



Accueil > Economie > Entreprise

Montpellier : Mint se lance dans le commerce en ligne de la maison intelligente

ABONNÉS



Kaled Zourray : "En 2021, l'offre d'électricité représentera 100 % de notre chiffre d'affaires." / J.-M. MART

Entreprise, Montpellier, Economie

Publié le 09/06/2021 à 09:00

Le spécialiste de l'énergie et des télécoms crée une plateforme commerciale.

Mint s'adapte aux grandes tendances de la société. Après avoir lancé des offres d'abonnement télécoms à des prix concurrentiels, engagé une diversification dans l'énergie (électricité et gaz) et lancé une offre de production, chez soi, d'électricité à partir d'installations solaires, voilà que l'entreprise montpelliéraine, qui se présente comme un "distributeur de services écoresponsables accessibles au plus grand nombre", investit un autre secteur, celui de la vente de produits pour maisons intelligentes.



Une centaine de produits proposés

"Il s'agit d'une place de marché dans laquelle nos clients trouveront des produits d'efficacité énergétique, comme les panneaux solaires à installer soi-même pour faire baisser sa facture d'électricité. Ou encore des produits pour actionner à distance ses prises électriques, son chauffage ou encore son chauffe-eau", explique Kaled Zourray, PDG de Mint. Au total, une centaine de produits sont proposés par la Market Place, dont l'ambition est "d'améliorer la valeur du client, dans la mesure où les marges restent assez modestes pour nous".

Mint veut ainsi renforcer son potentiel client. Lauréat du Prix Selectra du meilleur fournisseur d'électricité en 2020 et 2021, mais aussi élu meilleur fournisseur d'énergie au palmarès Capital 2021, Mint Énergie capitalise sur un réel succès. Il s'est aujourd'hui hissé au 6e rang des fournisseurs d'énergie en France. Il compte plus de 120 000 abonnés. Son principal atout : la démocratisation des énergies vertes, avec des tarifs inférieurs de 13 % aux tarifs réglementés d'EDF. Avec un objectif : atteindre les 200 000 clients d'ici la fin de l'année.

"Il existe un vivier de consommateurs importants. Sauf à investir dans le marketing digital, qui coûte très cher, nous faisons le choix de travailler sur notre propre base de clients existante", insiste le PDG. Il sait qu'il peut s'appuyer sur une consommation d'électricité "qui croît, en année normale, en France, de 5 % à 10 %". Et sur un revenu par client également en croissance : Mint a ainsi vu, dans ce domaine, son revenu annuel par client passer de 600 € à 640 €. "En 2020, nous sommes également passés de 4 000 nouveaux clients à 10 000. À partir de mai-juin de l'année dernière, ça a été l'explosion des souscriptions. Les gens étaient chez eux, ils avaient plus de temps pour s'occuper de leur facture énergétique." Sans oublier que la pandémie a également eu pour conséquence une sensibilisation plus grande aux offres vertes.

Résultat : le chiffre d'affaires est passé de 34 M€ à 64 M€. Le résultat suivant la même courbe, passant de 2 M€ à 8 M€. "Nous avons retrouvé le résultat que nous avions il y a une dizaine d'années. Quand nous n'étions encore qu'un acteur des télécoms à la recherche de relais de croissance." Des relais trouvés dans l'électricité dans un marché totalement libéralisé. "Aujourd'hui, l'électricité représente 95 % de notre chiffre d'affaires. Cela devrait être 100 % en 2021." L'orientation est stratégique. "C'est un secteur où les marges sont à 10 %. Il est donc primordial de bien gérer les coûts de gestion du client et des impayés."

L'ouverture d'une market place va donc dans le sens de la propre histoire de Mint, qui veut faire, demain, de l'électricité et de ses dérivés le vecteur d'un développement continu. Et, au-delà, la transition énergétique en général. "Entre technologie et écologie."

KARIM MAOUDJ

VOIR LES COMMENTAIRES

Les tops de la semaine

Lus Commentaires

- Faits divers.** Disparition de Lucas Tronche en 2015 à Bagnols : 150 appels reçus pendant "Appel à témoins" sur M6
- Santé.** Tabac : qu'est-ce que le snus, interdit en France mais que les jeunes s'arrachent ?
- Environnement.** Jardinage et grosses chaleurs : 5 conseils pour arroser en limitant sa consommation d'eau
- Météo.** Fortes chaleurs : on vous explique comment rafraîchir votre logement sans climatisation
- Réseaux sociaux.** YouTube : Squeeze ne peut plus publier de nouvelles vidéos pendant une semaine

À lire aussi de Entreprise

- Entreprise.** Vert parc ouvre son nouvel établissement
- Entreprise.** La démocratie appliquée au monde de l'entreprise
- Economie.** Cœur d'Hérault : Tecno Globe mise sur le marché des deux roues et de l'innovation
- Economie numérique.** MizzUp : une start-up sétoise pour répondre à l'euphorie de la digitalisation
- Entreprise.** Fortes chaleurs : peut-on venir en tenue légère au travail ?

Midi Libre

Découvrez tous nos magazines et hors-séries.

Accéder à la boutique



Aussi à la une

- Midi Libre et ses experts vous répondent.** Vacances d'été : pass sanitaire, restrictions, organisation... nos experts vous répondent en direct
- Disparition de Delphine Jubillar.** "Ma vie est détruite" : le "confident" de Delphine Jubillar s'exprime pour la première fois
- Coronavirus.** Port du masque, couvre-feu, jauges : découvrez le nouveau calendrier de déconfinement
- Economie.** Boîtes de nuit : "En juillet, les discothèques sont amenées à rouvrir" annonce Olivier Véran
- Justice.** Appâtés par l'argent facile, des Héraultais se font escroquer de plusieurs milliers d'euros