

Le pétrolier Dyneff se lance dans la distribution de gaz naturel

La filiale française du kazakh KazMunayGas entend profiter de la libéralisation du marché des entreprises.

GUILAUME MOLLARET
@Newsdusud
MONTPELLIER (HERAULT)

ÉNERGIE La fourniture de gaz naturel aiguise l'appétit des distributeurs de pétrole. Après ENI, Total, et Avia-Picoty, c'est au tour de Dyneff de lancer en cette rentrée une offre commerciale sur le segment dit du « gaz de ville ». Installée à Montpellier, la filiale française de la compagnie nationale kazakhe KazMunayGas entend profiter d'une nouvelle libéralisation du marché pour élargir son offre. Au 1^{er} janvier, elle pourra ainsi fournir les professionnels dont la consommation annuelle dépasse 30 MWh par an, principalement les PME et entreprises de taille intermédiaire. « Nous comptons d'abord conquérir les clients qui nous connaissent déjà, explique Emmanuel Polo, directeur du développement commercial de Dyneff. Nous allons pour cela continuer d'investir dans notre outil informatique afin de mieux répondre aux attentes de nos clients pour le fioul et le carburant. »

1,88
milliard
d'euros
Chiffre d'affaires
de Dyneff en 2014



CHRISTOPHE BARREAU/PHOTOPUR/L'INDÉPENDANT

Au 1^{er} janvier 2016, la filiale française pourra fournir les professionnels dont la consommation annuelle dépasse 30 MWh par an.

« Pour Avia-Picoty ou Dyneff, qui ont un fort ancrage régional, il peut être intéressant de jouer la carte de la proximité avec une clientèle d'entreprises déjà captive », explique un observateur du

secteur. « Nous avons lancé cette offre il y a un an. Le constat est qu'on ne peut se contenter de cette seule clientèle. Pour devenir un acteur significatif, il est indispensable de proposer, comme nous le fai-

sions, une offre nationale au-delà de notre emprise historique », complète Fabrice Bruneteau, responsable de la commercialisation de l'offre gaz d'Avia-Picoty.

Sur le maillot du Montpellier HSC

Pour faire connaître son nouveau positionnement sur le marché national de la distribution du gaz, Dyneff, sponsor maillot du Montpellier HSC (champion de France de football 2012), a modifié le logo traditionnel de l'entreprise pour une inscription Dyneff GAZ, sur le poitrail de joueurs héraultais. Par ailleurs, une équipe composée d'une quinzaine de commerciaux a été formée pour vendre ce nouveau produit.

Afin de bénéficier de l'offre proposée par Dyneff, ou de tout autre opérateur, le client final n'a pas besoin de changer de chaudière ou de tuyau d'approvisionnement, mais simplement de casser le contrat établi avec son ancien distributeur. La plupart des contractants visés par Dyneff seront des

entreprises, mais des offres seront également formulées à l'attention des particuliers, qui demeurent en la matière majoritairement fidèles à Engie (ex GDF-Suez) et EDF. Complexe à conquérir, ce marché compte peu d'autres acteurs privés significatifs - ENI et Direct Energie sont de ceux-là -, alors que l'on dénombre une vingtaine de distributeurs dédiés au marché des entreprises. Dans cet environnement concurrentiel, Dyneff (1,88 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2014) compte, d'après ses dirigeants, conquérir 60 000 clients (dont 40 000 entreprises) d'ici à cinq ans.

Afin d'être plus compétitif que leurs concurrents, ces distributeurs ont deux leviers principaux : travailler sur leur coût de structure et négocier au mieux leur mix d'approvisionnement en gaz. Ce dernier, pour éviter toute rupture de livraison, doit à minima compter deux fournisseurs. Une nécessité qui fait loi dans un secteur économique jamais très éloigné de la géopolitique. ■