



## PLAN DE COMMUNICATION PGEÉ 2010

Août 2009

Original : 2009-08-21

GI-25  
Document 4  
22 pages  
Requête 3692-2009

## PROGRAMMES DU SECTEUR COMMUNAUTAIRE

### GÉNÉRATEUR D'AIR CHAUD À HAUT RENDEMENT ÉNERGÉTIQUE (volet communautaire)

---

**Objectif de communication :**

- Promouvoir l'aide financière de Gazifère offerte aux ménages à revenu modeste qui font l'achat d'un générateur d'air chaud à haut rendement énergétique.

**Clientèles cibles :**

- Ménages à faible revenu, propriétaires ou locataires d'un générateur d'air chaud à gaz naturel.

**Activités promotionnelles :**

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	Existant
Novembre 2010	Envoi d'un communiqué aux CLSC de la région et aux organismes communautaires qui œuvrent auprès des ménages à revenu modeste.	-
Novembre 2010	Envoi d'un communiqué aux membres du réseau communautaire CDC Rond Point.	-
Décembre 2010	Promotion du programme par le biais d'une lettre insérée dans les 1 200 paniers de Noël que distribue la Saint-Vincent-de-Paul de Gatineau.	(1)
Octobre 2010	Envoi d'une lettre promotionnelle aux résidents des secteurs identifiés via la carte obtenue par l'Association Coopérative Économie Familiale de l'Outaouais (ACEF de l'Outaouais).	-
12 mois	Via notre service de crédit, informer les clients en difficultés de paiement du programme.	-
12 mois	Entente de partenariat avec l'ACEF de l'Outaouais.	(1)

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 11.

## AIDE FINANCIÈRE À LA RÉNOVATION – COOPÉRATIVES D'HABITATION ET ORGANISMES A VOCATION SOCIOCOMMUNAUTAIRE

---

### Objectif de communication :

- Promouvoir l'aide financière de Gazifère offerte aux coopératives d'habitation et aux organismes à vocation sociocommunautaire pour la réalisation de travaux de rénovation portant sur l'enveloppe des bâtiments.

### Clientèles cibles :

- Coopératives d'habitation;
- Organismes à vocation sociocommunautaire à but non lucratif, propriétaires d'un bâtiment alimenté principalement au gaz naturel et dont la mission est de venir en aide à une clientèle défavorisée.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Novembre 2010	Envoi d'un communiqué aux CLSC de la région et aux organismes communautaires qui œuvrent auprès des ménages à revenu modeste.	-
Novembre 2010	Envoi d'un communiqué aux membres du réseau communautaire CDC Rond Point.	-
Décembre 2010	Promotion du programme par le biais d'une lettre insérée dans les 1 200 paniers de Noël que distribue la Saint-Vincent-de-Paul de Gatineau.	(1)
Octobre 2010	Envoi d'une lettre promotionnelle aux résidents des secteurs identifiés via la carte obtenue par l'ACEF de l'Outaouais.	-
12 mois	Via notre service de crédit, informer les clients en difficultés de paiement du programme.	-
12 mois	Entente de partenariat avec l'ACEF de l'Outaouais.	(1)
12 mois	Entente de commandite projet <i>Coops efficaces</i>	-

### Outils de communication à développer :

	Ajout d'un texte dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> du site Internet de Gazifère.	-
--	---	---

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 11.

## PROGRAMMES DU SECTEUR RÉSIDENTIEL

### GÉNÉRATEUR D'AIR CHAUD À HAUT RENDEMENT ÉNERGÉTIQUE – marché existant (volet location)

---

#### Objectifs de communication :

- Promouvoir les avantages d'un générateur d'air chaud à haut rendement énergétique;
- Promouvoir l'offre de remise de 200 \$ à la location d'un générateur d'air chaud offrant un rendement énergétique égal ou supérieur à 95 %.

#### Clientèles cibles :

##### Marché existant :

- Propriétaires et locataires d'un générateur d'air chaud à gaz naturel;
- Clients potentiels sur le réseau, non branchés, pour la conversion au gaz naturel;
- Installateurs d'appareils de chauffage dans le marché existant.

#### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme sur la page d'accueil et dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
12 mois	Encart promotionnel disponible à la réception de Gazifère.	-
Février 2010	Promouvoir le programme par le biais de l'Info Gaz « Spécial Efficacité énergétique » du mois de février 2010 (édition bilingue) distribué aux 33 000 clients de Gazifère.	(1)
Mars 2010	Promouvoir le programme lors du salon Expo Habitat.	(1)
12 mois	Insérer un encart promotionnel sur le programme dans les trousseaux d'économiseurs d'eau chaude.	-
12 mois	De la sollicitation téléphonique sera effectuée par l'un de nos partenaires d'affaires. L'argumentaire développé en 2008, mettant en valeur les avantages d'un générateur d'air chaud à haut rendement énergétique, sera adapté aux nouveaux paramètres du programme en 2010.	-

#### Stratégie d'intervention destinée aux installateurs d'appareil de chauffage :

Février 2010	Rencontre avec les partenaires d'affaires accrédités de Gazifère.	(1)
Février 2010	Distribution du nouvel encart aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché résidentiel.	-
Janvier 2010	Promotion du programme par le biais d'une <i>Info lettre</i> destinée aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché résidentiel.	(1)

#### Outils de communication à développer :

	Conception d'un nouvel encart promotionnel	250 \$
	Impression de l'encart (recto verso anglais/français) (distribué aux partenaires d'affaires, aux installateurs, au Salon Expo Habitat et à la réception).	200 \$
	<b>Total :</b>	<b>450 \$</b>

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 11.

**TOTAL : 450 \$**

## GÉNÉRATEUR D'AIR CHAUD À HAUT RENDEMENT ÉNERGÉTIQUE- Marché de la nouvelle construction (volet achat et location)

---

### Objectifs de communication :

- Promouvoir les avantages d'un générateur d'air chaud à haut rendement énergétique;
- Promouvoir l'offre de remise de 200 \$ à l'achat ou à la location d'un générateur d'air chaud offrant un rendement énergétique égal ou supérieur à 95 %.

### Clientèles cibles :

Marché de la nouvelle construction :

- Propriétaires de maison neuve;
- Constructeurs de maisons neuves;
- Installateurs d'appareils de chauffage dans le marché de la nouvelle construction.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme sur la page d'accueil et dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
12 mois	Encart promotionnel disponible à la réception de Gazifère.	-
Février 2010	Promouvoir le programme par le biais de l'Info Gaz « Spécial Efficacité énergétique » du mois de février 2010 (édition bilingue) distribué aux 33 000 clients de Gazifère.	(1)
Mars 2010	Promouvoir le programme lors du salon Expo Habitat.	(1)

### Stratégie d'intervention destinée aux constructeurs d'habitation :

	Présentation du programme aux constructeurs d'habitation de la région par le conseiller en développement de marchés secteur résidentiel de Gazifère. (Rappel de l'offre, remise d'un encart promotionnel)	-
	Promotion du programme par le biais d'une <i>Info lettre</i> destinée aux constructeurs d'habitation et aux installateurs dans le marché de la nouvelle construction.	(1)

### Outils de communication à développer :

	Conception d'un nouvel encart promotionnel	250 \$
	Impression de l'encart (recto verso anglais/français) (distribué aux constructeurs d'habitation, aux installateurs, au Salon Expo Habitat et à la réception).	200 \$
	<b>Total :</b>	<b>450 \$</b>

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 11.

**TOTAL : 450 \$**

## THERMOSTATS PROGRAMMABLES (volet achat et location)

---

### Objectif de communication :

- Informer la clientèle cible des avantages d'utiliser un thermostat programmable;
- Promouvoir l'offre d'installation du thermostat programmable pour 44 \$ lors d'un appel de service ou d'un rendez-vous pour l'entretien d'un appareil de chauffage.

### Clientèles cibles :

- Propriétaires d'un générateur d'air chaud à gaz naturel;
- Locataires d'un générateur d'air chaud à gaz naturel.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	Existant
12 mois	Encart promotionnel disponible à la réception.	-
Février 2010	Promouvoir le programme par le biais de l'Info Gaz « Spécial efficacité énergétique » du mois de février 2010 (édition bilingue) distribué aux 33 000 clients de Gazifère.	(1)
Mars 2010	Promouvoir le programme lors du Salon Expo Habitat.	(1)
12 mois	Remettre aux clients, qui optent pour un thermostat programmable, un encart qui expliquera en quelques étapes faciles le mode d'utilisation du thermostat et les avantages d'une bonne utilisation.	-

### Activités de relations publiques :

12 mois	Sollicitation postale : poster aux clients qui louent leur appareil de chauffage, une lettre et un encart promotionnel rappelant l'offre.	-
12 mois	Rappeler l'offre d'installation du thermostat programmable lors de l'appel de sollicitation de prise de rendez-vous.	-

### Outils de communication à développer :

	Conception d'un bandeau pour promouvoir le programme en page d'accueil du site Internet.	300 \$
	Réimpression de l'encart « Votre thermostat programmable » (700 exemplaires)	200 \$
	Réimpression de l'encart sur l'offre d'installation d'un thermostat programmable (3 500 exemplaires).	500 \$
	<b>Total :</b>	<b>1 000 \$</b>

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 11.

**TOTAL : 1 000 \$**

## TROUSSE DE PRODUITS ÉCONOMISEURS D'EAU CHAUDE

---

### Objectifs de communication :

- Informer la clientèle cible de l'offre gratuite de Gazifère;
- Promouvoir l'installation de produit économiseur d'eau et d'énergie.

### Clientèles cibles :

- Propriétaires et locataires d'un chauffe-eau à gaz naturel;

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme sur la page d'accueil et dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Février 2010	Promouvoir le programme par le biais de l'Info Gaz « Spécial Efficacité énergétique » du mois de février 2010 (édition bilingue) distribué aux 33 000 clients de Gazifère.	(1)
Mars 2010	Promouvoir la trousse lors du salon Expo Habitat (démo)	(1)
Novembre 2010	Envoi d'un communiqué aux CLSC de la région et aux organismes communautaires qui œuvrent auprès de ménages à revenu modeste. (Envoi d'encarts promotionnels au besoin).	-
Novembre 2010	Envoi d'un communiqué aux membres du réseau communautaire CDC Rond Point. (Envoi d'encarts promotionnels au besoin).	-

### Activités de relations publiques :

Décembre 2010	Promotion du programme par le biais d'une lettre promotionnelle insérée dans les 1 200 paniers de Noël que distribue la Saint-Vincent-de-Paul de Gatineau.	(1)
12 mois	Insérer un encart promotionnel sur le programme dans les pochettes d'informations que distribue l'ACEF de l'Outaouais dans le cadre du programme Éconologis.	-

### Outils de communication à développer :

Au besoin	Réimpression de l'encart. (distribué aux organismes communautaires, au Salon Expo Habitat et à la réception)	100 \$
<b>Total :</b>		<b>100 \$</b>

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 11.

**Total : 100 \$**

## CHAUFFE-EAU INSTANTANÉ (Volet achat et location)

---

### Objectifs de communication :

- Informer la clientèle cible des avantages d'un chauffe-eau instantané;
- Promouvoir l'offre de remise de 300 \$ à l'achat ou à la location d'un chauffe-eau instantané.

### Clientèles cibles :

#### Marché existant :

- Propriétaires et locataires d'un chauffe-eau à gaz naturel;

#### Marché de la nouvelle construction :

- Constructeurs de maisons neuves;
- Propriétaires constructeurs de leur maison.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	Existant
Mars 2010	Promouvoir le concept lors du salon ExpoHabitat.	(1)
	Promouvoir le programme auprès des membres de l'Association provinciale des constructeurs d'habitations du Québec inc. (APCHQ) par le biais du journal <i>Le Toit</i> .	-

### Stratégie d'intervention destinée aux constructeurs d'habitation :

	Présentation du programme aux constructeurs d'habitation de la région par le conseiller en développement de marchés secteur résidentiel de Gazifère. (Rappel de l'offre, remise d'un encart promotionnel)	-
	Promotion du programme par le biais d'une <i>Info lettre</i> destinée aux constructeurs d'habitation.	(1)

### Outils de communication à développer :

	Modification de l'encart promotionnel.	-
Au besoin	Réimpression de l'encart promotionnel.	100 \$
	<b>Total :</b>	<b>100 \$</b>

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 11.

**TOTAL : 100 \$**

## RÉCUPÉRATEUR DE CHALEUR DES EAUX DE DOUCHE

---

### Objectifs de communication :

- Informer la clientèle cible des avantages d'un système de récupérateur de chaleur des eaux de douche;
- Inciter la clientèle cible à procéder à l'installation d'un tel système lors de la construction de leur maison.

### Clientèles cibles :

Marché existant :

- Propriétaires et locataires d'un chauffe-eau à gaz naturel;

Marché de la nouvelle construction :

- Constructeurs de maisons neuves;
- Propriétaires constructeurs de leur maison.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	Existant
12 mois	Encart promotionnel disponible à la réception.	-
Février 2010	Promouvoir le programme par le biais de l'Info Gaz « Spécial efficacité énergétique » du mois de février 2010 (édition bilingue) distribué aux 33 000 clients de Gazifère.	(1)
Mars 2010	Promouvoir le concept lors du salon Expo Habitat (démonstration).	(1)

### Stratégie d'intervention destinée aux constructeurs d'habitation :

	Présentation du programme aux constructeurs d'habitation de la région par le conseiller en développement de marchés secteur résidentiel de Gazifère. (Rappel de l'offre, remise d'un encart promotionnel)	-
	Promotion du programme par le biais d'une <i>Info lettre</i> destinée aux constructeurs d'habitation.	(1)

### Outils de communication à développer :

	Réimpression d'un encart promotionnel	100 \$
	<b>Total :</b>	<b>100 \$</b>

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 11.

**TOTAL : 100 \$**

## CHAUDIÈRE À EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE SUPÉRIEURE (volet achat et location)

---

### Objectifs de communication :

- Promouvoir les avantages d'une chaudière à haut rendement énergétique;
- Promouvoir l'offre de remise de 500 \$ à l'achat ou à la location d'une chaudière offrant un rendement énergétique égal ou supérieur à 85 %.

### Clientèles cibles :

Marché existant :

- Propriétaires et locataires d'une chaudière;
- Installateurs d'appareils de chauffage dans le marché existant.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	Existant
12 mois	Encart promotionnel disponible à la réception de Gazifère.	-
Février 2010	Promouvoir le programme par le biais de l'Info Gaz « Spécial Efficacité énergétique » du mois de février 2010 (édition bilingue) distribué aux 33 000 clients de Gazifère.	(1)
Mars 2010	Promouvoir le programme lors du salon Expo Habitat.	(1)

### Stratégie d'intervention destinée aux installateurs d'appareil de chauffage :

Février 2010	Rencontre avec les partenaires d'affaires accrédités de Gazifère.	(1)
Février 2010	Distribution du nouvel encart aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché résidentiel.	-
Janvier 2010	Promotion du programme par le biais d'une <i>Info lettre</i> destinée aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché résidentiel.	(1)

### Outils de communication à développer :

	Ajout d'un texte dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> du site Internet de Gazifère.	-
	Conception d'un nouvel encart promotionnel	500 \$
	Impression de l'encart (recto verso anglais/français) (distribué aux partenaires d'affaires, aux installateurs, au Salon Expo Habitat et à la réception).	400 \$
	<b>Total :</b>	<b>900 \$</b>

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 11.

**TOTAL : 900 \$**

## PROGRAMMES RÉSIDENTIELS - ACTIVITÉS GÉNÉRALES

Certaines activités de communication ont pour objectif de faire la promotion simultanée de plusieurs programmes en efficacité énergétique ou encore de diriger les consommateurs vers la section *Nos Programmes d'efficacité énergétique* de notre site Internet. Pour une attribution des coûts promotionnels plus représentative, nous regroupons ces dépenses générales dans cette section.

### Frais généraux

#### Activités promotionnelles :

Date		Coût
Mars 2009	Présence au salon Expo Habitat.	-
	Exposer la bannière « <i>Confort et efficacité énergétique</i> » à la réception.	-
	Impression d'une lettre promotionnelle insérée dans les 1 200 paniers de Noël que distribue la Saint-Vincent-de-Paul de Gatineau.	300 \$
	Rencontre avec les partenaires d'affaires accrédités de Gazifère.	100 \$
	Entente de partenariat avec l'ACEF de l'Outaouais.	1 000 \$
	<b>Total :</b>	<b>1 400 \$</b>

#### Placement médias :

Date	Médias	Coût
Février et Octobre	Capsules 30 secondes TVA-CHOT – Messages généraux de sensibilisation à l'efficacité énergétique qui suscitent la visite du site Internet de Gazifère.	10 000 \$
Février et Octobre	Affichage dans les autobus de la STO sur le circuit « Ligne Verte ».	2 400 \$
Février et Octobre	Affichage dans les Abribus de la STO.	6 700 \$
	<b>Total :</b>	<b>19 100 \$</b>

#### Outils de communication à développer :

	Conception et impression d'une <i>Info lettre</i> destinée aux constructeurs d'habitation et d'une <i>Info lettre</i> destinée aux installateurs d'appareils de chauffage dans le marché résidentiel.	1 500 \$
Février 2010	Impression Info Gaz Spécial Efficacité énergétique	5 000 \$
Janvier 2010	Conception Info Gaz Spécial Efficacité énergétique	1 300 \$
	Conception d'une affiche suspendue pour le Salon Expohabitat	600 \$
	Impression d'une affiche suspendue	500 \$
	Boîte concours pour le Salon Expohabitat	150 \$
	<b>Total :</b>	<b>9 050 \$</b>

**Total : 29 550 \$**

## PROGRAMMES DU SECTEUR COMMERCIAL ET INSTITUTIONNEL

### APPUI AUX INITIATIVES - OPTIMISATION ÉNERGÉTIQUE DES BÂTIMENTS

---

#### Objectifs de communication :

- Inciter les propriétaires de bâtiments commerciaux ou institutionnels à mettre en œuvre des mesures d'efficacité énergétique.

#### Clientèles cibles :

- Propriétaires de bâtiments commerciaux ou institutionnels neufs ou existants;
- Constructeurs de bâtiments commerciaux ou institutionnels;
- Firmes d'ingénieries.

#### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Janvier 2010	Envoi postal d'une <i>Info lettre</i> destinée aux clients commerciaux et institutionnels, à l'entrepreneur en service, aux firmes d'ingénieries, aux constructeurs de bâtiments commerciaux et institutionnels et aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
12 mois	Promotion du programme par le conseiller en développement de marchés secteur commercial et industriel de Gazifère.	-

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 20.

## CHAUFFE-EAU EFFICACE (PETIT ET GRAND RÉSERVOIR)

---

### Objectifs de communication :

- Promouvoir les avantages de chauffe-eau efficace.

### Clientèles cibles :

- Propriétaires de bâtiments commerciaux ou institutionnels neufs ou existants;
- Installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.
- Constructeurs de bâtiments commerciaux ou institutionnels;
- Entrepreneur en service de Gazifère.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Janvier 2010	Envoi postal d'une <i>Info lettre</i> destinée aux clients commerciaux et institutionnels, à l'entrepreneur en service, aux firmes d'ingénieries, aux constructeurs de bâtiments commerciaux et institutionnels et aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
Février 2010	Rencontre avec l'entrepreneur en service de Gazifère.	-
12 mois	Promotion du programme par le conseiller en développement de marchés secteur commercial et industriel de Gazifère.	-

### Outils de communication à développer :

	Ajout d'un texte dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> du site Internet de Gazifère	-
--	--	---

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 20.

## CHAUDIÈRE À EFFICACITÉ INTERMÉDIAIRE (volet achat et location)

---

### Objectifs de communication :

- Promouvoir les avantages des chaudières à efficacité intermédiaire.

### Clientèles cibles :

- Propriétaires de bâtiments commerciaux ou institutionnels neufs ou existants;
- Constructeurs de bâtiments commerciaux ou institutionnels;
- Installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.
- Firmes d'ingénieries.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Janvier 2010	Envoi postal d'une <i>Info lettre</i> destinée aux clients commerciaux et institutionnels, à l'entrepreneur en service, aux firmes d'ingénieries et aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
Février 2010	Rencontre avec les principaux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
12 mois	Promotion du programme par le conseiller en développement de marchés secteur commercial et industriel de Gazifère.	-

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 20.

## CHAUFFE-EAU À EFFICACITÉ INTERMÉDIAIRE

---

### Objectifs de communication :

- Promouvoir les avantages des chauffe-eau à efficacité intermédiaire.

### Clientèles cibles :

- Propriétaires de bâtiments commerciaux ou institutionnels neufs ou existants;
- Constructeurs de bâtiments commerciaux ou institutionnels;
- Installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.
- Firmes d'ingénieries.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Janvier 2010	Envoi postal d'une <i>Info lettre</i> destinée aux clients commerciaux et institutionnels, à l'entrepreneur en service, aux firmes d'ingénieries, aux constructeurs de bâtiments commerciaux et institutionnels et aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
Février 2010	Rencontre avec les principaux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
12 mois	Promotion du programme par le conseiller en développement de marchés secteur commercial et industriel de Gazifère.	-

### Outils de communication à développer :

	Ajout d'un texte sur le programme Chauffe-eau à efficacité intermédiaire et d'une liste des appareils admissibles dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> du site Internet de Gazifère.	-
--	--	---

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 20.

## CHAUFFE-EAU À CONDENSATION (volet achat et location)

---

### Objectifs de communication :

- Promouvoir les avantages des chauffe-eau à condensation.

### Clients cibles :

- Propriétaires de bâtiments commerciaux ou institutionnels neufs ou existants;
- Constructeurs de bâtiments commerciaux ou institutionnels;
- Installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.
- Firmes d'ingénieries.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Janvier 2010	Envoi postal d'une <i>Info lettre</i> destinée aux clients commerciaux et institutionnels, à l'entrepreneur en service, aux firmes d'ingénieries, aux constructeurs de bâtiments commerciaux et institutionnels et aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
Février 2010	Rencontre avec les principaux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
12 mois	Promotion du programme par le conseiller en développement de marchés secteur commercial et industriel de Gazifère.	-

### Outils de communication à développer :

	Ajout d'un texte sur le programme Chauffe-eau à condensation et d'une liste des appareils admissibles dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> du site Internet de Gazifère.	-
--	--	---

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 20.

## CHAUDIÈRE À CONDENSATION (volet achat et location)

---

### Objectifs de communication :

- Promouvoir les avantages des chaudières à condensation.

### Clientèles cibles :

- Propriétaires de bâtiments commerciaux ou institutionnels neufs ou existants;
- Constructeurs de bâtiments commerciaux ou institutionnels;
- Installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.
- Firmes d'ingénieries.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Janvier 2010	Envoi postal d'une <i>Info lettre</i> destinée aux clients commerciaux et institutionnels, à l'entrepreneur en service, aux firmes d'ingénieries et aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
Février 2010	Rencontre avec les principaux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
12 mois	Promotion du programme par le conseiller en développement de marchés secteur commercial et industriel de Gazifère.	-

### Outils de communication à développer :

	Ajout d'un texte sur le programme Chaudière à condensation et d'une liste des appareils admissibles sur le site Internet.	-
--	---	---

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 20.

## ÉTUDE DE FAISABILITÉ

### Objectifs de communication :

- Promouvoir l'aide financière offerte par Gazifère pour la réalisation d'une étude de faisabilité portant sur des mesures d'efficacité énergétique.

### Clients cibles :

- Propriétaires de bâtiments commerciaux ou institutionnels neufs ou existants;
- Constructeurs de bâtiments commerciaux ou institutionnels;
- Firmes d'ingénieries.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Janvier 2010	Envoi postal d'une <i>Info lettre</i> destinée aux clients commerciaux et institutionnels, à l'entrepreneur en service, aux firmes d'ingénieries, aux constructeurs de bâtiments commerciaux et institutionnels et aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
12 mois	Promotion du programme par le conseiller en développement de marchés secteur commercial et industriel de Gazifère.	-

### Placement médias :

	Publicité – Revue Gaz Québec de l'Association Québécoise du Gaz Naturel.	-

### Outils de communication à développer :

	Ajout d'un texte dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> du site Internet de Gazifère	-
--	--	---

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 20.

## UNITÉ DE CHAUFFAGE À L'INFRAROUGE

### Objectifs de communication :

- Promouvoir les avantages d'une unité de chauffage à l'infrarouge.

### Clients cibles :

- Propriétaires de bâtiments commerciaux ou institutionnels neufs ou existants (ex. entrepôts, garages, arénas, églises);
- Constructeurs de bâtiments commerciaux ou institutionnels;
- Installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.
- Firmes d'ingénieries.

### Activités promotionnelles :

12 mois	Promouvoir le programme dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> de notre site Internet.	-
Janvier 2010	Envoi postal d'une <i>Info lettre</i> destinée aux clients commerciaux et institutionnels, à l'entrepreneur en service, aux firmes d'ingénieries, aux constructeurs de bâtiments commerciaux et institutionnels et aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	(1)
Février 2010	Rencontre avec les principaux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	-
12 mois	Promotion du programme par le conseiller en développement de marchés secteur commercial et industriel de Gazifère.	-

### Outils de communication à développer :

	Ajout d'un texte dans la section <i>Nos programmes d'efficacité énergétique</i> du site Internet de Gazifère.	-
--	---	---

(1) : Les coûts inhérents à cette activité font partie des coûts regroupés à la section *Activités générales*, page 20.

## PROGRAMMES COMMERCIAUX ET INSTITUTIONNELS – ACTIVITÉS GÉNÉRALES

Certaines activités de communication ont pour objectif de faire la promotion simultanée des programmes en efficacité énergétique ou encore de diriger les consommateurs vers la section *Nos programmes d'efficacité énergétique* de notre site Internet. Pour une attribution des coûts promotionnels plus représentative, nous regroupons ces dépenses générales dans cette section.

### Frais généraux

#### Activités promotionnelles :

	Entente de commandite avec l'Association de la construction du Québec.	1 000 \$
	Entente de commandite avec l'Ordre des ingénieurs du Québec	1 000 \$
	Rencontre avec les principaux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial.	100 \$
	Envoi électronique d'une publicité aux membres de la chambre de commerce de Gatineau.	100 \$
	<b>Total :</b>	<b>2 200 \$</b>

#### Placement médias :

Date	Médias	Coût
Mars et Novembre	Publicité de format ½ page, publiée dans le journal <i>Partenaires d'affaires</i> distribué à 9 000 exemplaires aux entreprises et aux gens d'affaires de la région de Gatineau.	1 600 \$
Mars et Novembre	Publicité format ½ page, publiée dans le journal Le Droit	4 000 \$
	Pub –Radio (Radio Énergie)	10 000 \$
	<b>Total :</b>	<b>15 600 \$</b>

#### Outils de communication à développer :

	Conception et impression d'une <i>Info lettre</i> destinée aux clients commerciaux et institutionnels, à l'entrepreneur en service, aux firmes d'ingénieries, aux constructeurs de bâtiments commerciaux et institutionnels, aux installateurs d'appareil de chauffage dans le marché commercial et à la Ville de Gatineau.	1 000 \$
	<b>Total :</b>	<b>1 000 \$</b>

**Total : 18 800 \$**

## TABLEAU DES DÉPENSES PAR PROGRAMME

Programme	Montant investi en promotion
<b>Résidentiel -</b>	
Chauffe-eau instantané	100 \$
Thermostats programmables	1 000 \$
Récupérateur de chaleur des eaux de douche	100 \$
Générateur d'air chaud à haut rendement énergétique – Marché de la nouvelle construction	450 \$
Générateur d'air chaud à haut rendement énergétique – Marché existant	450 \$
Chaudière à efficacité énergétique supérieure	900 \$
Trousse d'économiseurs d'eau chaude	100 \$
Générateur d'air chaud à haut rendement énergétique – Volet communautaire	-
Aide financière à la rénovation – Coopératives d'habitation et organismes à vocation sociocommunautaire	-
<i>Volet résidentiel /Activités générales -</i>	29 550 \$
<b>Commercial et institutionnel -</b>	
Chauffe-eau efficaces	-
Étude de faisabilité	-
Optimisation énergétique des bâtiments	-
Chaudière à efficacité intermédiaire et à condensation	-
Unité de chauffage à l'infrarouge	-
Chauffe-eau à efficacité intermédiaire et à condensation	-
<i>Volet commercial et institutionnel /Activités générales -</i>	18 800 \$
<b>Total :</b>	<b>51 450 \$</b>

## **STRATÉGIE D'INTERVENTION DESTINÉE À LA VILLE DE GATINEAU**

---

L'ajout de nouveaux programmes adressés au marché commercial et institutionnel devrait contribuer à la réalisation des grandes orientations que s'est fixée la Ville de Gatineau dans le cadre de sa politique environnementale. Sept thèmes ont été identifiés par cette politique et chacun d'entre eux a des objectifs définis.

En matière d'énergie, la Ville fixe les objectifs suivants<sup>1</sup> :

- *construire et rénover les bâtiments municipaux selon des pratiques écologiques;*
- *optimiser la consommation d'énergie pour les usages municipaux;*
- *soutenir des mesures encourageant la construction de bâtiments écoénergétiques et un environnement bâti durable;*
- *favoriser l'utilisation d'énergie renouvelable.*

En 2010, Gazifère compte poursuivre ses efforts de communication auprès de la Ville de Gatineau afin de sensibiliser cette dernière aux programmes d'efficacité énergétique de l'entreprise. La stratégie d'intervention vise à définir plus particulièrement les activités de communication destinées à cette municipalité. Cette stratégie d'intervention prévoit la promotion de tous les programmes d'efficacité énergétique destinés à la clientèle commerciale et institutionnelle de Gazifère.

Les activités suivantes seront réalisées :

- Envoi d'une lettre destinée au Maire et au Directeur général de la Ville de Gatineau. Cette lettre visera à inviter la Ville de Gatineau à participer à une rencontre d'information en plus de mettre en valeur les possibilités d'économies d'énergie et les aides financières disponibles;
- Rencontre d'information organisée par le conseiller en développement de marchés secteur commercial et industriel et la coordonnatrice des programmes d'efficacité énergétique de Gazifère. Cette rencontre permettra à Gazifère de présenter les nouveaux programmes d'efficacité énergétique offerts à sa clientèle commerciale et institutionnelle;
- Envoi d'une *Info lettre* qui résume l'offre en matière d'efficacité énergétique de Gazifère;
- Des suivis ponctuels seront effectués auprès de la coordonnatrice de la Politique environnementale et du technicien en gestion de l'énergie de la Ville de Gatineau afin de veiller à la bonne compréhension par Gazifère des besoins de cette dernière en matière d'énergie.

---

<sup>1</sup>[http://www.ville.gatineau.qc.ca/page.asp?p=la\\_ville/administration\\_municipale/politiques\\_vision/politique\\_environnementale](http://www.ville.gatineau.qc.ca/page.asp?p=la_ville/administration_municipale/politiques_vision/politique_environnementale)