

# EDF décroche le projet éolien en mer de Dunkerque

## ÉNERGIE

**L'électricien et ses partenaires Innogy et Enbridge vont installer un champ d'éoliennes au large de Dunkerque.**

Veronique Le Billon  
@VLeBillon

Et le vainqueur est... EDF. A l'occasion d'un déplacement à Saint-Nazaire, vendredi dernier, le ministre de la Transition écologique, François de Rugy, a annoncé que le consortium mené par l'électricien français, l'allemand Innogy et le canadien Enbridge avait remporté le projet de champ éolien en mer au large de Dunkerque, le plus important en France à ce jour. Il devrait produire, à compter de 2026, près de 600 mégawatts (MW), soit 75 éoliennes avec la taille actuelle (8 MW). Le consortium bénéficiera d'un tarif garanti d'achat de l'électricité produite « inférieur à 50 euros le mégawatt-heure », a indiqué le ministre.

« C'est un prix garanti pour EDF et ses partenaires pendant vingt ans, mais aussi une garantie pour l'Etat, a-t-il précisé. Si le prix de marché est supérieur au prix sur lequel s'est engagé EDF, à ce moment EDF rembourse de l'argent à l'Etat. » Pour répartir les sept consortiums candidats, parmi lesquels Engie, Shell, Total ou Vattenfall, 80 % de la note de l'appel d'offres était liée aux éléments financiers du projet.

### Poids encore massif

Le prix atteint crée un fossé avec les six premiers projets remportés en France en 2012 et 2014, et dont aucun ne produira avant 2021. Attribués à un tarif garanti autour de 200 euros/MWh (y compris le raccordement), ils ont d'ailleurs donné lieu à une renégociation tarifaire l'an dernier, sous la pression du gouvernement. Elle a abouti, selon une source, à un prix de 142 euros/MWh hors raccordement.

Si certains se félicitent, à l'instar de France Energie Eolienne (FEE), de la « compétitivité » de la filière éolien en mer française démontrée par cet appel d'offres, d'autres pointent le poids relatif des premiers

projets sur les finances publiques. « Pour les premiers projets, qui ne sont pas encore construits, il faut plus de 20 milliards d'aide publique qui viendront grever les marges de manœuvre budgétaires de François de Rugy, limitées par la fin de la hausse de la taxe carbone », rappelle un expert. Car le mouvement des « gilets jaunes » a conduit le gouvernement à geler la progression de la taxe carbone, prévue pour être une source de financement majeure de la transition énergétique.

François de Rugy n'a pas voulu rouvrir le débat, pointant plutôt les avancées du projet de Saint-Nazaire, qui devrait être le premier à voir le jour en France. Une décision du Conseil d'Etat, la semaine dernière, a ainsi purgé le dernier recours, ouvrant la voie à une décision finale d'investissement pour EDF.

La victoire d'EDF, qui développe désormais quatre des sept sites déjà octroyés en France – les trois autres ont été attribués à Engie et ses partenaires –, paraît probablement amère à ses concurrents. Selon nos informations, la Commission de régulation de l'énergie a d'ailleurs

demandé à EDF des explications complémentaires pour s'assurer de la robustesse du dossier.

Compte tenu de la forte baisse du prix enregistrée sur le projet de Dunkerque, le Premier ministre, Edouard Philippe, a annoncé mercredi une révision à la hausse du volume d'appels d'offres pour l'éolien en mer dans le cadre de la programmation pluriannuelle de l'énergie, qui fixe la feuille de route énergétique du gouvernement jusqu'en 2028. L'éolien en mer peut désormais tabler sur des appels d'offres réguliers à hauteur de 1 gigawatt (soit 1.000 MW) par an.

Le prochain projet à être soumis à appel d'offres sera à Oléron (Charente-Maritime), pour une puissance de 500 à 1.000 MW. Et une procédure de débat public a été lancée pour identifier un nouveau site en Manche, « plutôt au large de la Normandie » et « avec une puissance de 1 gigawatt », a indiqué François de Rugy. Dans l'éolien flottant (sans fondation), sur lequel mise aussi la filière, trois fermes commerciales seront proposées, une en Bretagne Sud et deux en Méditerranée. ■



A l'occasion d'un déplacement à Saint-Nazaire, vendredi, le ministre de la Transition écologique, François de Rugy, a annoncé que le consortium avait remporté le projet.



# BRAVO

**Tripperty - ADP & La Poste**  
Un service de prise en charge des objets interdits en cabine

**DANS 7 GRANDES ENTREPRISES, 7 EQUIPES ONT REUSSI LEUR TRANSFO DIGITALE. 7 AVENTURES TECH ET HUMAINES.**

Netexplo Change ? L'événement qui rend concrète la transfo digitale. Un jury de 20 professionnels du digital a distingué les 7 meilleures initiatives digitales de l'année des grandes entreprises. Parmi plus de 80 projets, les Prix Netexplo Change 2019 récompensent 7 entreprises. Le Grand Prix a couronné Tripperty - ADP & La Poste. Inspiration garantie.



**Wizom for Life - Bouygues Construction**

Un logement connecté qui s'adapte au cycle de vie de ses occupants.



**Ocean's Zero - Bouygues Télécom**

Une application de coaching vers le zéro déchet.



**La Rosace de la transformation numérique - EDF**

Des indicateurs de transformation accessibles à tous.



**Engie Mobility - Engie**

Une start-up interne pour piloter la mobilité des collaborateurs.



**Zen@Terra - Michelin**

Une solution de pilotage des pneumatiques pour les agriculteurs.



**TIM - Total**

Embarquer les collaborateurs dans la digitalisation de leur métier.

En partenariat avec

CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

HEC PARIS

Capgemini invent

orange

LesEchos

orange

Le Point

SNCF

A FRESH TAKE ON TECH! • NETEXPLO.COM

SUIVEZ NOS ACTUS ET NOS ÉVÉNEMENTS SUR



## Sur le marché de la croquette, Nestlé fait le pari de la « naturalité »

### ALIMENTATION

**Nestlé et Mars se livrent une guerre sans merci dans le pet food.**

Marie-Josée Cougard  
@CougardMarie

La croquette a de beaux jours devant elle en France. Le marché a atteint 3,2 milliards d'euros au 30 avril sur un an, affichant une progression de près de 3 %, selon Nielsen et des données internes de Purina, la division pet food du géant suisse Nestlé. « Stimulés par les nouvelles attentes, les ventes accélèrent », explique Isabelle Taillandier, directrice générale en France de Purina.

La population de chiens (7 millions) a recommencé à augmenter (+4 %), celles des chats (14,3 millions) continue de progresser (+5 %). Pour prendre la mesure de l'explosion du marché, il suffit de se référer au doublement du nombre de chats en France en vingt ans. Si on y ajoute l'attention croissante portée à la nourriture par les propriétaires d'animaux et la hausse du marché en Asie, on comprend pourquoi Mars et Nestlé, qui à eux seuls contrôlent 80 % du marché mondial de la croquette, ont fait de ces activités des secteurs stratégiques.

### Les circuits de vente se multiplient

Le gros des ventes (62 %) en France se fait en supermarché, mais les canaux de distribution se multiplient avec le commerce sur Internet, les animaleries, les cabinets vétérinaires et les magasins spécialisés. Tous circuits confondus, Purina a dépassé d'une courte tête son rival en France en 2019 à la fin du mois d'avril avec une part de 31,4 % des ventes, contre 31,1 % pour Mars, selon Nielsen. Le groupe, qui a annoncé en février la suppression de 231 postes sur trois ans dans ses cinq usines françaises, a progressé en grandes surfaces où il est numéro un depuis quinze ans, mais également sur les segments de nourriture répandant

à des besoins spécifiques où l'américain Mars (Royal Canin) tient toujours la corde.

Dans cette guerre commerciale, c'est à qui inspirera le plus confiance aux propriétaires de chiens et de chats. Qui fera le mieux la démonstration que les animaux de compagnie n'ont plus (ou presque) de secrets pour eux. Dans cet esprit, Purina a mis au point des croquettes « améliorant les fonctions cérébrales et cognitives des chiens seniors », disponibles dans 1.000 des 6.000 cliniques vétérinaires de l'Hexagone. Le Purina Institute et ses 500 experts de la nutrition et du comportement s'engagent à faire progresser les connaissances scientifiques. Ainsi Purina se targue d'avoir découvert le moyen de neutraliser l'allergène majeur du chat, le Fel d1, qui interdit sa compagnie à un adulte sur cinq.

### Des croquettes bio

Le pet food suit les tendances de l'alimentation humaine avec des propriétaires d'animaux, de plus en plus exigeants quant à « la naturalité » des produits. Chez Purina, on s'est donc engagé à supprimer tous les colorants artificiels d'ici à 2023. Dans le même esprit, le groupe a lancé Beyond Bio, sa première référence bio pour chiens, avec le label AB, ne contenant que des ingrédients bio et français. « Le marché du pet food naturel devrait bondir de 110 millions d'euros à 270 millions d'euros sous dix-huit mois », selon Isabelle Taillandier. Le bio est, lui, encore tout petit à 6 millions d'euros. Très loin de son concurrent Mars qui a acheté 800 cliniques aux Etats-Unis et 200 en Europe, Purina vient de prendre une participation minoritaire dans IVC, une chaîne de 1.100 cliniques européennes. ■

# 31,4 %

### DES VENTES

Purina a dépassé d'une courte tête son rival en France en 2019 à la fin du mois d'avril avec une part de 31,4 % des ventes, contre 31,1 % pour Mars, selon Nielsen.