

Marché européen de la recharge des véhicules électriques : quels seront les modèles commerciaux les plus performants d'ici 2025 ?

- L'infrastructure de recharge se développe tous azimuts en Europe pour accompagner l'augmentation des ventes de véhicules électriques, sans qu'aucun modèle d'affaires clair n'émerge pour le moment.
- Une étude menée par le cabinet Roland Berger parue ce jour identifie quatre modèles d'affaires gagnants et les conditions de leur réussite.
- Chacun de ces modèles pousse à la consolidation du marché de la recharge, que l'étude situe à partir de 2025.

Paris, le 04 octobre 2022 – Les ventes de véhicules électriques en Europe sont en plein essor, ce qui tire fortement vers le haut le marché de la recharge. Les acteurs de ce marché testent encore différents modèles commerciaux et stratégies, allant de la recharge à domicile ou au travail, sur la route ou à destination. À date, aucun modèle ne semble émerger, mais cela pourrait rapidement changer. Dans une étude consacrée aux modèles d'affaires du marché de la recharge des véhicules électriques parue ce jour, les experts européens du cabinet Roland Berger identifient quatre modèles d'affaires susceptibles d'être les plus performants au regard de la complexité de ce marché. Avec un focus sur deux axes, l'intensité du capital nécessaire et la vitesse de recharge, Roland Berger révèle les coulisses de l'émergence des futurs acteurs-clés.

« Le marché actuel de la recharge des véhicules électriques est très favorable aux entreprises de ce secteur qui souhaitent renforcer leur développement, explique Baptiste Maisonnier, Associé chez Roland Berger au bureau de Paris et auteur de l'étude. Nous assistons à une véritable course de vitesse dans chacun des terrains de jeux identifiés. Les deux à trois prochaines années seront cruciales pour croître rapidement. Nous entrons dans une phase de compétition intense, et les gagnants seront ceux qui sauront mettre à profit cette période pour augmenter leurs investissements et déployer rapidement et intelligemment leur réseau de recharge. Il est primordial de fortifier sa présence dans des endroits-clés, tout en suivant une feuille de route bien définie pour continuer de conquérir l'ensemble du marché. À terme, les plus rapides et ceux ayant su préserver leur marge devraient devenir les consolidateurs du marché. »

La recharge des véhicules électriques, un marché mûr pour monter en puissance

Si le marché de la recharge n'existe que depuis les années 2010, tout porte à croire qu'il a déjà atteint une certaine maturité. L'étude identifie trois facteurs clés au succès sur ce marché : une forte demande, la maturité technologique et des opportunités inédites de partenariat. De fait, la demande actuelle est déjà élevée alors que les véhicules électriques ne représentent aujourd'hui que 2% du parc automobile européen. Leur part de marché devrait passer à 18% d'ici 2030 et à 95% d'ici 2050. Ainsi, le parc des véhicules légers devrait quant à lui augmenter en moyenne de 34% par an, passant de 4,4 millions d'unités en 2022 à 45,5 millions en 2030. Dans ce contexte, les taux d'utilisation des bornes de recharge publiques augmentent significativement. Dans les aéroports, les chargeurs haute puissance ont par exemple enregistré des taux d'utilisation dépassant tous les records.

La maturité technologique des opérateurs de points de recharge (CPO) leur permet de gérer l'ensemble du parc à distance et de s'interfacer à moindre coût aux fournisseurs de services de mobilité (MSP) grâce à des protocoles standards.

Enfin, le marché de la recharge électrique est propice à l'instauration de partenariats gagnant/gagnant. Les propriétaires de surfaces commerciales offrent par exemple aux entreprises de recharge une croissance rapide en échange d'un partage de revenus.

Quatre modèles économiques sont à privilégier pour consolider le marché

L'étude menée par Roland Berger analyse l'émergence de quatre modèles d'affaires, que l'on peut représenter sur deux axes : le niveau d'investissement et la vitesse de charge.

Ces deux axes présentent chacun avantages et inconvénients :

- Les acteurs nécessitant un capital conséquent prennent le plus de risques en investissant directement et en assumant la menace des stations vides. Les acteurs nécessitant moins de capital prennent moins de risques en fournissant des services tels que l'opération et la maintenance, mais sont confrontés au défi de trouver des sources de revenu alternatives.
- L'axe représentant la vitesse de charge dépend de l'emplacement. La charge lente est utilisée dans les contextes résidentiels et de travail. La charge rapide est largement utilisée dans les applications de destination ponctuelle ou en cours de trajet.

Autour de ces deux axes, et de leurs points forts et points faibles, le cabinet Roland Berger propose la cartographie suivante pour résumer les différentes stratégies possibles :

- Investissement conséquent / charge rapide
- Investissement plus léger / charge rapide
- Investissement conséquent / charge lente
- Investissement plus léger / charge lente

Au fur et à mesure que le marché gagnera en maturité, les experts du cabinet Roland Berger s'attendent à voir deux à trois acteurs majeurs de chaque segment capitaliser sur diverses opportunités. Les acteurs qui investissent dans le segment « Investissement lourd / charge rapide » privilégieront par exemple des emplacements avec des taux d'utilisation élevés, comme les autoroutes. Ceux qui choisissent le schéma « Investissement léger / charge rapide » devront établir de solides partenariats commerciaux dans des endroits attrayants et fréquemment visités, tels que les centres commerciaux, les restaurants et les hôtels.

Dès lors, si de belles opportunités les attendent, les acteurs souhaitant dominer le marché de la recharge des véhicules électriques doivent agir rapidement, en adoptant les bonnes stratégies et en construisant leur modèle économique dès à présent pour tirer leur épingle du jeu lors de la consolidation à venir.

L'étude intégrale (en anglais) est disponible en pièce jointe.

Baptiste Maisonnier se tient également à votre disposition pour fournir une analyse complète en français.

A propos de Roland Berger

Fondé en 1967, Roland Berger est le premier cabinet de conseil de directions générales d'origine européenne et à l'ancrage international. Implanté en France depuis 1990, le bureau de Paris avec près de 300 collaborateurs, conseille les plus grandes entreprises internationales ainsi que des institutions publiques, sur l'ensemble de leurs problématiques, du conseil stratégique à la mise en œuvre opérationnelle. Avec la conviction que le monde a besoin d'un nouveau paradigme durable sur toute la chaîne de valeur des entreprises, il s'attache à proposer des solutions innovantes, avec une attention particulière portée à l'obtention de résultats concrets et mesurables.

