

Étude qualitative du marché 2015 des pompes à chaleur individuelles

Avec le soutien de :



Juillet 2016



Sommaire

Préambule et méthodologie	p. 3
Partie 1 – Le marché 2015 des PAC aérothermiques	p. 5
Partie 2 – Le marché 2015 des PAC géothermiques	p. 18
Partie 3 – Perspectives du marché et R&D	p. 25
Partie 4 – Qualifications et environnement institutionnel	p. 34
Partie 5 – Recommandations pour la filières	p. 45

Préambule

Ce rapport présente les résultats du volet qualitatif de l'étude relative au suivi 2016 du marché des pompes à chaleur individuelles. Ils viennent compléter ceux de l'étude quantitative du suivi du marché pour son activité en 2015 et au cours des 4 premiers mois de 2016.

La synthèse anonyme de l'étude est disponible 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

Ce rapport s'appuie sur les résultats d'interviews de fabricants et de distributeurs ⁽¹⁾ de pompes à chaleur individuelles présents sur le marché français. Ces interviews ont été réalisées par téléphone selon un guide d'entretien préétabli. Les principales thématiques abordées dans ce guide sont :

- ✓ l'évolution du marché sur l'année 2013 et les deux tiers de 2014 ;
- ✓ la structuration du marché actuel (acteurs en présence, organisation de la distribution, etc.) ;
- ✓ les actions de qualification des installateurs et la labellisation du matériel ;
- ✓ les perspectives d'évolution du marché d'ici fin 2014 et 2015 ;
- ✓ les principaux travaux menés en termes de R&D ;
- ✓ l'action des pouvoirs publics en faveur du marché (CIDD, éco-PTZ, RT 2012).

Dix (10) fabricants et importateurs ⁽¹⁾ ont été interviewés. Le choix des acteurs a été guidé par la représentativité du panel global sur :

- ✓ l'ensemble des segments couverts (pompes à chaleur aérothermiques et géothermiques) ;
- ✓ la part de l'activité à l'export ;
- ✓ les différents modes de distribution des appareils ;
- ✓ leur spécialisation sur le marché (spécialisé dans les pompes à chaleur ou généraliste diversifié dans la filière des PAC mais dont le cœur d'activité est davantage sur le segment des appareils à énergies classiques : électricité, gaz, fioul).

(1) Parmi les entreprises consultées, certaines exercent les deux fonctions.



PARTIE 1 - LE MARCHÉ 2015 DES POMPES À CHALEUR AÉROTHERMIQUES

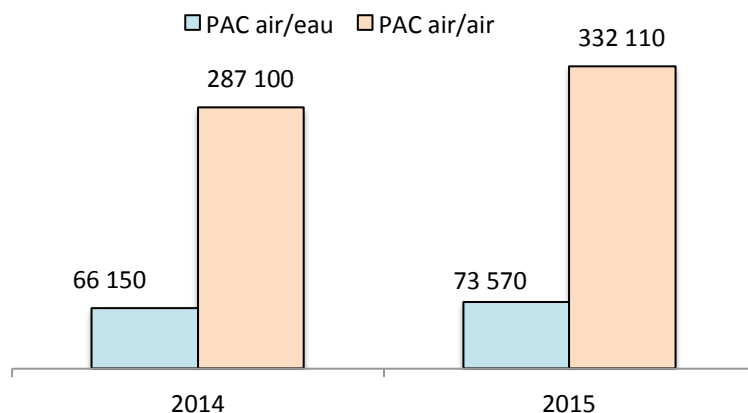
1. Aperçu du marché 2015 des PAC aérothermiques

1.1. Le marché global des PAC aérothermiques a progressé de 15 %

Les pompes à chaleur aérothermiques ont modifié le paysage du chauffage et du rafraîchissement français ces dernières années.

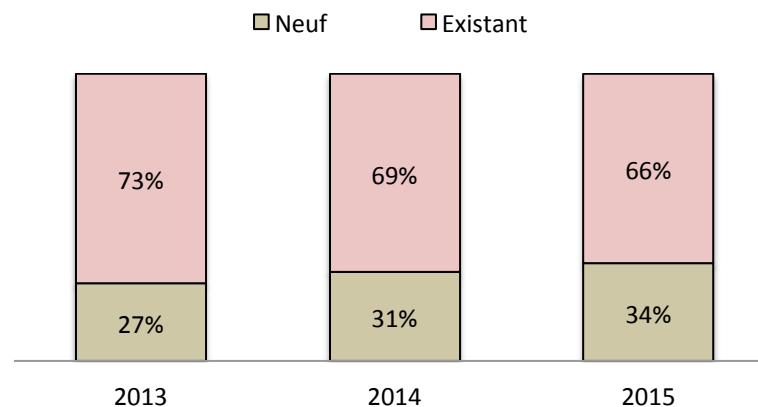
« Ça y est, les PAC ont convaincu toutes les parties prenantes. Le marché a progressé, et d'ailleurs nous avons sous-estimé cette progression. Les PAC sont devenues un incontournable face au gaz. »

Nombre de PAC aérothermiques vendues



Source : Observ'ER, étude quantitative du marché des pompes à chaleur 2016.

Progression du marché du neuf



- Le marché de l'aérothermie a progressé de 15 % en 2015.
- L'essentiel des opérations se fait dans l'existant, mais le marché du neuf progresse, grâce à la RT 2012.
- Les pompes à chaleur aérothermiques représentent 40 % des ventes de chaudière individuelle, devant les chaudières gaz et fioul à condensation (39 %).

1.2. Les PAC air/eau en 2015, une croissance de 11 %

La RT 2012 concentre les incitations dans les bâtiments neufs, ce qui profite aux PAC air/eau de petite puissance

« Pour les PAC air/eau, la tendance 2015 est clairement sur le neuf. Et en termes de ventes, on est clairement sur des petites puissances, avec la production d'eau chaude qui est intégrée à la machine. »

« Sur nos ventes de PAC aérothermiques, le neuf l'emporte suite à la RT 2012. Le marché est en progression, même si nous avons fait les plus motivés dans les années 2007-2008. »

« Les installations dans le neuf ont progressé. Il y a eu un petit tassement au fil de l'année, surtout vers la fin. »

Deux industriels pensent que la progression dans le neuf va bientôt se stabiliser.

« Concernant le neuf, on est peut-être à un tournant. Le marché n'a pas encore plafonné mais la courbe de croissance n'est pas aussi pentue qu'avant. En 2016, on va probablement plafonner sur les air/eau dans le neuf. »

« Nous pensons que le taux de pénétration des PAC dans le neuf a atteint son maximum. Et le nombre de maisons neuves qui sont à équiper a diminué. »

Les fabricants spécialisés en rénovation trouvent eux le marché plus compliqué

« Chez nous il n'y a pas eu d'évolution majeure, parce que nous faisons du matériel de rénovation. Et nos puissances sont trop importantes pour pouvoir profiter de la RT 2012. Nous avons quelques produits pour les petites installations, mais peu, et ils ne correspondent pas tout à fait au marché français. »

- Les PAC air/eau de petite puissance ont été tirées par le neuf. Le marché de la rénovation est plus compliqué.
- La croissance du marché en 2014 était de 21 %. Il y a donc un ralentissement de la croissance.
- La croissance des PAC air/eau a peut-être atteint un optimum et pourrait se stabiliser.

1.3. Les PAC air / air en 2015, une croissance de 16 %

Les pompes à chaleur air/air se composent d'un groupe extérieur et d'une ou plusieurs unités intérieures.
Les modèles monosplits ont une seule unité intérieure et peuvent chauffer ou rafraîchir une seule pièce.
Les modèles multisplits ont une plusieurs unités intérieures et peuvent chauffer ou rafraîchir plusieurs pièces.

Après une première partie d'année mitigée, le marché a profité des fortes chaleurs de l'été 2015

« L'été chaud a eu un impact sur nos chiffres de ventes. »

« En 2015, il y a eu un gros effet canicule au milieu de l'année, vers juin et juillet. Ce moment-là a beaucoup accru la demande sur le marché. C'est bien ça, puisqu'il n'y a pas eu d'impact réglementaire, que la construction stagne. C'est donc bien la météo. »

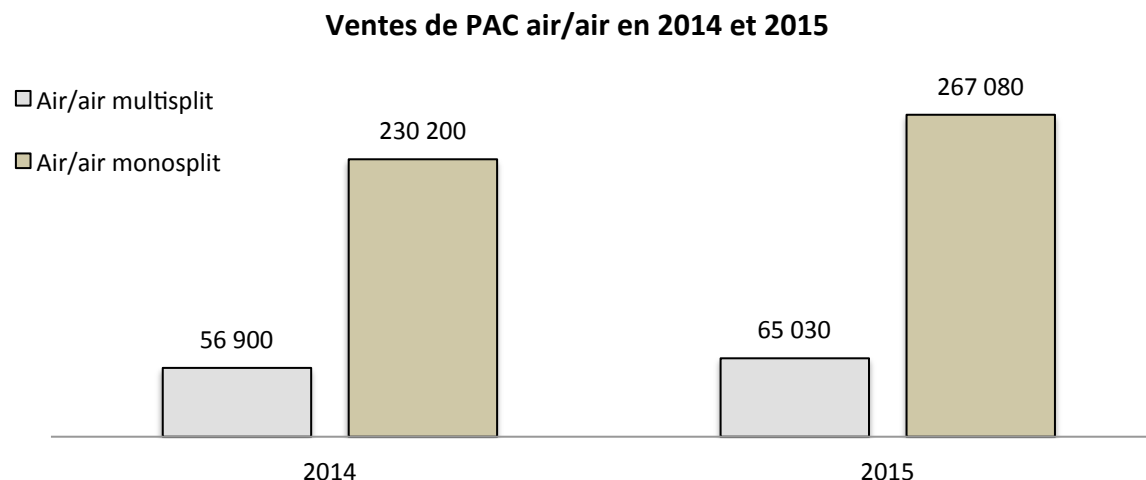
« Pour les air/air, on a eu un été caniculaire. Nous avons du mal sur les ventes jusqu'en juin / juillet. Et ensuite elles ont décollé, sur toute la fin de l'année 2015 et en début 2016. Cela concerne autant les multisplit que les monosplit. C'est donc plutôt l'aspect climatisation que chauffage qui a tiré le marché des PAC air/air. »

« Pour les A/A c'est différent. C'est surtout la rénovation qui marche. 2015 a été une forte année parce qu'elle était chaude. En plus, les chiffres sont impressionnants parce que nous partions de loin, nous avons un historique bas. Donc marché bas + année chaude, les chiffres explosent. »

Les ventes de PAC air/air monosplit et multisplit ont progressé en parallèle

« Les 2 types de split ont progressé de la même manière. Par contre, ce sont des puissances de plus en plus petites. On voit bien que nous changeons progressivement de type de maisons. Les pièces sont plus petites, mieux isolées, donc le petit matériel fait l'essentiel du marché. »

« En 2015, le marché a progressé, même si avant le marché du mono était en régression. Nous, nous sommes surtout sur le bibloc. + 8 %, on reprend du poil de la bête. »



Source : Observ'ER, étude quantitative du marché des pompes à chaleur 2016.

- Les ventes des PAC air/air ont décollé à partir de l'été 2015 du fait d'une période caniculaire.
- Cette croissance efface l'année 2014 où les ventes avaient légèrement diminué (- 2 %).
- Les PAC multisplit (20 % du marché A/A) ont progressé de 14 %. Les PAC monosplit ont progressé de 16 %.

1.4. Les prix bas du fioul et du gaz impactent le marché global des PAC

Depuis 2014, les prix du fioul et du gaz sont bas. Les clients sont donc moins enclins à privilégier une solution alternative. Le marché de la rénovation est le plus touché.

« Les prix du fioul et du gaz ont un impact sur les ventes. C'est difficile à quantifier mais il y a moins de demande, alors que nous vendons plus de chaudières au fioul. Ou alors les gens passent d'une chaudière fioul à une chaudière gaz à condensation. »

« Le marché de la rénovation est plus compliqué, surtout avec les prix bas du fioul. Par ailleurs, l'hiver 2015 n'ayant pas été froid, les propriétaires d'équipement fioul ne se sont pas affolés. »

« Le marché de la rénovation est plus compliqué car le prix du fioul est bas et l'hiver a été doux. Du coup, les prix ont pris – 10 %. »

« Sur l'aérothermie, nous sommes sur un marché tassé par rapport à 2014. Le marché de la rénovation est difficile et en retrait parce que le marché du fioul est plus attractif avec des prix bas. Nous supportons surtout la concurrence du fioul à condensation. »

Dans le neuf, un fabricant remarque plutôt que les PAC prennent des parts de marché aux solutions « gaz »

« La part dans le neuf est croissante, au détriment des chaudières à gaz : les PAC représentent 40 % du chauffage installé dans le neuf en 2015. »

- Comme dans toutes les autres filières renouvelables dans leurs applications pour les particuliers, le prix bas du fioul a freiné les nouveaux investissements et notamment le renouvellement des chaudières.
- A l'instar du secteur des appareils de chauffage domestiques au bois, l'hiver doux a contribué à ralentir la croissance du marché des PAC.

2. Prix et qualité des pompes aérothermiques

2.1. Les prix des PAC aérothermiques sont tirés vers le bas

Le prix de vente des PAC est le nerf de la guerre. Il a été tiré à la baisse en 2015.

« Les prix étaient stables mais ils sont désormais plus bas. Ça c'est récent, c'est vraiment une nouveauté 2015-2016. »

« Les prix des petites installations sont vraiment disputés par les distributeurs car le client ne veut pas mettre des mille et des cents dans une PAC. »

Une baisse des prix des pompes à chaleur surtout initiée par les constructeurs de maisons neuves

« Dans le neuf il y a une grosse pression sur les prix. Avec la RT 2012 il y a eu une augmentation du coût pour les constructeurs de maisons, qui va de 5 % à 15 % selon les études. Mais le pouvoir d'achat des Français n'est pas extensible. Donc les constructeurs mettent la pression au maximum pour une diminution des prix. À noter que pour les constructeurs, si la maison passe juste les standards de la RT 2012, on ne va pas chercher à aller plus loin. »

« Le prix des PAC a continué à baisser. D'une part les puissances des produits sont de plus en plus petites. Et d'autre part la force de négociation des constructeurs nous pousse aussi à baisser les prix. »



Pour une part des acteurs interrogés, la baisse des prix sortie d'usine ne se répercuterait pas chez le client final.

« Pour 2016, on s'attend à une nouvelle baisse des prix, mais on constate que les installateurs n'ont pas forcément répercuté notre baisse des prix vis-à-vis du client final. »

« Les prix ont peut-être un peu baissé pour les distributeurs, mais pas forcément pour le client final. »

« Les prix du client final n'ont pas suffisamment évolué, alors que certains fabricants ont été très agressifs. Du coup la marge est restée chez les installateurs. »

Évolution du prix moyen de vente des PAC aérothermiques en France depuis 2013

Technologie	2013	2014	2015
PAC air/eau	2 %	- 5 %	- 6 %
PAC air/air	- 5 %	- 8 %	- 15 %

Source : Observ'ER, étude quantitative du marché des pompes à chaleur 2016.

- Pour les industriels, les prix de vente baissent sous l'impulsion des constructeurs de maisons neuves qui souhaitent limiter le coût des nouveaux bâtiments.
- Certains fabricants ont le sentiment de ne pas voir cette baisse chez le client final. Cependant, les indicateurs de l'étude quantitative 2016 montrent une décroissance forte des prix moyens de vente pour les pompes aérothermiques.

2.2. Impact sur les gammes de produits commercialisés

Certains industriels cherchent à aller vers des produits plus simples tout en restant dans la qualité.

« Il n'y a pas eu de modification de la qualité globale sur les air/air. Sur les air/eau il y a eu une simplification des produits. On va vers des produits plus basiques avec moins de fonctionnalités qu'avant. »

Le client final va chercher les produits les plus économiques.

« Il y a une augmentation des ventes de PAC de moyenne température qui sont inférieures à 65 °C par rapport aux PAC supérieures à 65 °C. A quoi cela est dû ? Peut-être que les gens n'ont pas besoin de chauffer autant et cela donne une meilleure argumentation aux vendeurs. »

« En gros, le haut de gamme a du mal à se faire une place. »

2.3. La longévité des produits est un facteur clé de succès

La qualité des produits est en hausse.

« Pour la pérennité des industriels, il faut savoir que c'est un marché qui part avec un passif et une réputation un peu sulfureuse. Donc il est important d'avoir une bonne qualité de produit avec des installateurs fidèles. »

Mais les produits installés en 2008 de qualité moyenne risquent de peser sur les années à venir.

« On ne sait pas si les installations de 2008 vont tenir sur 15 ans. Les équipements étaient en évolution, c'était des dérivés de climatisations et ils étaient moins fiables. Cette période est désormais passée et il est important aujourd'hui d'avoir des équipement de qualité et fiables qui durent dans le temps. »

- Pour satisfaire à la fois cette exigence de qualité et celle de prix bas, certains fabricants privilégient la simplicité de leurs produits. Cette tendance avait déjà été observée lors de l'étude réalisée en 2015.

3. Le segment des chauffe-eaux thermodynamiques

3.1. Pour la première fois depuis son démarrage en France, le marché des CET stagne

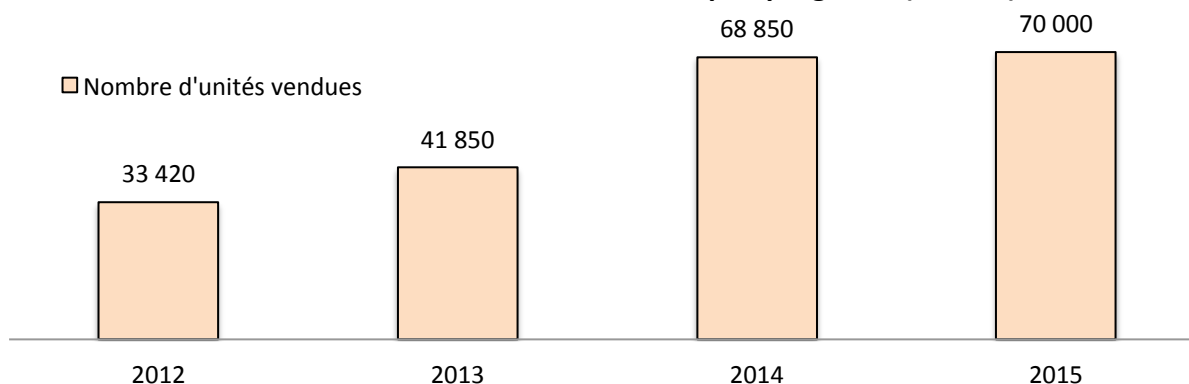
En 2015, le marché des CET est fortement concurrencé par les PAC double service.

« Le marché des CET est en croissance, même s'il s'est tassé pour nous. La solution est moins utilisée dans le neuf car il y a une montée en puissance des PAC double service. Avant, le schéma classique reposait sur l'installation d'une PAC pour le chauffage et d'un CET qui venait compléter pour l'eau chaude sanitaire. Avec les PAC double service qui font à la fois le chauffage et l'ECS, il n'y a besoin que d'un seul générateur et le coût est moins cher. »

« Il y a une cannibalisation par les PAC double service. Avant, celles-ci n'étaient pas bien valorisées dans la RT 2012. Maintenant c'est le cas, surtout dans le neuf. Et les CET s'installent à 75 % dans le neuf. »

« Le marché des CET s'est tassé pour les mêmes raisons que celui des PAC air/eau : le tassement de la construction dans le neuf. Par ailleurs, il y a de plus en plus de PAC double service monobloc qui se vendent et qui concurrencent les CET. »

En 2015, les ventes ont très peu progressé (+ 1,7 %)



Source : Observ'ER, étude quantitative du marché des pompes à chaleur 2016

3.2. Renouveau du marché : nouveaux produits / nouveaux acteurs

Certains industriels ont renouvelé leur offre de CET.

« Au début de l'année, nous avons un produit obsolète mais que nous avons remplacé depuis. Les ventes restent bonnes. Notre nouveau produit a le meilleur COP du marché mais son prix est un peu trop élevé. »

« Pour les CET, le marché reste porteur. Nous avons un nouveau produit destiné à la rénovation. »

D'autres, absents jusqu'à présent, se lancent sur le marché des CET.

« Nous avons lancé une nouvelle offre sur les chauffe-eau thermodynamiques. C'est un marché à 75 000 pièces que nous ne couvrions pas mais que nous avons voulu ajouter à notre gamme. Le marché des CET va se stabiliser, après des années de croissance. On commence à en faire en rénovation, avec des prix de plus en plus compétitifs. »

- Après plusieurs années de forte croissance, le marché des CET stabilise ses ventes en 2015.
- Pour les industriels, le développement de PAC double-service est la cause principale de ce ralentissement de l'activité.
- Cependant, les fabricants continuent de penser que ce segment reste porteur. Des industriels arrivent pour la première fois sur ce marché et d'autres ont renouvelé leurs gammes. La plupart des professionnels interrogés pensent que les chauffe-eau thermodynamiques sont dans une phase de conquête de marché.

4. Structuration du marché des pompes aérothermiques

4.1. Une structuration qui évolue peu

La configuration des acteurs en présence a peu évolué par rapport à 2014.

« Le marché des PAC air/air se construit autour de cinq acteurs qui détiennent environ 80 % du marché. Sur les air/eau, c'est encore plus concentré, avec deux acteurs qui ont 70 % du marché. Globalement, les leaders ont une très bonne réputation et une bonne image. »

« Il y aura plus tard peut-être des rapprochements mais je ne pense pas qu'il y ait des faillites. »

« Côté acteurs, le marché reste stable. Nous ne voyons ni les Chinois ni les Coréens revenir sur le marché. »

Atlantic & Daikin dominant le marché des PAC air/eau.

« Côté compétition, il n'y a pas eu beaucoup de changements pour les air/eau. Atlantic a encore gagné quelques parts de marché et Daikin aussi. Ils restent les leaders de ce segment. »

« En terme d'environnement concurrentiel, il y a toujours un acteur majeur qui représente 40 % du marché, suivi de près par Daikin. »

« Le marché global des PAC est dominé par Atlantic, qui a 40 % des parts de marché et qui domine les autres concurrents. La lutte se résume au fait de pouvoir fournir un générateur à un prix donné avec une performance donnée et une bonne qualité de service, tout en respectant la RT 2012. à partir du moment où on peut produire du volume, il est plus facile de faire baisser les coûts. »



Les acteurs japonais dominent le marché des PAC air/air et ambitionnent de se développer sur le marché air/eau.

« Les climaticiens japonais qui faisaient traditionnellement des air/air se sont lancés dans les air/eau et s'en sortent bien. Ce marché air/eau compte beaucoup d'acteurs, notamment des petits. »

« Les spécialistes japonais sont toujours là. Ils se structurent et on les observe attentivement. »

Les ventes à l'export continuent d'être un débouché stable pour certains industriels.

« À l'export, nos ventes sont stables. Il y a du potentiel à l'international. On pourrait se développer plus ailleurs ; par exemple, il pourrait y avoir un levier de croissance en Italie ou en Espagne. »

« Chez nous, chaque marque s'adresse à l'export. Il n'y a pas forcément besoin de développer un acte groupé de la filière pour l'export : les acteurs peuvent se débrouiller seuls. »

Les services et l'intégration en aval peuvent donner un avantage.

« Notre force, c'est notre offre de services autour de la pompe à chaleur. Nous mettons en place un programme d'efficacité énergétique et un réseau d'installateurs pour qu'ils augmentent leur capacité et sensibilisent le client à l'importance de l'efficacité énergétique. On reste au plus près des besoins du client en le conseillant, et pas uniquement sur la seule pompe à chaleur qu'il vient d'acheter. »

- Le marché reste structuré autour des mêmes leaders qui concentrent les principales parts de ventes.
- La taille reste un facteur déterminant pour exister sur le marché des PAC aérothermiques. Les grandes unités de production permettent de diminuer les coûts de fabrication.
- L'export et le développement de services autour de la vente permettent d'étendre les activités des industriels.



PARTIE 2 - LE MARCHÉ 2015 DES POMPES À CHALEUR GÉOTHERMIQUES

1. Aperçu du marché 2015 des PAC géothermiques

1.1. Le marché des pompes à chaleur géothermiques ne cesse de décroître (- 5,8 %)

Comme l'an passé, le message des industriels sur l'activité des PAC géothermiques reste alarmant.

« Le marché devient anecdotique, avec moins de 3 000 machines vendues, et il n'est plus très intéressant. Pour les constructeurs, il faut investir massivement en R&D et en certifications diverses. Ce sont des coûts fixes qui ne peuvent pas être absorbés. Cela devient très difficile de rester sur ce segment avec de tels niveaux de ventes. »

« La géothermie continue sa descente aux enfers et nous pensons que le marché a encore chuté de 16 % au premier trimestre 2016. Il n'y a plus grand-chose en termes de volumes sur le marché de la géothermie et certains constructeurs arrêtent. Il y a de moins en moins d'offres. »

« Le marché 2015 est à - 15 %, ça reste très compliqué. Dans l'avenir, on espère que le marché va redécoller, parce que la solution géothermique est efficace et pertinente. Ce sera cependant difficile de revenir aux niveaux de 2008, où plus de 20 000 unités de PAC géothermiques avaient été vendues. En 2020, nous ne pensons pas pouvoir dépasser les 5 000 unités. »

Évolution des ventes de PAC géothermiques (en unités)

PAC géothermiques individuelles	2014	2015	Evolution
PAC sol/sol	3 175	2 910	- 8,3 %
PAC sol/eau			
PAC eau glycolée/eau			
PAC eau/eau	870	900	3,4 %
Total	4 045	3 810	- 5,8 %

Source : Observ'ER, étude quantitative du marché des pompes à chaleur 2016.

1.2. Le marché des PAC géothermiques se fait surtout dans la rénovation

L'installation type est un renouvellement d'une installation de chauffage.

« La géothermie reste un marché diffus, avec beaucoup de rénovation énergétique. Le cas classique est celui de clients voulant améliorer leur bien immobilier qui se tournent vers les PAC. Donc beaucoup de rénovation et peu de nouvelles constructions. »

« La distinction neuf et rénovation est importante pour le marché des PAC. Ainsi, il y a assez peu de géothermie en neuf et pas mal de rénovation. »

Comme les PAC aérothermiques, les PAC géothermiques sont impactées par les prix du fioul.

« En gros c'est monsieur Tout-le-monde qui a une chaudière qui ne lui convient plus trop et qui décide d'en changer. Alors il se demande "Dans quoi investir ?". Souvent les clients finissent par racheter une chaudière fioul. »

- Le marché des PAC géothermiques est depuis plusieurs années un marché de niche essentiellement tourné vers la rénovation d'installations de chauffage. Le faible niveau d'activité rend la position de certains industriels difficile.
- Les acteurs ne voient pas de signe de retournement de situation à court terme pour le segment, surtout dans un contexte marqué par un coût du fioul faible.
- Un point positif : les PAC géothermiques sont perçues comme donnant de la valeur à un bien immobilier. Cet aspect pousse une frange de consommateurs à s'intéresser à la filière.

2. Prix et qualité des pompes géothermiques

2.1. Le prix élevé des PAC géothermiques reste l'obstacle principal à leurs ventes

L'investissement initial est trop élevé pour le client potentiel.

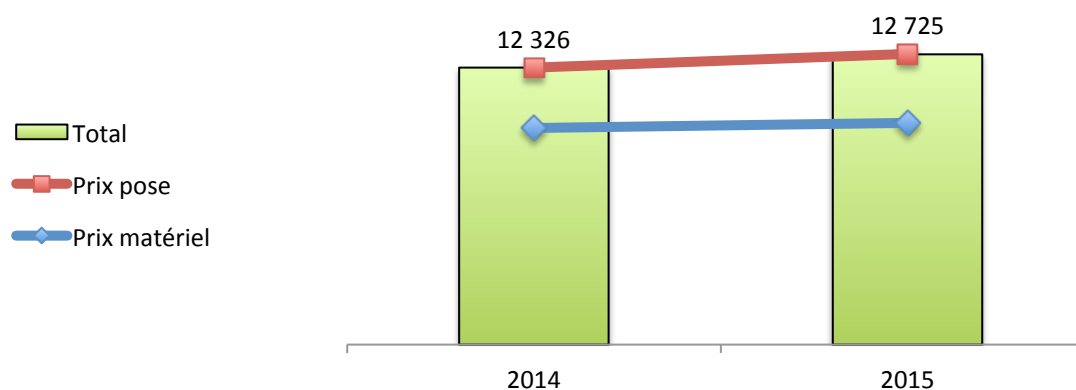
« Les Français n'ont pas confiance en l'avenir du fait de l'instabilité de l'emploi. Pour le poste chauffage d'une maison, leur panier ne dépasse pas 5 k€-7k €. Ces budgets ne permettent pas l'achat d'une pompe à chaleur géothermique. »

« Le segment des PAC géothermiques a pour principal obstacle le montant de l'investissement initial. »

Pourtant, l'investissement reste intéressant sur le long terme.

« Ceux qui franchissent le pas sont contents. Peut-être que nous n'avons pas su mettre en avant les aspects positifs de la technologie pour convaincre le public. »

Évolution du prix moyen des PAC géothermiques



2.2. De nouvelles offres pour relancer le marché

Certains industriels lancent des offres moins onéreuses avec un pack incluant le forage.

« Il faut que les prix baissent et que les consommateurs le sachent. Nous avons de nouvelles offres qui comprennent l'équipement, l'installation et le forage pour 10 000 €. Un concurrent a également lancé une gamme semblable. »

« La qualité et les prix des PAC géothermiques restent stables. On a été 2 ou 3 à lancer des PAC géothermiques à moins de 10 k€. C'est à surveiller dans les mois qui viennent parce que le lancement de ces produits n'est pas encore concrétisé sur le marché. En gros, ce sont l'équivalent des Dacia pour les pompes à chaleur. Par exemple, ils ne font pas de rafraîchissement, ils ne font que du chauffage. »

La piste d'une offre globale semble être reprise par d'autres acteurs.

« Nous avons notre propre entreprise de forage, de sonde géothermique. Donc on propose une solution globale de PAC + forage. C'est pour ça que nous faisons mieux que le marché. Sachant qu'il reste un marché de niche à 5 000 pièces par an. Cela augmente le capital confiance du client final, qui n'a qu'un seul prestataire en face de lui. On vend au client un système et on garantit le suivi et la sécurité. Pour moi c'est la voie à suivre. »

- L'obstacle majeur au développement des PAC géothermiques reste le coût de l'investissement initial pour le particulier, qui peut atteindre 15 000 € avec le forage et l'installation.
- Certains acteurs tentent de s'adapter en proposant des offres situées autour du seuil symbolique des 10 000 €, avec des solutions simplifiées.
- D'autres cherchent à réduire le nombre d'intervenants en proposant des offres clé en main comprenant toutes les étapes (matériel, installation, forage).

3. Structuration du marché des pompes géothermiques

3.1. Des entreprises qui retirent leurs offres ou qui quittent le marché

Les grands groupes se posent la question de rester ou non sur le marché.

« Malgré le faible niveau de vente de PAC géothermiques, le niveau concurrentiel est fort. Tous les chaudiéristes ont une gamme de PAC, des sociétés allemandes et nordiques veulent pénétrer le marché français, et s'ajoutent des petites sociétés locales. Est-ce que l'industrie va continuer ainsi longtemps ? Il y a un risque que non. Donc on se pose la question : allons-nous rester sur le marché des PAC géothermiques ? »

Plusieurs petites entreprises ont dû quitter le marché.

« Néanmoins, des constructeurs qui font de moins en moins de volume dans la géothermie se retirent. »

La situation est telle que certains se demandent si le marché n'est pas devenu trop petit pour rebondir.

« De la communication et de la publicité, c'est bien parce que plus on parle de cette technologie, plus ça déclenche de questions et in fine plus on aura de ventes. Mais les professionnels n'ont plus les moyens de faire de la pub. Il y a 30 constructeurs pour 3 000 pièces ! »

3.2. La partie aval du marché des PAC géothermiques rencontre aussi des difficultés

Un industriel explique que certains installateurs baissent les bras.

« Pour la géothermie, c'est compliqué car de moins en moins d'installateurs se familiarisent avec cette technologie. Les réseaux d'artisans se réduisent et c'est de plus en plus difficile pour les particuliers de trouver près de chez eux un bon professionnel. »

Un industriel explique une difficulté propre aux foreurs : la transposition du code minier

« Les foreurs ont la problématique de la transposition du code minier, qui classe les zones en rouge, orange et vert. Les classements rouges deviennent très problématiques. C'est étonnant parce qu'en Allemagne, par exemple, la géothermie correspond à 30 % du marché des PAC, alors qu'en France on est sur quelque chose comme 5 %. »

Suite au décret n° 2015-15, le territoire est découpé en trois zones en fonction de la capacité à accueillir des projets de géothermie de minime importance (profondeur de 200 m et puissance thermique maximale inférieure à 500 kW).

- zone verte : absence de risques identifiés ;
- zone orange : la réalisation d'un ouvrage requiert l'avis d'un expert géologue ou hydrogéologue ;
- zone rouge : non éligible à la géothermie de minime importance.

- Sur les 18 derniers mois, des entreprises, souvent de petite taille, ont quitté le marché ou ont fermé boutique.
- Les grands groupes s'interrogent sur le fait de rester sur le segment des pompes à chaleur géothermiques.
- Les installateurs suivent ce mouvement et s'intéressent de moins en moins à la géothermie.



PARTIE 3 - PERSPECTIVES DU MARCHÉ ET R&D

1. Perspectives pour 2016

1.1. Pour les PAC aérothermiques, une année 2016 dans la lignée de 2015

Une activité pour le premier trimestre 2016 dans la continuité de 2015.

« En 2016, nous sommes sur les mêmes tendances qu'en 2015. Le air/air reste très positif et le air/eau garde la même direction, à savoir que la rénovation va rester compliquée et que c'est le neuf qui va faire progresser le marché. »

« L'année 2016 sera dans la lignée de 2015. On attend une légère croissance de 5 % du marché, et pas encore de reprise du neuf, qui attendra peut-être 2017. Par ailleurs, le prix du fioul devrait rester bas. »

« Début 2016, on est sur les mêmes tendances qu'en 2015. On est sur un rythme de croissance de 3 à 4 % par an. On pense que ça va continuer comme ça pour tout 2016. »

« 2016 sera dans le prolongement de 2015. Pour les PAC air/eau, c'est une évolution qui va vers les petites puissances suite à la RT 2012 et à l'absence d'action pour la rénovation, surtout pour les puissances de 10-12 kW. »

Certaines entreprises ont renouvelé leur offre produits.

« Nous avons relancé une gamme de CET pour 2016, même si nous n'en avons pas vendu en 2015. »

« En 2016, nous avons lancé une toute nouvelle gamme et nous avons renouvelé tous nos produits. »

- Pour le segment des équipements aérothermiques, les industriels sont optimistes. 2016 continue sur les mêmes bases que 2015 et l'ensemble des acteurs s'attend à une bonne année.
- Preuve de cet optimisme : début 2016, certains fabricants ont renouvelé ou agrandi leur gamme de produits proposés.

1.2. Un peu de lumière pour les équipements géothermiques ?

Un premier trimestre 2016 toujours en baisse.

« En ce début 2016, la tendance reste à la baisse, le contexte reste le même que celui de 2015. Le consommateur français agit dans l'immédiateté. Si l'énergie n'est pas chère, il va garder sa chaudière fioul ou gaz. »

« Pour la géothermie, nous espérons une progression, mais pour l'instant les chiffres de début d'année ne vont pas dans ce sens. »

Un acteur note les premiers signes d'une reprise.

« Sur le début 2016, on constate quand même que les voyants qualitatifs commencent à être sur le vert. On a l'impression d'avoir plus de demande géothermique et on vient de passer 2-3 mois de terrain plus dynamiques. Et pas forcément sur les offres d'entrée de gamme. Nous n'avons pas encore d'explication, ça a l'air de venir du contexte macro économique qui est moins morose. Peut-être aussi que comme les temps de décision sont très longs on a vécu une période d'inertie qui commence à déboucher. »

- Les premiers mois de 2016 sont une nouvelle fois orientés à la baisse pour les PAC géothermiques. Le contexte global autour du marché n'ayant pas changé, le marché va rester compliqué.
- Cependant, la baisse du marché a déjà fortement ralenti en 2015. Elle pourrait encore se réduire pour 2016.
- Un industriel constate les premiers signes d'une éventuelle reprise de l'activité. Une stagnation ou une reprise des ventes pour 2016 reste à confirmer pour les mois restants.

2. Les premières perspectives pour 2017

2.1. Un pronostic plutôt bon pour 2017 dans l'aérothermie

Certains prévoient une croissance modérée du marché en 2017.

« Je pense que l'aérothermie va rester sur du 5 à 6 % de croissance. »

« Sur les air/eau, on ne sera pas forcément sur un marché à la hausse. Si on est sur du + 5 % on sera bien. »

Un industriel anticipe quelques barrières.

« Pour 2017, sur les air/air ça peut être un peu compliqué, comme ça l'est souvent sur les 2 ans après une canicule. En effet, l'année d'après la canicule est bonne et la suivante l'est moins. Parallèlement, nous n'avons pas de signaux selon lesquels le prix du pétrole va repartir à la hausse rapidement. »

Les industriels attendent d'en savoir plus sur la RT 2018 et sont dans les starting-blocks.

« Le développement des gammes futures va dépendre de l'orientation de la future RT 2018. 2017 sera une année de transition de ce point de vue. »

« Nous allons avoir les premières indications sur la RT 2018 qui vont impacter le marché. »

2.2. Miser sur 2017 pour la géothermie

Les acteurs de la géothermie se veulent aussi optimistes pour 2017.

« Pour 2017, on s'attend à un marché géothermique stable et même à une petite croissance. »

« 2016-2017 est difficile à prévoir pour les PAC géothermiques, mais je fais partie des optimistes qui pensent que le marché va repartir. »

L'activité liée au remplacement ou à la maintenance des appareils installés il y a dix ans peut représenter un volume de travail à saisir.

« Les installations faites en 2007-2008 seront peut-être à reprendre. Ça a déjà commencé en fait. Est-ce que ça va créer une dynamique de marché ? Oui, ça pourrait créer une petite activité. Pour l'instant, nous remplaçons les machines de 2000. Alors les appareils de 2007-2008 vont peut-être créer un peu d'activité en rénovation, mais plutôt pour les entreprises spécialisées en maintenance. »

- Sur la partie aérothermique, même s'ils ont peu de visibilité, la majorité des industriels interrogés pensent que 2017 ne devrait pas être une mauvaise année.
- Les acteurs attendent les premiers éléments de la RT 2018 afin d'avoir une visibilité plus précise sur 2017 et de planifier leur stratégie.
- Pour la géothermie, les industriels essaient de rester optimistes même si très peu d'éléments tangibles existent.

3. Les grands axes de la R&D

3.1. La R&D dans l'aérothermie

L'amélioration des performances, avec notamment un travail sur les PAC double service.

« Pour l'aérothermie, nous travaillons toujours sur l'amélioration du coefficient de performance. »

« En R&D, nous sommes surtout sur la performance car nous faisons du haut de gamme. »

« En R&D, pour nous, il s'agit d'optimiser notre gamme air/eau double service pour être plus pertinents vis-à-vis du moteur de calcul. Ces machines se vendent de plus en plus, donc elles sont au centre de nos efforts de développement. »

« Aujourd'hui, le marché s'oriente sur les performances en eau chaude sanitaire. Il faut que nous nous placions sur les pompes à chaleur double service pour être dans le moteur de calcul de la RT 2012. »

Amélioration des émissions sonores.

« Au niveau du développement, il faut baisser les émissions sonores. C'est un point sensible, surtout pour l'Allemagne, où ils font très attention aux réglementations sonores. »

« La R&D continue de porter sur du matériel performant et sur une acoustique moindre. »



Un travail de fond sur les fluides frigorigènes.

« Concernant la R&D pour 2017, de nouvelles normes vont arriver et impacter tout le marché. Les quotas d'importation sur les fluides vont nous forcer à évoluer. On travaille donc sur ce sujet pour être prêt. »

« Dernièrement, nous avons renouvelé 80 % de nos catalogues. Pour 2017, l'essentiel de la R&D va être un travail en profondeur sur les fluides frigorigènes. Il n'y aura pas forcément de nouvelles sorties produits. »

« L'année prochaine, de nouveaux fluides vont arriver sur le marché, et les industriels vont se tourner vers ces fluides. »

Comme l'an passé, la thématique des appareils connectés est citée.

« Pour la pérennité des entreprises, il faut développer des solutions globales qui se différencient des autres en allant vers des objets connectés. C'est ce que demande le consommateur, et ça permettra également d'anticiper la réglementation 2018. »

« Pour les air/eau on va vers du contrôle et une régulation simple de la machine afin que le consommateur puisse faire de la programmation à distance. Sur les air/air, nous sommes aussi sur la programmation et le contrôle à distance. Pilotage et optimisation sont donc les principaux angles de travail. »



Des appareils faciles à installer et à utiliser.

« Nous cherchons la facilité d'installation et nous allons faire des produits faciles à manipuler. Par exemple avec des filtres sur l'eau facilement nettoyables. On veut une mise en service accessible avec des menus et moins de 10 questions pour paramétrer facilement le produit. »

Un industriel mentionne le développement de solutions hybrides.

« Nous travaillons sur les appareils hybrides qui associent deux sources d'énergie. Une intégration nous a permis de développer des produits qui peuvent être connectés à des panneaux solaires pour l'eau chaude sanitaire. »

- Les axes de R&D restent dans la même veine que ceux des dernières années. Il s'agit des performances des équipements et de l'adaptation aux réglementations, notamment sur les fluides frigorigènes.
- Les solutions hybrides restent un point central. Avec les dernières réglementations environnementales dans le bâtiment, les fabricants confirment que les besoins vont moins concerner l'amélioration des performances en matière de chauffage, mais bien la capacité à produire de l'ECS dans les meilleures conditions possibles.
- Nouvel axe cité cette année, celui du niveau sonore des machines. C'est un point déjà sensible sur des marchés comme celui de l'Allemagne.

3.2. R&D dans la géothermie

La performance toujours au centre des efforts de R&D.

« Nous avons lancé de nouvelles machines en 2015. Parce que l'électronique a beaucoup évolué et que les exigences européennes ont introduit de nouvelles règles, il a fallu renouveler notre catalogue pour augmenter la performance. »

Une entreprise mentionne les systèmes de captage comme piste d'amélioration.

« Pour les pompes à chaleur géothermiques, ce qui nous pose le plus de problèmes, ce n'est pas la pompe elle-même mais plutôt le système de captage. On se pose des questions sur la manière de démocratiser les systèmes de captage ; par exemple pour dimensionner différemment les capteurs. »

Les fluides frigorigènes et les éléments électroniques accompagnent également le développement des PAC géothermiques.

« Pour la géothermie, il y a toujours des problématiques de fluides frigorigènes. On est passé sur des machines en R410 avec des intérateurs de détente, c'est-à-dire qu'on rajoute de l'électronique aux produits. On entre dans la domotique et les aspects programmation et contrôle à distance deviennent essentiels pour les consommateurs. »

- Outre la perpétuelle recherche de performance, les efforts de R&D pour les équipements géothermiques sont essentiellement centrés sur les systèmes de captage.
- Comme pour les appareils aérothermiques, l'intégration de l'électronique dans les PAC géothermiques pour plus de programmation est un sujet de recherche.



PARTIE 4 - QUALIFICATIONS ET ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL

1. QualiPAC & RGE

1.1. Une perception très positive du rôle de QualiPAC...

QualiPAC a permis de sortir de la tourmente de 2007-2008 et de l'éco-délinquance

« QualiPAC est clairement une bonne chose, car nous avons longtemps souffert à cause d'éco-délinquants. »

« On est centre de formation QualiPAC, donc on pense que l'impact est globalement positif et que nous n'avons plus de dérives comme les années passées. »

« Mon avis n'a pas évolué par rapport aux années passées. QualiPAC est utile et nécessaire. Il y a des margoulins qui se sont engouffrés dans la brèche du crédit d'impôt, qui ont fait de mauvaises installations, ce qui a créé du mécontentement et de la défiance parmi les consommateurs. Donc le fait que les installateurs soient qualifiés est essentiel. »

« C'est une formation difficile à obtenir et contraignante pour les installateurs. Mais désormais les installateurs ont pu se former et leur qualité est une question plus sensible que les années précédentes. C'est une très bonne chose, qui rassure le consommateur. »

Cependant, un industriel donne un avis légèrement différent.

« Si les installateurs sont QualiPAC ou RGE, ils peuvent proposer le crédit d'impôt. Mais comme le crédit d'impôt c'est pour la rénovation est que la rénovation est en berne, je ne vois pas l'intérêt. »

1.2. ...Mais des demandes d'allègement des procédures

Les fabricants font part des difficultés rencontrées par les installateurs.

« On est convaincu de l'utilité des labels. D'ailleurs, nous obligeons nos concessionnaires à être labellisés. Mais il y a des lourdeurs administratives qu'il faudrait essayer de simplifier. »

« Avec la RGE, on sent que la profession monte en compétence. Du point de vue des installateurs c'est probablement contraignant, il faut juste ne pas multiplier les formations et alléger au maximum les procédures. »

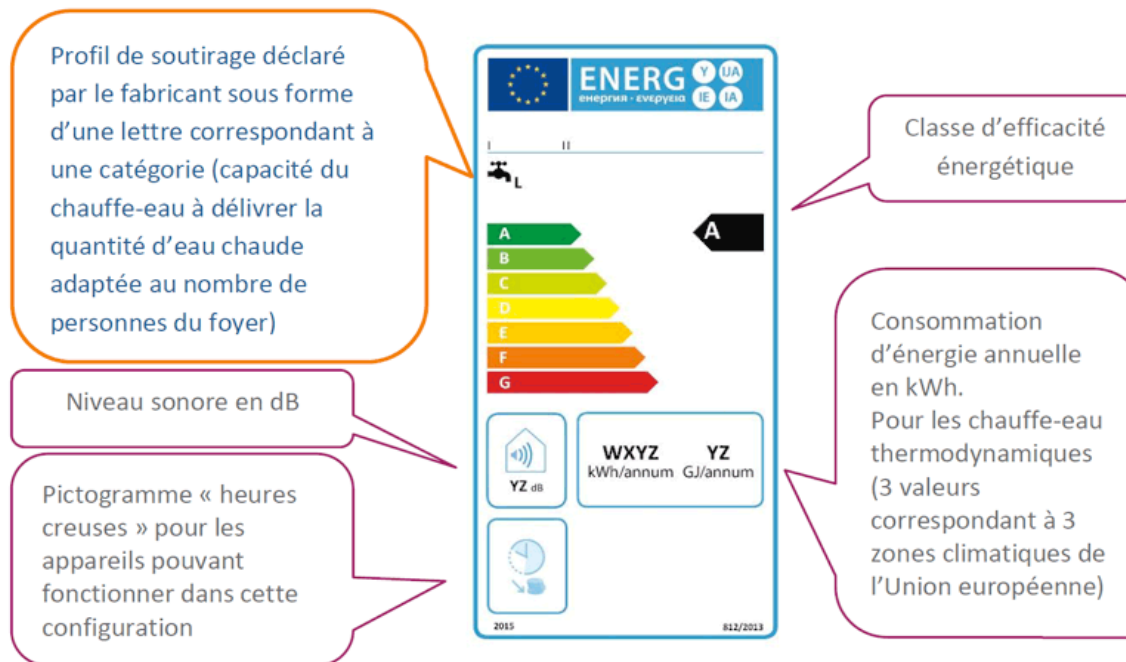
« Beaucoup d'installateurs sont labellisés, mais ils ne le sont pas tous. Une absence de 5 jours pour suivre une formation, ça peut être problématique pour les plus petites entreprises d'artisans installateurs. »

- Le référencement des installateurs est aujourd'hui un élément du marché qui est bien intégré par les acteurs. Globalement, le système de qualification est bien accepté et son utilité est reconnue par les industriels.
- QualiPAC est perçu comme la meilleure réponse aux critiques faites sur la filière, suite notamment aux méfaits des éco-délinquants.
- Cependant, comme dans d'autres filières, une simplification des procédures de qualification est souhaitée.

2. Les étiquettes énergétiques

L'étiquette énergétique est issue de la réglementation européenne relative aux exigences d'éco-conception. Elle s'applique depuis le 26 septembre 2015 aux systèmes de chauffage, aux systèmes de chauffage mixtes (chauffage + eau chaude sanitaire) ainsi qu'aux chauffe-eau et aux ballons d'eau chaude. Cette réglementation sur l'étiquetage énergétique s'imposera à tous les fabricants européens et à tous les importateurs de matériel en Europe. L'étiquette permet d'identifier les principales caractéristiques d'un système en fonction de sa classe énergétique, référencée par un code couleur (du vert économe au rouge énergivore) et une lettre (de A+++ à D).

Exemple d'étiquetage énergétique pour un chauffe-eau



2.1. Le principe des étiquettes énergétiques séduit une partie des industriels

Selon certains industriels, les étiquettes vont être un outil commercial pour leur argumentaire vis-à-vis du client final.

« Nous sommes plutôt friands des étiquettes énergétiques. Elles viennent légitimer le discours que nous tenons sur nos produits. Ça fait des années que nous militons pour une reconnaissance des performances saisonnières plutôt que des performances nominales. Donc pour nous, c'est parfait. Nous sommes ravis que la logique aille en ce sens. »

« Le principe des étiquettes est excellent. On peut réellement comparer différents systèmes de chauffage et voir la différence entre air/eau et chaudière. Nous sommes plutôt satisfaits. »

« Les étiquettes énergétiques, sur le principe c'est bien. Je pense qu'il faut laisser du temps pour que le client se l'approprie, qu'il y soit sensible. »

Un professionnel de la géothermie y voit aussi un avantage pour sa filière propre.

« Par ailleurs, sur la géothermie, on voit grâce aux étiquettes énergétiques une meilleure performance des équipements que pour les PAC aérothermiques. »

2.2. Pour d'autres, ces étiquettes ne sont pas assez compréhensibles par le client final

Le client final aurait du mal à comprendre l'ensemble du message des étiquettes concernant les PAC.

« L'idée de l'étiquette énergétique est bonne car elle correspond à un besoin. Mais nous sommes sur une période transitoire où les gens viennent juste d'apprendre ce qu'est un COP. Mais là, ils ne suivent pas pour les étiquettes. Ce n'est pas aussi simple que pour une machine à laver. »

« Pour l'étiquette énergétique, c'est bien. Il y a eu beaucoup d'engouement au lancement. Mais je ne sais pas si ça a pu avoir autant d'effet que sur d'autres produits. C'est quand même assez dur à expliquer pour les installateurs, et le client final est un peu perdu dans tout ça. »

« Le client final n'intègre pas les étiquettes dans son choix. Les gammes de A à A2+ sont trop étendues. Ça lui parle quand c'est pour un frigidaire ou un grille-pain, mais pas une PAC. Peut-être dans les années à venir... »

« C'est compliqué, c'est une usine à gaz. Pour tout expliquer au client final, c'est dur. Par exemple, la classification va changer si on a des chaudières avec régulateur ou sans régulateur, et si c'est couplé avec un panneau solaire... »

« Par ailleurs, entre une étiquette A et A+, le consommateur voit assez peu de différence. La couleur verte a un impact positif et il ne voit pas l'intérêt de lâcher des milliers d'euros pour ce palier. »

Le prix et le conseil de l'installateur restent les premiers critères de choix.

« Concernant les étiquettes énergétiques, c'est pas mal mais cela a assez peu d'impact sur le consommateur final. Dans son choix, les premiers critères restent le prix et les conseils de son installateur. »

2.3. Les étiquettes peuvent créer des contraintes pour les fabricants

Les étiquettes rajoutent des exigences techniques aux fabricants.

« Établir les étiquettes énergétiques crée des petits tracés, notamment concernant la collecte de données auprès des laboratoires. »

« La mise en place n'est pas évidente. Il y a aussi un décalage entre la RT 2012, qui met l'accent sur les COP, et la directive européenne d'écoconception, qui insiste davantage sur les performances saisonnières. »

Les étiquettes rajoutent une couche de règles qui compliquent la compréhension du marché français pour les entreprises internationales.

« Les étiquettes énergétiques permettent de clarifier les offres. De là à dire que c'est un coup de pouce... En France, comme on est sur le neuf, les standards sont franco-français et cela revient à devoir respecter la RT 2012. »

« Du coup ça ne facilite pas la perception des clients / installateurs / fabricants. Surtout quand ce sont des fabricants internationaux qui ne comprennent pas les spécificités françaises comparées à celles européennes. »

- Introduites en septembre 2015, les étiquettes énergétiques ne sont pas encore rentrées dans les mœurs du secteur des pompes à chaleur. Pour l'instant les avis sont partagés quant à leurs apports.
- En plus de leurs interrogations sur la réelle perception que peuvent en avoir les consommateurs, certains industriels pointent les difficultés de la mise en place du dispositif.
- Il est encore trop tôt pour pouvoir évaluer l'impact des étiquettes énergétiques. Sans doute, dans un an, les retours seront-ils plus significatifs.

3. RT 2012, RT 2018 et CITE

3.1. L'impact de la RT 2012 sur le marché

La réglementation thermique 2012 est applicable à tous les permis de construire :

- à compter du 28 octobre 2011, pour certains bâtiments neufs du secteur tertiaire (bureaux, bâtiments d'enseignement primaire et secondaire, établissements d'accueil de la petite enfance) et pour les bâtiments à usage d'habitation construits en zone Anru.
- déposés depuis le 1^{er} janvier 2013 pour tous les autres bâtiments neufs.

Concernant plus spécifiquement le marché des pompes à chaleur, il est à noter que depuis l'arrêté du 5 mars 2013, les pompes à chaleur double service sont prises en compte dans la réglementation thermique 2012 via l'agrément de titre V.

Les effets de la RT 2012 sur les PAC aérothermiques se ressent un peu moins qu'il y a deux ans.

« Pour les PAC aérothermiques, la RT 2012 a aidé le marché. Mais pour cela il a aussi fallu adapter nos gammes aux spécificités de la réglementation thermique. Pour pouvoir pleinement profiter de la RT 2012, il faut les produits qui vont avec. Cependant depuis deux ans, l'impulsion de la RT 2012 dans le neuf est moins franche. Le lobby du gaz pousse aussi fortement de son côté et il est bien remonté. »

« La RT 2012 est très centrée sur les COP des appareils. Donc on a beaucoup travaillé cet aspect pour totalement entrer dans les moteurs de calcul de la RT et en profiter. Mais il y a des risques à trop travailler le COP d'une machine. On met de côté les autres aspects de la PAC. »

3.2. Les attentes des industriels pour la prochaine réglementation thermique

Plutôt que de grandes avancées, certains industriels préconisent une consolidation des acquis de la RT 2012.

« Dans les objectifs, il n'est pas sûr qu'il faille durcir la prochaine réglementation thermique, car il y a déjà eu de grandes avancées avec la RT 2012. »

« Pour la prochaine RT, je ne suis pas favorable à ajouter des choses. Ce qui manque c'est de s'assurer que ce qui est couché sur le papier soit bien la réalité de terrain. Il faudrait travailler à une simplification pour que ce qui est prévu en étude soit effectivement sur le terrain. »

Pour les PAC aérothermiques, certains fabricants réclament la prise en compte des performances saisonnières.

« Dans le cas d'une autre RT, il faut une meilleure prise en compte de la performance saisonnière des produits, et pas de la performance nominale. »

« Pour la prochaine RT, il faut intégrer plus de critères en relation avec les performances saisonnières, comme ce qui est demandé dans la directive européenne d'éco-conception. »

« Le côté clim' n'est pas prévu dans le résidentiel. Pourtant avec les maisons RT 2012 la climatisation est indispensable. Il faut plus tenir compte du confort d'été. On ne peut pas travailler que sur l'hiver. »



Au-delà de la réglementation française, un industriel appelle à une harmonisation européenne.

« Pour une nouvelle RT, on pourrait attendre plus de simplicité par rapport aux certifications. Il faudrait une harmonisation européenne au niveau des certificats. Cette simplification nous permettrait de mieux valoriser nos produits à l'export. Les spécificités françaises nous bloquent. »

La prochaine RT ne doit pas oublier le géothermique.

« Pour la géothermie, la RT 2012 n'a rien apporté. Cette technologie n'est pas retenue dans les moteurs de calcul et trop peu de bureaux d'étude connaissent les appareils géothermiques. La prochaine réglementation thermique doit mieux considérer la géothermie et notamment le géocooling, qui jusqu'à présent n'est pas du tout pris en compte et qui est l'un des principaux atouts de la géothermie. »

- Pour le secteur de l'aérothermie, le bilan de la RT 2012 depuis sa mise en place est plutôt positif même si les industriels reconnaissent qu'il a fallu s'adapter aux modalités de la réglementation.
- Aujourd'hui les regards sont tournés vers la future RT. Les industriels attendent qu'elle consolide les acquis de la précédente et converge davantage avec la directive éco-conception, en prenant en compte les performances saisonnières.
- Les industriels souhaitent également que la future RT considère mieux les technologies géothermiques afin de les aider.

3.3. Le rôle du CITE – Crédit d'impôt pour la transition énergétique

Un crédit d'impôt a été mis en place en 2005 pour l'ensemble des applications individuelles énergies renouvelables.

Années	Équipements concernés	Taux du crédit d'impôt
2005	PAC à capteurs enterrés pour production de chaleur	40 %
	PAC air/eau pour production de chaleur	
2006-2008	PAC à capteurs enterrés pour production de chaleur	50 %
	PAC air/eau et air/air pour production de chaleur	
2009	Pompes à chaleur à capteurs enterrés pour production de chaleur	40 %
	Pompes à chaleur air/eau pour production de chaleur	
2010	Tout achat d'équipement de PAC à capteurs enterrés pour production de chaleur (pose échangeur de chaleur souterrain incluse)	40 %
	PAC air/eau pour production de chaleur	25 %
2011	Tout achat d'équipement de PAC à capteurs enterrés pour production de chaleur (pose échangeur de chaleur souterrain incluse)	36 %
	PAC air/eau pour production de chaleur	22 %
2012-2013	Tout achat d'équipement de PAC à capteurs enterrés pour production de chaleur (pose échangeur de chaleur souterrain incluse)	26 % (34 % si bouquet de travaux)
	PAC air/eau pour production de chaleur	15 % (23 % si bouquet de travaux)
2014	Tout achat d'équipement de PAC à capteurs enterrés, de PAC air/eau pour production de chaleur (pose échangeur de chaleur souterrain incluse)	25 %
		15 %
Septembre 2014	Tout achat d'équipement de PAC à capteurs enterrés, de PAC air/eau pour production de chaleur (pose échangeur de chaleur souterrain incluse)	30 %
2015	Tout achat d'équipement de PAC à capteurs enterrés, de PAC air/eau pour production de chaleur (pose échangeur de chaleur souterrain incluse)	30 %

Un industriel apprécie que le CITE soit fixe à 30%

« Il est plus facile de donner des explications au client quand tous les produits sont à 30% de crédit d'impôt. »

Un industriel propose un crédit d'impôt différent pour la géothermie

« Si on regarde le crédit d'impôt, pour les fossiles et pour les PAC, c'est 30 %. Si on veut aider le soldat malade géothermique, il faut une différence sur le crédit d'impôt de la géothermie ou un label. Tout ça, ça fait des années qu'on en parle mais qu'on ne voit pas grand-chose. »

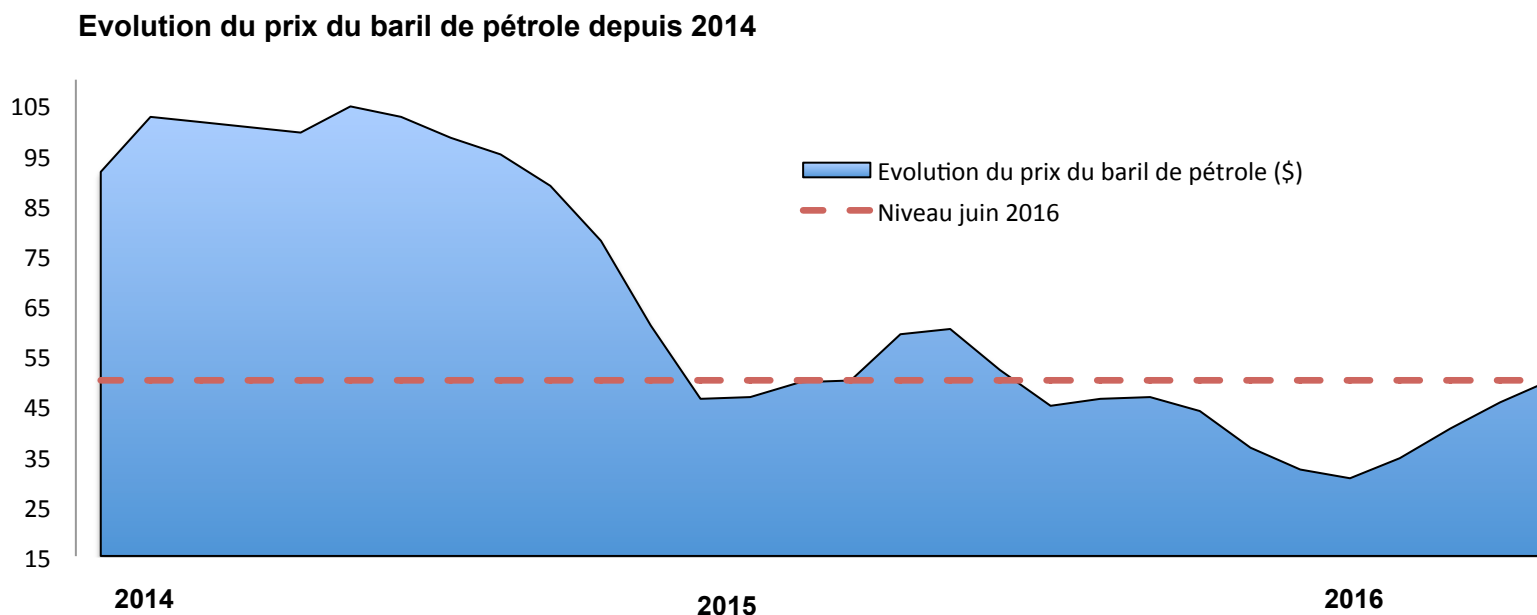


PARTIE 5 – RECOMMANDATIONS POUR LA FILIÈRE

Un contexte de marché qui a changé avec la chute du prix du fioul

« Il faut s'interroger sur la direction énergétique que veut suivre le pays. Qu'est ce qu'on veut faire demain ? Continuer de dépendre du gaz et du fossile ou réellement évoluer vers les énergies renouvelables ? Les pompes à chaleur sont très peu génératrices de CO₂ mais elles peinent face aux chaudières fioul qui sont boostées par les prix bas de leur combustible. Ce qui serait bien par exemple c'est que le CO₂ soit plus présent dans les futures réglementations thermiques. »

« Pour le marché de la PAC, il y a beaucoup de facteurs externes qui l'influencent dont le prix du fioul. Il faudrait que les prix du fioul remontent ou alors taxer plus lourdement les énergies fossiles. »



Source: <http://prixdubaril.com>



Malgré une activité plutôt bonne dans sa composante aérothermique, le secteur des pompes à chaleur souffre de la concurrence des appareils domestiques gaz et fioul. L'un des principaux points de crispation réside dans le fait que la mesure de crédit d'impôt aide d'une façon indifférenciée les différentes technologies, renouvelables ou pas. Le contexte post COP21 amène les professionnels à s'interroger sur les directions que veut prendre l'État en matière d'énergie et notamment sur la question des émissions de CO₂.

Il ressort des entretiens que depuis deux ans la forte baisse du prix des combustibles fossiles a profondément changé la donne du marché des équipements thermiques pour particuliers. De nombreuses solutions renouvelables voient leurs ventes reculer comme c'est le cas pour les pompes à chaleur géothermiques. De prime abord conjoncturelle, la chute du prix du fioul est en passe de devenir un élément structurel contre lequel une partie des acteurs souhaitent un réajustement des actions de l'État. Le dispositif actuel basé sur des aides qui ne donnent pas de priorité particulière aux solutions renouvelables doit être adapté.

L'une des pistes intéressantes à suivre est celle du fonds Air-bois qui a dernièrement été annoncé dans la région Ile-de-France. Une incitation financière locale qui complète les aides nationales (comme le crédit d'impôt, l'éco-prêt à taux zéro ou les aides de l'Agence nationale de l'habitat) et permet de soutenir la diffusion des appareils de chauffage au bois les plus performants. Une déclinaison de cet outil, notamment à l'attention des pompes à chaleur géothermiques, pourrait avoir des résultats dans des régions à gisement naturel important et à haute densité de population comme l'Ile-de-France.

Une harmonisation des réglementations

« Il faudrait quelque chose de plus européen. Ici, les certifications ont une envergure un peu trop franco-française. »

« Pour trouver des relais de croissance nous vendons à l'international mais c'est difficile et c'est générateur de contraintes. Pour les petites PAC de moins de 20 kW il n'y a pas d'harmonisation européenne des certifications et des normes. L'homogénéisation est en cours mais elle n'est pas finie. »

L'exemple plusieurs fois cité pour illustrer les problèmes d'harmonisation a été qu'en France les producteurs de pompes à chaleur doivent prendre en compte la RT 2012, qui est basée sur une logique de coefficients de performance globaux des appareils. Cependant, au niveau européen la réglementation « Energy Related Products » (ErP), qui est à la base de la mise en place des étiquettes énergétiques, insiste davantage sur des notions de coefficients de performance saisonnière.

Le corpus des textes réglementaires comporte des inadéquations entre les niveaux nationaux et européens. Cet état de faits gêne à la fois les entreprises qui souhaitent exporter et les entreprises étrangères qui vendent sur le marché national. Les professionnels demandent donc un renforcement de l'harmonisation réglementaire.

Cette recommandation des acteurs ne doit cependant pas entrer en contradiction avec un autre aspect important du marché qui est la qualité et la fiabilité des équipements. Si les critères français sont souvent plus exigeants, cela peut être l'assurance de produits de meilleure qualité. Aussi, l'harmonisation ne doit pas se faire au détriment de l'efficacité des appareils.

Continuer d'accompagner le client final lors de son achat

« Ce qui pêche encore c'est la maintenance. Il faudrait un boulot là dessus et assurer une maintenance annuelle des installations. Après tout, c'est obligatoire pour les chaudières, pourquoi pas pour les PAC ? Ca peut rajouter un coût mais c'est le seul moyen d'être sûr que les installations ne poseront pas de problèmes et qu'elles fonctionneront de manière satisfaisante longtemps. C'est important pour l'image de la filière. Il faut davantage pousser la maintenance, mais sans pénaliser le coût du système. »

Plusieurs industriels l'ont fait remarquer lors de cette étude mais le point est devenu un leitmotiv du secteur : Il est primordial de pousser au développement d'une démarche globale d'accompagnement du client lors de son achat.

En plus des actions actuelles de type QualiPAC ou QualiForage, les industriels doivent davantage travailler sur le fait que les appareils ont été installés dans les règles de l'art, s'assurer que le client ait une documentation sur le bon fonctionnement et l'entretien de son matériel, insister sur l'importance d'un contrat de maintenance, etc. L'enjeu est celui de l'amélioration de l'image des pompes à chaleur qui pour une part des professionnels reste entachée des méfaits des éco-délinquants qui ont sévi notamment au cours de la période 2008 – 2012.

Cet aspect est l'une des actions cibles de l'AFPAC, qui cherche à promouvoir les installations faites dans une démarche volontaire de qualité globale avec son label « Qualité globale PAC ».

Un traitement particulier pour le segment des PAC géothermiques

« Pour la géothermie, il faudrait que les pouvoirs publics mettent en place des mesures incitatives et notamment sur les sondes. Par exemple en Allemagne, il y a des systèmes fiscaux plus avantageux pour les produits les plus performants. Donc en termes d'incitations fiscales, il faudrait valoriser la performance des produits. »

« On arrive en fait à un volume où moins on produit de PAC géothermiques et moins on en parle. La filière disparaît peu à peu. Il faudrait une prise de parole collective de l'industrie pour faire un coup de pub. La majorité des gens de l'industrie à qui j'en parle sont d'accord sur le principe, ils adhèrent. Mais après, comment la concrétiser et comment la financer, c'est une vraie question. »

La situation est critique pour le segment des pompes à chaleur géothermiques. Le marché est en fort recul depuis plusieurs années et le tissu des acteurs de terrain de cette technologie (installateurs, foreurs, bureaux d'études, prescripteurs dans le bâtiment) est en déconstruction. A cause de ventes annuelles en chute libre, le marché n'incite plus les installateurs à se former à ses technologies et conduit à ce que ces solutions soient de moins en moins envisagées dans des projets de construction ou de rénovation. Pis, à court ou moyen terme rien ne semble pouvoir relancer l'activité du secteur ou tout du moins l'enrayer.

A l'image du solaire thermique, les PAC géothermiques ont aujourd'hui besoin d'un traitement particulier. Il a déjà été plusieurs fois avancé au cours des études passées que l'un des principaux écueils vient de la méconnaissance générale de la filière (par les particuliers, les installateurs, les architectes, les bureaux d'études, etc.). Des actions de sensibilisation ou de communication doivent être plus largement développées. L'association nationale de la filière (l'AFPAC), souvent accompagnée de l'Ademe et du BRGM, est à l'initiative de plusieurs actions de communication mais cela n'est pas suffisant.

L'un des axes intéressants serait de créer et d'animer au niveau régional des réseaux d'acteurs professionnels de la géothermie pour mieux représenter la filière et montrer aux consommateurs qu'une offre fiable existe. Des organismes locaux tels que les Espaces Info Énergie, les associations régionales énergies et environnements voir des départements énergie des conseils régionaux peuvent jouer le rôle d'animateur de tels réseaux comme on peut le voir sur d'autres filières (notamment la biomasse pour des actions de mobilisation de la ressources bois).

La géothermie ne doit pas devenir une « curiosité » sur un marché de niche

Diagnostic

- La France a raté le coche de la géothermie. Les erreurs de la RT 2012 ne doivent pas être reproduites.
- Les applications géothermiques n'ont pas été correctement intégrées dans le moteur de calcul à la hauteur de leur performances et de leur possibilité (non prise en compte du géocooling)

3 leviers d'amélioration

La RT2018

- S'assurer que le futur moteur de calcul intègre mieux la géothermie.

Les régions

- Renforcer les connexions avec les prescripteurs du secteur BTP (architectes et fabricants de maisons).
- Accompagner l'information du consommateur sur les bienfaits environnementaux.

Le crédit d'impôt

- Mieux valoriser les équipements les plus performants énergétiquement et les plus à même de répondre aux défis environnementaux dans la rénovation.