

Ces startups qui facilitent l'adoption des panneaux solaires par les particuliers

Dans un contexte de hausse des prix de l'énergie, l'engouement pour le solaire est certain. Les acteurs se multiplient sur le marché pour inciter les foyers à produire leur propre électricité et démocratiser l'autoconsommation.

Temps de lecture : minute

6 novembre 2023

Depuis fin 2021, la forte hausse des tarifs de l'électricité - qui a atteint 15 % en février dernier - favorise l'engouement pour l'énergie solaire. D'autant qu'une nouvelle augmentation est attendue en 2024. Le gouvernement souhaite ainsi multiplier par dix la capacité du photovoltaïque d'ici à 2050. Mais sur 20 millions de foyers, seulement 110.000 sont actuellement équipés. Alors, les startups rivalisent d'imagination pour faciliter l'adoption de panneaux photovoltaïques chez les particuliers.

Sunology propose par exemple un panneau solaire qui s'installe au sol, raccordé à une prise. L'innovation peut s'installer dans le jardin d'une maison comme dans un appartement avec terrasse et coûte moins de 800 euros. Grâce à elle, jusqu'à 17 % de la consommation du foyer pourrait être produite. Beem, de son côté, développe et vend des kits de quatre panneaux solaires « *très faciles à installer* », depuis 2019. L'idée : « *commencer à produire de l'énergie, à partir du moment où on dispose de 2 m² au soleil, que ce soit au sol ou sur un toit terrasse* », indique Ralph Feghali, cofondateur de la startup. La société a également mis au point un capteur d'énergie renouvelable, qui permet ensuite de suivre sa

production et de maîtriser sa consommation sur mobile.

La France en retard sur ses voisins européens

Ensol, de son côté, simplifie l'investissement dans les installations solaires en permettant aux particuliers d'établir des prévisions pour quantifier leur autoconsommation. « *Sur une plateforme d'équipements énergétiques, on peut faire des prédictions en fonction de la météo, de sa localisation... L'objectif est de favoriser l'autoconsommation en devenant une centrale électrique virtuelle et surtout de simplifier l'expérience utilisateur pour favoriser l'adoption de panneaux solaires* », indique Paul de Preville, le dirigeant, qui précise que la concurrence est « *extrêmement forte* ».

Car le marché est en plein essor. « *La demande progresse à toute vitesse, confie Ralph Feghali, cofondateur de Beem. Il y a deux ans, 100.000 foyers faisaient de l'autoconsommation. Aujourd'hui, ils sont près de 300.000.* » La hausse des prix de l'énergie attise en effet l'intérêt pour l'énergie solaire en rendant l'équation économique plus intéressante. D'autant que la fin du bouclier tarifaire est annoncée pour 2025. « *On pressent une explosion des prix* », alerte Paul de Preville, dirigeant d'Ensol, qui indique, par ailleurs, que « *la France est le seul pays européen à afficher un retard vis-à-vis des objectifs fixés par l'Union européenne en matière de décarbonation du mix énergétique. Aux Pays-Bas - où la démocratisation des installations solaires est un élément stratégique de premier plan - 25 % des foyers en sont équipés. En Allemagne, ce sont 12 % des foyers qui en bénéficient, contre seulement 4 % en France.* »

Des levées de fonds pour accélérer

Les acteurs du marché souhaitent donc accélérer. Dans ce contexte,

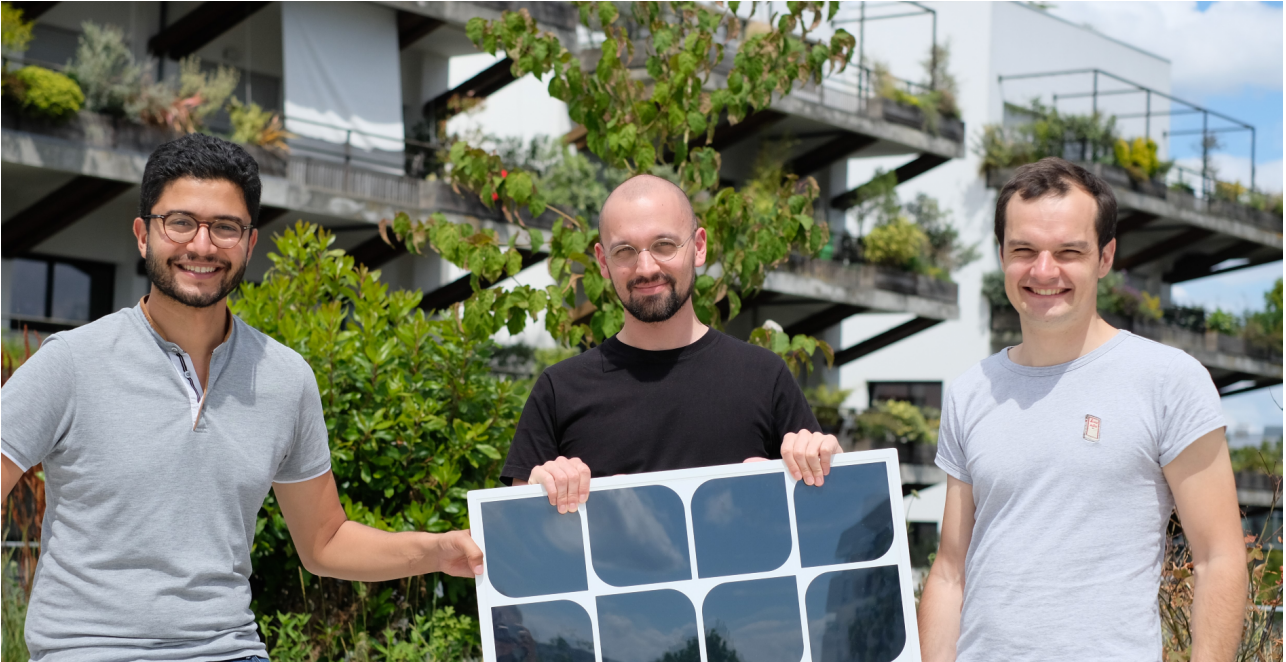
Ensol, créée en juillet dernier, annonce ce lundi sa première levée de fonds de 3 millions d'euros auprès d'Otium Capital. L'objectif pour la société qui vient de mettre sa plateforme sur le marché : équiper 160.000 foyers d'ici 2030. « *Nous allons commencer à nous développer dans la région PACA mais notre ambition est nationale. A terme, nous souhaitons proposer une gamme énergétique complète à chaque foyer pour favoriser leur autonomie* », précise Paul de Preville, qui emploie aujourd'hui 8 salariés et envisage de recruter 30 personnes rapidement.

En mai dernier, Beem parvenait, de son côté, à réunir 20 millions d'euros auprès de ses actionnaires historiques et de Cathay Capital. L'enjeu : attaquer le marché international avec ses kits de 4 panneaux solaires mais également se diversifier. « *Nous voulons compléter notre offre avec d'autres actifs comme le stockage ou le chauffage, pour permettre aux particuliers de devenir de plus en plus autonome* », indique Ralph Feghali. À terme, la société de 50 salariés espère réaliser 25 % de son chiffre d'affaires en dehors de l'Hexagone et quintupler sa clientèle d'ici 2030.

« *C'est un signal très fort d'être présent en grande distribution* »

Pour Beem, comme pour ses concurrents, l'un des principaux enjeux est de démocratiser l'accès aux panneaux solaires. « *Il existe encore plusieurs freins structurels, estime son cofondateur. Dans l'imaginaire collectif, il faut être propriétaire, avoir une maison bien exposée et cela coûte cher. D'autant que les particuliers n'aiment pas trop les panneaux solaires. L'enjeu pour nous est de redorer leur image et d'offrir la meilleure expérience utilisateur possible.* » Pour toucher le plus d'utilisateurs possible, la société, qui distribue ses kits chez Leroy Merlin, Boulanger ou Weldom, vient de signer un partenariat avec Carrefour. « *C'est un signal très fort d'être présent en grande distribution, se réjouit*

Ralph Fighali. *Cela permet d'avoir une visibilité auprès du grand public. »*



À lire aussi

Comment Beem Energy redonne aux particuliers la maîtrise de leur énergie



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Jeromine Doux