



Suivi du marché 2015 des applications individuelles solaires thermiques

Avec le soutien de :



Juillet 2016

Sommaire

Préambule et méthodologie	p.3
Partie 1 – Les chiffres du marché 2015	p.8
Partie 2 – Structuration du marché	p.14
Partie 3 – Les chiffres d'affaires	p.18
Partie 4 – Le suivi des prix moyens	p.22

Préambule

Ce rapport présente les résultats du volet quantitatif du suivi du marché 2015 des installations solaires thermiques individuelles

Une synthèse de l'étude est en libre téléchargement sur le site internet d'Observ'ER (<http://www.energies-renouvelables.org>) dans la section « Les études d'Observ'ER ».

Cette étude a été réalisée
par Observ'ER avec le soutien
financier de l'Ademe



L'étude n'engage que la responsabilité d'Observ'ER et ne représente pas l'opinion de l'Ademe. Celle-ci n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y figurent.

Méthodologie de l'étude

Les informations et analyses développées dans la présente étude reposent sur trois actions distinctes :

- une collecte de données réalisée auprès de l'ensemble des acteurs intervenant sur le marché du solaire thermique en tant que producteurs ou distributeurs de panneaux solaires thermiques ;
- une collecte d'information auprès d'un panel de 20 installateurs d'équipements solaires thermiques individuels en France ;
- une collecte de données réalisée auprès de l'ensemble des régions métropolitaines qui disposaient de données sur la filière pour l'année 2015.

Le suivi des ventes (1/2)

Le suivi du marché des panneaux solaires thermiques a été basé sur une collecte de données réalisée auprès de l'ensemble des acteurs intervenant sur le marché français en tant que fabricant /distributeur ou importateur.

Le questionnaire portait sur les points suivants :

- ventes de CESI en nombre et en m² pour 2015 en métropole ;
- rappels des ventes de CESI en m² pour 2014 en métropole ;
- ventes de SSC en nombre et en m² pour 2015 en métropole ;
- rappels des ventes de SSC en m² pour 2014 en métropole ;
- chiffres d'exportation de panneaux solaires thermiques en 2015 et détail des pays destinataires
- répartition des ventes 2015 selon 4 canaux de distribution différents ;
- répartition géographique des ventes 2015 selon les nouvelles régions métropolitaines.
- répartition géographique des ventes 2015 dans les départements d'outre mer

Sur le volet des exportations, il est à noter qu'aucun indicateur n'a pu être diffusé sur le sujet étant donné que la règle du secret statistique a dû s'appliquer. En effet un seul des répondants représentait à lui seul plus de 85% de l'ensemble des chiffres d'exportation collectés.

Le suivi des ventes (2/2)

L'établissement des données de ventes 2015 repose sur une collecte faite auprès des acteurs industriels (fabricants et importateurs) présents sur le marché national. Cette collecte a été réalisée sur la base d'un questionnaire envoyé à 40 sociétés françaises ou étrangères intervenant sur le marché national.

14 questionnaires ont été retournés. Les détails des données collectées par rapport à l'évaluation totale des ventes 2015 sont les suivants :

- 13 entreprises présentes sur le segment des chauffe-eau solaires individuels ont répondu au questionnaire 2015 représentant 92 % de l'évaluation du marché total du segment en 2015.
- 11 entreprises présentes sur le segment des systèmes solaires combinés ont répondu au questionnaire 2015 représentant 100 % de l'évaluation du marché total du segment en 2015.

Le suivi des prix

Collecte auprès d'un panel de distributeurs/installateurs de la filière

Le canal principal utilisé pour le suivi des prix moyens de matériel et de pose a été une collecte de données auprès d'un panel de 20 installateurs de la filière situés en France métropolitaine. La collecte a porté sur les points suivants de leur activité 2015 :

- Information sur le nombre de CESI et de SSC vendus en 2015 ;
- part des réalisations CESI et SSC faites dans des résidences principales (par opposition aux résidences secondaires) ;
- part des installations CESI et SSC réalisées dans des habitations neuves en 2015 ;
- Prix moyen de vente pratiqué sur le matériel et la pose pour des installations de type CESI et SSC en 2015 (en € par m²).

Sur l'ensemble du panel d'installateurs interrogés, 18 artisans avaient réalisés des CESI au cours de l'année 2014 pour un total de 66 CESI et 13 avaient réalisé des installations de systèmes solaires combinés pour un total de 25 opérations.

Partie 1 – Les chiffres du marché 2015

1. Un recul de plus de 30 % du marché des applications individuelles en métropole

Applications	2013		2014		2015		Evolution 2014 - 2015 sur les m²
	Opérations réalisées	Surfaces en m²	Opérations réalisées	Surfaces en m²	Opérations réalisées	Surfaces en m²	
CESI	19 150	82 345	15 950	61 500	11 300	43 050	-30,0%
SSC	1 185	12 920	770	8 400	435	4 700	-44,0%
Total	20 335	95 265	16 720	69 900	11 735	47 750	-31,7%

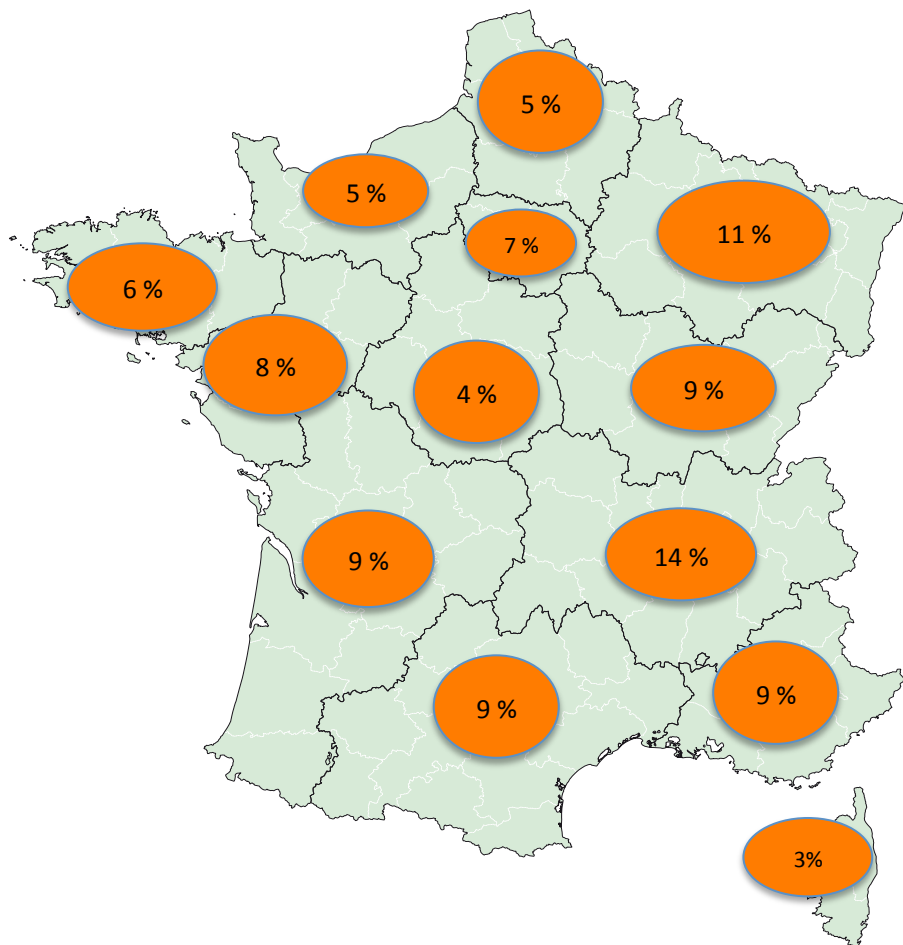
- Les ventes de 2015 reculent de plus de 30 % par rapport à 2014. Elles avaient déjà baissé de 25% l'année précédente.
- Les CESI n'ont pas trouvé leur place dans le neuf depuis la mise en place de la RT2012. Ils sont fortement concurrencés par les chauffe-eaux thermodynamiques.
- Le marché des SSC reste un petit marché de niche avec moins de 5 000 m² vendus en 2015.

2. Une répartition régionale homogène pour les CESI et disparate pour les SSC

2015 (en m2)	CESI	SSC
Alsace / Champagne Ardenne / Lorraine	4 833	264
Aquitaine / Limousin / Poitou- Charentes	4 293	61
Auvergne / Rhône- Alpes	4 391	2 353
Bretagne	2 789	200
Bourgogne / Franche Comté	3 921	310
Centre - Val de Loire	1 942	37
Corse	1 353	50
Ile de France	3 432	47
Languedoc- Roussillon / Midi Pyrénées	3 783	619
Nord-Pas-De- Calais / Picardie	2 273	55
Normandie	2 434	40
Pays de la Loire	3 427	358
Provence Alpes Côte d'Azur	4 179	306

2015 (en %)	CESI	SSC
Alsace / Champagne Ardenne / Lorraine	11%	6%
Aquitaine / Limousin / Poitou-Charentes	10%	1%
Auvergne / Rhône-Alpes	10%	50%
Bretagne	6%	4%
Bourgogne / Franche Comté	9%	7%
Centre - Val de Loire	5%	1%
Corse	3%	1%
Ile de France	8%	1%
Languedoc-Roussillon / Midi Pyrénées	9%	13%
Nord-Pas-De-Calais / Picardie	5%	1%
Normandie	6%	1%
Pays de la Loire	8%	8%
Provence Alpes Côte d'Azur	10%	7%

Cartographie des marchés 2015



3. Un marché stable dans les DOM

Applications	2014		2015		Evolution 2014 - 2015 sur les m2
	Opérations réalisées	Surfaces en m ²	Opérations réalisées	Surfaces en m ²	
Guadeloupe	3 740	7 480	3 550	7 500	0%
Guyane	1 100	2 200	700	2 100	- 4,5 %
Martinique	1 750	3 500	2 520	5 750	+ 64,3 %
Mayotte	380	760	200	590	- 22,4 %
Réunion	11 450	22 900	11 130	22 260	- 2,8 %
Total	18 420	36 840	18 100	38 200	3,7 %

- Le principal territoire est la Réunion avec près de 60 % de l'ensemble de l'activité des DOM.
- La Martinique a fortement progressé grâce à une grande campagne de communication et des aides doublées lors de salons semestriels consacrés au bâtiment.
- Les chiffres de Mayotte ont baissé suite à la fin d'un programme de remplacement de CESI du principal bailleur de logements.

4. Une baisse généralisée en Europe

Le tableau ci-contre détaille les marchés solaire thermique (indiv. + collectif) en m² pour les années 2014 et 2015

La majorité des pays ont vu leur marché baisser. L'Allemagne, champion européen, perd 10 % en moyenne depuis trois ans.

Peu de pays sont en croissance: la Pologne, le Danemark et le Luxembourg.

Marché en m ²	2014	2015	Variation
Allemagne	920 000	831 000	-10%
Pologne	260 000	277 000	7%
Grèce	270 600	271 600	0%
Espagne	255 094	241 165	-5%
Italie	268 500	230 588	-14%
Danemark	179 186	185 000	3%
France	195 239	149 800	-23%
Autriche	154 780	136 206	-12%
Rép. Tchèque	73 243	61 000	-17%
Belgique	52 000	46 500	-11%
Portugal	50 967	46 134	-9%
Pays-Bas	57 396	24 140	-58%
Irlande	25 335	23 497	-7%
Croatie	21 527	21 527	0%
Royaume-Uni	30 460	20 241	-34%
Roumanie	18 670	18 670	0%
Chypres	19 467	18 600	-4%
Hongrie	18 000	16 900	-6%
Slovaquie	7 000	7 000	0%
Suède	6 673	6 673	0%
Bulgarie	5 600	5 600	0%
Finlande	4 000	4 000	0%
Slovénie	3 625	3 625	0%
Luxembourg	1 985	3 537	78%
Lettonie	2 360	2 360	0%
Lituanie	2 200	2 200	0%
Estonie	2 000	2 000	0%
Malte	1 455	928	-36%
Total UE 28	2 907 362	2 657 491	-9%



En 2015, le décrochage du marché du solaire thermique continue en France avec un recul de 32% des ventes. Le marché total, chauffe-eau solaires individuels (CESI) et systèmes solaires combinés (SSC) confondus, s'établit bien en dessous des 50 000 m². Ce faible niveau de vente devient critique pour la filière.

Le chauffe-eau thermodynamique (CET) reste le premier concurrent du CESI et du CESI optimisé, que ce soit dans le neuf ou dans l'existant et freine son développement. Moins chers, plus simples à installer, sans obligation de monter sur un toit ils ont la préférence des installateurs. Sans incitation spécifique, ceux-ci proposent de moins en moins de solaire thermique aux clients. Il est à noter que les CET, qui ont connu une forte progression jusqu'en 2015 sont désormais eux-mêmes fortement concurrencés par les PAC double-service.

La chute des SSC est particulièrement vertigineuse avec une baisse de 44%. Le segment reste cantonné à un marché de niche spécialisé à la rénovation. Elles s'adressent à une clientèle très peu nombreuse qui est à la recherche d'installations de qualité et qui est prête à y mettre le prix nécessaire.

Certains professionnels réussissent sur le marché du solaire thermique grâce aux capteurs hybrides et aux systèmes hybrides.

Partie 2 – Structuration du marché

2.1. Les canaux de distribution

Les acteurs ont été interrogés sur 5 canaux de distribution distincts :

Ventes directes : le fabricant vend directement ses produits, en général dans des boutiques ou *showrooms* situés à proximité des usines de production.

Grossistes : le fabricant est en relation avec un ou plusieurs distributeurs/grossistes pour la distribution de ses produits.

Installateurs : le fabricant est en relation avec un ou plusieurs réseaux d'installateurs (sans passer par un grossiste) qui peuvent par ailleurs proposer d'autres marques.

Réseaux d'installateurs exclusifs : le fabricant diffuse ses produits à travers son propre réseau d'installateurs ou avec des professionnels qui ont avec lui un contrat d'exclusivité.

GSB : le fabricant diffuse ses produits en passant par des grandes surfaces de bricolage (GSB) qui elles-mêmes peuvent avoir leur propre réseau d'installateurs à disposition du client final.

Les installateurs deviennent le principal canal de distribution

Types d'appareils	Ventes directes	Grossistes	Installateurs	Réseaux d'installateurs exclusifs	GSB
Total 2015	0%	44%	56%	0%	0%

Types d'appareils	Ventes directes	Grossistes	installateurs	Réseaux d'installateurs exclusifs	GSB
Rappel 2014	0 %	64 %	35 %	1 %	0 %

- La répartition des canaux de distribution s'est inversée entre 2015 et 2014. Les installateurs sont devenus les principaux canaux de distribution, devant les grossistes.
- Certains fabricants privilégient le marketing direct en démarchant eux-mêmes les clients puis en les renvoyant vers certains distributeurs.

2.2. Les types d'opérations: le neuf reste dominant

2015	Réalisations dans des maisons neuves	Réalisations dans des maisons existantes
CESI	60%	40%
SSC	16%	84%
Total 2015	54%	46%
<i>Rappel 2014</i>	<i>62%</i>	<i>38%</i>
<i>Rappel 2013</i>	<i>63%</i>	<i>37%</i>
<i>Rappel 2012</i>	<i>54%</i>	<i>46%</i>

- 54% des installations se font dans le neuf et 46% se font dans la rénovation. Cependant ces chiffres viennent de résultats très opposés entre les CESI et les SSC.
- Les débouchés du SSC sont dans la rénovation et principalement dans les maisons construites avant la RT 2005.
- Au cours des années, les CESI ont basculé de la rénovation au neuf qui reste un marché plus petit sur lequel ils ont du mal à s'implanter.



La grande avancée du solaire thermique ces dernières années a été la fiabilité des installations grâce à la qualification Quali'Sol. Il n'y a aujourd'hui pratiquement plus de problèmes d'installation pour des CESI ou SSC et les propriétaires peuvent être sûrs de la fiabilité de leur installation individuelle. Par ailleurs, cette montée en qualité est aussi amorcée dans les installations collectives.

Ainsi, il est à noter que le secteur des logements sociaux tente de revaloriser les solutions solaires, avec, entre autres, un guide d'accompagnement destiné aux bailleurs publié par l'Union Sociale de l'Habitat réalisé en partenariat avec l'ADEME, GRDF et Enerplan.

Cependant, un vrai redressement de la filière viendra de nouvelles règles institutionnelles mises en place par la prochaine Réglementation Thermique, prévue pour 2018. Celle-ci pourra profiter aux SSC. En effet, avec une isolation performante, le SSC pourra couvrir 100% des besoins de chauffage d'un bâtiment.

Partie 3 – Les chiffres d'affaires

Les indicateurs portent sur les deux points suivants :

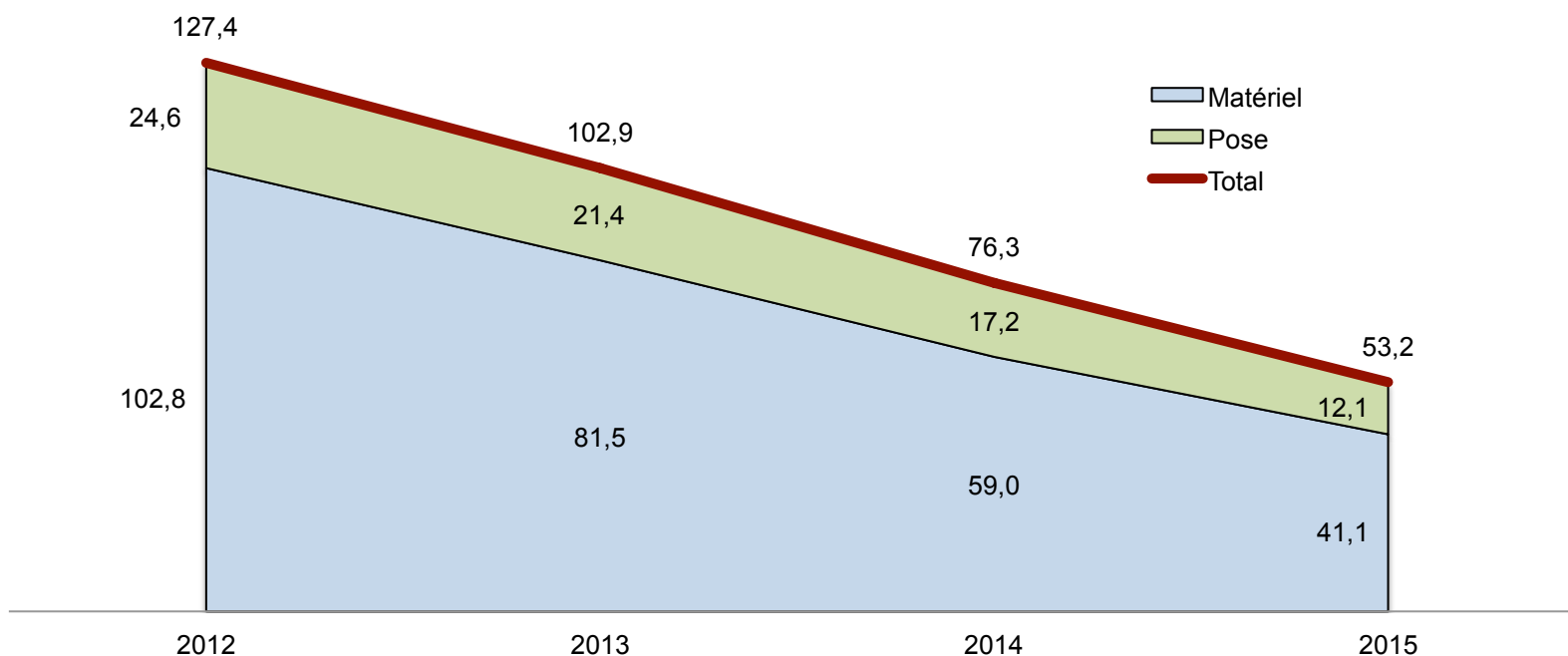
- le chiffre d'affaires réalisé sur les ventes d'équipements solaires thermiques en France en 2015 ;
- le chiffre d'affaires réalisé sur la pose des équipements solaires thermiques en France en 2015.

Chacun de ces indicateurs a été estimé à partir des prix moyens HT du matériel et de la pose observés au m² et des volumes de surfaces des installations effectivement mises en service. Ce travail a été fait de façon distincte pour les applications CESI et SSC.

Les pages suivantes détaillent les résultats pour 2015 comparés à ceux de 2013 et 2014 calculés sur la base des chiffres de ventes issus de la présente étude.

3.1 Le segment des chauffe-eau solaires individuels (CESI)

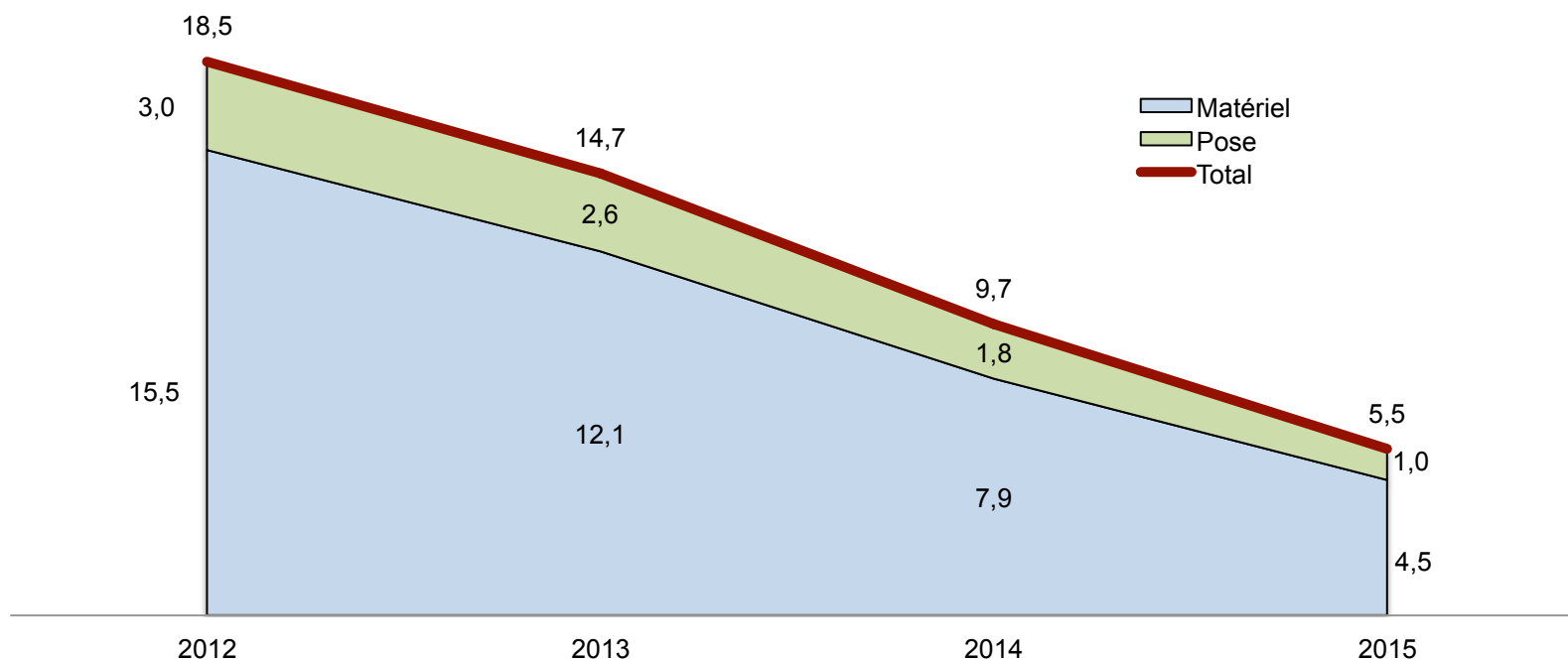
- Chiffre d'affaires 2015 issu de la vente des équipements au client final : **41,1 millions d'euros**
 - *Dont production & distribution des équipements: 20,7 millions d'euros*
- Chiffre d'affaires 2015 issu de l'activité de pose des équipements : **12,1 millions d'euros**
- Chiffre d'affaires 2015 issu de l'activité globale sur les CESI : **53,2 millions d'euros**



- En deux ans, le segment des CESI a perdu 50 % à cause du recul des ventes.
- - 30% entre 2014 et 2015, aussi bien sur le CA du matériel que de la pose.

3.2 Le segment des systèmes solaires combinés (SSC)

- Chiffre d'affaires 2015 issu de la vente des équipements au client final : **4,5 millions d'euros**
 - Dont production & distribution des équipements: **2,7 millions d'euros**
- Chiffre d'affaires 2015 issu de l'activité de pose des équipements : **1,0 millions d'euros**
- Chiffre d'affaires 2015 issu de l'activité globale sur les SSC : **5,5 millions d'euros**

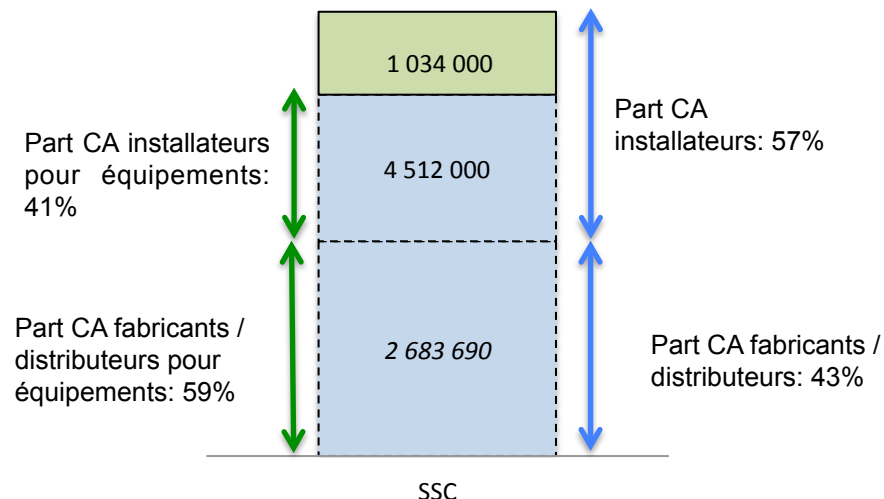
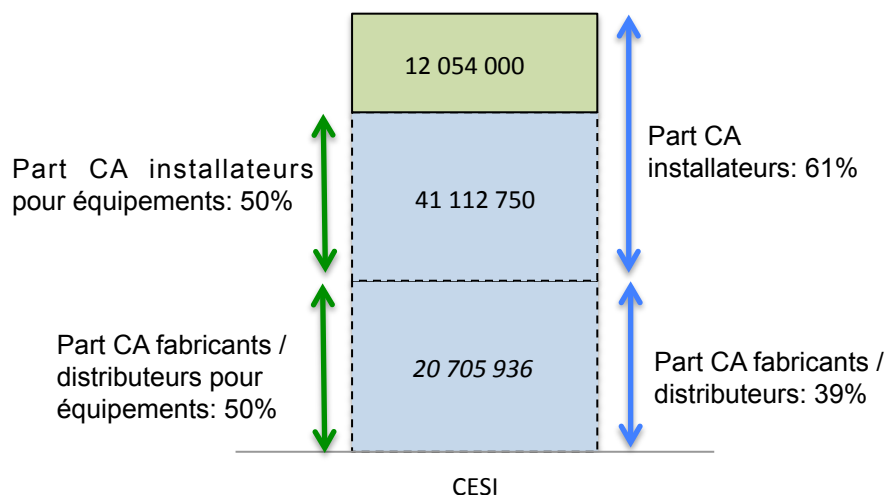


- La baisse du chiffre d'affaires des SSC s'est accélérée en 2013.
- Cette baisse est de 62% sur deux ans, dont 63% pour le matériel et 60% pour la pose.
- Entre 2014 et 2015, le marché a baissé de 43%.

3.3 Le chiffre d'affaire des fabricants / distributeurs

Nouveauté 2016 – L'étude suit les chiffres d'affaires des fabricants / distributeurs et en tire un CA rapporté au m2. Ce CA est comparé avec les prix déclarés par les installateurs au client final.

2015	CESI	SSC
Chiffre d'affaires des fabricants / distributeurs (€)	20 705 936	2 683 690
Prix de vente aux installateurs / m2 (€)	481	571



■ CA Fabricants/Distributeurs ■ CA Installateurs matériel ■ CA Installateurs pose

- Le CA total des fabricants / distributeurs est de 23 390 k€
- Leur prix de vente au m2 est de 481€ pour les CESI et de 571€ pour les SSC

Partie 4 – Les prix moyens

1. Le segment des chauffe-eau solaires individuels (CESI)

Evolution des coûts moyens nationaux depuis 2005 en € HT

Les prix moyens de matériel de cette partie de l'étude comprennent les panneaux solaires, le système de circulation du fluide caloporteur et le ballon d'eau chaude avec échangeur thermique. Au niveau de l'installation, les capteurs ne sont pas intégrés en toiture.

€/m2	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Evolution 2014 - 2015
Matériel	1 055	1 115	1 140	1 155	1 165	1 200	1 170	1 065	990	960	955	-1%
Pose	255	275	285	290	270	270	265	265	260	280	280	0%
Total	1 310	1 390	1 425	1 445	1 435	1 470	1 435	1 330	1 250	1 240	1 235	-1%

Autour des prix moyens de 2015, les fourchettes hautes et basses observées ont été les suivantes :

Prix du matériel en € HT par m²

- ✓ fourchette haute : 1050 €
- ✓ fourchette basse : 780 €

Prix de la pose en € HT par m²

- ✓ fourchette haute : 438 €
- ✓ fourchette basse : 148 €

2. Prix moyens pour un CESI optimisé

Nouveauté 2016 – L'étude intègre pour la première fois un suivi des prix pour un CESI optimisé. La méthodologie de collecte de données a été identique à celle des prix pour des CESI classiques. Sur les 20 professionnels du panel, 10 ont déclaré avoir installé des CESI optimisés en 2015.

Prix moyens H.T pour un CESI optimisé en métropole

CESI optimisé	2014	2015	Evolution 2014 - 2015
Coût matériel H.T par m ²	1 120 €	1 140 €	2%
Coût de la pose au m ²	240 €	240 €	0%
Total	1 360 €	1 380 €	1%

La surface moyenne des CESI optimisés installés en 2015 a été de 2,4 m²

Le CESI optimisé se compose :

- d'un capteur solaire thermique unique (environ 2 m²)
- d'un ballon solaire monovalent de volume réduit (inférieur à 200 l)
- d'une chaudière à condensation micro-accumulée

La chaudière à condensation et le ballon solaire peuvent être séparés ou rassemblés sous forme d'une « colonne solaire ». Le CESI optimisé a particulièrement été développé pour les maisons neuves RT2012

3. Prix moyens dans les DOM

Nouveauté 2016 – Parmi l'ensemble des installateurs du panel, deux sont situés dans un territoire outre-mer français (Guadeloupe). L'étude propose ainsi pour la première fois des éléments de prix moyens pour un territoire extérieur à la métropole. Les prix moyens portent à la fois sur un CESI classique et sur un CESI optimisé.

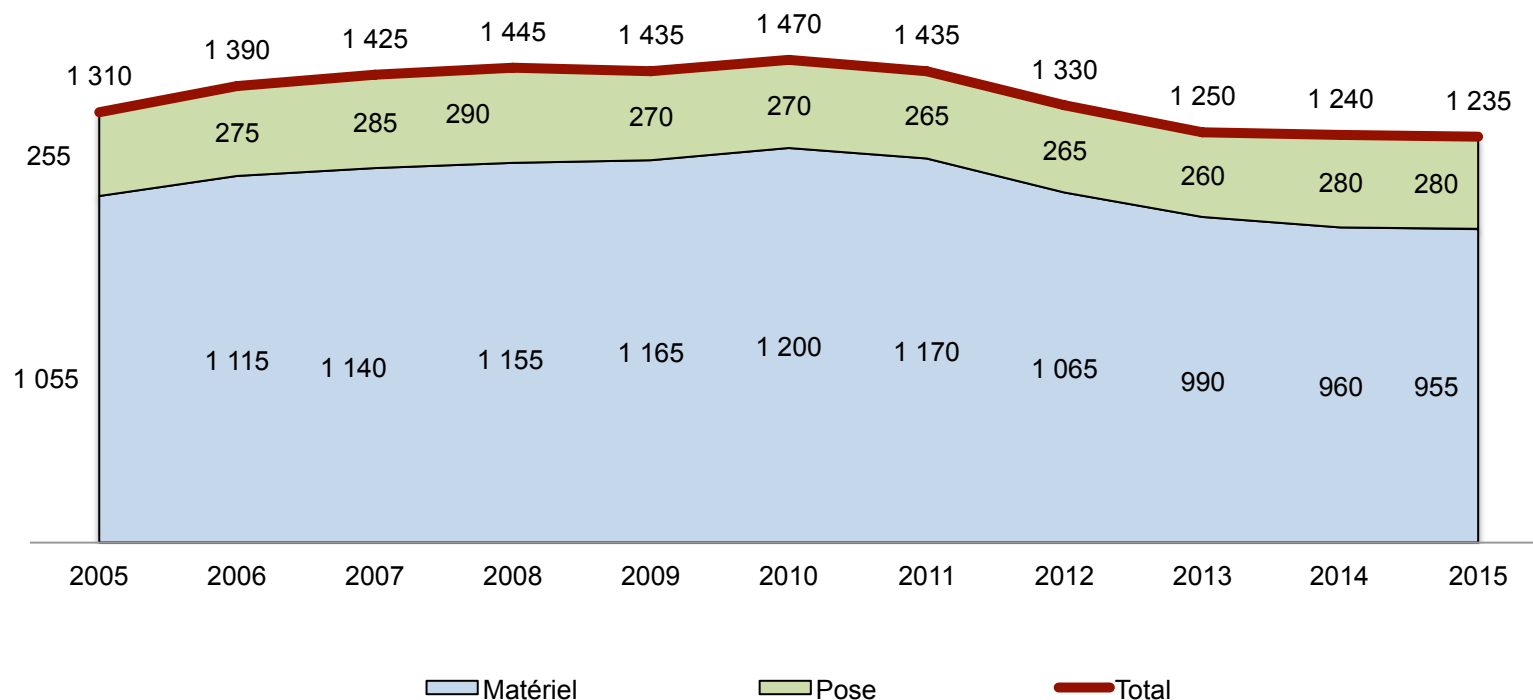
Prix moyens H.T pour un CESI en Guadeloupe

CESI standard	2014	2015	Evolution 2014 - 2015
Coût matériel H.T par m ²	800 €	800 €	-
Coût de la pose au m ²	285 €	300 €	5 %
Total	1 085 €	1 100 €	1 %

CESI optimisé	2014	2015	Evolution 2014 - 2015
Coût matériel H.T par m ²	980 €	880 €	-10 %
Coût de la pose au m ²	285 €	300 €	5 %
Total	1 265 €	1 180 €	- 7 %

La surface moyenne des CESI optimisés installés en 2015 en Guadeloupe a été de 2 m²

Evolution des prix de CESI depuis 2005 en € HT par m²



- Sur les CESI, des efforts de réductions des coûts ont été entrepris depuis plusieurs années pour parvenir à une baisse du prix de vente des installations.
- Le prix n'est pas forcément le facteur qui impacte prioritairement le total des ventes. Le premier facteur serait avant tout la facilité d'installation, réduite par rapport aux produits concurrents.

4. Le segment des systèmes solaires combinés individuels (SSC)

Evolution des coûts moyens nationaux depuis 2005 en € HT par m²

€/m ²	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Evolution 2014 - 2015
Matériel	920	980	1 055	1 020	1 050	1 060	1 000	1 020	1 010	940	960	2%
Pose	175	220	225	215	200	200	200	195	200	220	220	0%
Total	1 095	1 200	1 280	1 235	1 250	1 260	1 200	1 215	1 210	1 160	1 180	2%

Autour des prix moyens de 2015, les fourchettes hautes et basses observées ont été les suivantes :

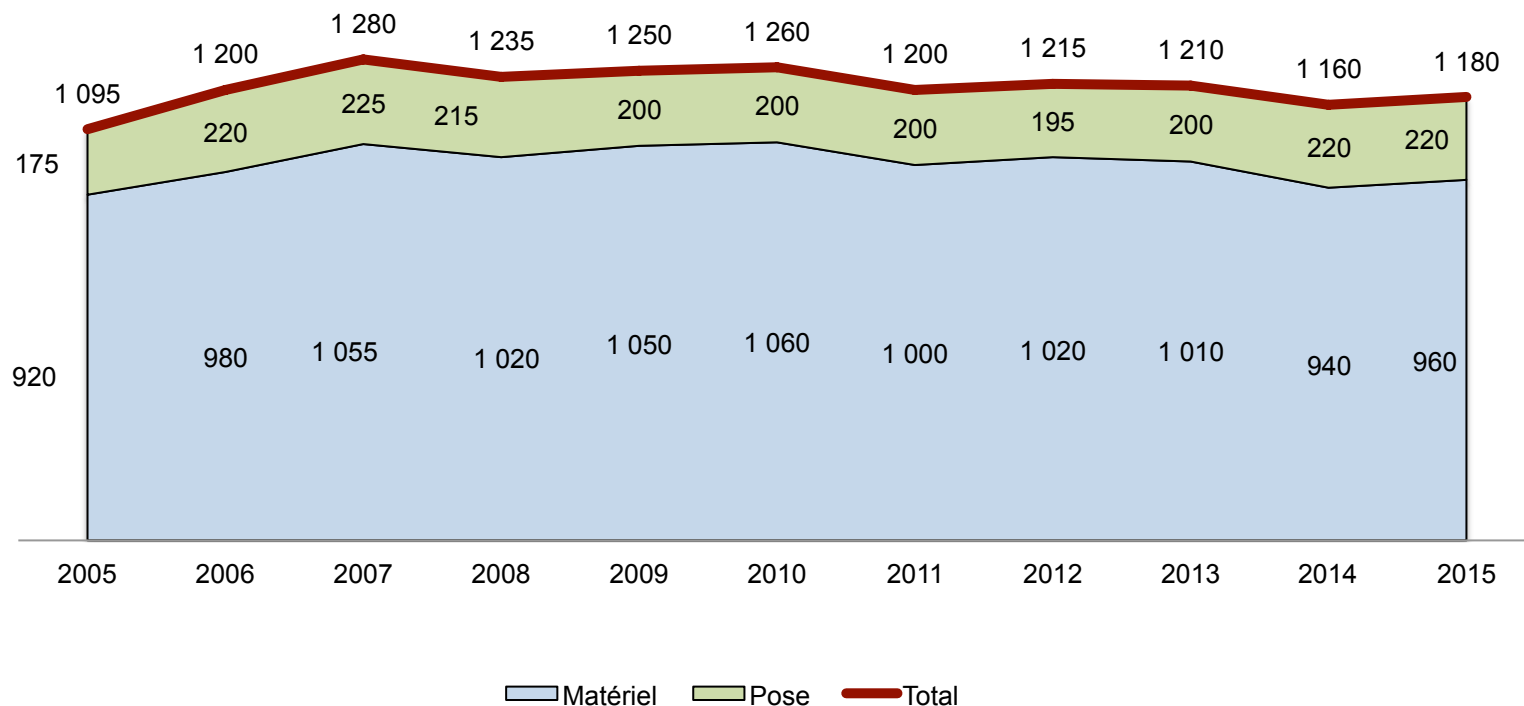
Prix du matériel en € HT par m²

- ✓ fourchette haute : 1 100 €
- ✓ fourchette basse : 917 €

Prix de la pose en € HT par m²

- ✓ fourchette haute : 450 €
- ✓ fourchette basse : 183 €

Evolution des prix de SSC depuis 2005 en € HT par m²



- Le prix des SSC ont légèrement augmenté en 2015, tirés par le prix du matériel.
- Parallèlement, le prix du fioul et du gaz est resté bas en 2015, ce qui a pu impacter négativement le choix des clients de renouveler leur solution de chauffage.



Dans un contexte où les énergies fossiles concurrentes (fioul et gaz) sont actuellement à des niveaux particulièrement bas, le prix reste un déterminant dans le choix du client final. Ceci se cumule au fait que les installateurs semblent préférer des solutions plus faciles à installer, et notamment les CET.

Beaucoup d'efforts ont été entrepris pour rationaliser les coûts, aussi bien au niveau des équipements qu'au niveau de la pose. Par ailleurs, les prix sont tirés vers le bas par les chaudiéristes qui font des marges faibles sur le solaire thermique mais profitent d'autres secteurs pour leur croissance interne.

Le véritable levier qui pourrait participer à atteindre des prix encore plus bas serait de jouer sur des effets de volumes. Seules des ventes plus importantes pourraient permettre d'aller chercher les pourcentages encore nécessaires. C'est donc une situation compliquée car le marché national n'est pas dans une dynamique de croissance et la piste des exportations est difficile à envisager dans un marché européen orienté à la baisse dans son ensemble.