

Florence DRUESNE-MARQUER (79)

# Les économies d'énergie autrement



*Créée en 2011, OVEZIA est spécialisée dans le conseil énergétique auprès des entreprises. Les deux cofondateurs de cette structure ont développé une méthodologie innovante en matière de conduite du changement. Rencontre avec Florence MARQUER, Directrice Associée.*

## Quel est le profil de votre entreprise et en quoi ESCP Europe vous aura préparée à cette aventure ?

ESCP Europe est une école de généralistes qui nous apprend à apprendre. Mes années à l'École ont développé chez moi la capacité à performer dans de nouveaux secteurs. Pour accompagner la réduction de consommation d'énergie, les acteurs du marché sont souvent très techniques. Ovezia fait en sorte que les personnes adhèrent à toutes ces technologies : on est sur l'humain, sur les comportements, sur l'organisation de l'entreprise. C'est une stratégie qui transforme la démarche énergétique en véritable projet d'entreprise.

## Où se situe la part d'innovation par rapport à la concurrence ?

Il y a des acteurs qui utilisent de la sensibilisation, de l'information. Nous allons au-delà en proposant de l'accompagnement au changement des comportements. Parmi les outils innovants que nous développons : le *Diagnostic comportemental* faisant appel à la psychologie sociale, et le *Baromètre comportemental* qui donne une photo périodique de tous les écogestes pratiqués dans l'entreprise. Ces outils permettent de garantir l'efficacité de la démarche sur le long terme. Il y a aussi le recours aux *Nudges* : « coups de pouce » qui jouent sur les normes sociales.

## Quel niveau d'impact sur le poste énergie, une société peut-elle attendre d'une telle démarche ?

Les statistiques de l'ADEME disent que par les comportements, on peut gagner entre 10 et 15 %. Nous avons fait 14,3 % dans un EHPAD

récemment. Et ces effets-là sont immédiats et sans gros investissements...

## Vous avez parlé de Nudge ?

Oui, grâce à un appel à projet gagné en 2013, financé par l'ADEME, la Région et l'État, nous développons avec des chercheurs en psychologie sociale des Nudges intégrés au monde hôtelier. Il s'agit d'influencer le comportement des clients d'hôtel afin de les amener à diminuer leur consommation d'énergie, d'eau et participer au tri sélectif. 1 500 enquêtes sur le terrain nous permettent de définir les Nudges qui augmentent de 24 % le nombre des clients qui adoptent nos recommandations.

## Votre société est basée à Nice. Le marché local est-il sensible à votre démarche ?

C'est une région où il y a un terreau d'innovations, notamment sur les *smart grids*. Nous commençons à être reconnus comme les spécialistes du comportement pour les consommations d'énergie. Parmi nos références : Schneider, Apave, Laboratoires Genévrier, Fragonard... Et en partenariat de grands cabinets techniques : Cofely, SPIE Sud Est...

## Quelles sont vos perspectives de développement aujourd'hui, trois ans après la création ?

L'objectif pour nous est de devenir l'acteur incontournable de la maîtrise de l'énergie par les comportements et déployer nos produits en France et ensuite en Europe. ●

*Propos recueillis par Stéphane Robinson*