

**INTERVENANT : JEAN-BAPTISTE BOYER,
PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL DWATTS**

DÉCEMBRE 2022



INTERVIEW

RELATION AUX PROPRIÉTAIRES : INITIATION AUX DISCOURS

**COMMENT PASSER D'UN PREMIER CONTACT À LA
CONTRACTUALISATION AVEC UN PROPRIÉTAIRE POUR
UNE TOITURE PHOTOVOLTAÏQUE ?**

SOMMAIRE

01. Introduction

02. Avant le 1er RDV

05. Pendant le RDV

09. Après le RDV

INTRODUCTION

Jean-Baptiste Boyer, Président et Directeur Général de dwatts, témoigne auprès de jeunes collectifs de son expérience pour convaincre les propriétaires d'équiper leur toiture de panneaux photovoltaïques. Cet échange a été réalisé par l'intermédiaire de CoopaWatt en décembre 2022.



Jean-Baptiste Boyer
Président et Directeur Général de dwatts

2016 : participe à la création de dwatts
2017 : devient Gérant de la coopérative
2020 : devient Président - Directeur Général de dwatts

Dwatts s'est d'abord constituée sous format associatif fin 2016, avant de devenir une coopérative d'intérêt collectif (SCIC) en 2017. Aujourd'hui composée de 150 sociétaires et de 8 salariés, dwatts est implantée dans la vallée de la Drôme.

À ses débuts, la jeune structure se concentre sur le **photovoltaïque** avant de créer en 2019 une **structure de conseil et développement** (impuls'ER). Aujourd'hui, c'est une cinquantaine de sites photovoltaïques qui sont en activité, allant de 30 à 2 000 m².

Dwatts a aussi mis en service **3 chaufferies de bois** en 2022, financé la **rénovation thermique d'un tiers lieu** et devrait prochainement développer de l'**éolien "maison"**.

Pour financer ses activités, la structure compte sur les revenus d'impuls'ER, les prestations vendues et des subventions.

"Ça a l'air impressionnant comme ça, mais on peut tous le faire ! L'important, c'est de se permettre tout ce qu'on se sent d'expliquer publiquement." - Jean-Baptiste Boyer.



AVANT LE 1ER RDV

INITIER LE CONTACT

La prescription : à privilégier

Vous avez 2 solutions : partir de contacts qualifiés (proches, amis, sociétaires ...) ou vous faire connaître en cherchant l'appui des collectivités.

Pour vous adresser à des personnes de votre cercle, bannissez la posture du vendeur ou du commercial ! Préférez un cadre plus léger pour présenter votre projet.

La prospection par téléphone : à éviter

Vous risquez de passer beaucoup de temps, pour finalement peu de résultat.

Les propriétaires sont déjà très sollicités pour les toitures : votre message a de fortes chances de passer à la trappe. Et si la personne est fermée à l'idée d'installer des panneaux photovoltaïques, il sera très compliqué de la convaincre.

"Se concentrer sur les copropriétés est une erreur que l'on a tous faite, mais les toitures sont très difficiles à obtenir !

Si ce sont des structures collectives qui peuvent sembler pertinentes de prime abord, elles n'ont pas la culture du "faire ensemble". On fait souvent face à quelques personnes motivées, mais le reste de la copropriété ne suit pas. Et puis les personnes ne souhaitent pas se mettre un voisin à dos pour un petit gain d'installation photovoltaïque !" - **Jean-Baptiste Boyer.**





Pour faire appel aux collectivités, vous pouvez :

- **Identifier au sein des collectivités des alliés** qui pourront relayer le projet ;
- Demander aux élus d'en parler autour d'eux et d'**orienter les propriétaires vers votre structure** ;
- Demander aux collectivités la liste de tous leurs bâtiments puis **faire des études d'opportunités avec une fourchette de prix** (loyer, vente d'énergie) pour créer de la confiance.

Enfin, pour vous faire connaître des habitants et des acteurs du territoire, vous pouvez aussi **participer à des événements locaux.**

"Les premiers projets de dwatts ont vu le jour notamment grâce à un stand dans une petite épicerie locale et un événement dans une salle des fêtes." - Jean-Baptiste Boyer.

SE RENSEIGNER POUR ARRIVER PRÉPARÉ AU RDV

Préparer les arguments

Il est essentiel de bien connaître ce que l'on a à offrir pour en présenter les avantages et se démarquer par rapport à d'autres (Pourquoi est-ce plus intéressant de signer avec vous qu'un autre ?). Pour cela, vous pouvez réfléchir en groupe aux arguments que vous pourriez mettre en avant. Dans un 1er temps, mettez toutes vos idées sur la table sans jugement. Puis, prenez un second temps pour trier ces arguments et n'en garder que 3 !

L'importance des ordres de grandeur

Selon la taille du toit, gardez en tête **une fourchette de prix pour l'investissement, le loyer à verser au propriétaire et la surface exploitable du toit.**

Comment ?

Prenez le **tableau basique d'étude de faisabilité type** avec un ensoleillement moyen :

- Regardez au minimum une fois le site en vue satellite pour déterminer à peu près la surface de toit exploitable ;
- Entrez la surface dans le tableau ;
- Déterminez une fourchette de prix du loyer.

Avec le temps et l'expérience, on peut être amené à réévaluer le montant du loyer selon l'exposition, l'inclinaison du toit ... Autant d'éléments que l'on découvre une fois sur site.

Attention : le cas échéant, vous devez être en mesure d'expliquer pourquoi le chiffre varie !

Pourquoi ?

Pour le propriétaire : avoir une idée du coût du projet permet de se projeter et de savoir s'il veut mener ce projet seul ou non. D'autant plus que la plupart des personnes ne connaissent pas le coût d'un projet photovoltaïque !

Pour le collectif : c'est l'occasion de mieux saisir la sensibilité du propriétaire quant à l'aspect financier. Par exemple, si le propriétaire en attend beaucoup plus, le projet s'arrête directement. Cette étape vous permet de gagner du temps sur la suite. **Cette démarche vous crédibilise aussi vis-à-vis du propriétaire :** le collectif s'est renseigné et il sait où il met les pieds.

91220-002	
1216-001	
220-003	
16-001	6,
1-001	16
-002	77
-003	60,78
001	35,60
4.	20,473
	8692.52
	60,271.96
	44,263.56
	8575.07

LE 1ER RDV

SE POSITIONNER COMME UNE ENTREPRISE POUR ABORDER LES PROPRIÉTAIRES

La coopérative d'énergie citoyenne est un intermédiaire entre l'association de quartier et l'entreprise industrielle.

- Avec la casquette de l'association : on se réunit pour porter un projet de transition local et se faire plaisir.
- Avec la casquette de l'entreprise : nous sommes des opérateurs en concurrence avec d'autres entreprises qui font la même chose.

Du fait de ce positionnement, lors du 1er contact, il s'agit de voir les propriétaires comme des clients.

Pourquoi ?

Sur de petits projets, il n'y a pas de concurrence avec les grands groupes.

Mais dès que l'on vise de plus gros projets avec une rentabilité supérieure, on rentre en concurrence avec de grosses entreprises qui ont pignon sur rue.

Comment ?

Tout en gardant la fibre associative et en réalisant les projets différemment d'une entreprise classique, on peut avoir parfaitement conscience qu'il faut **des compétences pour négocier et rivaliser avec ces grandes entreprises.**



ECOUTER ET COMPRENDRE LE PROPRIÉTAIRE POUR ADAPTER SES ARGUMENTS

Vérifier à qui on s'adresse

Pour gagner du temps et négocier avec la personne qui prendra la décision finale, il est essentiel de parler directement au propriétaire du foncier.

Comprendre la personne qui est en face et ses motivations

Les arguments ne parlent pas à tout le monde de la même manière. Pour faire mouche, il est important d'écouter son interlocuteur de manière à comprendre ses motivations et adapter ses arguments en conséquence.

Pour identifier les leviers à actionner, vous pouvez vous demander à quoi votre interlocuteur est-il attaché et ce qui le motive vraiment dans le projet.

- Si c'est **l'argent** : **l'argument économique** est essentiel.
- S'il est soucieux des **enjeux écologiques** : la **transition énergétique** est un élément à ne pas négliger.
- S'il souhaite participer à un **projet collectif** plutôt qu'individuel : **mettez en valeur votre groupe, l'humain et vos valeurs.**
- S'il est sensible au **local** : mettez en avant **les acteurs locaux** avec lesquels vous travaillez.

Dans une logique de transparence, vous pouvez aussi lui poser directement la question.





AVANCER SES ARGUMENTS EN FONCTION DE SES MOTIVATIONS

Pour mener à bien la négociation, il est essentiel d'être conscient de ses forces, mais aussi de choisir les arguments par rapport à ses attentes. Il n'en sera que plus simple de convaincre le propriétaire !

L'argument financier

"Il est important de donner dès le départ une fourchette de loyer pour écarter les propriétaires pour qui cela serait rédhibitoire. La 1^{re} concurrence que l'on a sur les projets, ce sont les propriétaires qui veulent le porter seul." - Jean-Baptiste Boyer

Attention : N'ajoutez pas 100 ou 200 € de plus sur le loyer simplement parce qu'une autre entreprise peut proposer davantage !

Vous pouvez allonger le montant du loyer si vous sentez le propriétaire vraiment motivé à réaliser le projet avec votre collectif et que l'argument financier est le dernier obstacle pour conclure.

À retenir :

10 000€/an fait la différence pour une personne physique qui possède le bâtiment, mais ce ne sera peut-être pas le cas pour une entreprise dont le chiffre d'affaires est déjà de plusieurs millions d'euros.

AVANCER SES ARGUMENTS EN FONCTION DE SES MOTIVATIONS

L'argument du local

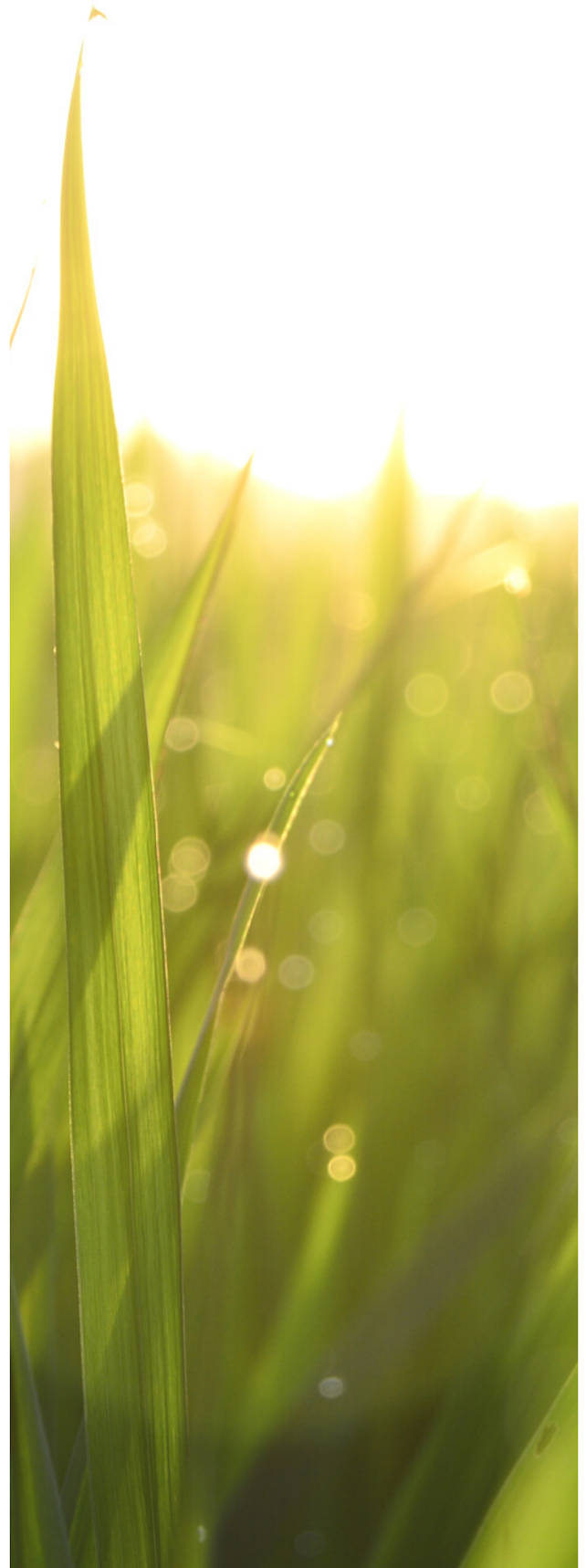
**C'est celui qui parle au plus grand nombre !
Mais encore faut-il se demander "En quoi je suis plus local que mes concurrents ?" ...**

Voici quelques arguments à garder sous la main :

- Pour une grosse entreprise, le critère de sélection du matériel se porte sur le rapport qualité/prix et non sur le local. Cet argument marche à tous les coups !
- Avec un collectif citoyen, les panneaux photovoltaïques sont mieux entretenus ! L'entreprise de maintenance, souvent choisie à côté, peut intervenir plus facilement. Et en plus, cela augmente les retombées économiques sur le territoire !

Le retour d'expérience de dwatts :

"Alors que l'on devait équiper un producteur de noix, au dernier moment, une entreprise se positionne sur le projet et entre en concurrence. Pour faire pencher la balance, on a expliqué au producteur que oui, il gagnerait probablement plus avec cette entreprise, mais que ce n'était pas la même philosophie. Cela revenait à acheter des noix d'ailleurs au lieu d'acheter local et de soutenir les producteurs du coin."



NÉGOCIER EN ÉTANT FLEXIBLE SUR LES DIFFÉRENTS MODÈLES

Il est important de rester ouvert à de nouveaux types de projets tout en se tenant aux objectifs de rentabilités.

Par exemple, il peut valoir le coup de se "saigner" un peu si l'on sent que c'est décisif pour le projet et que la rentabilité est quand même au rendez-vous. Et parfois, il faut aussi accepter d'être "utilisé" pour rentrer dans les besoins de l'interlocuteur.

"Pour un projet, on a finalement fait en sorte que les riverains puissent acheter l'électricité produite sur une entreprise à côté de chez eux même si ce n'était pas l'idée de départ. Cela a permis d'huiler les relations entre l'entreprise et ses voisins."
Jean-Baptiste Boyer.



L'autoconsommation

Avec la crise de l'énergie, les collectivités et d'autres propriétaires sont de plus en plus sensibles à l'argument économique.

Le modèle de l'auto conso n'en est qu'à ses débuts !

La vente totale

Désormais, pour convaincre des propriétaires (et surtout les agriculteurs) de faire de la vente totale, il faut **proposer de gros projets avec des loyers annuels conséquents à 8 000 / 8 500€.**

Commune ET citoyens

Le montage de projet qui marche le mieux reste celui où la commune est associée aux citoyens.

Cela permet de garantir une adhésion des habitants à la démarche et les communes s'investissent, car cela fait sens pour elles.

Peut-on convaincre un propriétaire qui veut partir sur de l'auto conso individuelle de passer par un collectif ?

Oui, c'est possible ! Mais il sera difficile à convaincre, car ce sont des personnes peu sensibles aux projets collectifs. L'argument économique aura plus poids.

Zoom sur les collectivités

Par le passé, l'argument de la transition énergétique était secondaire et elles avaient peu d'attente économique. Aujourd'hui, l'augmentation des prix de l'énergie tend à changer la donne.

APRÈS LE 1ER RDV

QUAND ET COMMENT RELANCER POUR FAIRE ABOUTIR UN PROJET ?

Quand ?

Pour être efficace, ne laissez jamais plus de 2 semaines entre 2 contacts. Une fois passé ce délai, vous prenez le risque que votre interlocuteur soit passé à autre chose.

Attention : pour les collectivités, le temps de relance varie selon les communes ! Laissez le temps aux élus de réfléchir, de discuter de votre proposition. Ce sont des projets qui prennent plus de temps que d'autres.

Comment ?

Si vous sentez que le projet va aboutir, vous pouvez réaliser dans l'ordre suivant :

1. **Un premier rdv**
2. **Pousser pour une étude de faisabilité ou de pré-faisabilité.** Vous pouvez éventuellement demander à un installateur de passer pour chiffrer le projet. Chez dwatts, plusieurs installateurs locaux sont partenaires et sociétaires de la coopérative.
3. **Faire une proposition ferme** sur laquelle vous pouvez vous engager.

COMMENT ABORDER LES TRAVAUX À RÉALISER SUR UN TOIT ?

Cas particulier : l'amiante

Vous pouvez mettre en avant plusieurs arguments :

- le **danger** que cela représente pour la santé des artisans qui vont intervenir;
- un toit amiante depuis 30 ans et sur lequel on vient installer des panneaux censés durer 25 ans peut être dangereux. Le toit risque de ne pas tenir.

"Je vous conseille de mettre un ultimatum au propriétaire : soit le toit est désamiaté, soit le projet ne se fait pas." Jean-Baptiste Boyer.

Une rénovation "classique"

Commencez par demander au propriétaire s'il a prévu de rénover ou non son toit. Si c'est prévu, l'installation du collectif lui fera gagner du temps.

En revanche, si ce n'est pas prévu, le collectif peut investir pour le propriétaire, mais il n'y aura aucune plus-value pour lui.

Bon à savoir si vous financez les travaux :

Payer le propriétaire pour qu'il fasse les travaux est plus avantageux que de payer directement l'artisan. Dans ce cas, on peut rémunérer le propriétaire en mensualisant via l'ajout du prix des travaux dans le loyer.



 CoopaWatt



www.coopawatt.fr
contact@coopawatt.fr