



**Jean-Nicolas Lejeune** Director general de Suministro y gestión de la energía de Engie

# “Tenemos ambición y tras comprar Ignis Luz queremos entrar de forma potente en España”

**Rubén Esteller** MADRID.

Jean-Nicolas Lejeune, director general de Suministro y Gestión de la energía de Engie, acaba de cerrar la adquisición de Ignis Luz para reforzar la estrategia de crecimiento de la compañía francesa en España y utilizarla como palanca del negocio.

## ¿Qué les ha llevado a afrontar la compra de Ignis Luz?

Engie es uno de los líderes globales en suministro energético. Tenemos alrededor de 200.000 clientes B2B y 20 millones de clientes B2C a nivel mundial. El grupo se ha fijado una ambición global para 2030 en el negocio de suministro energético: alcanzar unas ventas de 300 TWh al año. Eso representa un incremento del 40% respecto a 2024, una cifra enorme. Una vez planteado ese objetivo global, el grupo quiere ser selectivo en dónde crecer. Iberia, y España en particular, ha sido seleccionada para esta actividad.

## ¿Por qué?

Contamos con 4 GW instalados y somos el sexto generador del país. También tenemos una presencia muy fuerte en gestión de energía, con una plataforma local de más de 15 años, acceso a mercados de plazo y de corto plazo, y un equipo muy potente. Históricamente, sin embargo, no hemos tenido una presencia tan fuerte aguas abajo. Para desarrollar realmente nuestro modelo integrado en España hacía falta reforzar esa pata.

## ¿Qué dimensión aporta Ignis Luz a Engie en España?

Ignis Luz representa hoy unos 50.000 puntos de suministro. También es destacable que entrega energía en unas 4.000 localidades. Con esta adquisición somos capaces de entregar energía a clientes en la mitad de España en una sola transacción. Es un movimiento muy interesante para Engie y una manera potente de entrar en el mercado de la pyme. Pero también quiero destacar que es un punto de entrada, no un fin. Lo que adquirimos con Ignis Luz es una plataforma para crecer.

El negocio de suministro requiere una operativa muy bien pensada y una red de canales comerciales muy importante. Ignis Luz aporta esa plataforma operativa. Esa es una palanca de crecimiento para entrar con ambición en el mercado de las pymes.

## ¿Qué exige ahora el cliente?

Depende de cada caso, pero exige



ANA MORALES

varias cosas. Primero, la posibilidad de tener un precio fijo o una tarifa que le dé previsibilidad sobre sus costes de energía. La empresa que no sea capaz de ofrecer eso estará fuera. Engie, con su plataforma de Energy Management, tiene todo lo necesario para hacerlo de manera seria.

Segundo, vemos cada vez más empresas, grandes pero también pequeñas, que tienen metas de descarbonización y quieren energía verde con distintos niveles de trazabilidad. A algunas les basta con garantías de origen anuales o mensuales. Otras, más sofisticadas, quieren trazabilidad horaria.

## ¿Engie contempla entrar en el mercado doméstico en España?

El grupo está activo en el segmento doméstico en seis países actualmente. A día de hoy, la decisión es no expandir más ese negocio a nuevas geografías. Pero eso es temporal. Hay otras prioridades en curso, pero no descartamos que en algún momento podamos entrar también en el negocio doméstico en los próximos años. En países como España, podría pasar.

## ¿Quiere agitar el mercado con una entrada agresiva?

No hemos fijado metas muy concretas ni en volumen ni en otros indicadores por ahora. Tampoco hemos pensado entrar como agitadores del mercado, con una campaña muy agresiva para ganar tamaño. No es el estilo de Engie y tampoco tendría mucho sentido, en mi opinión.

El negocio de suministro tiene sentido cuando somos capaces de construir una posición sostenible en el tiempo. Algunas empresas pueden pasar por momentos en los que quieren hacer cosas más tácticas, pero esa no es la estrategia de Engie.

Nuestra estrategia es entrar con una oferta diferenciadora en varios aspectos: productos simples, aunque tengan mucha complejidad detrás, competitivos y con valor para el cliente. El músculo de Engie ayuda muchísimo.

## ¿En qué sentido ayuda el tamaño financiero del grupo?

El negocio de suministro energético es muy intensivo en caja. Se factura al cliente 30 o 40 días después

del fin de mes, pero la energía se compra y se paga a siete días. Ese fenómeno no se detiene: cada megavatio adicional de crecimiento requiere más capital circulante.

Eso es un límite para las empresas más pequeñas. Entran, crecen y llega un momento en el que alcanzan un límite de expansión. Eso no va a pasar en Engie. Cuando decimos que para 2030 tenemos el objetivo de alcanzar 300 TWh al año a nivel global, se puede imaginar lo que eso representa en términos de *working capital*.

Eso es algo muy potente que tiene Engie y que tienen pocos de los más de 200 actores del mercado. Tenemos ambición y queremos entrar de manera potente, pero no de forma alocada ni antieconómica. Eso no tendría sentido ni sería necesario.

## ¿El incremento de garantías financieras puede encarecer la oferta?

Hay un equilibrio difícil. Al final, en la factura del consumidor final hay cosas que dependen del comercializador, pero muchas otras que no dependen directamente de él. La evolución de los requisitos de ga-

### Crecimiento:

“El grupo quiere ser selectivo en donde crecer y España ha sido seleccionada para esta actividad”

### Comercialización:

“Para desarrollar nuestro modelo integrado hacía falta reforzar esta pata”

### Oferta:

“Queremos ofrecer productos simples y con un valor diferencial para el cliente”

rantías es un ejemplo. También lo es cuando la red decide pasar a modo reforzado. Todas esas decisiones regulatorias y políticas terminan teniendo un impacto en la factura del comercializador. Para mí son parámetros exógenos y, en principio, aplican igual para todos. Son efecto de la voluntad política y regulatoria, y no tenemos mucho que comentar ahí.

## ¿Van a ofrecer servicios de eficiencia energética?

Es importante distinguir entre segmentos de mercado. Como punto de partida, no queremos hacer una ruptura. Ignis Luz ha sido muy exitosa y queremos proteger eso.

Dicho esto, una fortaleza que tenemos, y vuelvo al modelo integrado, es que Engie está presente en otros negocios, como infraestructuras descentralizadas, y tiene presencia en industrias. Hay una tendencia que vemos y que personalmente creo que se va a acelerar: el sistema necesita flexibilidad.

Lo vemos cada día cuando hay precios cercanos a cero o negativos. Lo vemos cuando se produce un apagón. El sistema necesita flexibilidad. Hay tres respuestas. Una está en las redes, que no está bajo nuestro control. Las otras dos sí están en manos de las *utilities*: la flexibilidad centralizada, a gran escala, con baterías y otras soluciones; y la flexibilidad descentralizada, *behind the meter*.