



# Le paysage concurrentiel de l'infrastructure de recharge des véhicules électriques

2022

# Sommaire

|   |    |
|---|----|
| Trajectoires de la pénétration des véhicules électriques et des infrastructures de recharge | 02 |
| Évolution de la chaîne de la valeur de la recharge des véhicules électriques                | 04 |
| La concurrence sur le marché de la recharge des véhicules électriques                       | 06 |



## Trajectoires de la pénétration des véhicules électriques et des infrastructures de recharge

### La pénétration des véhicules électriques est inévitable

La pénétration des véhicules électriques dans le parc automobile décolle encore plus vite que bon nombre de prévisions ambitieuses. Grâce à de multiples politiques de soutien, l'Europe était en 2021 le deuxième marché des véhicules électriques en termes de croissance dans le monde<sup>1</sup> - environ un véhicule vendu sur six était électrique l'année dernière sur le continent européen. Plusieurs facteurs contribuent à cette croissance, notamment la compétitivité des coûts, les initiatives des équipementiers, les incitations gouvernementales, la sensibilisation des consommateurs. Les réglementations, telles que l'interdiction annoncée par l'UE de la vente de véhicules à moteur à combustion interne à partir de 2035, jouent également un rôle clé dans l'accélération du passage aux véhicules électriques.

Alors que les véhicules électriques représentaient 1,5 % du parc européen total de 326 millions de véhicules<sup>2</sup> en 2021, les analyses d'EY-Parthenon prévoient que le parc de véhicules électriques devrait croître à un TCAM (taux cummulé annuel moyen) de +24 % d'ici 2035. Les voitures particulières devraient constituer près des trois quarts du parc total de véhicules électriques, tandis que les véhicules utilitaires légers, tels que les fourgonnettes, devraient atteindre 30 millions de véhicules.

<sup>1</sup> <https://theicct.org/sites/default/files/publications/EV-EU-Factbook-2020.pdf>

<sup>2</sup> <https://www.acea.auto/files/report-vehicles-in-use-europe-january-2021-1.pdf>

<sup>3</sup> <https://alternative-fuels-observatory.ec.europa.eu>



## Les besoins en infrastructures de recharge sont significatifs

Cette demande sans précédent de véhicules électriques doit s'accompagner d'un déploiement rapide et important des infrastructures de recharge.

EY estime qu'environ 65 millions de chargeurs seront nécessaires en 2035 pour répondre à la demande croissante de recharge électrique.

Cette année-là, le segment « au domicile » devrait représenter environ 85 % des chargeurs européens, mais seulement 37 % de la consommation d'électricité en volume. Étant donné que les prix des chargeurs et de l'électricité seront plus élevés en dehors du domicile, cela signifie que la part du lion de l'activité de recharge se fera en dehors du domicile (sur le lieu de travail ou dans des lieux accessibles au public).

L'infrastructure de recharge connaît déjà un essor en Europe. En mars 2022, on comptait plus de 410 000 points de charge publics en Europe<sup>3</sup>, selon l'Observatoire européen des carburants alternatifs (EAFO). À l'heure actuelle, la recharge rapide représente environ 10 % de l'électricité absorbée à l'extérieur du domicile, un pourcentage qui devrait augmenter de manière significative d'ici 2035, potentiellement bien au-dessus de 50 % selon les projections de plusieurs acteurs du marché.

### Consommation d'électricité des véhicules électriques jusqu'en 2035 - Europe<sup>4</sup>



Source: EYP analysis, IEA



## Évolution de la chaîne de la valeur de la recharge des véhicules électriques

Il existe un certain nombre de rôles dans la recharge des véhicules électriques, avec des frontières floues

Avec l'augmentation de la demande de véhicules électriques et de l'infrastructure de recharge correspondante, les conducteurs ont besoin d'une large gamme de produits et de services - de la recharge privée au domicile et au travail à la recharge « à destination » ou « sur la route ». Sur la base de ces besoins émergents, nous avons identifié cinq grands segments couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur de la recharge des véhicules électriques - allant de la production et de la fourniture d'électricité aux services de mobilité.

Actuellement, le paysage de la recharge des véhicules électriques n'est pas organisé au plus haut point. Nous assistons à l'émergence de nombreux rôles uniques sur le marché tout au long de la chaîne de valeur. De nombreux acteurs s'engagent maintenant dans de multiples segments de la chaîne de valeur, différents types de client. Les acteurs du marché tentent également d'élargir leur portefeuille en introduisant des produits et services connexes qui répondent aux besoins de leur clientèle traditionnelle.

Diverses niches, telles que les services d'itinérance et les services gérés, apparaissent également, rendant l'écosystème plus complexe.

Les fusions, acquisitions et les investissements sont en hausse

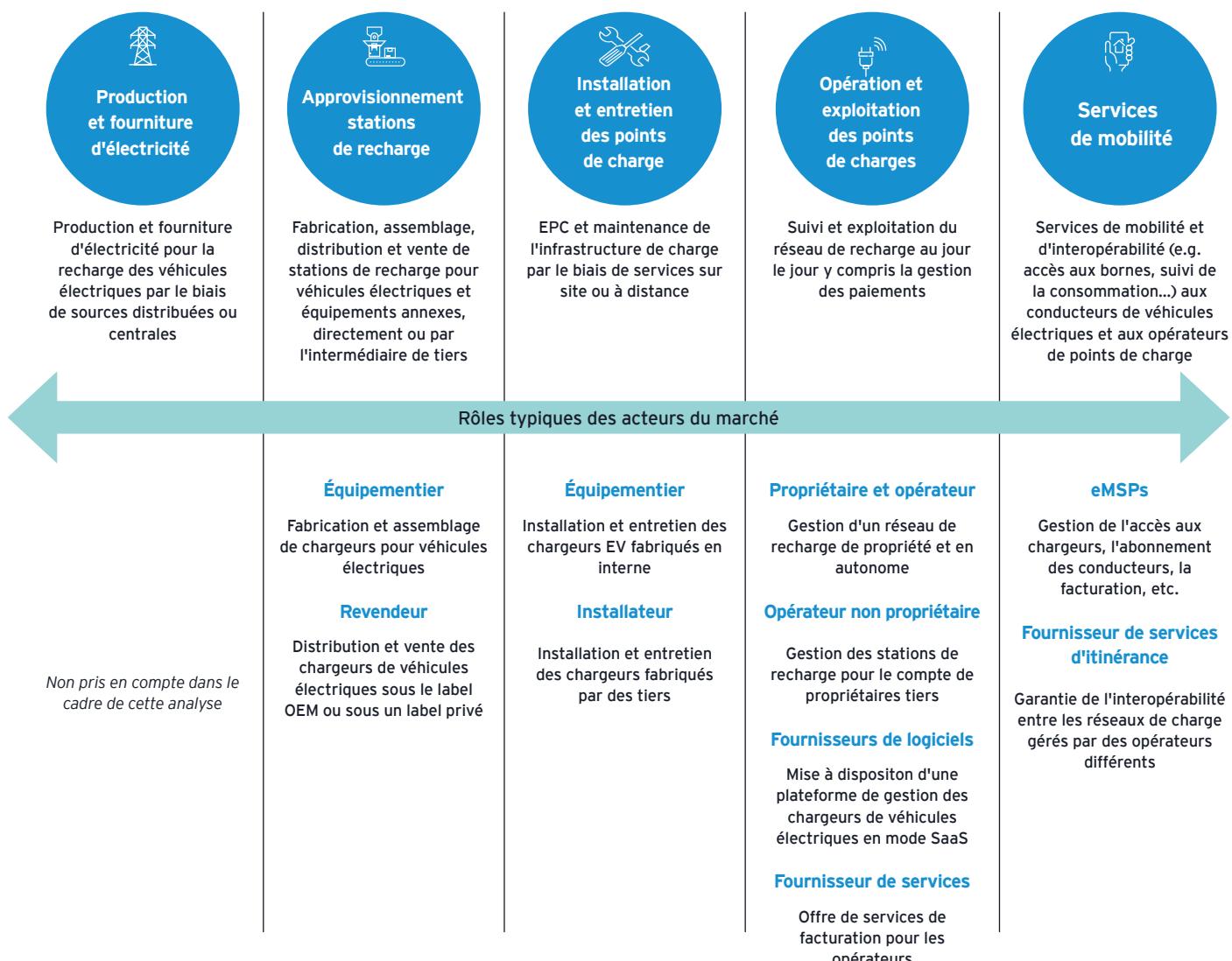
La nature naissante et fragmentée du marché de la recharge des véhicules électriques offre de nombreuses opportunités aux investisseurs potentiels. Nous avons assisté à une importante activité de fusions-acquisitions et d'investissements au cours des deux dernières années. Les transactions investissement ont presque doublé en 2021 par rapport à l'année précédente, tandis que les acquisitions ont connu une croissance de plus de 80 % au cours de la même période.

Les grandes entreprises acquièrent des acteurs de niche pour étendre leur présence sur le marché et améliorer leur portefeuille de produits, Shell a par exemple acquis Ubitricity et NewMotion.

De nombreuses entreprises ont également exploré la voie de la cotation publique par le biais de sociétés d'acquisition à vocation spéciale (SPAC) comme alternative aux IPO traditionnelles. Quatre sociétés européennes (Juuce Ltd., ads-tec Energy, Allego et Wallbox) ont conclu des accords SPAC en 2021.



## Un écosystème en évolution avec de nombreux rôles le long de la chaîne de valeur



# La concurrence sur le marché de la recharge des véhicules électriques

## Évaluation des acteurs de la recharge des véhicules électriques

Pour comprendre comment le marché de la recharge des véhicules électriques se dessine, nous avons identifié et analysé le positionnement concurrentiel de plus de 140 entreprises dans six pays européens clés - Royaume-Uni, France, Allemagne, Italie, Espagne et Pays-Bas - à travers la chaîne de valeur de la recharge des véhicules électriques.

Nous avons d'abord segmenté ces entreprises en fonction du rôle qu'elles jouent sur la chaîne de valeur et des segments de clientèle auxquels elles s'adressent, comme indiqué ci-dessous :

### Approche de la segmentation



Sur la base de ces axes, chaque acteur est ensuite classé en tant que « spécialisé » ou « généraliste ».

- ▶ **Acteur « spécialisé »** : Un acteur opérant dans moins de deux segments de la chaîne de valeur ou s'adressant à deux segments de clientèle ou moins.
- ▶ **Acteur « généraliste »** : Un acteur opérant dans plus de deux segments de la chaîne de valeur ou s'adressant à un large éventail de segments de clientèle.

Nous avons ensuite analysé leur positionnement concurrentiel sur trois facteurs - expertise technique, réputation et portée commerciale - comme indiqué.

### Positionnement concurrentiel





“

Il y a beaucoup de concurrents qui font des choses différentes, mais je ne pense pas que tout le monde puisse jouer sur toute la chaîne de valeur. C'est pourquoi on voit de plus en plus de modèles commerciaux de niche.

---

**Chard Bartlett**, vice-président principal, BP



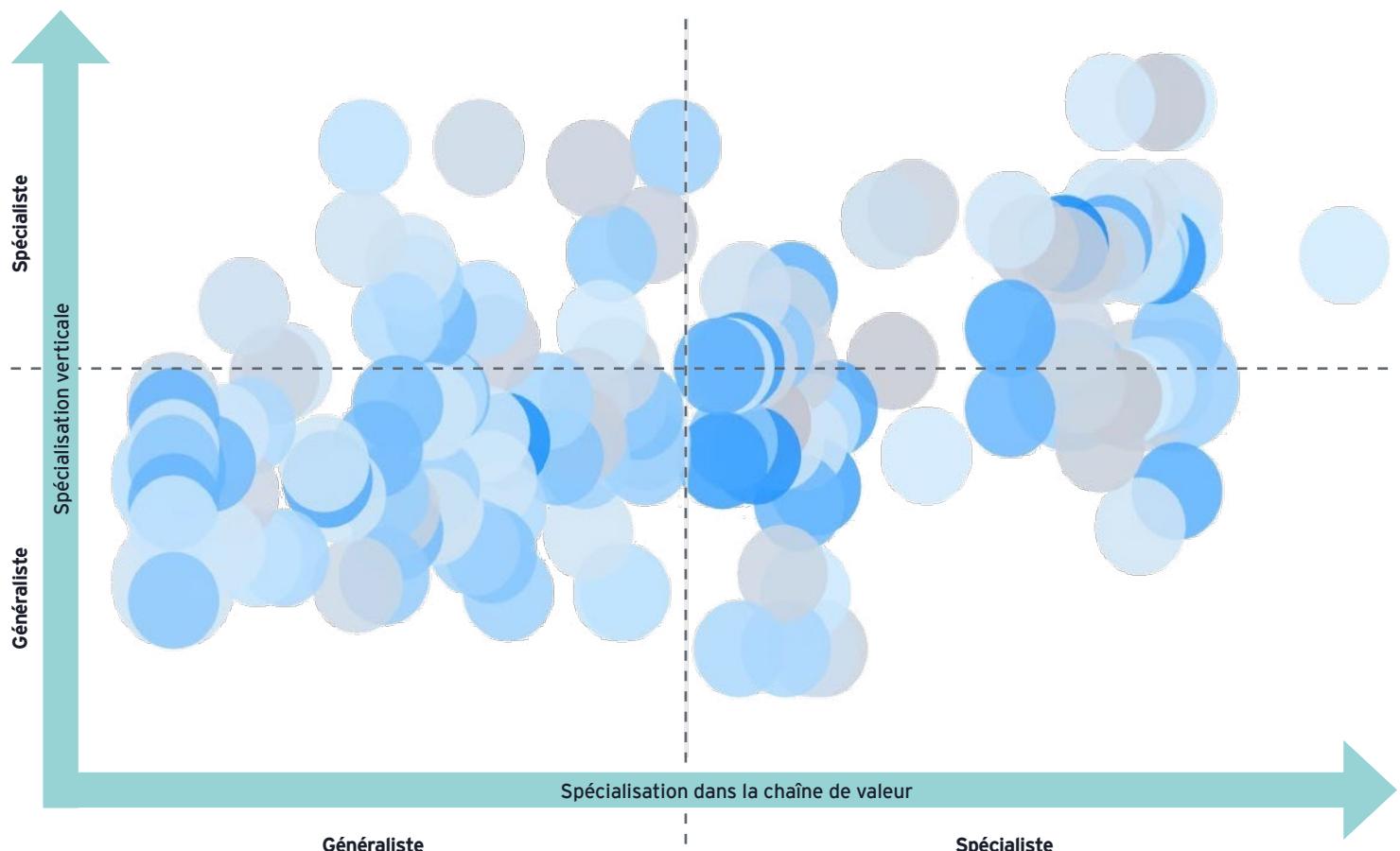
## Principaux points à retenir de notre évaluation de la concurrence

- ▶ La majorité des acteurs du marché de la recharge des véhicules électriques ont une proposition « généraliste », opérant dans différents segments de la chaîne de valeur. Environ 74 % des acteurs sont actifs dans plus d'un maillon de la chaîne de la valeur. Même les acteurs spécialisés étendent leur présence à l'ensemble de la chaîne de la valeur en proposant des services connexes. Par exemple, ABB ou Elmtronics proposent désormais des services d'installation et des logiciels CPO.
- ▶ Les acteurs du marché ont tendance à se positionner comme des « généralistes verticaux », couvrant plus d'un segment de clientèle ou de produit. Seul un quart des acteurs analysés sont des « spécialistes véhicules électriques », par exemple Ionity, Source London.
- ▶ La plupart des acteurs (93 %) sont actifs dans le segment non résidentiel, qui représente déjà, selon nos estimations, 43 % de la consommation d'électricité (contre 63 % en 2035).
- ▶ Les acteurs « généralistes » sont mieux placés sur le plan concurrentiel que leurs homologues « spécialisés ». Ceci est principalement dû à leur portée commerciale.
- ▶ La majorité des entreprises « généralistes » (73%) ont des activités à grande échelle, ce qui favorise une intégration rapide des technologies et une meilleure couverture du marché.
- ▶ L'offre du marché se concentre sur les services rudimentaires et peu complexes. Pour exemple la majorité des fabricants (~85%) ont une faible compétence dans les technologies émergentes, comme le V2G. De même, l'offre de CPO et de logiciels CPO est limitée à des services peu complexes, par exemple l'analyse de l'utilisation des chargeurs, la gestion des utilisateurs. Seuls 11 des 57 opérateurs/propriétaires de points de charge supportent des fonctionnalités avancées, telles que le V2G, la tarification dynamique, la prédiction de l'utilisation du chargeur.

## Force concurrentielle relative des acteurs de l'EVCI en Europe

Taille de la bulle = échelle des opérations

Position : Faible Forte



# Les opportunités à venir

## Quelle est l'orientation du marché de la recharge ?

Comme l'activité dans le domaine de la recharge s'accélère grâce aux incitations gouvernementales et à la large gamme de modèles de voitures électriques, il existe une opportunité de croissance considérable. Des acteurs de différents secteurs envisagent de se lancer sur le marché de la recharge des véhicules électriques.

À titre d'exemple, trois grands constructeurs de véhicules commerciaux - Volvo Group, Daimler Truck et Traton Group - ont conclu un accord pour créer conjointement un réseau de recharge en Europe en 2022.

Nous constatons que de nombreux acteurs adoptent la voie « généraliste », en introduisant de nouveaux produits et/ou services dans leur portefeuille. La stratégie « généraliste » permet aux entreprises de mieux monétiser leurs clients existants en leur donnant la possibilité d'augmenter le revenu moyen par utilisateur. Elle aide également les entreprises à cibler de nouveaux clients.

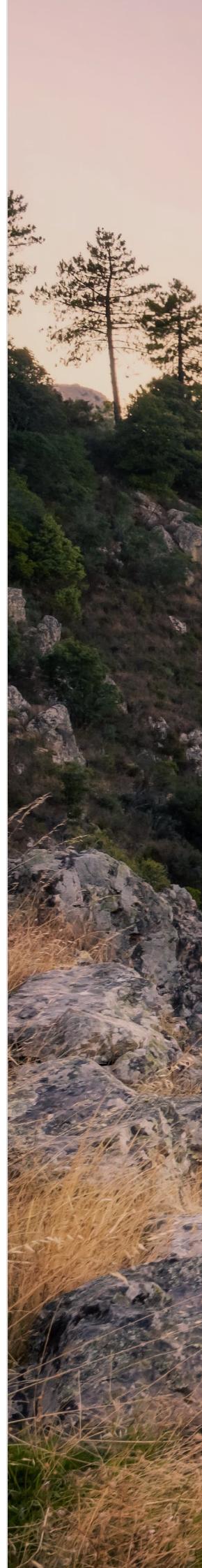
Nous nous attendons à ce que les acteurs du marché élargissent leur champ d'action technologique. Les fabricants pourraient explorer la possibilité d'introduire sur le marché de nouveaux chargeurs compatibles V2G.

De même, les fournisseurs de logiciels CPO pourraient se concentrer sur l'ajout de nouvelles fonctionnalités telles que l'analyse prédictive ou la tarification dynamique à leurs produits.

Les acteurs adoptent de plus en plus des normes universelles - OCPI/OCPP - pour leurs produits matériels et logiciels. Les acteurs du marché ont déjà commencé à travailler sur ce front, tel que Tesla qui a ouvert son réseau de superchargeurs aux véhicules électriques d'autres constructeurs automobiles<sup>6</sup>. Cela devrait favoriser les partenariats et les collaborations. Le marché continuera probablement à être le théâtre de fusions et d'acquisitions, avec beaucoup de petits acteurs sur le marché qui n'ont pas à ce jour d'offre standardisée. Cette tendance est déjà en cours et devrait encore s'intensifier, en particulier avec l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché, ce qui alimente l'approche de consolidation pour se tailler une position forte sur certains segments de marché.

À plus long terme, nous prévoyons 10 à 15 fabricants clés opérant au niveau européen et un paysage plus fragmenté pour les CPO, bénéficiant moins de l'échelle des opérations. Nous pensons que seuls quelques eMSP « purs » survivront à long terme.

<sup>6</sup> <https://cleantechnica.com/2022/02/01/tesla-opens-more-superchargers-in-europe-to-other-ev-drivers/>



## Stratégies pour réussir sur ce marché dynamique

En prenant des mesures actives dès maintenant, vous vous assurez une position solide pour l'avenir :

### Évaluer

1. Comprendre les préférences et les besoins des clients sur vos segments ;
2. Étudier le paysage concurrentiel et les principaux produits/services à vendre ;
3. Analyser les nouveaux entrants sur le marché pour leurs offres innovantes ;
4. Comprendre votre proposition de valeur et votre portefeuille, et identifier les principales lacunes dans le positionnement concurrentiel.

### Adapter

1. Comprendre ce dont votre entreprise a besoin : transformation de la valeur, création de valeur, préservation de la valeur ou récupération de la valeur ;
2. Explorer les options stratégiques (par exemple l'optimisation du portefeuille) pour améliorer votre positionnement concurrentiel ;
3. Envisager des partenariats, des fusions, de nouvelles acquisitions et des cessions pour développer/optimiser votre portefeuille d'offres de services ;
4. Examiner les spécificités et décider de votre approche potentielle de la transformation.

### Ancrer

1. Effectuer une vérification préalable stratégique et financière de la nouvelle entreprise ou de la nouvelle offre ;
2. Réaligner la structure de l'entreprise sur le segment visé ;
3. S'assurer que la structure actuelle du capital est étroitement alignée avec le risque et les rendements attendus des nouvelles activités/offres.

**Une approche en trois étapes - évaluer, adapter et ancrer - peut vous aider à vous assurer une position solide sur le marché en pleine évolution des infrastructures de recharge des véhicules électriques et à acquérir un avantage concurrentiel. De nombreux experts du secteur suggèrent que le seul moyen est d'accélérer le développement et d'explorer de nouveaux domaines à atteindre avec une offre adaptée.**

La raison d'être d'EY est de participer à la construction d'un monde plus équilibré, en créant de la valeur sur le long terme pour nos clients, nos collaborateurs et pour la société, et en renforçant la confiance dans les marchés financiers.

Expertes dans le traitement des données et des nouvelles technologies, les équipes EY, présentes dans plus de 150 pays, contribuent à créer les conditions de la confiance dans l'économie et répondent aux enjeux de croissance, de transformation et de gestion des activités de nos clients.

Fortes de compétences en audit, consulting, droit, stratégie, fiscalité et transactions, les équipes EY sont en mesure de décrypter les complexités du monde d'aujourd'hui, de poser les bonnes questions et d'y apporter des réponses pertinentes.

EY désigne l'organisation mondiale et peut faire référence à l'un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, dont chacun représente une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Les informations sur la manière dont EY collecte et utilise les données personnelles, ainsi que sur les droits des personnes concernées au titre de la législation en matière de protection des données sont disponibles sur [ey.com/privacy](#). Les cabinets membres d'EY ne pratiquent pas d'activité juridique lorsque les lois locales l'interdisent. Pour plus d'informations sur notre organisation, veuillez vous rendre sur notre site [ey.com](#).

EY-Parthenon est un des leaders mondiaux du conseil en stratégie, avec plus de 6 500 consultants à travers le monde, spécialistes des stratégies d'entreprise, de transaction et de redressement. De la conception au déploiement de stratégies concrètes, EY-Parthenon vous aide à redéfinir votre futur.

EY-Parthenon désigne des professionnels exerçant pour EY LLP et d'autres membres du réseau EY qui offrent des services de conseils en stratégie partout dans le monde. Pour plus d'informations, veuillez vous rendre sur [ey.com/parthenon](#).

© 2022 Ernst & Young Advisory.

Tous droits réservés.

Studio BMC France - 2207BMC138.

SCORE N° 2022-060.

ED None.

Document imprimé conformément à l'engagement d'EY de réduire son empreinte sur l'environnement.

Cette publication a valeur d'information générale et ne saurait se substituer à un conseil professionnel en matière comptable, fiscale, juridique ou autre. Pour toute question spécifique, veuillez vous adresser à vos conseillers.

[ey.com/fr](#)

## Contacts

### Gianluigi Indino

Associé,  
Ernst & Young Advisory  
EYP - Strategy  
[gianluigi.indino@ey.com](mailto:gianluigi.indino@ey.com)

### Guillaume Bouvard

Associé, Ernst & Young Advisory  
EYP - Strategy  
[guillaume.bouvard@ey.com](mailto:guillaume.bouvard@ey.com)

