoute un temps de prospection, rédaction de devis et de gestion, trois installations mensuelles assurent un mois de travail au technicien.

Avec le salaire du technicien à assurer, la vente d'une seule installation par mois ne permet pas de couvrir les coûts de l'entreprise. Deux installations par mois assurent tout juste l'équilibre, et trois installations par mois permettent de constituer une réserve financière et un fonds de roulement pérennisant l'entreprise. Nous n'avons pas encore une année pleine de fonctionnement mais nos 6 mois de fonctionnement de l'année 2009 permettent d'être très optimiste sur la réalisation de nos objectifs.

7- La faisabilité du projet

Afin d'avoir une vision de la profession et de déterminer le prix moyen d'une installation, 31 installateurs de la région Paca ont été consultés entre juillet et août 2007 dans des conditions réelles de réalisation sur une maison individuelle. Cette consultation s'est traduite par 17 devis comparables permettant d'établir le prix moyen d'une installation dans notre région. L'analyse des résultats a donné un prix de référence de 8.86 € TTC/Wc installé. Le prix moyen de nos installations en 2009 a été de 5.5 €/Wc, nous sommes donc à - 38% et notre objectif d'être 20 à 30% moins cher a bien été tenu.

8- L'expérience

Durant l'année 2008, le concept (paiement à la commande par le client, achat groupé et faible marge conduisant à -30%, et assistance professionnelle à la mise en œuvre) a été testé avec une entreprise voisine. Ainsi 12 installations ont été réalisées avec un plein succès.

En 2009 nous avons réalisé avec ces mêmes critères, mais sous la bannière d'Add-ER, sept nouvelles installations sans rencontrer de difficultés supplémentaires.

9- Le personnel

Le technicien, co-gérant de l'entreprise Add-ER, a bénéficié en 2009 – en tant que chômeur - d'un suivi par les ASSEDIC pour être embauché par l'entreprise en mars 2010. Qualifié QualiSol et QualiPV il a fait bénéficier l'entreprise de ce label.

Nous avons également obtenu en 2009 l'agrément du Conseil Régional Paca pour que nos clients bénéficient du "Chèque Energies" attribuée par la Région Paca.

10- Les difficultés

La principale difficulté pour l'entreprise est le manque de fonds de roulement.

Pour démarrer, l'entreprise a eu besoin de peu de matériel et s'est passé d'un local, le garage de l'un des gérants assurant cette fonction. Les investissements ont porté essentiellement sur une remorque pour transporter le matériel sur les chantiers, les équipements de sécurité (harnais, stop-chutes, casques, ...) et l'outillage.

Pour passer les commandes des installations photovoltaïques, au début les fournisseurs acceptaient le paiement de 30% à la commande et 70% à 30 jours fin de mois, puis les conditions se sont durcies avec une demande de paiement total à la commande. Notre absence de liquidité nous a ainsi bloqué pour retenir les fournisseurs nous proposant les tarifs les plus intéressants. Nous avons donc un besoin urgent de constituer du fonds de roulement pour obtenir les prix les plus bas sur le marché photovoltaïque.

Une autre difficulté est de se faire connaître. Le bouche à oreille commence à fonctionner et la plupart de nos clients sont venus par connaissance mais il nous faut élargir ce cercle. Nous avons participé à quelques salons et présentations de notre activité mais pas avec un retour satisfaisant.

11- La promotion

Pour faire connaître notre initiative, nous avons préparé une brochure au format A4 recto-verso facile à imprimer que nous diffusons par e-mail, dans les boutiques bio de Pertuis et lors des salons. Nous avons aussi créé un site Internet : www.add-er.fr qui commence à être fréquenté et qui apparaît dans les premiers lors d'une recherche par Google. Notre site est également référencé sur plusieurs sites à commencer par le site Qualit'ENR qui gère le label Quali'PV.

Nous avons cherché aussi à apparaître sur les listes des installateurs locaux auprès des EIE (Espaces Info Energie), des associations locales oeuvrant dans les énergies renouvelables (AERE, AME, CPIE. ...).

12- Le club utilisateur

Nous avons constitué un "Club utilisateurs" auquel adhèrent tous les clients de notre entreprise. Il permet de couvrir par une assurance, les personnes qui participent aux chantiers, et de rassembler ensuite toutes les installations pour en comparer les performances.

Avec le matériel photovoltaïque, nous fournissons systématiquement un appareillage de mesure qui reçoit les informations de fonctionnement de l'onduleur. Ainsi chaque client peut suivre son installation et en comparer les performances avec celles de ses voisins (toutes nos réalisations sont

dans un rayon de 100 km donc bénéficient du même ensoleillement ce qui permet une comparaison immédiate).

Ce "Club utilisateurs" est une originalité dans le domaine des installateurs de systèmes photovoltaïques. Il n'y a pas, à notre connaissance, d'équivalent, et pourtant c'est une garantie supplémentaire pour le client que son installation produira bien conformément au devis qui lui a été initialement proposé.

Cette expérience est duplicable, et nous sommes prêt à aider toute initiative similaire.

jms – décembre 2009

Ce bilan est visible en ligne sur : <http://creer-entreprise.org/> et <http://www.add-er.fr/>