

Publié le 31 mars 2008

Sorégies : rencontre sur le marché

Dans la Vienne, Sorégies distribue de l'électricité dans 269 communes depuis plus de 80 ans. Elle s'est adaptée à la libéralisation en s'ouvrant les portes des marchés hors de son territoire, en distribuant du gaz mais aussi en ayant un accès direct à la production d'électricité avec Endesa France et en mettant en œuvre une politique de fidélisation de sa clientèle.



« On parle de nouveaux entrants sur le marché de l'énergie, mais [Sorégies](#) y est depuis 1925 ». Christian Blanès est à la tête d'une société d'économie mixte créée par 269 communes de la Vienne réunies en syndicat intercommunal il y a plus de 80 ans. Elle s'appelait alors Régie d'Electricité de la Vienne. Depuis cette époque, sa vocation est restée la même, il s'agit d'une entreprise locale de distribution, d'électricité hier, d'énergie aujourd'hui. La nationalisation après la seconde guerre mondiale n'y a rien changé. Mais la libéralisation des marchés de l'énergie à partir des années 2000 a remis en cause son modèle économique.

Le premier changement survient en 2004, étape significative du processus de libéralisation. Sorégies naît de la fusion de la régie d'électricité et de la régie locale de distribution de gaz créée en 1998. L'année suivante la Sem crée avec Gaz et Electricité de Grenoble une filiale commune, Alterna. « L'objectif est de faire de la vente en dehors de nos territoires historiques et de mutualiser les achats d'énergie. Aujourd'hui Alterna compte 25 entreprises locales actionnaires ».

Sorégies a donc d'abord fait évoluer ses structures juridiques. « Mais elle voulait aussi s'ouvrir un accès à la production d'énergie » raconte Christian Blanès. L'entreprise qui achète son électricité sur

le marché (Power Next ou traders), disposera à partir de 2010 et pour 25 ans d'une capacité de 200 MW contractualisée avec Endesa France qui construit actuellement en Moselle deux centrales combinées gaz.

Le développement de l'entreprise passe aussi par une politique de fidélisation d'une clientèle désormais courtisée par la concurrence. Elle le fait par la mise en œuvre de services complémentaires pour les collectivités, les entreprises et les particuliers et par une politique de marques identifiables : « Mon habitat par Sorégies », « Mon entreprise par Sorégies », « Mon habitat environnement par Sorégies ». Une dernière dénomination bien accueillie dans le contexte actuel. L'entreprise bénéficie de la production de sa société sœur dédiée aux énergies renouvelables, Sergies, qu'il s'agisse du 1er parc éolien de la Vienne, ou d'une unité fonctionnant à la biomasse. Sorégies dessert 217 000 habitants, compte près de 140 000 clients, réalise 149 M€ de chiffre d'affaires et entend bien consolider ses positions.

Par Marie-Anne RAMAZZINA