

Etude d'adoption d'une innovation batterie : Zinc-Air

De mars à mai 2019

Contexte et problématique

ZINIUM, marque commerciale de la filiale d'EDF *ZnR BATTERIES* créée en 2016, a mis au point une nouvelle technologie de **batteries « Zinc-Air »** tirant leur énergie de l'oxydation du zinc avec l'oxygène de l'air ambiant. Elle présente plusieurs avantages : sûreté d'utilisation, utilisation des batteries à 100% de leur capacité, bonne tenue aux températures élevées, matériaux d'électrode abondants et non toxiques.

ZINIUM a cherché à qualifier l'intérêt d'acteurs de l'**électricité hors-réseau** ou « off-grid » au niveau **international pour sa technologie**. Dans cette optique, la société a commandité une étude de marché devant permettre la réalisation d'un plan marketing complet. Les objectifs sont donc de disposer d'informations **qualitatives et quantitatives marché**, de recueillir les attentes clients vis-à-vis de la technologie et d'identifier les **canaux d'accès** à favoriser ou « Go-to-Market ».

Notre méthodologie

Pour répondre à cette demande, Infinergia a proposé une étude du marché de l'électricité off-grid à travers les acteurs de l'aval de la chaîne de valeur du stockage stationnaire.

1. Etude documentaire : analyse & ciblage

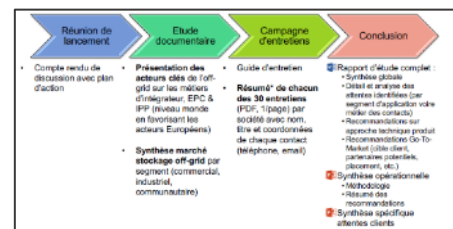
- Analyse **qualitative du marché du stockage off-grid** par segment
- **Recensement des acteurs clés de l'off-grid à l'international** en lien avec le stockage.

2. Campagne d'entretiens : retours sur l'offre

- **Conduite d'entretiens approfondis** avec des **clients potentiels** ou « prospects » sur base d'un guide d'entretien validé avec le client
- Recueil détaillé des besoins techniques et économiques des utilisateurs de batteries stationnaires
- Identification des attentes clients et de l'appétence à une offre innovante

3. Synthèse et recommandations

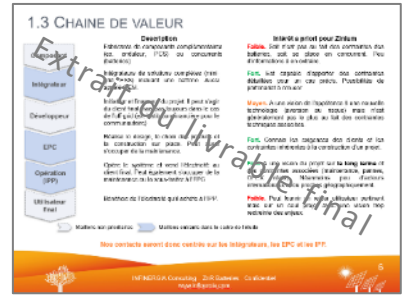
- **Synthèse globale** de l'étude, classement et hiérarchisation des attentes identifiées
- Elaboration de **recommandations sur l'offre produit**
- Formulation de **recommandations « Go-To-Market »** pour accéder au marché



Résultats

1. Etude documentaire

- **Chaîne de valeur** : description de chaque maillon et de son intérêt, focus sur : les intégrateurs, les EPC¹ et IPP².
- **Segmentation puis étude de trois sous-segments prioritaires : communautaire, commercial & industriel avec segmentation des applications, usages & entreprises identifiées,**
- **Identification de 76 entreprises à contacter**



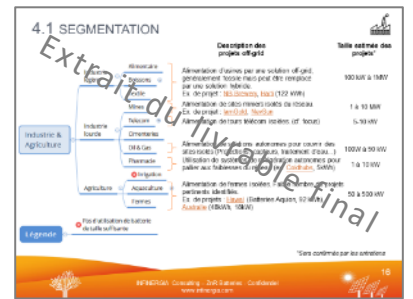
2. Campagne d'entretiens : retours sur l'offre

Infinergia a qualifié l'intérêt de **52 entreprises** et mené des entretiens approfondis avec **30** intéressées.

Pour obtenir des retours utiles, nous avons structuré notre guide d'entretien autour de :

- Elements de contexte de l'entreprise
- Caractéristiques techniques autour du stockage
- Retours d'expérience sur les usages et l'intégration de batteries stationnaires dans leur offre
- Aspects économiques
- Appétence pour l'innovation

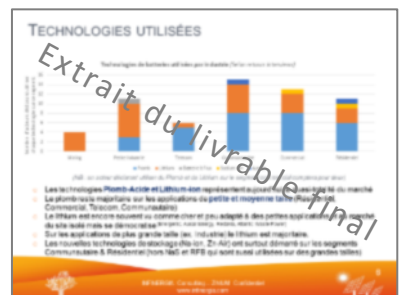
Au total, 75% des entreprises identifiées comme prioritaires ont donné un avis sur la technologie. 88% des retours proviennent d'EPC ou d'intégrateurs.



3. Synthèse et recommandations

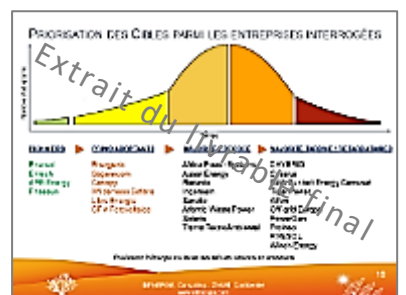
Bilan de la phase d'entretiens

- **Tableau de synthèse** des retours obtenus lors des entretiens sur l'innovation: avantages et inconvénients, questions fréquentes posées sur l'innovation ; technologies de stockage stationnaire utilisées, niveau d'intérêt général et par type d'acteur
- **Focus** sur trois points particulièrement abordés dans les entretiens.
- **Retours d'expérience** sur 2 technologies concurrentes



Recommandations & Go-To-Market

- Recommandations d'ajustement du « **marketing mix** » ou « **5P** » : Positionnement, Produit, Promotion, Placement, Prix
- Identification des **profils d'adoption de l'innovation** parmi les entreprises contactées permettant un phasage des contacts dans le temps et l'identification de partenaires potentiels intéressés à court terme par le produit.
- Elaboration d'un **plan d'action « Go-to-Market »** détaillé en 4 étapes.



¹ EPC : Engineering, Procurement and Construction firm
² IPP : Independent Power Producer

En conclusion

Sur un marché fragmenté, difficile d'accès et soumis à de fortes contraintes, Infinergia a capitalisé sur son expérience de 10 ans de l'off-grid et son réseau de contacts pour mettre l'innovation en perspective de son marché.

La méthodologie déployée a permis d'aller plus loin qu'une simple qualification et quantification du marché : elle a révélé des preuves d'intérêt à court terme et recueilli des retours terrain qui seront exploités à court et plus long terme par l'entreprise.



Satisfaction du client : 95% selon notre [questionnaire](#)

« Une analyse du marché et des attentes clients très précise et des recommandations pertinentes et précieuses »

Xavier ROMON

VP of Marketing and Sales

Satisfaction maximale sur les critères suivants :

- Réponse aux besoins de l'entreprise
- Atteinte des objectifs spécifiés dans le devis
- Méthodologie déployée
- Respect du planning prévu
- Rapport qualité/prix
- Ecoute et réactivité du consultant
- Adaptation aux contraintes et problèmes rencontrés
- Pertinence, clarté des analyses et recommandations
- Niveau de détail des livrables
- Justesse et exhaustivité