



MONTRÉAL

1180, rue Drummond
Bureau 620
Montréal (Québec) H3G 2S1
T 514 878-9825

QUÉBEC

3340, rue de La Pérade
3^e étage
Québec (Québec) G1X 2L7
T 418 687-8025

SENSIBILITÉ AU PRIX DU GAZ NATUREL RENOUVELABLE

RAPPORT PRÉSENTÉ À ÉNERGIR



Une vaste expertise dans le domaine de l'énergie et des études de prix

Fondée en 1986 par des statisticiens, SOM est l'une des plus importantes maisons de recherche et l'un des principaux consultants dans le domaine de l'énergie au Québec. En effet, l'entreprise contribue activement à de nombreux projets pour des clients d'envergure, notamment Énergir et Hydro-Québec. De plus, SOM possède une riche expérience dans les études de prix, dont plusieurs projets comportant des analyses de segmentation de la clientèle.



Une approche digne d'excellence

En 1997, SOM est désignée lauréate du prix Argent des PME de la Banque Nationale, lequel souligne son excellence en affaires. En 2000, SOM reçoit le mérite commercial Desjardins, qui récompense le succès des entreprises qui se démarquent dans leur secteur d'activité. En 2019, SOM s'est vue décerner par la firme Gallup USA le prix du **meilleur fournisseur mondial** (« Global Quality of Service ») pour la qualité de ses opérations de collecte d'information auprès du grand public. Ces multiples reconnaissances témoignent de la culture de qualité qui prévaut au sein de l'entreprise depuis sa fondation.

Une équipe de statisticiens et d'experts en marketing expérimentés

Parmi son équipe de professionnels, SOM compte 6 experts qui cumulent tous plus de 20 ans d'expérience en recherche.



Description de l'expérience de SOM en analyse de prix et sensibilité au prix

En 2015, SOM a réalisé pour le compte d'Énergir une analyse du Programme de rabais à la consommation (PRC) et du Programme de rétention par voie de rabais à la consommation (PRRC). Dans le cadre de ce projet, le comportement d'achat des différents segments de clients a été modélisé en fonction des rabais offerts.

L'entreprise a réalisé des études de prix dans une variété de secteurs d'activité, soit l'alimentation (Métro, Sobeys, Lassonde), le secteur financier (Desjardins, La Capitale) et dans le domaine institutionnel (HEC, Ville de Montréal).

Ces expériences ont permis à SOM de développer une approche personnalisée qui prend en compte le contexte particulier de chaque secteur étudié.

04	/Contexte, objectifs et méthodologie abrégée
05	/Chapitre 1 : Mesure de l'attitude envers le GNR
14	/Chapitre 2 : Mesure de sensibilité au prix
18	/Chapitre 3 : Mesure des intentions d'achat du GNR
24	/Chapitre 4 : Modèle prédictif de choix énergétiques en situation concurrentielle
31	/Conclusions

ANNEXES

- /1.** Méthodologie détaillée
- /2.** Mesure de sensibilité au prix (par segment)
- /3.** Intentions d'achat par segment
- /4.** Modèles prédictifs de choix énergétiques en situation concurrentielle (par segment)
- /5.** Proportion estimée de clients acheteurs de GNR par segment selon la moyenne des deux modèles
- /6.** Profil des répondants

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE



Contexte Énergir est soumis à l'obligation d'injecter dans son réseau 1 % de GNR d'ici 2020-2021, une proportion qui devrait atteindre 5 % en 2024-2025. Dans cette optique, Énergir souhaite mieux comprendre la réceptivité de la clientèle à l'égard du GNR et sa sensibilité au prix.

- Objectifs**
- Comprendre l'attitude des clients à l'égard du GNR;
 - Mesurer les perceptions générales des clients à l'égard des sources d'énergie;
 - Mesurer la valeur accordée et la réaction des clients aux offres énergétiques.

Méthode Le chapitre 1 portera sur des éléments de contexte avec la mesure de l'attitude envers le GNR et les enjeux environnementaux. Aux chapitres 2, 3 et 4, trois analyses de mesure de la sensibilité au prix seront présentées. La comparaison des résultats constituera les conclusions de l'étude.

Population cible Clients d'Énergir qui achètent du gaz naturel et qui prennent les décisions ou donnent leur avis en ce qui concerne les choix énergétiques ou les choix financiers du bâtiment associé au compte du client.

Échantillonnage L'échantillon initial comporte un total de 153 638 comptes clients, dont 107 527 adresses courriel uniques. Au total, 2 151 répondants ont été interrogés. La taille de la population et le nombre de répondants par segment sont détaillés ci-dessous :

Segment	Taille de la population (adresses courriel uniques)	Nombre de répondants ¹
Résidentiel	76 414	1 264
Multi-habitation	578	181
Industriel	4 730	140
Institutionnel	2 381	92
Commercial	23 424	474

} Affaires
887

Collecte Sondage en ligne réalisé du 23 septembre au 4 octobre 2019.
Taux de réponse : 5,7 %².

Pondération Les répondants ont été pondérés afin que les résultats assurent la représentativité des segments de clientèle et le nombre de comptes à la charge du répondant.

Marge d'erreur La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 2,3 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.

Notes Les symboles + ou - spécifient des différences statistiquement significatives respectivement supérieures ou inférieures à un niveau de confiance de 95 % pour certains sous-groupes de répondants.

¹ Le nombre de répondants pour chacun des segments est déterminé à partir de la question A2.

² La méthodologie détaillée est présentée à l'annexe 1.

Chapitre 1

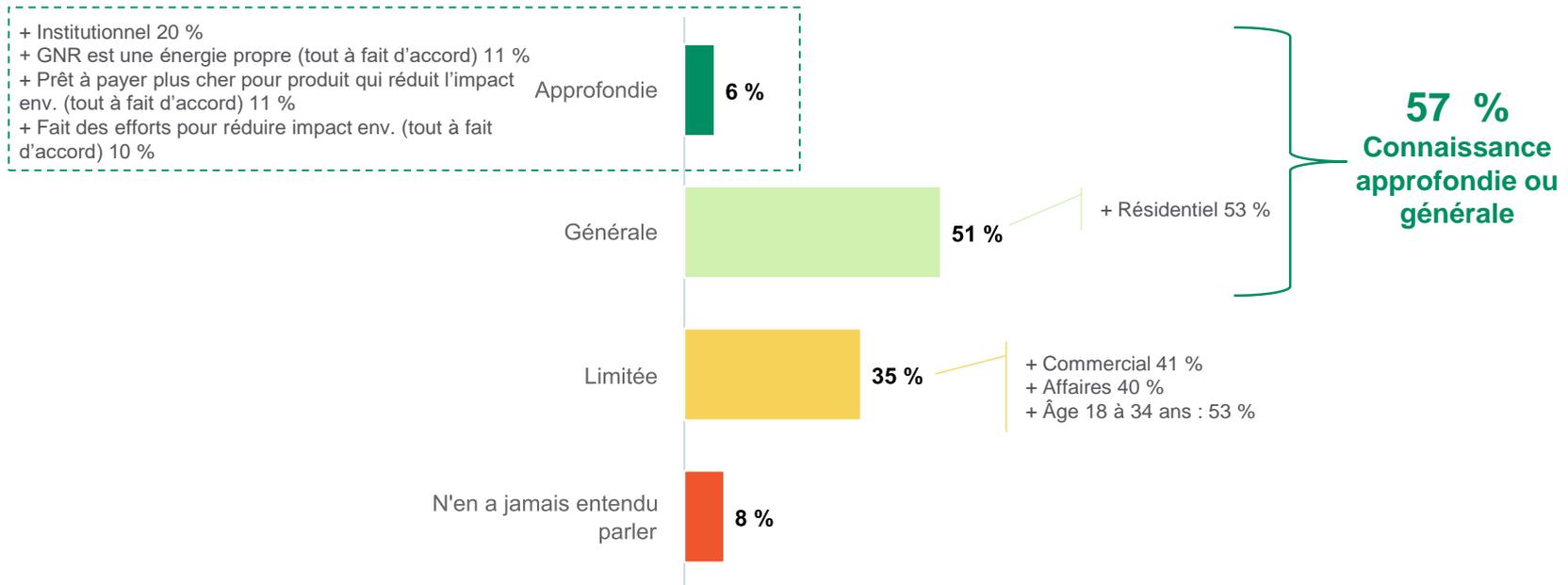
MESURE DE L'ATTITUDE ENVERS LE GNR



NIVEAU DE CONNAISSANCE DU GNR

B1 Comment qualifieriez-vous votre niveau de connaissance à propos du gaz naturel renouvelable? Diriez-vous que vous avez une connaissance...

Base : tous, n : 2 151



Un niveau de connaissance modérée du GNR

- Si la majorité des répondants estiment avoir au moins une connaissance générale du GNR (57 %), il n'en demeure pas moins que plus du tiers des répondants ont une connaissance limitée (35 %) et près d'un répondant sur dix n'a jamais entendu parler du GNR (8 %). Très peu (6 %) en ont une connaissance approfondie.
- Les répondants du segment affaires (40 %) et les jeunes (53 %) sont proportionnellement plus nombreux à avoir une connaissance limitée du GNR.

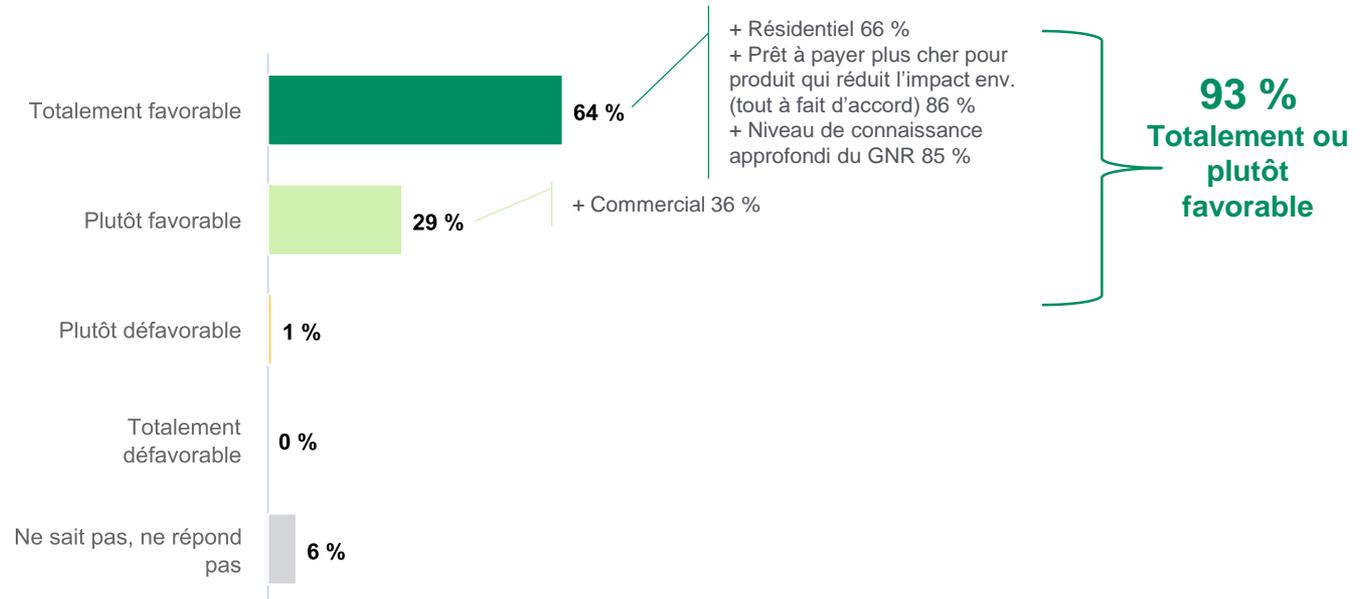
FAVORABILITÉ À INTÉGRER DU GNR DANS LE RÉSEAU D'ÉNERGIR



Mise en contexte de la question affichée aux répondants

Le gaz naturel renouvelable peut être produit, entre autres, à partir de déchets de table, de résidus agricoles et de boues provenant d'usines d'épuration. Le gaz naturel renouvelable est une énergie de source entièrement renouvelable comme l'énergie solaire ou éolienne. Ses propriétés sont identiques à celle du gaz naturel, on peut donc le mélanger dans le même réseau de distribution et l'utiliser sans changer les appareils.

B2 Êtes-vous favorable ou défavorable à ce qu'Énergir intègre du gaz naturel renouvelable dans son réseau de distribution?
Base : tous, n : 2 151

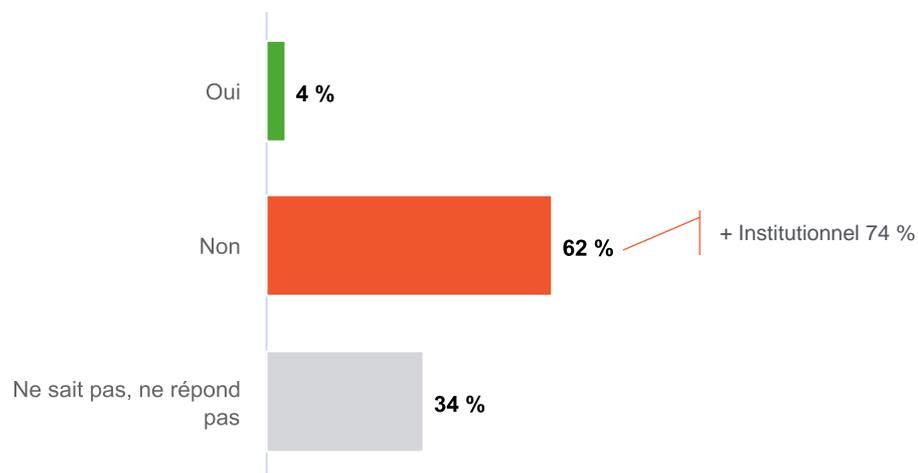


Une grande ouverture de principe à intégrer du GNR dans le réseau de distribution d'Énergir

- La quasi-totalité des répondants sont totalement ou plutôt favorables à ce que Énergir intègre du GNR dans son réseau (93 %).
- Chez les répondants du segment résidentiel, ceux qui affirment être tout à fait prêts à payer plus cher pour un produit ou un service qui réduit l'impact environnemental ou ceux ayant un niveau de connaissance approfondi du GNR sont plus nombreux, en proportion, à être totalement favorables à ce qu'Énergir intègre du GNR dans son réseau de distribution (66 %, 86 % et 85 %, respectivement).

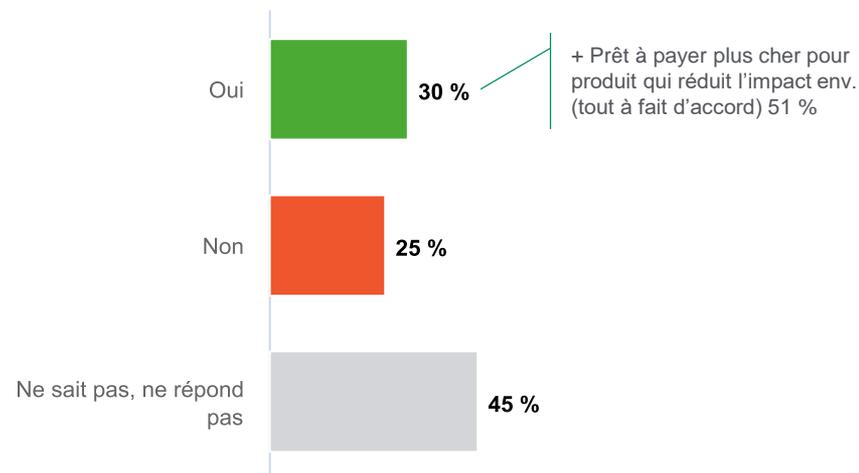
F1 À ce jour, des règlements ou normes vous obligent-ils à respecter une certaine proportion d'énergie renouvelable de l'énergie consommée par votre bâtiment à l'adresse...?

Base : répondants du segment affaires, n : 887



F2 Dans 5 ans, prévoyez-vous que des règlements ou normes vous obligeront à respecter une certaine proportion d'énergie renouvelable?

Base : répondants du segment affaires, n : 887



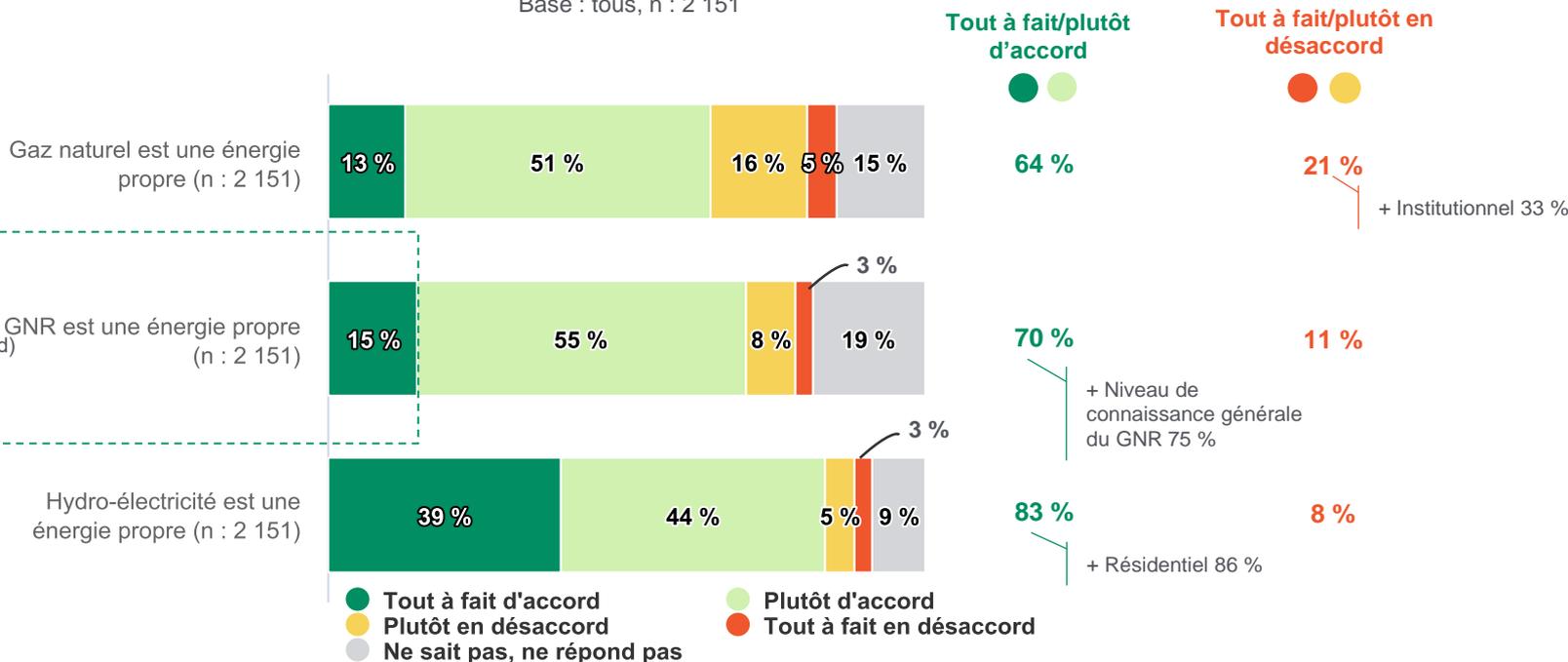
Les réglementations d'approvisionnement en énergie renouvelable sont encore peu répandues, mais plusieurs croient qu'elles seront plus présentes dans un avenir rapproché

- Une faible proportion de répondants du segment affaires doit respecter des réglementations en matière d'approvisionnement en énergie renouvelable (4 %). Dans 5 ans, près du tiers des répondants du segment affaires prévoient qu'ils devront respecter de telles réglementations (30 %).

PERCEPTION À L'ÉGARD DES SOURCES D'ÉNERGIE

F3A à F3C Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Base : tous, n : 2 151



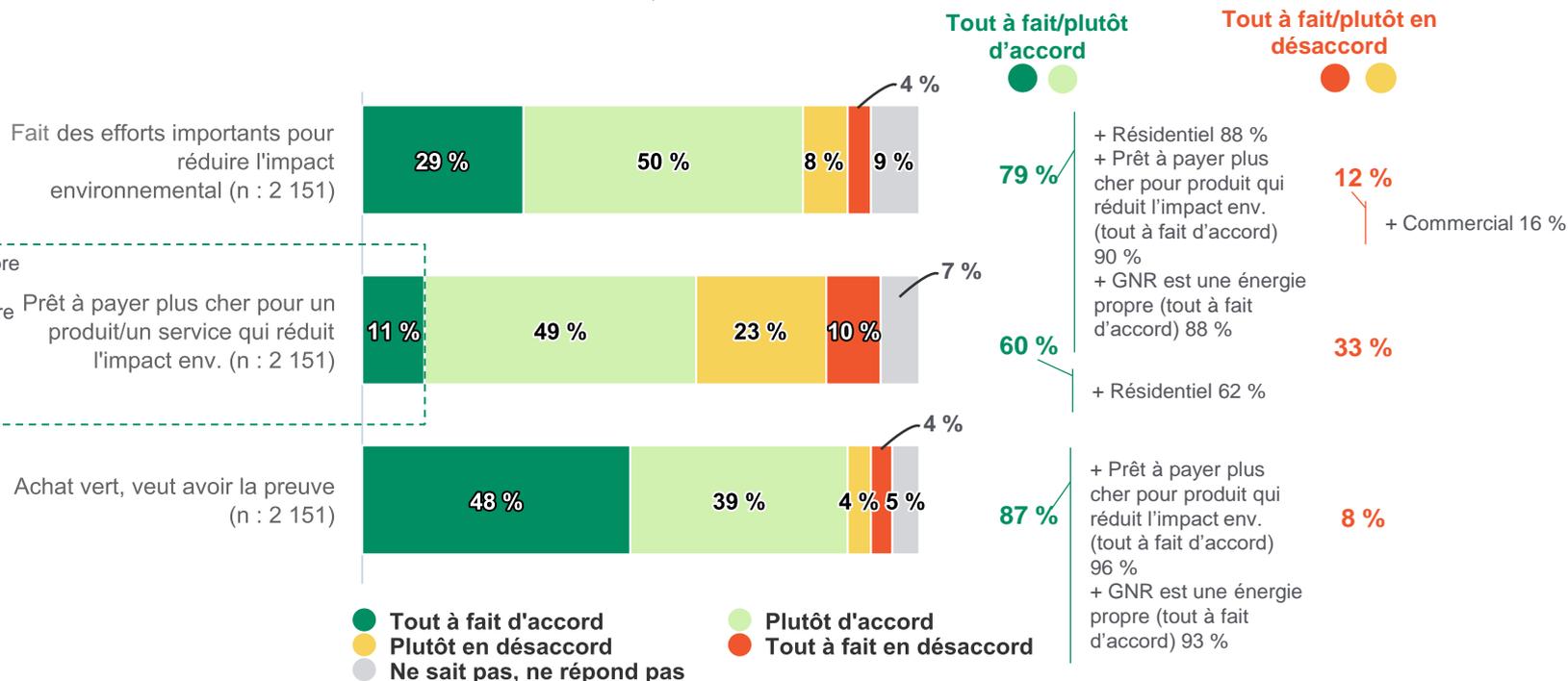
Le gaz naturel et le GNR sont perçus comme étant propres, mais pas autant que l'électricité

- La majorité des répondants considèrent que le gaz naturel, le GNR ou l'hydro-électricité sont des énergies propres (respectivement 64 %, 70 % et 83 %). Force est de constater que l'hydro-électricité est perçue comme la source d'énergie la plus propre par les répondants. Notons que la proportion de ceux qui considèrent que le GNR est une énergie propre (70 %) est statistiquement significativement plus élevée que ceux qui considèrent que le gaz naturel est une énergie propre (64 %), mais que l'écart entre les deux est somme toute limité.
- Les répondants affirmant être tout à fait prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit l'impact environnemental, ceux qui sont tout à fait d'accord pour faire des efforts pour réduire cet impact ou ceux qui ont un niveau de connaissance approfondi du GNR sont plus nombreux, en proportion, à considérer le GNR comme une énergie propre (respectivement 34 %, 25 % et 24 %).
- Il n'en demeure pas moins que près d'un répondant sur cinq ne se prononce pas quant au caractère « propre » du GNR (19 %). Cette réalité est plus marquée chez ceux qui ont une connaissance limitée du GNR ou qui n'en ont jamais entendu parler (respectivement 27 % et 34 %).

RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

F3D, F3F et F3G Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Base : tous, n : 2 151



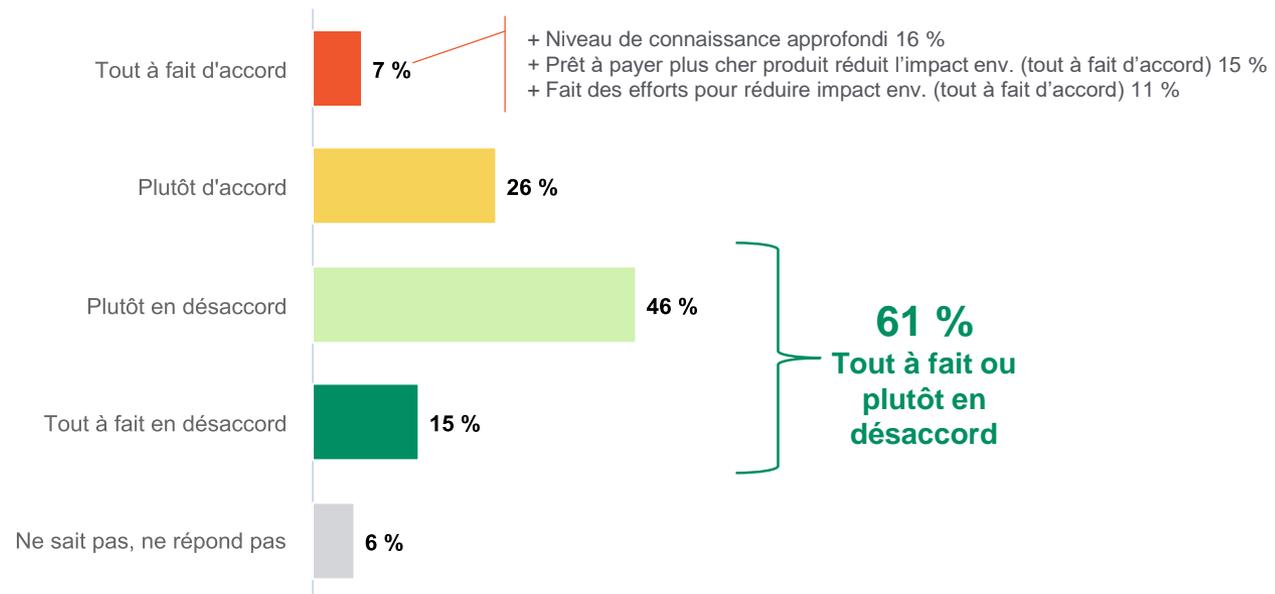
Les répondants reconnaissent la nécessité d'agir pour réduire l'impact environnemental, mais sont moins prêts à en payer le prix

- Bien que plus du trois quarts des répondants affirment faire des efforts importants pour réduire leur impact sur l'environnement (79 %), une proportion statistiquement significativement moins élevée (60 %) se dit prête à payer plus cher pour un produit ou un service qui réduit l'impact sur l'environnement. À l'opposé, le tiers des répondants n'est pas prêt à payer plus cher pour un tel produit ou service (33 %).
- Plus d'un répondant sur dix se dit tout à fait prêt à payer plus cher pour un produit ou un service qui réduit l'impact sur l'environnement (11 %). Cette proportion est plus importante chez ceux qui sont tout à fait d'accord que le GNR est une énergie propre, ceux qui sont tout à fait d'accord pour faire des efforts pour réduire leur impact environnemental ou chez ceux qui ont un niveau de connaissance approfondi du GNR (respectivement 25 %, 22 % et 18 %).
- La plupart des répondants souhaitent obtenir une preuve que leur achat est « vert » lorsqu'il l'est (87 %). Cette caractéristique est plus marquée chez ceux qui sont tout à fait prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit l'impact environnemental ou chez ceux qui sont tout à fait d'accord que le GNR est une énergie propre (respectivement 96 % et 93 %).

F3E Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant?

La planète subit une crise environnementale et il est trop tard pour la sauver.

Base : tous, n : 2 151



Vision optimiste face à la crise environnementale

- Malgré l'optimisme de la majorité des répondants face à la crise environnementale (61 %), il faut compter sur un certain fatalisme puisque le tiers des répondants est tout à fait ou plutôt d'accord qu'il est trop tard pour sauver la planète de la crise environnementale (33 %).
- En ce qui concerne les répondants ayant un niveau de connaissance approfondi du GNR, ceux se disant tout à fait prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit l'impact environnemental ou se disant tout à fait d'accord de faire des efforts pour réduire leur impact environnemental, ils sont proportionnellement plus nombreux à avoir une vision fataliste de la crise environnementale, soit à avoir répondu « tout à fait d'accord » (respectivement 16 %, 15 % et 11 %).

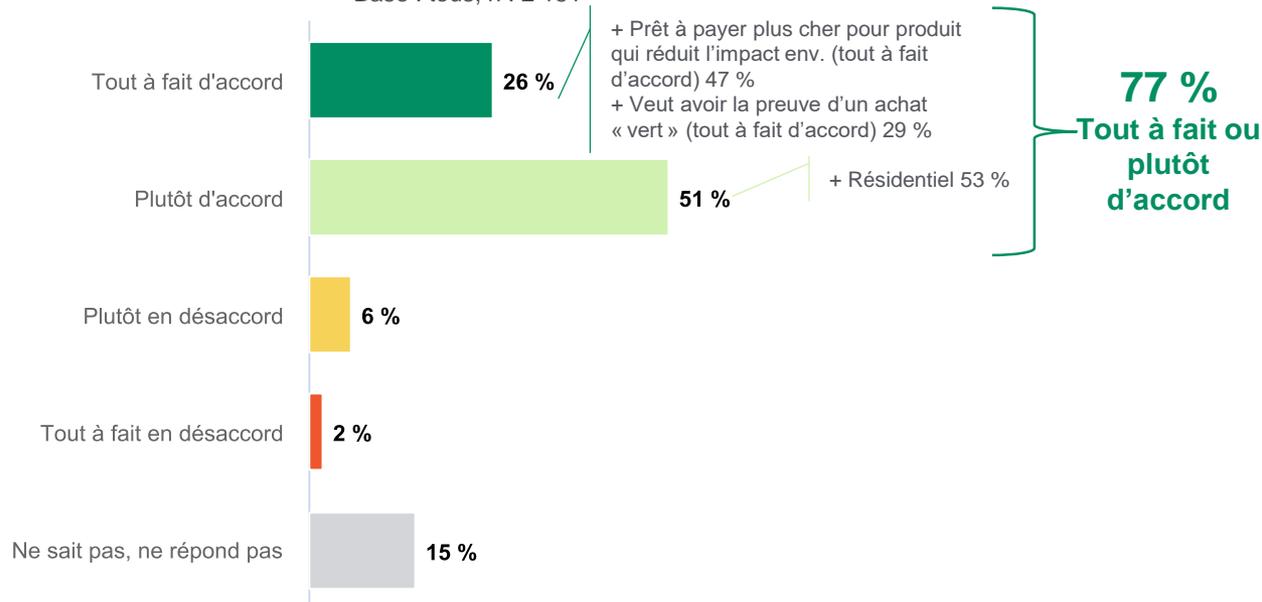
Mise en contexte de la question affichée aux répondants

Si vous choisissiez d'ajouter une certaine proportion de gaz naturel renouvelable à votre facture mensuelle, Énergir ajouterait la quantité correspondante de gaz naturel renouvelable à ses approvisionnements globaux. Il n'y aurait donc pas de changement dans la nature du gaz naturel livré à votre adresse.

F4 Considérant ce qui précède, êtes-vous d'accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant?

Vous avez pleinement confiance en Énergir pour ajouter réellement à ses approvisionnements la quantité de gaz naturel renouvelable que vous achèteriez.

Base : tous, n : 2 151



Plus du trois quarts des répondants démontrent une confiance en Énergir

- La plupart des répondants ont confiance en Énergir (77 %) pour ajouter réellement à ses approvisionnements la quantité de GNR que le client achète. Les autres évitent de se prononcer (15 %) et très peu affichent un manque de confiance (8 %).
- Les répondants se disant tout à fait prêts à payer plus cher pour un produit ou un service qui réduit l'impact environnemental ou se disant tout à fait d'accord concernant la nécessité d'obtenir une preuve lorsqu'ils effectuent un achat « vert » sont proportionnellement plus nombreux à avoir tout à fait confiance en Énergir (respectivement 47 % et 29 %).

FAITS SAILLANTS DE L'ATTITUDE À L'ÉGARD DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET DU GNR



INTÉRÊT MARQUÉ POUR LE GNR ET CONFIANCE EN ÉNERGIR

La quasi-totalité des clients est favorable à l'intégration du GNR dans le réseau gazier (93 %) et ils sont plus du trois quarts à démontrer une confiance envers Énergir pour en injecter dans le réseau (77 %).

LA MOBILISATION À L'ÉGARD DE L'ENVIRONNEMENT

Plus du trois quarts des répondants affirment faire des efforts importants afin de réduire leur impact sur l'environnement (79 %). En revanche, les clients sont moins nombreux à être prêts à payer plus cher pour un produit qui le permet (60 %). L'exigence d'une preuve que leur achat est « vert », le cas échéant, figure parmi les préoccupations d'une proportion importante de clients (87 %).

La mobilisation à l'égard de l'environnement devrait s'accroître au cours des 5 prochaines années parmi les clients du segment affaires. En effet, près du tiers de ces derniers (30 %) estiment que des réglementations ou des normes les obligeront à intégrer des énergies renouvelables à leur consommation d'ici 5 ans.

FATALISME FACE À LA CRISE ENVIRONNEMENTALE ET MANQUE DE CONNAISSANCE POUR LE GNR

Bien que la majorité des clients soient plutôt optimistes quant à la crise environnementale (61 %), on constate un certain fatalisme face à cette crise chez le tiers des répondants (33 %). On observe que les répondants ayant un niveau de connaissance approfondi du GNR sont également plus nombreux à avoir cette perspective fataliste (16 %). De plus, on note un manque de connaissance pour le GNR (connaissance approfondie du GNR, 6 %) et des perceptions erronées des attributs propres au produit.

Chapitre 2

MESURE DE SENSIBILITÉ AU PRIX



OBJECTIF Déterminer la fourchette de prix acceptable du GNR.

QUESTIONS PRÉSENTÉES Afin de mesurer la sensibilité au prix¹, quatre questions ont été posées aux répondants :

- C1 À quel prix considérez-vous que le gaz naturel renouvelable n'est PAS ASSEZ CHER, c'est-à-dire que **vous avez des doutes quant à sa qualité?**
- C2 À quel prix considérez-vous que le gaz naturel renouvelable n'est PAS CHER, c'est-à-dire que **ce serait une véritable aubaine?**
- C3 À quel prix considérez-vous que le gaz naturel renouvelable est CHER, c'est-à-dire que **vous pourriez envisager en principe de le choisir, mais seulement après mûre réflexion?**
- C4 À partir de quel prix considérez-vous que le gaz naturel renouvelable est TROP CHER, c'est-à-dire que **vous n'envisagez pas du tout de le choisir?**

Pour chacune des questions, le client devait répondre un montant mensuel. Les réponses obtenues ont ensuite été converties en pourcentage de la facture moyenne mensuelle du client².

LIMITES Cette méthode est une approche simplifiée, couramment utilisée dans les analyses de sensibilité au prix, mais qui présente certaines limites à considérer, dans le cas de produits nouveaux comme le GNR :

- Un manque de connaissance des répondants à l'égard du GNR peut mener à des résultats qui pourraient plus facilement évoluer en fonction d'une meilleure connaissance du produit. En d'autres mots, il peut être difficile pour le répondant d'attribuer une valeur à ce produit s'il n'est pas familier avec celui-ci. Comme 43 % des répondants ont une connaissance limitée du GNR ou n'en ont jamais entendu parler, cette remarque est importante.
- Étant donné que le GNR est un nouveau produit (dans la mesure où il n'est pas disponible au Québec pour grand public), il est plus difficile pour le répondant de lui attribuer une valeur, car les produits comparables qu'il connaît n'ont pas nécessairement des caractéristiques similaires. D'ailleurs, lors du sondage, on présente le montant de la facture mensuelle pour du gaz naturel. On suppose que le produit avec lequel les répondants comparent le GNR est le gaz naturel, ce qui peut créer un biais dans l'esprit du répondant. Ainsi, une meilleure définition des bénéfices écologiques et une valorisation du GNR pourraient augmenter sa valeur perçue.

¹ La méthode utilisée pour mesurer la sensibilité au prix se nomme Van Westendorp. Source : VAN WESTENDORP, Peter H. NSS Price Sensitivity Meter (PSM)— A new approach to study consumer perception of prices. In : *Proceedings of the ESOMAR Congress*. 1976. p. 139-167.

² Par exemple, si le client a une facture mensuelle moyenne de 100 \$ et qu'il se dit prêt à payer 125 \$ pour le GNR, le pourcentage obtenu donne 125 %.

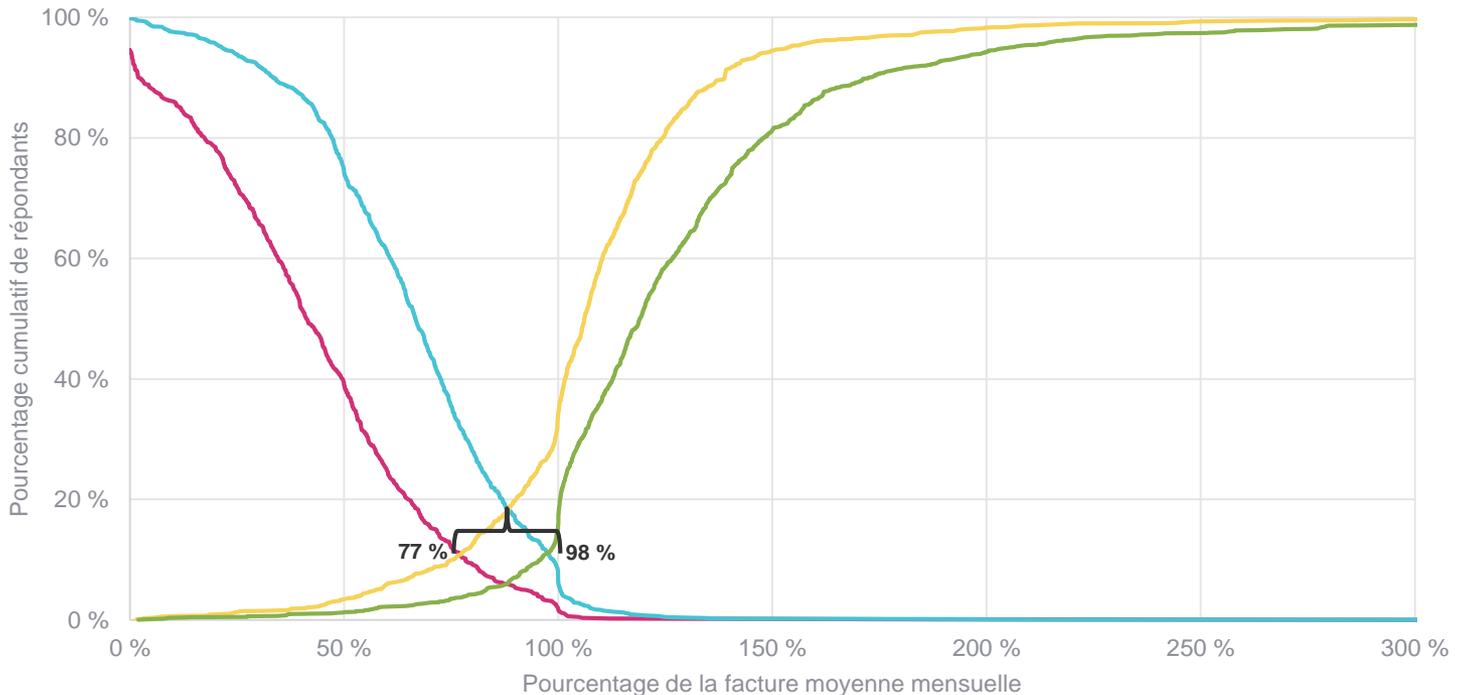
MESURE DE SENSIBILITÉ AU PRIX POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS



Une faible valeur perçue à l'égard du GNR¹

- Bien que la majorité des répondants affirment avoir un niveau de connaissance général du GNR (51 %), ils ne semblent pas sensibilisés à la valeur ajoutée et aux coûts de production de celui-ci. De ce fait, les résultats de la mesure de sensibilité au prix sont affectés à la baisse. La fourchette de prix acceptable est donc de 77 % à 98 % de la facture mensuelle moyenne, soit au croisement des courbes « pas assez cher » et « cher » pour la borne inférieure et des courbes « aubaine » et « trop cher » pour la borne supérieure.
- Sachant qu'il ne s'agit pas d'un scénario de prix réaliste pour Énergir, nous retenons que ces résultats indiquent qu'un important travail de valorisation est à accomplir afin que plus de clients soient prêts à payer plus cher pour le GNR.

Mesure de la sensibilité au prix du GNR de l'ensemble des répondants



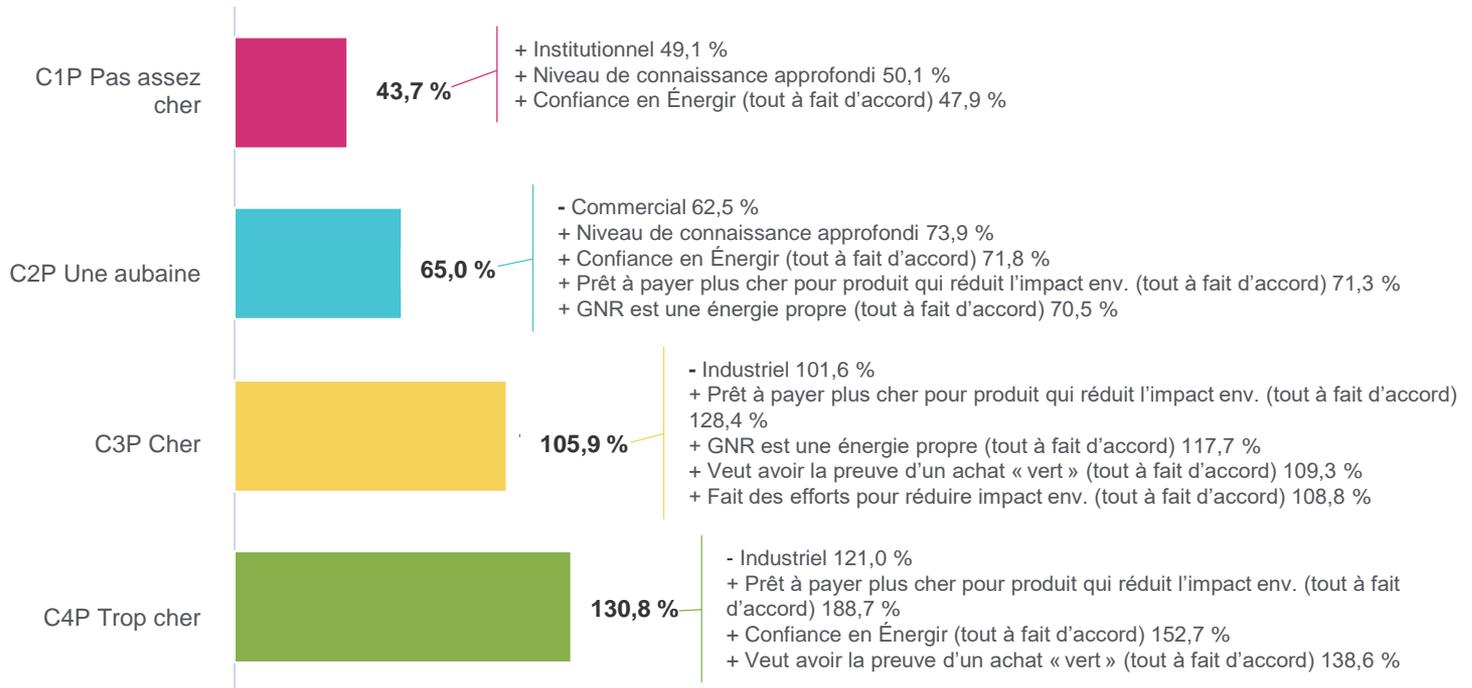
Moyennes	C1P Pas assez cher	C2P Aubaine	C3P Cher	C4P Trop cher
	43,72 %	64,94 %	105,93 %	130,82 %

Fourchette de prix acceptable
77 à 98 % de la facture mensuelle

¹ Les résultats par segment sont présentés à l'annexe 2.

MESURE DE SENSIBILITÉ AU PRIX POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS (SUITE)

Valeur (exprimée en % de la facture actuelle) associée à différents qualificatifs du prix (pas assez cher, une aubaine, cher, trop cher)



Une valeur perçue plus élevée du GNR chez ceux qui sont prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit l'impact environnemental

- Les répondants se disant tout à fait prêts à payer plus cher pour un produit ou un service qui réduit l'impact environnemental accordent, en moyenne, une plus grande valeur au GNR. En effet, ils considèrent que le GNR serait une aubaine à 71,3 %, cher à 128,4 % et trop cher à 188,7 % de leur facture mensuelle.
- À l'opposé, les répondants du segment industriel accordent, en moyenne, une valeur plus faible au GNR. Ils considèrent que le GNR est cher à 101,6 % et trop cher à 121,0 % de leur facture mensuelle.

Chapitre 3

MESURE DES INTENTIONS D'ACHAT DU GNR



OBJECTIF Estimer la proportion de clients acheteurs de GNR pour tous les niveaux de GNR confondus.

CONCEPTION DU QUESTIONNAIRE Afin de mesurer les intentions d'achat des clients, une série de 16 questions leur était posée. Les paramètres suivants ont permis de formuler les questions :

- Pourcentage de GNR parmi l'énergie consommée mensuellement : 100 %, 50 %, 25 % et 5 %;
- Montant de la facture correspondant à un prix de : 12 \$, 15 \$, 18 \$ et 20 \$ par GJ.

Les questions ont été posées par bloc dans l'ordre suivant :

- Bloc 1 – GNR 100 % : scénario à 12 \$, scénario à 15 \$, scénario à 18 \$ et scénario à 20 \$
- Bloc 2 – GNR 50 % : scénario à 12 \$, scénario à 15 \$, scénario à 18 \$ et scénario à 20 \$
- Bloc 3 – GNR 25 % : scénario à 12 \$, scénario à 15 \$, scénario à 18 \$ et scénario à 20 \$
- Bloc 4 – GNR 5 % : scénario à 12 \$, scénario à 15 \$, scénario à 18 \$ et scénario à 20 \$

Les questions ont été programmées afin de présenter au répondant une simulation de sa facture mensuelle moyenne réaliste en fonction du pourcentage de GNR et du scénario de prix.

Exemple : Pour 100 % de GNR à un scénario de 12 \$, le montant de la facture pour un répondant du segment résidentiel (facture moyenne est de 100 \$) serait de : $100 \$ \times 142 \% = 142 \$$. Les pourcentages pour estimer les scénarios de prix ont été fournis par Énergir.

Voici un exemple de question posée :

Si Énergir vous offrait **100 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer **(montant) par mois?**

- Certainement
- Probablement
- Probablement pas
- Certainement pas
- Je préfère ne pas répondre

L'intérêt à l'égard du GNR a été mesuré à partir de la proportion de clients ayant répondu « certainement » ou « probablement » à l'une des quatre questions posées par scénario de prix (soit à l'une des quatre proportions de GNR : 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %).

TRAITEMENT DES DONNÉES

Lorsqu'un client répondait « certainement pas » à l'une des questions d'un bloc, il passait au bloc suivant directement. Ainsi, on ne lui présentait pas les autres questions où le scénario de prix était plus élevé.

Comme les intentions exprimées ne sont jamais complètement réalisées, lors du traitement, pour chacun des répondants, un taux de réalisation a été attribué pour les codes « certainement » et « probablement » afin de mesurer les intentions d'achat. Nous présentons donc trois scénarios basés sur les hypothèses du tableau présenté ci-dessous (le scénario mitoyen est celui que nous privilégions par la suite) :

	Taux de réalisation de « certainement »	Taux de réalisation de « probablement »
Scénario élevé	0,8	0,4
Scénario mitoyen	0,70	0,25
Scénario bas	0,6	0,1

Ensuite, comme les clients peuvent choisir un pourcentage de GNR à intégrer dans le réseau, un facteur de correction a été attribué selon le pourcentage de GNR pour lequel le client a répondu « certainement » ou « probablement ».

- GNR 100 % : facteur de correction de 1
- GNR 50 % : facteur de correction de 0,5
- GNR 25 % : facteur de correction de 0,25
- GNR 5 % : facteur de correction de 0,05

De cette façon, un client intéressé à 100 % de GNR compte pour un client, alors qu'un client intéressé à 50 % de GNR compte pour un demi-client. Ceci permet d'obtenir une proportion plus réaliste des intentions d'achat du GNR.

Par exemple, selon le scénario élevé, si un client répond « certainement » à 50 % de GNR, le facteur de correction sera appliqué de la façon suivante : $0,8 \times 0,5 = 0,4$ client.

Pour chacun des répondants, ces deux coefficients ont été multipliés par scénario de prix et le maximum obtenu correspond à la valeur retenue par répondant.

La moyenne permet d'estimer les intentions d'achat pour chacun des scénarios de prix.

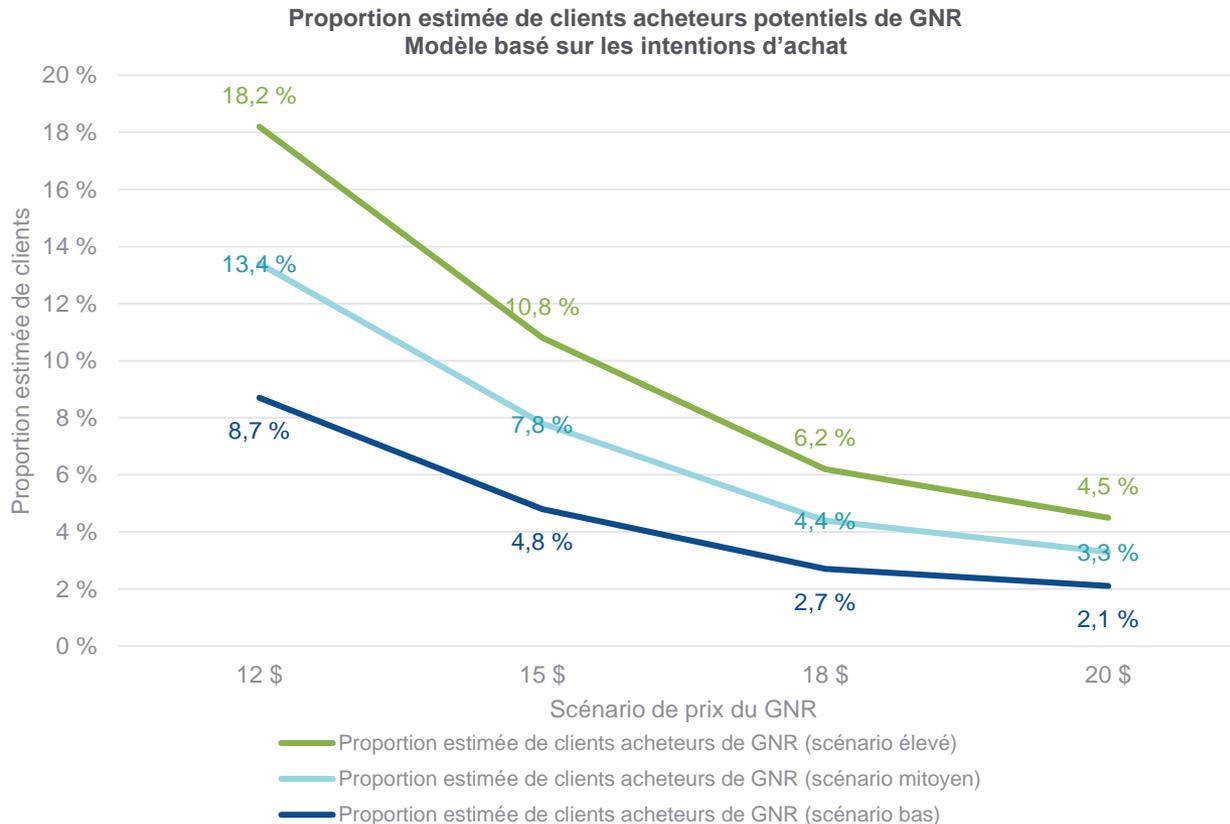
LIMITES

Les intentions d'achat exprimées ne permettent pas une prédiction de la proportion des clients qui passeront réellement à l'acte. On peut faire des hypothèses vraisemblables concernant les taux de réalisation des intentions, mais plusieurs facteurs sont susceptibles d'affecter la proportion de ceux qui achèteront réellement un produit (ex. : connaissance du GNR, changement de perception du GNR, manque d'incitatif pour l'achat de GNR, complexité du processus d'achat, etc.). Ainsi, appliquer le facteur d'ajustement permet de considérer les intentions d'achats avec réalisme.

INTENTIONS D'ACHAT POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS

Un grand pas entre l'intérêt au GNR et l'acte d'achat

- Les différents scénarios présentés varient en fonction du taux de réalisation de ceux qui ont démontré leur intérêt envers le GNR. Ce taux de réalisation variera en fonction des stratégies de mise en marché du GNR. Plusieurs scénarios de mesure des intentions d'achat sont prévus¹ :
 - Scénario élevé : 4,5 à 18,2 % de clients et acheteurs potentiels de GNR
 - Scénario mitoyen : 3,3 à 13,4 % de clients et acheteurs potentiels de GNR
 - Scénario bas : 2,1 à 8,7 % de clients et acheteurs potentiels de GNR
- Considérant qu'il n'y a pas encore de stratégie de mise en marché pour le GNR et que les intentions d'achat sont susceptibles de croître une fois qu'il y en aura, nous estimons que le scénario mitoyen représente le potentiel de marché une fois que de telles stratégies seront mises en branle. Ainsi, le scénario mitoyen est retenu pour estimer les intentions d'achat parmi ceux analysés.



¹ Les résultats par segment sont présentés à l'annexe 3.

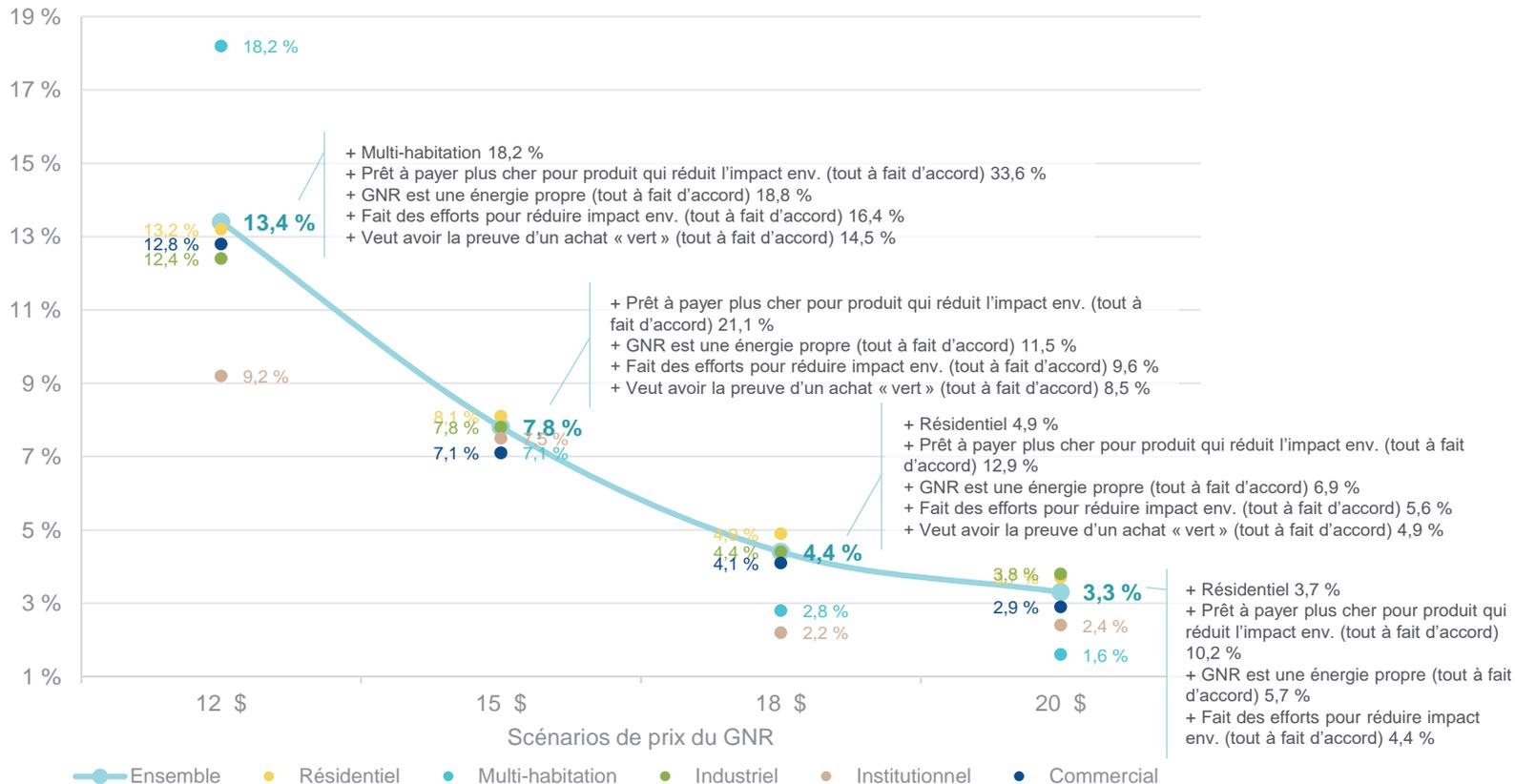
INTENTIONS D'ACHAT PAR SEGMENT SELON LE SCÉNARIO MITOYEN



Des intentions d'achat plus élevées chez ceux se disant tout à fait prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit leur impact sur l'environnement

- Les répondants étant tout à fait prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit leur impact sur l'environnement, ceux affirmant faire des efforts importants pour réduire leur impact sur l'environnement et ceux qui considèrent le GNR comme une énergie propre sont plus nombreux, en proportion, à être considérés comme des clients potentiels de GNR, et ce, peu importe le scénario et le niveau de prix.

**Proportion estimée de clients acheteurs potentiels de GNR selon le scénario mitoyen
(70 % des « certainement » et 25 % des « probablement »)
Modèle basé sur les intentions d'achat**





Chapitre 4

MODÈLES PRÉDICTIONNELS DE CHOIX ÉNERGÉTIQUES EN SITUATION CONCURRENTIELLE

MÉTHODOLOGIE DES MODÈLES PRÉDICTIFS DE CHOIX ÉNERGÉTIQUES EN SITUATION CONCURRENTIELLE



OBJECTIF Déterminer le choix énergétique du répondant lorsqu'on lui présente différents scénarios en tenant compte d'offres concurrentes.

CONCEPTION DU QUESTIONNAIRE Dans cette partie du questionnaire, le répondant était mis en situation. Il était invité à attribuer une valeur monétaire mensuelle à chacune des offres énergétiques en se basant uniquement sur les caractéristiques présentées¹. Cette partie du questionnaire a été conçue à partir de la méthode de l'analyse conjointe.

Afin de positionner le répondant dans une situation concurrentielle, des offres énergétiques avec les attributs suivants ont été présentées au client :

- Source d'énergie : gaz ou électricité
- Pourcentage d'énergie renouvelable : 0 %, 5 %, 10 %, 25 %, 50 % ou 100 %
- Coût de conversion : avec coût de conversion ou sans coût de conversion

La question posée était la suivante : « Sachant que votre facture actuelle est de (calcul de la facture moyenne) \$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...? »

Pour éviter un questionnaire trop long, les 24 possibilités n'avaient pas à être présentées pour que l'on puisse mesurer l'effet de chaque composante de l'offre. Un plan orthogonal a été généré, ce qui a permis d'estimer l'importance des composantes en présentant uniquement 12 des 24 offres.

Les données recueillies permettent de prédire le montant que le répondant est prêt à payer pour une offre en particulier. Les modèles présentés dans ce chapitre sont basés sur des résultats individuels des répondants (pages 28 et 29), tandis que les résultats de la valeur accordée aux composantes des offres énergétiques représentent la moyenne des clients d'Énergir (page 27).

MODÉLISATION DES DONNÉES

Les modèles utilisés pour modéliser les choix énergétiques sont les suivants :

- Modèle linéaire hiérarchique² : dans ce modèle, les valeurs de la variable dépendante sont censées suivre la distribution normale, il y a au moins deux niveaux d'observations et on permet aux coefficients de varier.
- Modèle additif généralisé hiérarchique³ : dans ce modèle, la valeur de la variable dépendante est prédite grâce à une fonction non spécifiée pour chaque variable indépendante, c'est-à-dire que les variables ne suivront pas nécessairement la distribution normale. Le modèle prévoit aussi au moins deux niveaux d'observation et on permet aux coefficients de varier.

¹ Par exemple, l'électricité non renouvelable pouvait être un choix à évaluer, l'objectif étant ici de voir comment le consommateur réagit aux différentes composantes de l'offre (source d'énergie, pourcentage d'énergie renouvelable et coût de conversion).

² Pour plus de détails sur le modèle linéaire hiérarchique (HLM), veuillez consulter le lien suivant : <https://www.cairn.info/revue-management-2003-1-page-1.htm>

³ Pour plus de détails sur le modèle additif généralisé, veuillez consulter le lien suivant : <https://www.statsoft.fr/concepts-statistiques/modeles-additifs-generalises/modeles-additifs-generalises.php>

MÉTHODOLOGIE DES MODÈLES PRÉDICTIFS DE CHOIX ÉNERGÉTIQUES EN SITUATION CONCURRENTIELLE (SUITE)



MODÉLISATION DES DONNÉES (SUITE)

Afin de mesurer les choix énergétiques des répondants en situation concurrentielle, les deux modèles permettaient d'estimer combien de répondants choisiraient chacun des six choix. Voici un exemple des choix pour le scénario à 12 \$:

Choix du scénario à 12 \$

1. Situation actuelle : gaz naturel composé à 0 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 100 % de sa facture mensuelle
2. Situation concurrente : électricité composée à 100 % d'énergie renouvelable avec coût de conversion à 172 % de sa facture mensuelle
3. Gaz naturel composé à 5 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 103 % de sa facture mensuelle
4. Gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 113 % de sa facture mensuelle
5. Gaz naturel composé à 50 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 129 % de sa facture mensuelle
6. Gaz naturel composé à 100 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 158 % de sa facture mensuelle

Ensuite, un facteur de correction a été attribué en fonction du pourcentage de GNR pour les répondants pour lesquels on prédit les choix 3 à 6. Ainsi, il est possible d'estimer de façon plus réaliste la proportion de clients potentiels de GNR :

- GNR 5 % : facteur de correction de 0,05
- GNR 25 % : facteur de correction de 0,25
- GNR 50 % : facteur de correction de 0,5
- GNR 100 % : facteur de correction de 1

Cette estimation du nombre de répondants qui choisirait chacun des choix a été reproduite pour chacun des scénarios de prix du GNR :

Choix du scénario à 15 \$

1. Situation actuelle : gaz naturel composé à 0 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 100 % de sa facture mensuelle
2. Situation concurrente : électricité composée à 100 % d'énergie renouvelable avec coût de conversion à 172 % de sa facture mensuelle
3. Gaz naturel composé à 5 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 104 % de sa facture mensuelle
4. Gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 120 % de sa facture mensuelle
5. Gaz naturel composé à 50 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 144 % de sa facture mensuelle
6. Gaz naturel composé à 100 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 188 % de sa facture mensuelle

Choix du scénario à 18 \$

1. Situation actuelle : gaz naturel composé à 0 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 100 % de sa facture mensuelle
2. Situation concurrente : électricité composée à 100 % d'énergie renouvelable avec coût de conversion à 172 % de sa facture mensuelle
3. Gaz naturel composé à 5 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 106 % de sa facture mensuelle
4. Gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 128 % de sa facture mensuelle
5. Gaz naturel composé à 50 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 159 % de sa facture mensuelle
6. Gaz naturel composé à 100 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 218 % de sa facture mensuelle

MÉTHODOLOGIE DES MODÈLES PRÉDICTIFS DE CHOIX ÉNERGÉTIQUES EN SITUATION CONCURRENTIELLE (SUITE)



MODÉLISATION DES DONNÉES (SUITE)

Choix du scénario à 20 \$

1. Situation actuelle : gaz naturel composé à 0 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 100 % de sa facture mensuelle
2. Situation concurrente : électricité composée à 100 % d'énergie renouvelable avec coût de conversion à 172 % de sa facture mensuelle
3. Gaz naturel composé à 5 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 107 % de sa facture mensuelle
4. Gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 133 % de sa facture mensuelle
5. Gaz naturel composé à 50 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 169 % de sa facture mensuelle
6. Gaz naturel composé à 100 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion à 238 % de sa facture mensuelle

LIMITES

Les choix énergétiques présentés au répondant ne tiennent pas compte de toutes les alternatives concurrentes.

Les prix exprimés en pourcentage de la facture mensuelle correspondent à la moyenne du prix de tous les segments de clientèle selon les différents niveaux de GNR.

Pour chacune des offres énergétiques, le répondant donnait un prix pour lequel il serait prêt à payer pour l'offre. On considère qu'il peut avoir un biais à la baisse des réponses obtenues étant donné qu'il s'agit d'un prix déclaré.

VALEUR ACCORDÉE AUX COMPOSANTES DES OFFRES ÉNERGÉTIQUES



Calcul de la valeur accordée (exprimée en % de la facture actuelle) aux composantes des offres énergétiques (résultats de l'analyse conjointe)¹



Le caractère renouvelable des offres énergétiques est la composante qui influence le plus la valeur perçue, mais ne surpasse pas les coûts associés à l'énergie renouvelable

- Le modèle de régression linéaire représenté ci-dessus a permis de mesurer la valeur accordée aux composantes des offres énergétiques. Une offre composée à 100 % d'énergie renouvelable permet d'augmenter la valeur perçue de 11 % et lorsque la source d'énergie est le gaz naturel, la valeur perçue augmente de 1,5 %. À l'inverse, lorsqu'un coût de conversion est applicable à l'offre énergétique, la valeur perçue est réduite de 1,5 %.
- Le tableau ci-contre présente les écarts entre le prix réel des offres énergétiques et la valeur perçue. On constate que les valeurs perçues pour la situation concurrente et pour le GNR sont supérieures à la valeur perçue de la situation actuelle. Par contre, les écarts entre valeur perçue et prix réel en situation concurrente et en GNR sont bien plus élevés que l'écart de la situation actuelle. Cela montre que la valeur supplémentaire accordée à l'énergie renouvelable est insuffisante pour couvrir les coûts associés à celle-ci. Or, ces résultats représentent la moyenne des clients d'Énergir. Les modèles présentés à la page suivante sont basés sur les résultats individuels des répondants, ce qui permet de confirmer qu'il y a un potentiel pour le GNR, car plusieurs des répondants le choisissent.

Offres énergétiques	Prix réel	Valeur perçue	Écart (en pp)
<u>Situation actuelle</u> : gaz naturel composé à 0 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion	100 %	88,3 %	11,7
<u>Situation concurrente</u> : électricité composée à 100 % d'énergie renouvelable avec coût de conversion	172 %	96,3 %	75,7
<u>GNR</u> : gaz naturel renouvelable composé à 100 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion			
Selon le prix par GJ : 12 \$	158 %	99,3 %	58,7
15 \$	188 %		88,7
18 \$	218 %		118,7
20 \$	238 %		138,7

¹ Le modèle de régression incluant les différences significatives est présenté à l'annexe 4.

MODÉLISATION POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS

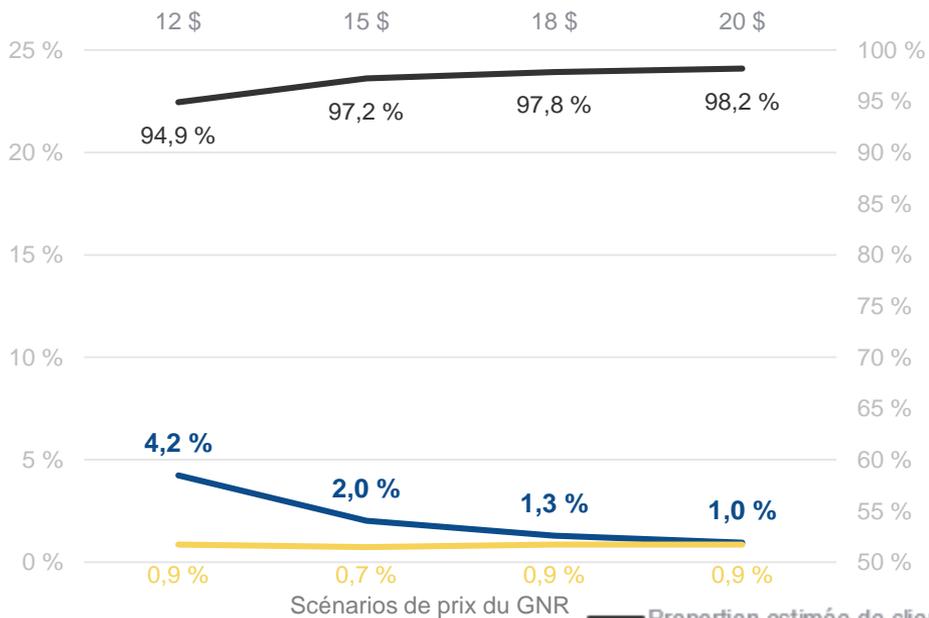


Une préférence marquée pour le maintien du statu quo¹

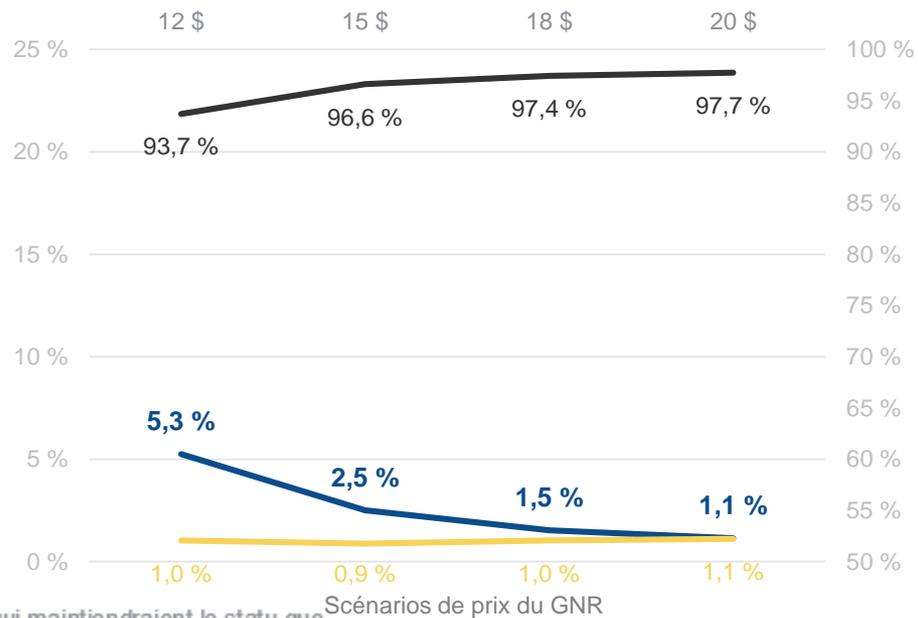
- La quasi-totalité des répondants choisit de maintenir leur approvisionnement en gaz naturel même si on leur suggère des sources d'énergie alternatives, soit l'électricité composée à 100 % d'énergie renouvelable avec un coût de conversion ou le gaz naturel avec une proportion d'énergie renouvelable (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %) sans coût de conversion. Pour tous les scénarios de prix, il n'en demeure pas moins qu'entre 1,0 % et 5,3 % des répondants sont des clients acheteurs de GNR¹. Seulement une faible proportion d'entre eux choisissent la situation concurrente, soit l'électricité (entre 0,7 % et 1,1 %).
- Les deux modélisations des choix en situation concurrentielle donnent des résultats similaires, mais qui sont plus bas que ceux donnés par le modèle basé sur les intentions d'achat (chapitre 3). Pour mieux refléter l'étendue complète des valeurs estimées par les deux types de modèles, nous retenons le modèle linéaire hiérarchique, plus conservateur, comme estimation du choix en situation concurrentielle.

Modèles basés sur le choix en situation concurrentielle

Modèle linéaire hiérarchique²



Modèle additif généralisé hiérarchique²



- Proportion estimée de clients qui maintiendraient le statu quo
- Proportion estimée de clients acheteurs de GNR
- Proportion estimée de clients qui choisiraient l'électricité

¹ Les résultats par segment sont présentés à l'annexe 4.

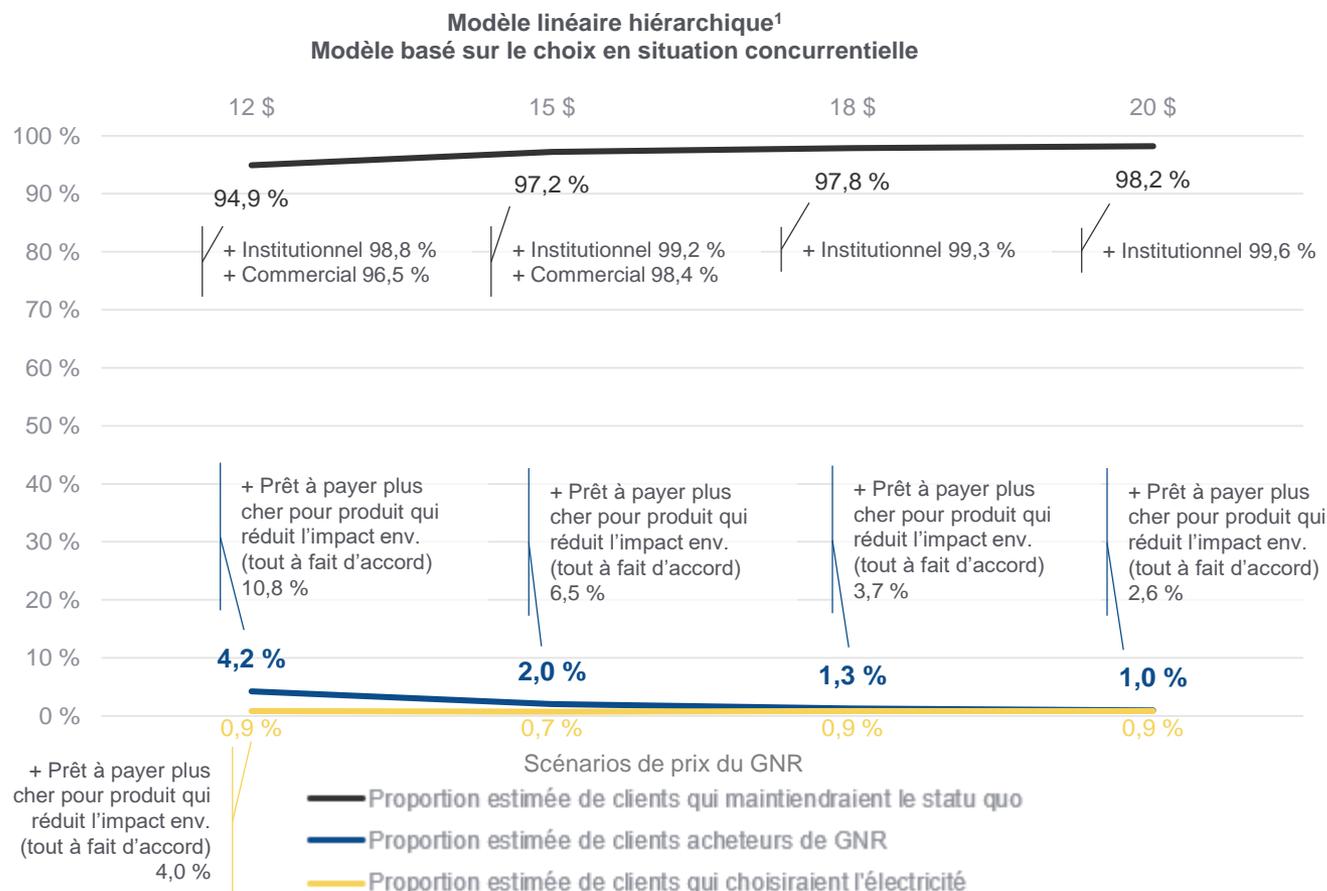
² La proportion estimée de clients acheteurs de GNR correspond à la proportion de clients qui achèteraient du GNR, ajustée selon la proportion de GNR de leur choix (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %). Ainsi, un répondant qui a choisi le gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable, sans coût de conversion, compte pour 0,25 client acheteur de GNR.

MODÉLISATION POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS (SUITE)



Une clientèle potentielle du GNR : ceux qui sont prêts à payer plus cher pour un produit réduisant l'impact environnemental

- Les répondants se disant tout à fait prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit leur impact sur l'environnement sont plus nombreux, en proportion, à faire le choix du GNR en situation concurrentielle. Cette réalité est observée pour tous les scénarios de prix du GNR.
- À l'opposé, les répondants du segment institutionnel sont plus nombreux à maintenir le statu quo en situation concurrentielle, et ce peu importe le scénario de prix du GNR.



¹ La proportion estimée de clients acheteurs de GNR correspond à la proportion de clients qui achèteraient du GNR, ajustée selon la proportion de GNR de leur choix (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %). Ainsi, un répondant qui a choisi le gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable, sans coût de conversion, compte pour 0,25 client acheteur de GNR.

A network diagram background consisting of a complex web of interconnected nodes and lines. The nodes are represented by small circles in various shades of teal and blue, with some larger nodes having a white outline. The lines are thin and light blue, creating a dense, abstract structure that suggests a network or data flow.

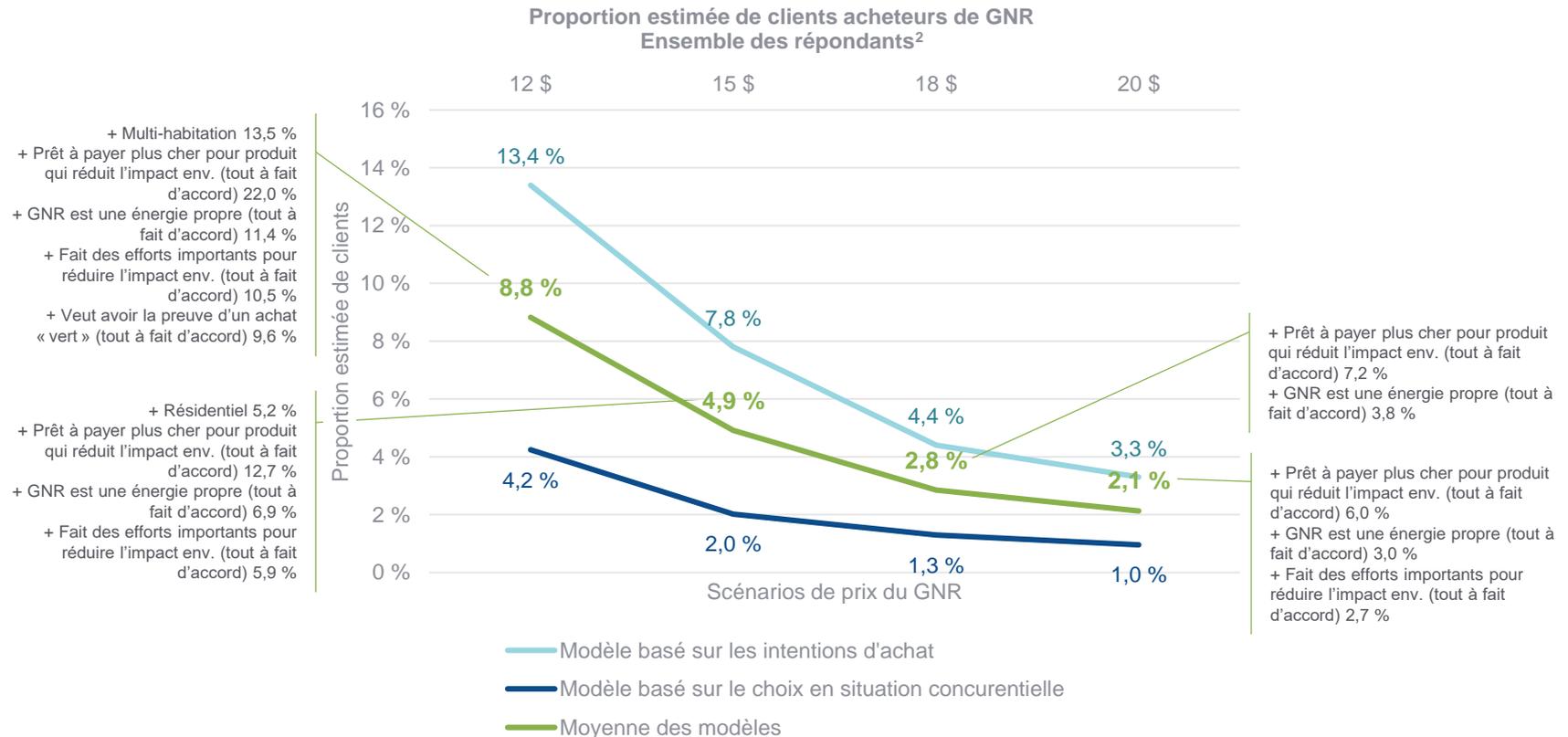
Conclusions

COMPARAISON DES RÉSULTATS



Potentiel de marché de 2,1 % à 8,8 % de clients acheteurs de GNR

- Le graphique présenté plus bas illustre le modèle basé sur les intentions d'achat (ligne bleue correspondant au scénario mitoyen qui a été retenu au chapitre 3) et le modèle basé sur le choix en situation concurrentielle (ligne bleu foncé qui correspond au modèle linéaire hiérarchique retenu au chapitre 4).
- Chacun des deux modèles s'applique dans un contexte spécifique avec ses forces et ses limites. Les proportions estimées de clients acheteurs de GNR en fonction du prix du GNR par gigajoule sont obtenues en calculant la valeur moyenne des deux modèles. Selon le prix du GNR, le potentiel de marché estimé du GNR varie entre 8,8 % et 2,1 % de l'ensemble des clients d'Énergir. Les conclusions et recommandations proposent des stratégies pour maximiser ce potentiel de marché du GNR.



¹ Les résultats par segment sont présentés à l'annexe 5.

² La proportion estimée de clients acheteurs de GNR correspond à la proportion de clients qui achèteraient du GNR, ajustée selon la proportion de GNR de leur choix (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %). Ainsi, un répondant qui a choisi le gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable sans coût de conversion compte pour 0,25 client acheteur de GNR.

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS



Méconnaissance du GNR Rares sont les clients qui affirment avoir une connaissance approfondie du GNR (6 %). Par ailleurs, le GNR est perçu par les clients plus près du gaz naturel que de l'électricité, du point de vue environnemental. Ainsi, il y a une faible différence de perception quant au caractère « propre » de l'énergie entre le gaz naturel et le GNR (64 % vs 70 %). Les avantages environnementaux et la valeur du GNR sont donc encore méconnus, ce qui explique en partie le fait que très peu de clients soient prêts à payer le prix pour le GNR pour le moment.

Le GNR n'est pas encore très répandu en Amérique du Nord, réduisant ainsi la possibilité que les clients aient entendu parler de cette source d'énergie par d'autres distributeurs de gaz naturel.

Afin de démontrer la valeur ajoutée du GNR, une campagne d'information et de valorisation s'impose. Celle-ci devrait présenter les bénéfices environnementaux du GNR en plus de sensibiliser les clients au processus de production complexe et coûteux du GNR.

Forte acceptabilité de l'intégration du GNR dans le réseau de distribution La quasi-totalité des clients est favorable (93 %) à l'intégration du GNR dans le réseau gazier. Cet enthousiasme est plus marqué chez ceux qui se disent prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit l'impact sur l'environnement et chez ceux qui ont un niveau de connaissance approfondi du GNR. Les répondants se disant prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit l'impact sur l'environnement et ceux qui ont une connaissance approfondie du GNR constituent une opportunité de clients acheteurs de GNR.

Une forte acceptabilité du projet permet de ne pas avoir à concentrer les efforts de communication sur la légitimité de l'intégration du GNR dans le réseau de distribution. Ainsi, il faut miser sur l'enthousiasme démontré des clients et rapidement les convertir en clients acheteurs de GNR grâce à un processus d'achat simple.

Sensibilisation marquée des clients sur la nécessité d'agir pour réduire leur impact environnemental Plus du trois quarts des répondants affirment être tout à fait ou plutôt d'accord pour faire des efforts importants afin de réduire leur impact sur l'environnement (79 %). Toutefois, la proportion de clients se disant tout à fait ou plutôt prêts à payer plus cher pour un produit qui réduit son impact sur l'environnement est moindre (60 %). Force est de constater qu'il y a une prise de conscience quasi généralisée à faire des choix écoresponsables, mais ceux qui sont réellement prêts à payer plus cher pour y arriver sont moins nombreux (11 %).

Étant donné que les clients sont majoritairement sensibilisés à l'importance de réduire leur impact sur l'environnement, il importe de positionner le choix du GNR comme une solution abordable ayant un impact favorable sur cet objectif. Conséquemment, il est recommandé d'offrir plusieurs niveaux de GNR afin que les clients choisissent une option adaptée à leur budget qui correspondrait aussi à leurs valeurs environnementales.

Un fort lien de confiance en Énergir Plus du trois quarts des répondants ont confiance en Énergir concernant l'intégration de GNR dans son réseau. Pour maintenir ce lien de confiance, une preuve tangible et crédible devra être présentée au client lorsqu'il fera l'achat de GNR. D'ailleurs, la plupart des répondants souhaitent avoir une preuve que leurs achats sont écoresponsables.

Une démonstration crédible de l'impact de l'achat de GNR devrait figurer sur la facture du client. L'information pourrait porter sur la quantité individuelle de GNR achetée de même que sur l'impact global pour l'ensemble du réseau et sur l'équilibre entre les ventes de GNR et la quantité d'approvisionnement.



Annexe 1

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Cette annexe présente tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

OBJECTIFS L'objectif de cette annexe est de réunir tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

PLAN DE SONDAGE **Population cible**
Clients d'Énergir qui achètent du gaz naturel et qui prennent les décisions ou donnent leur avis en ce qui concerne les choix énergétiques ou les choix financiers du bâtiment associé au compte du client.

Base de sondage
La base de sondage initiale a été fournie par le requérant. Lorsqu'il y avait des doublons d'adresse courriel, seul le compte associé à la première adresse courriel a été retenu.

Plan d'échantillonnage
Le plan d'échantillonnage était de type stratifié non proportionnel en fonction des clients distribués en 9 catégories, appelées les strates du sondage. Dans chaque strate, en cas de dédoublement d'adresse courriel, une seule adresse a été conservée. Ensuite, un tirage aléatoire simple des établissements a été fait dans la strate résidentielle et un recensement a été fait dans toutes les autres strates.

	Strates ¹					
	Ensemble	Résidentiel	Habitation	Industriel	Institutionnel	Commercial
Nombre d'envois	56 114	25 000	578	4 730	2 382	23 424
Nombre de questionnaires remplis	2 151	1 353	9	115	104	570

¹ Les strates sont définies à partir des segments préalablement identifiés dans l'échantillon.

QUESTIONNAIRE Le questionnaire a été conçu par SOM, à partir des objectifs spécifiques fournis par le requérant.

Étant donné qu'il peut être difficile de mesurer la sensibilité au prix de la clientèle, une triangulation des méthodes a permis à SOM d'arriver aux conclusions de l'étude. Ceci a pour avantage d'obtenir des résultats plus fiables. Ainsi, le questionnaire comprend 3 méthodologies :

- Mesure de la sensibilité au prix de Van Westendorp : permet de dresser les courbes de sensibilité au prix, tout en déterminant une fourchette de prix acceptable du GNR.
- Analyse conjointe : permet de déterminer le choix énergétique de l'ensemble des répondants lorsqu'on lui présente différents scénarios en tenant compte d'offres concurrentes.
- Prix avoué : permet d'évaluer la proportion des clients qui sont intéressés au GNR à différents niveaux de prix et pourcentages d'énergie renouvelable.

COLLECTE SOM fut responsable de la traduction et de la programmation du questionnaire. Le questionnaire pouvait être rempli en français ou en anglais, au choix du répondant. En moyenne, les répondants ont pris 11,4 minutes pour remplir le questionnaire. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2.

Période de collecte

23 septembre au 4 octobre 2019.

Mode de collecte

Questionnaire autoadministré.
Sondage en ligne accessible uniquement par un lien sécurisé.
Invitations par courriel gérées par SOM.
Collecte sur les serveurs de SOM.

Taux de réponse

Le taux de réponse s'élève à 5,7 %.

Des rappels ont été effectués le 30 septembre et le 2 octobre 2019.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	56 114	Désabonnement	515
Nombre d'entrevues visées	MAX	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	5 235
Invitations envoyées (A)	55 590	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	524	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	22	Quota de l'usager dépassé	31
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	24
Questionnaires complétés	2 151	Autres messages de retour non reconnus	1 290
Hors de la population visée	735	Unité non jointe totale (D)	1 345
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	2 886	Courriel invalide (usager@)	4 642
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	102	Unité inexistante totale (E)	4 642
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	10,3 %
Abandon durant le questionnaire	1 732	TAUX DE RÉPONSE PARMIS UNITÉ JOINTE (B/C)	55,1 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	5,7 %

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

La pondération est faite de la façon suivante :

- Selon le nombre de comptes associés à l'adresse courriel de l'échantillon total, incluant les doublons.
- Selon le nombre de contrats uniques par strate.

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB.

Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut toutes les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR

Les marges d'erreur présentées à la page suivante sont calculées au niveau de confiance de 95 % et tiennent compte de l'effet de plan.

L'effet de plan apparaît lorsque les questionnaires remplis ne sont pas répartis proportionnellement à la population d'origine selon les variables de stratification ou de pondération.

L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants.

Par exemple, au tableau de la page suivante, la marge d'erreur pour l'ensemble des répondants est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 1769 ($2151 \div 1\ 216$).

Le tableau de la page suivante donne les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

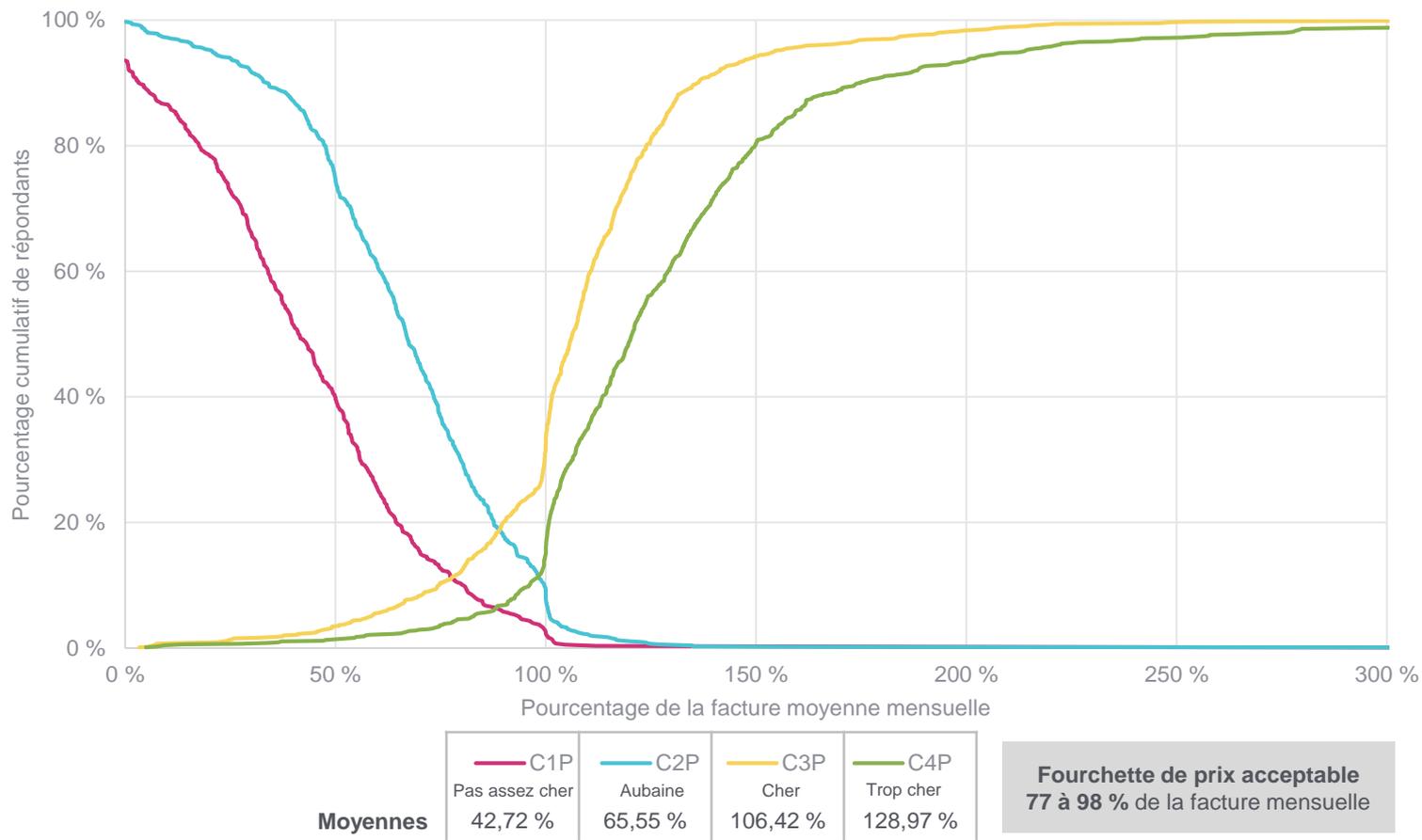
	Segment (questionnaire)					
	Ensemble	Résidentiel	Multi-habitation	Industriel	Institutionnel	Commercial
NOMBRE D'ENTREVUES	2151	1264	181	140	92	474
EFFET DE PLAN	1,216	1,057	1,488	1,394	1,497	1,443
PROPORTION :						
99 % ou 1 %	0,5 %	0,6 %	1,8 %	1,9 %	2,5 %	1,1 %
95 % ou 5 %	1,0 %	1,2 %	3,9 %	4,3 %	5,4 %	2,4 %
90 % ou 10 %	1,4 %	1,7 %	5,3 %	5,9 %	7,5 %	3,2 %
80 % ou 20 %	1,9 %	2,3 %	7,1 %	7,8 %	10,0 %	4,3 %
70 % ou 30 %	2,1 %	2,6 %	8,1 %	9,0 %	11,5 %	5,0 %
60 % ou 40 %	2,3 %	2,8 %	8,7 %	9,6 %	12,2 %	5,3 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	2,3 %	2,8 %	8,9 %	9,8 %	12,5 %	5,4 %

Annexe 2

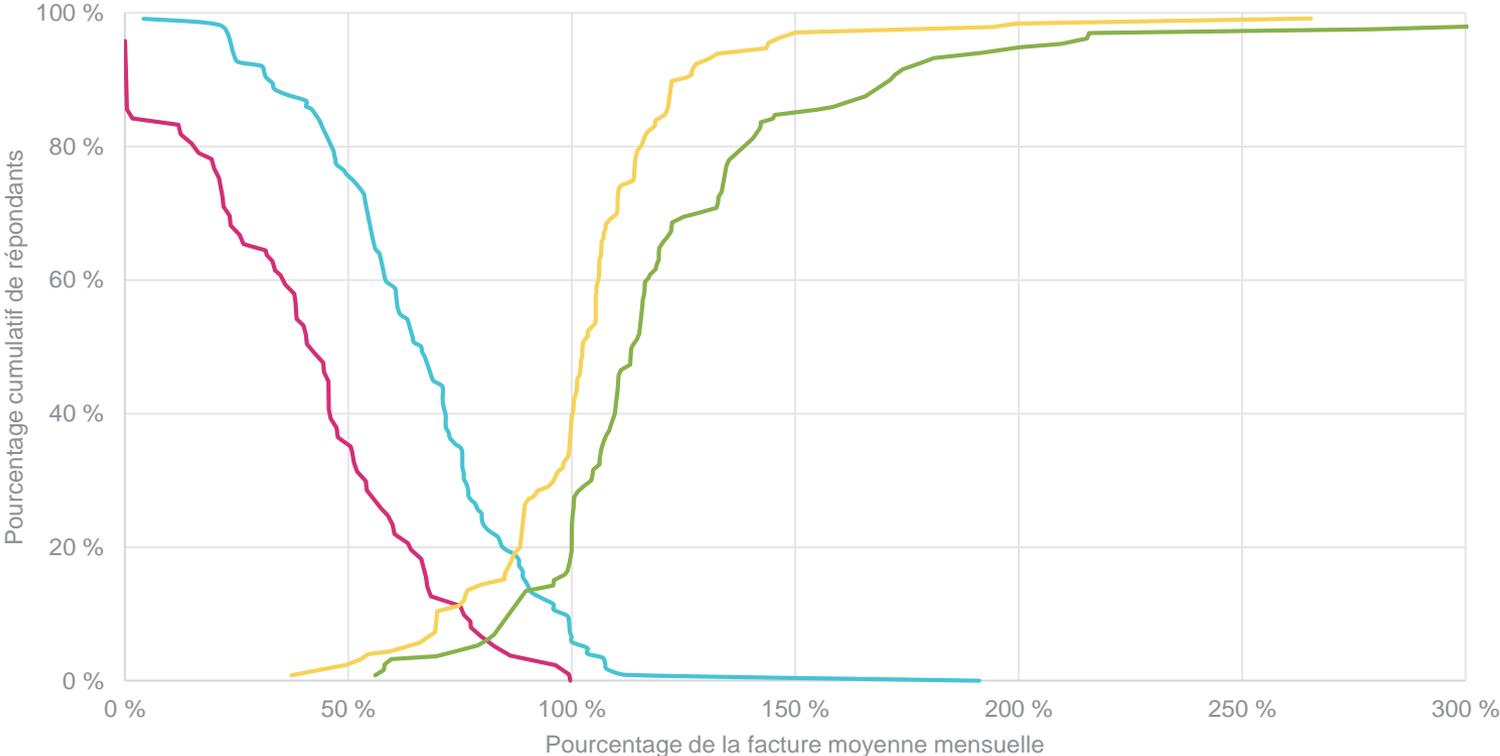
MESURE DE SENSIBILITÉ AU PRIX (PAR SEGMENT)



Mesure de la sensibilité au prix du GNR du segment résidentiel



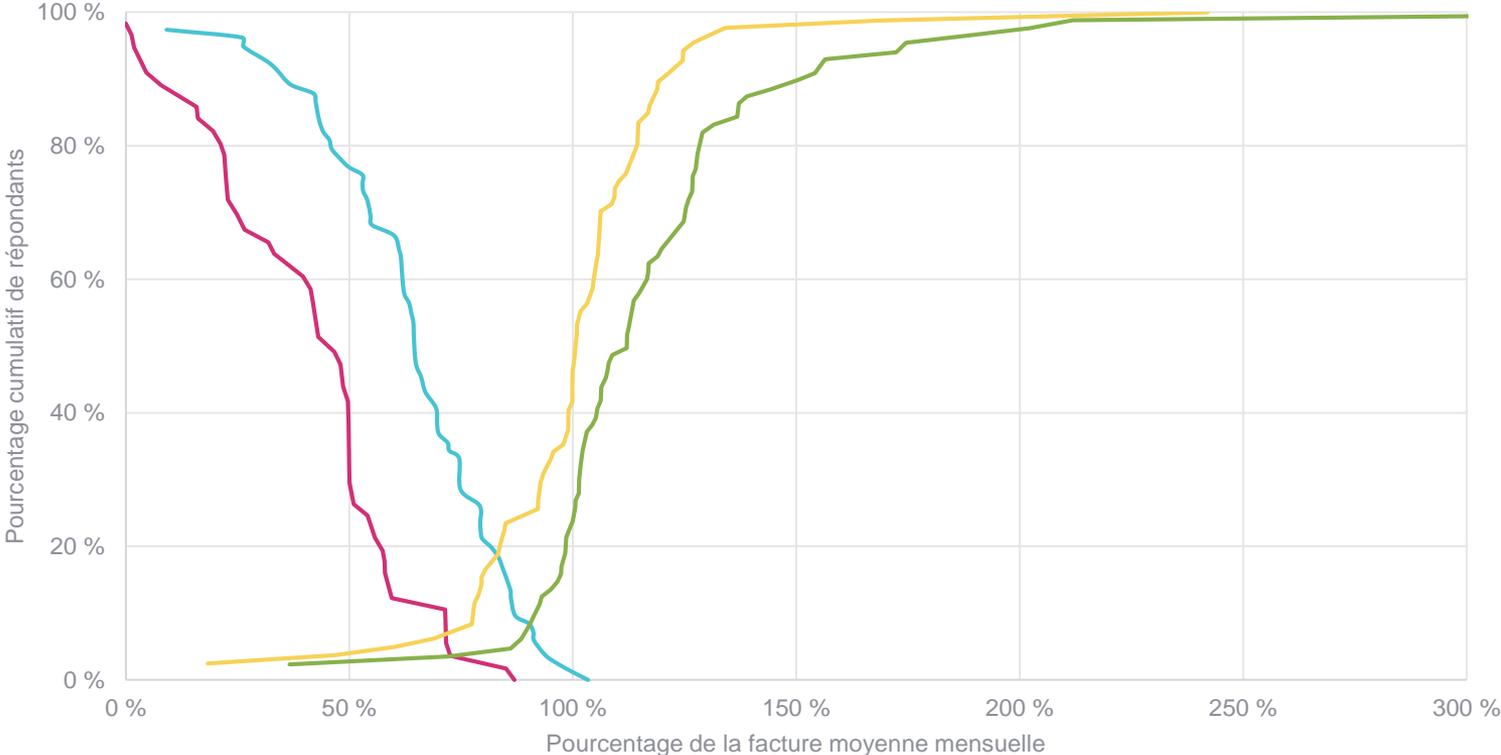
Mesure de la sensibilité au prix du GNR du segment multi-habitation



Moyennes	C1P Pas assez cher	C2P Aubaine	C3P Cher	C4P Trop cher
	41,32 %	64,42 %	104,90 %	128,82 %

Fourchette de prix acceptable
75 à 90 % de la facture mensuelle

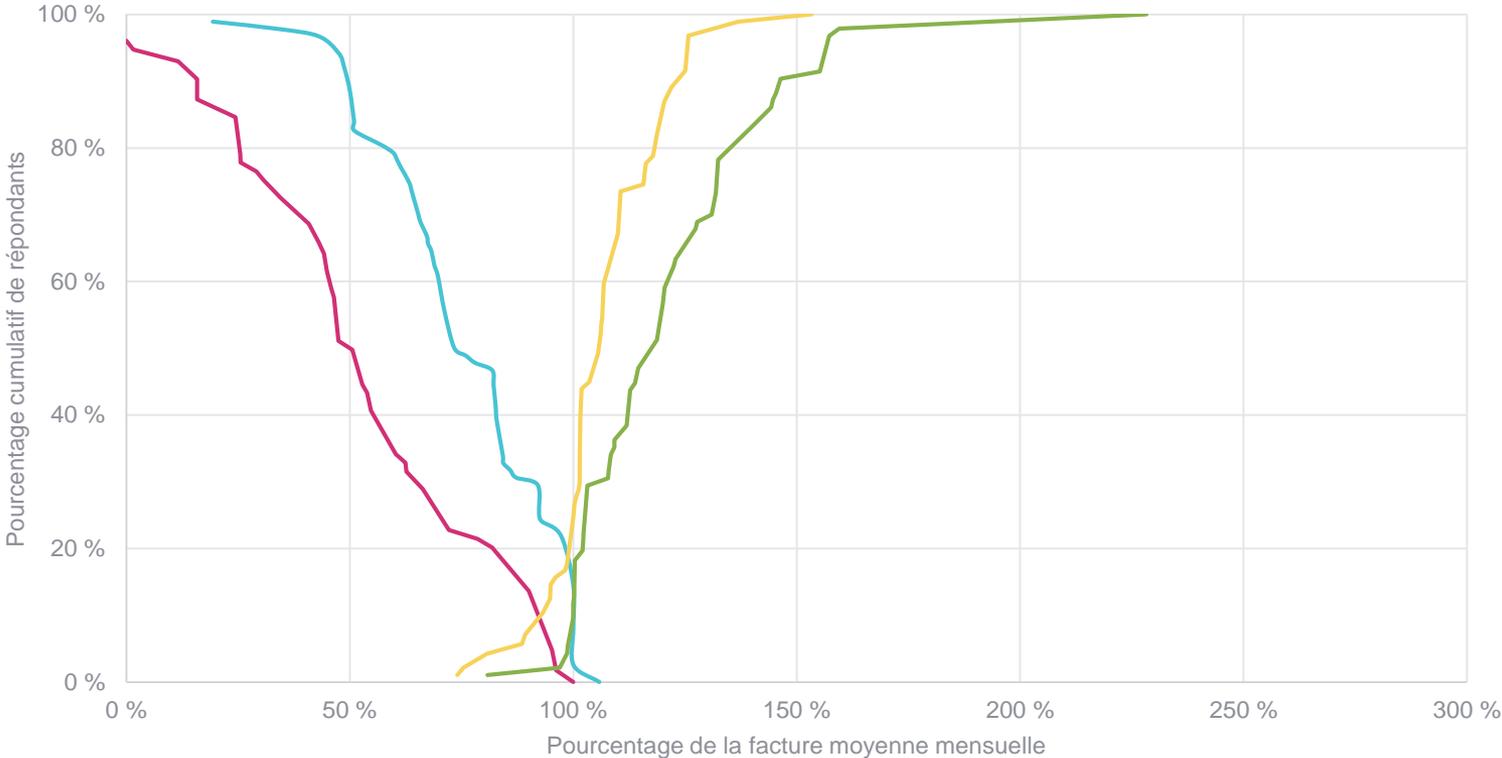
Mesure de la sensibilité au prix du GNR du segment industriel



Moyennes	C1P	C2P	C3P	C4P
	Pas assez cher	Aubaine	Cher	Trop cher
	42,88 %	65,04 %	101,58 %	121,02 %

Fourchette de prix acceptable
69 à 90 % de la facture mensuelle

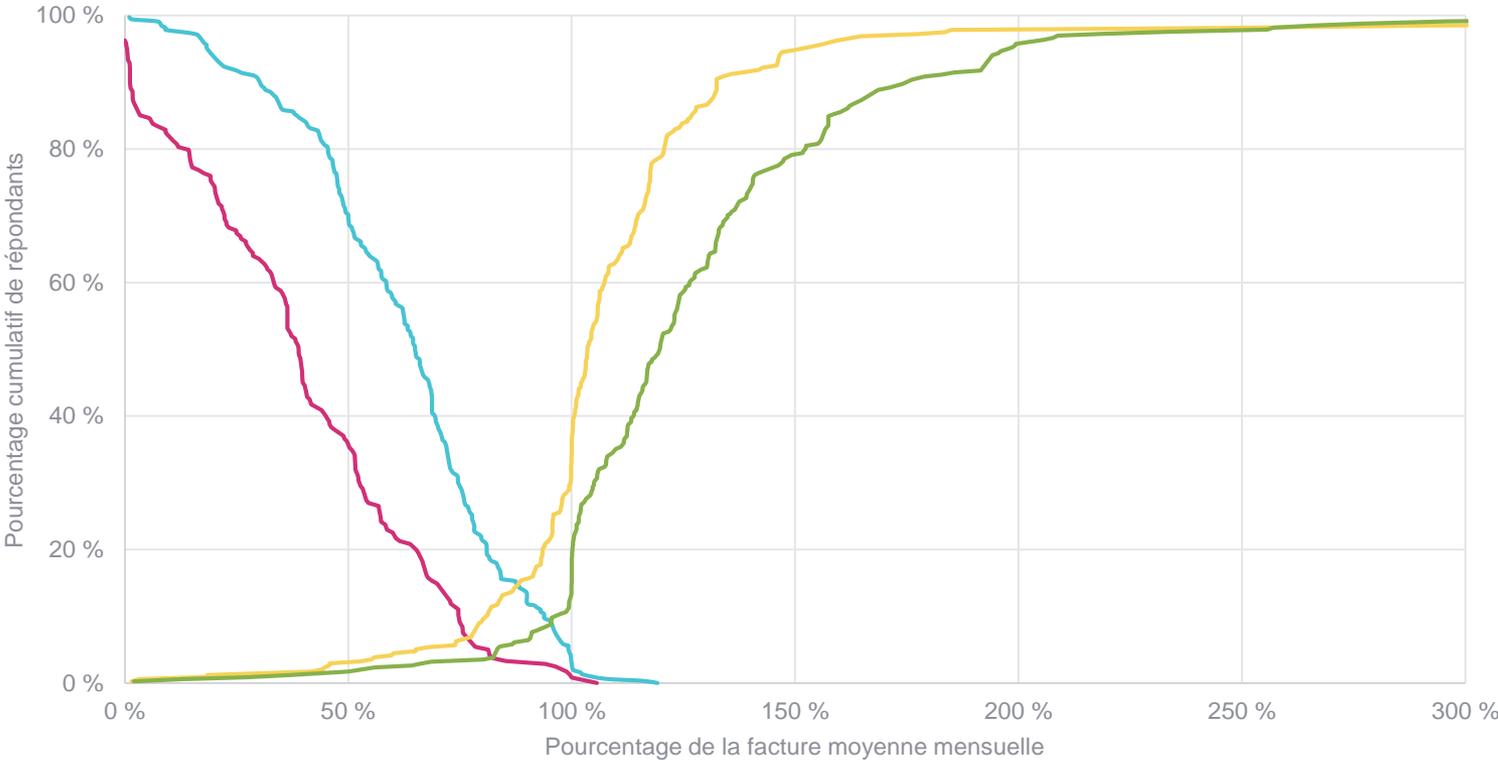
Mesure de la sensibilité au prix du GNR du segment institutionnel



Moyennes	C1P Pas assez cher 49,10 %	C2P Aubaine 68,92 %	C3P Cher 103,91 %	C4P Trop cher 121,88 %
----------	----------------------------------	---------------------------	-------------------------	------------------------------

Fourchette de prix acceptable
92 à 100 % de la facture mensuelle

Mesure de la sensibilité au prix du GNR du segment commercial



Moyennes	C1P	C2P	C3P	C4P
	Pas assez cher	Aubaine	Cher	Trop cher
	41,66 %	62,48 %	106,77 %	142,15 %

Fourchette de prix acceptable
78 à 95 % de la facture mensuelle

Annexe 3

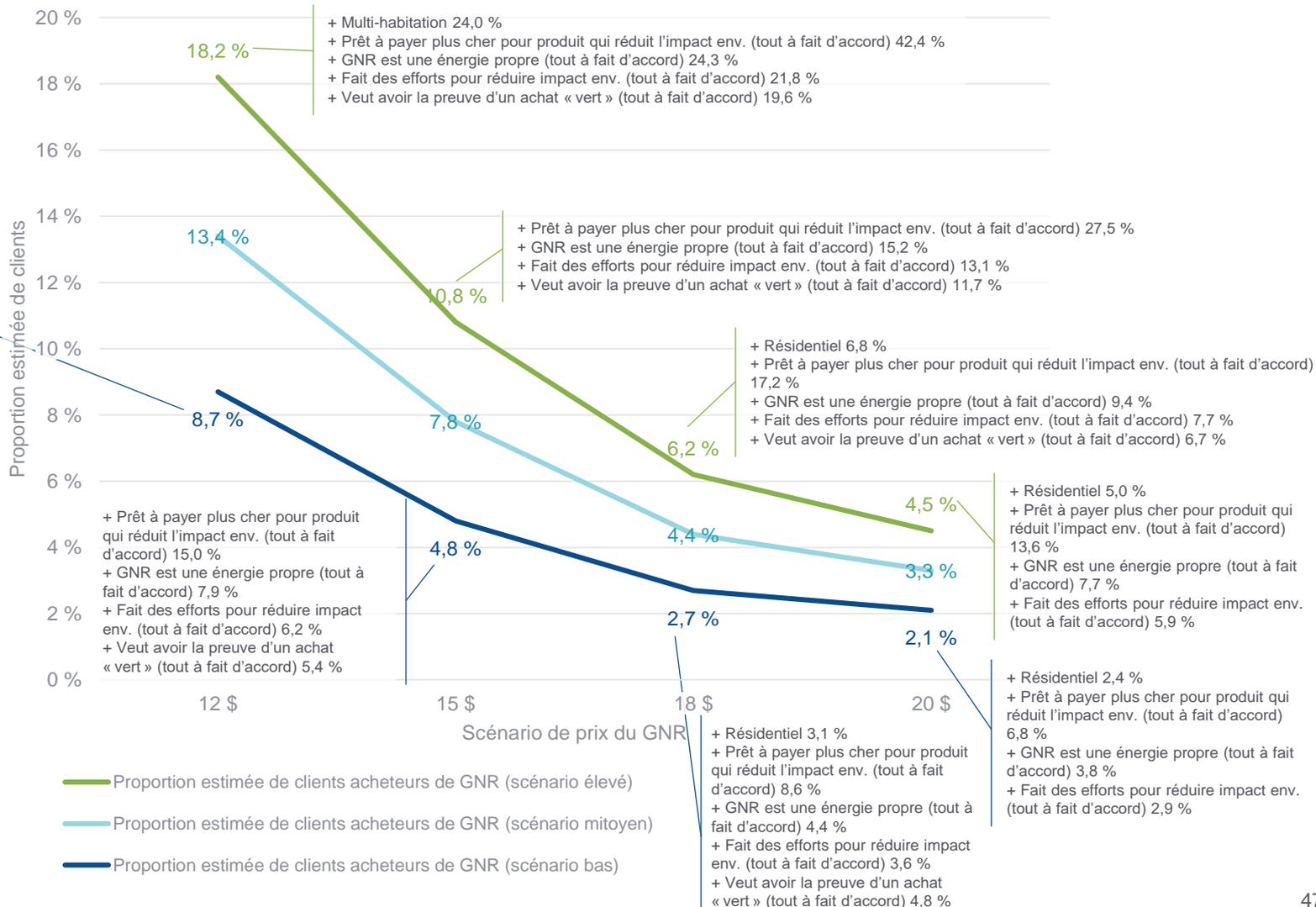
INTENTIONS D'ACHAT PAR SEGMENT



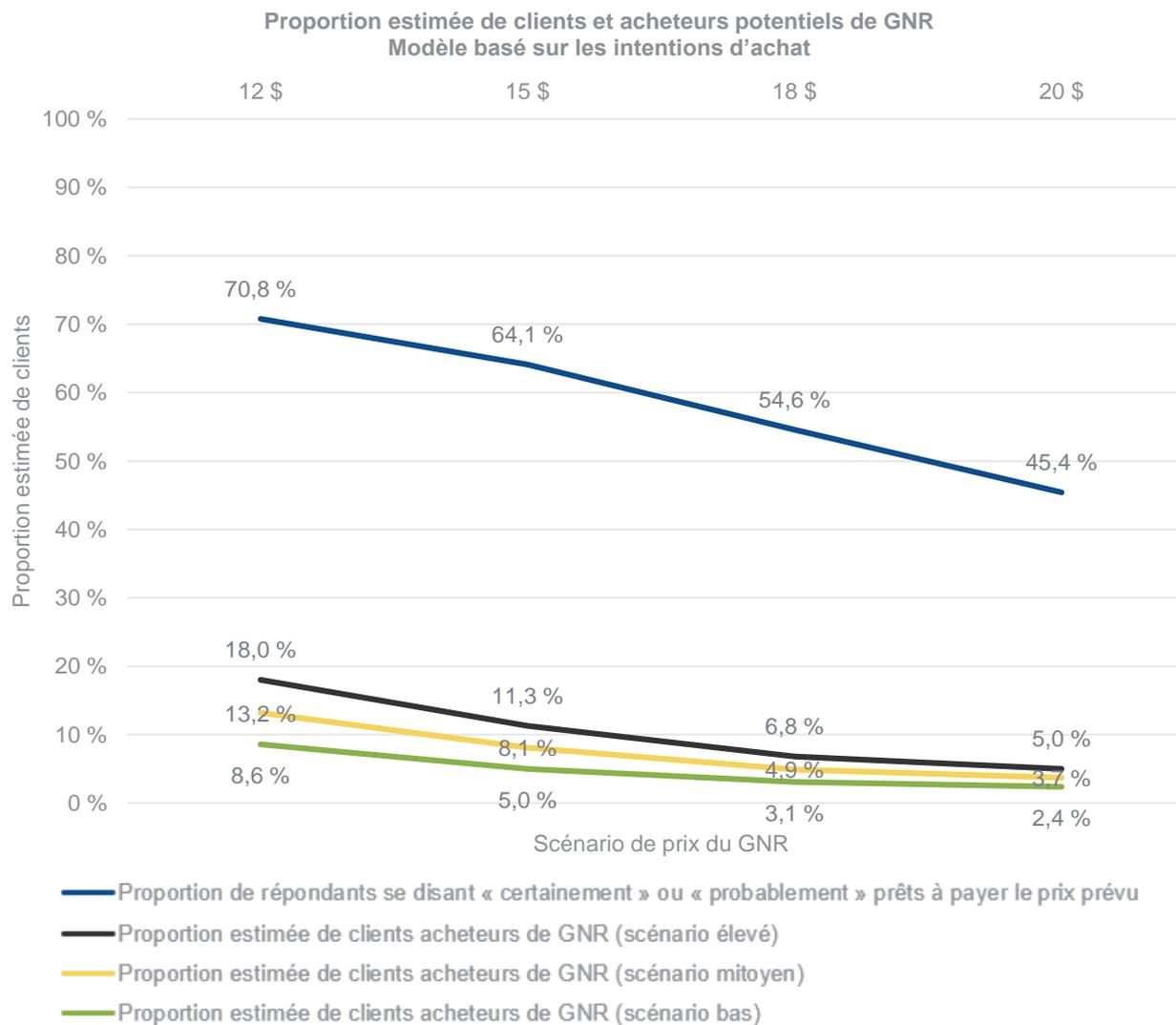
INTENTIONS D'ACHAT POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS



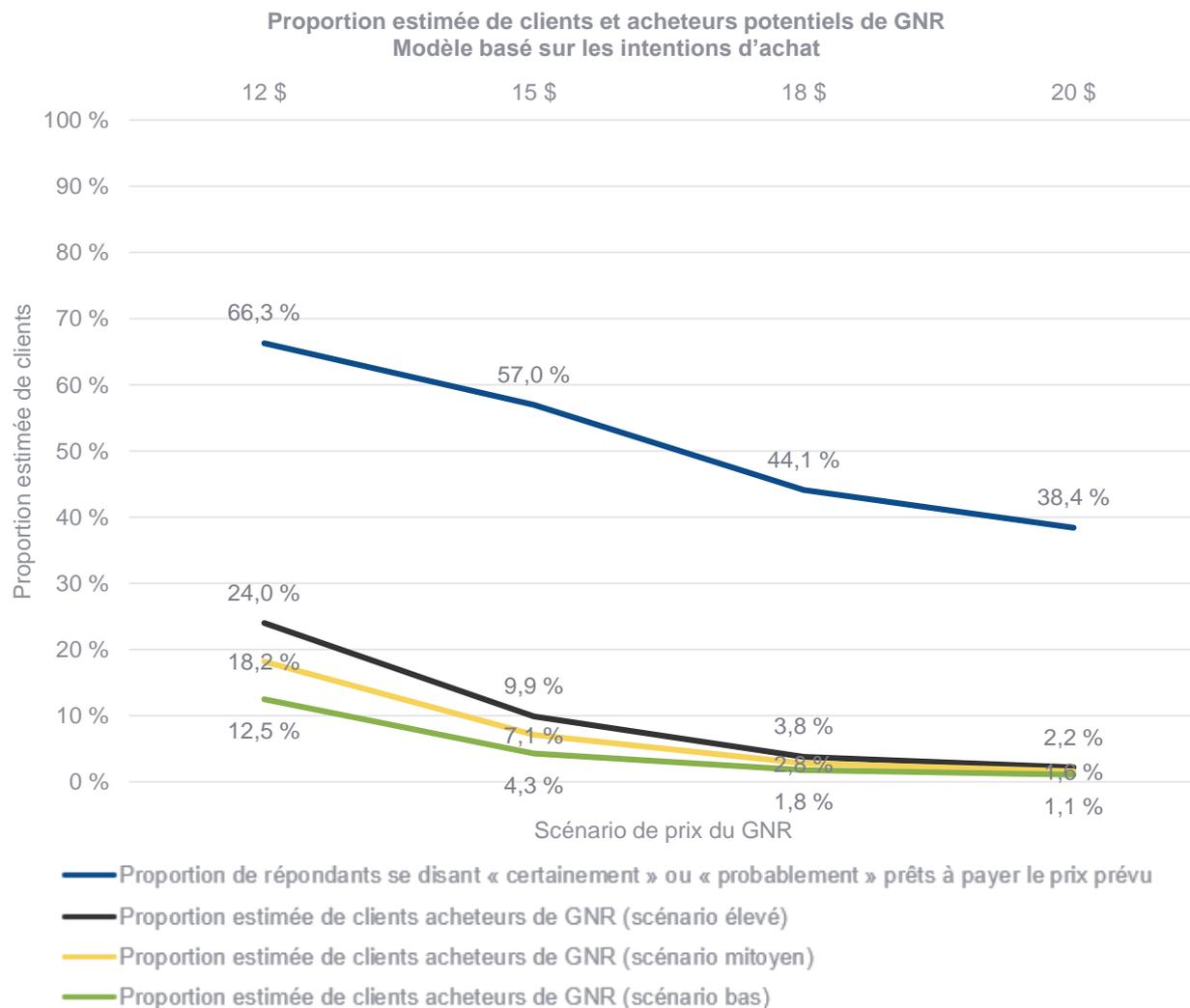
Proportion estimée de clients acheteurs potentiels de GNR
Modèle basé sur les intentions d'achat

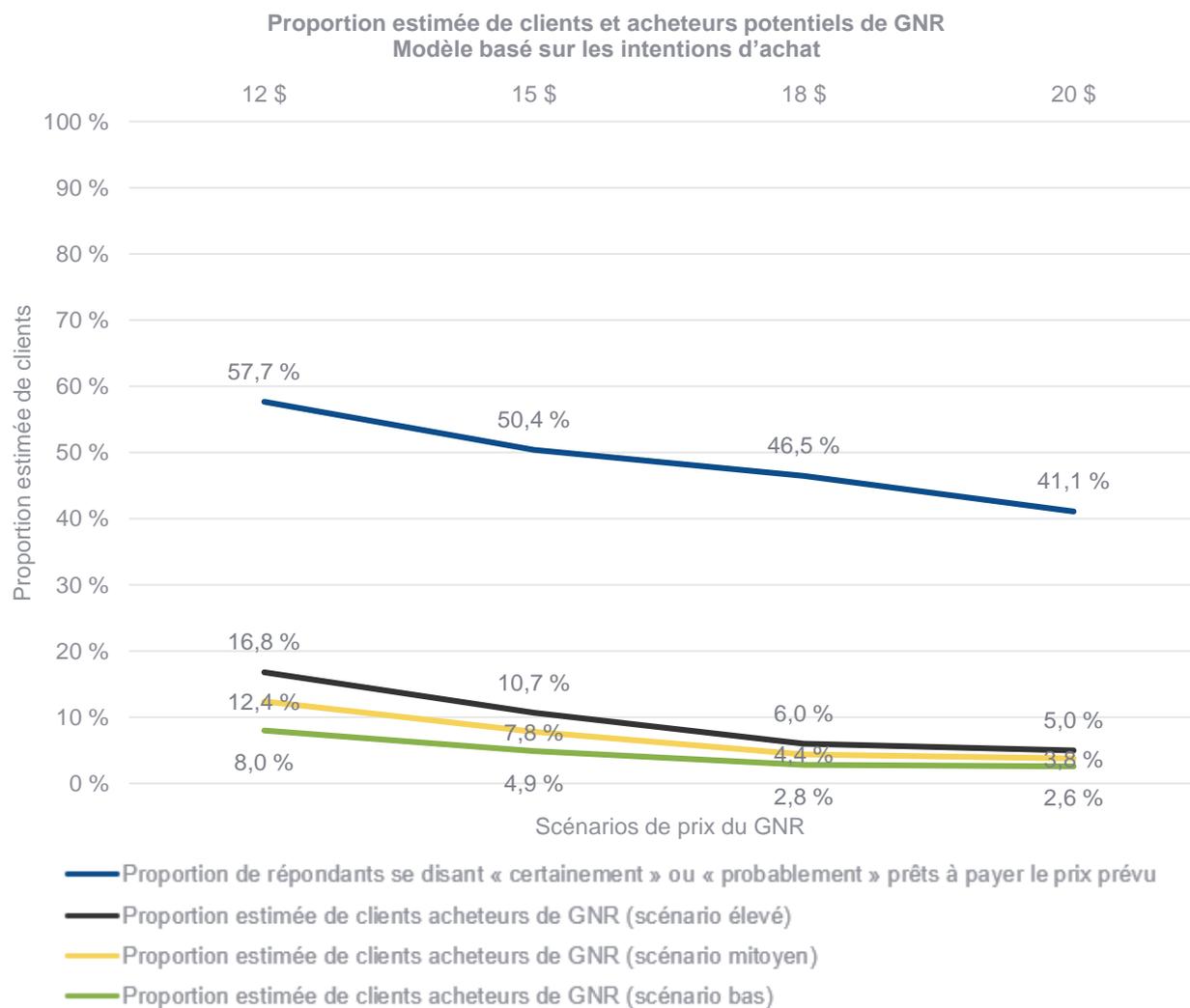


INTENTIONS D'ACHAT — SEGMENT RÉSIDENTIEL

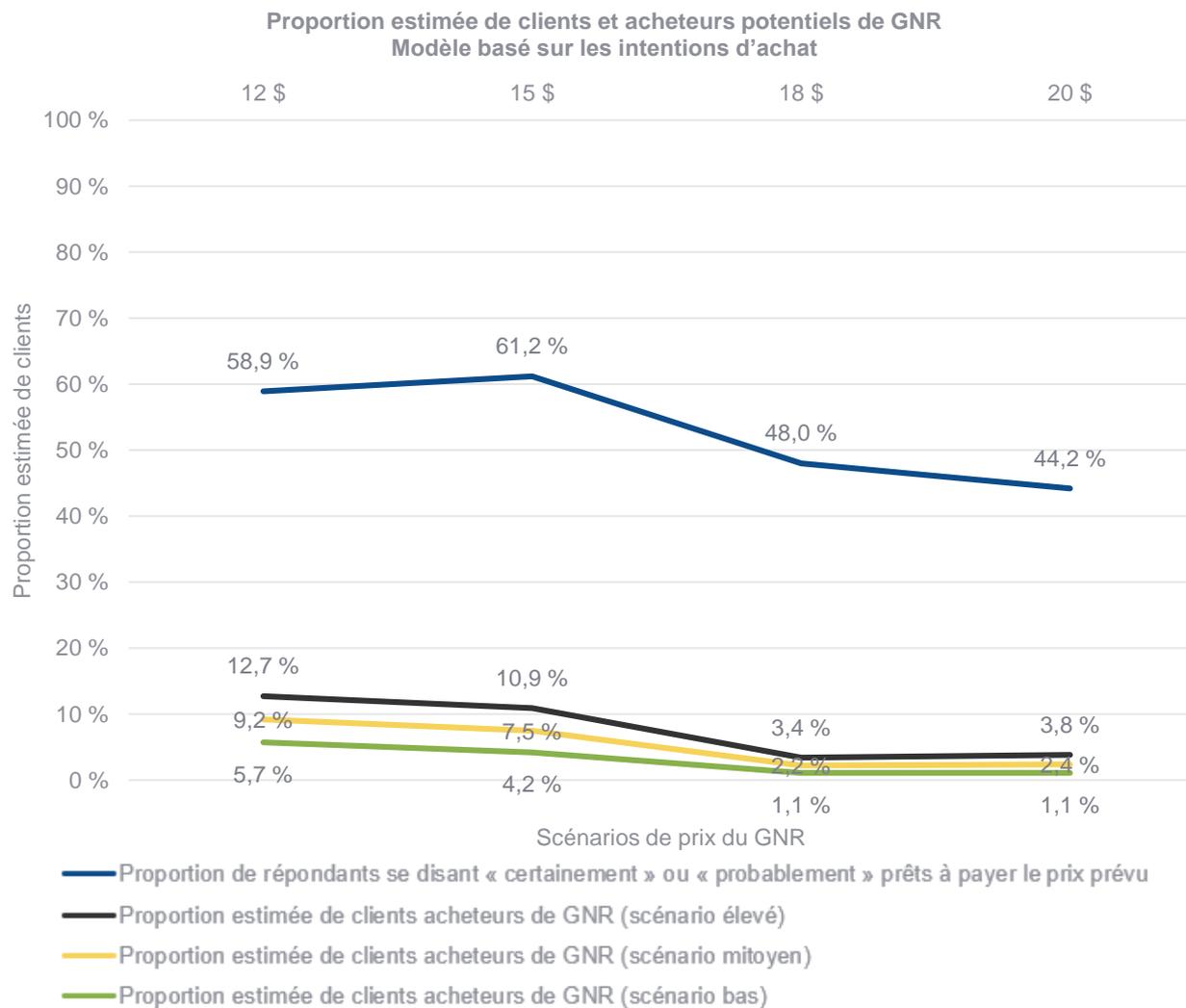


INTENTIONS D'ACHAT — SEGMENT MULTI-HABITATION

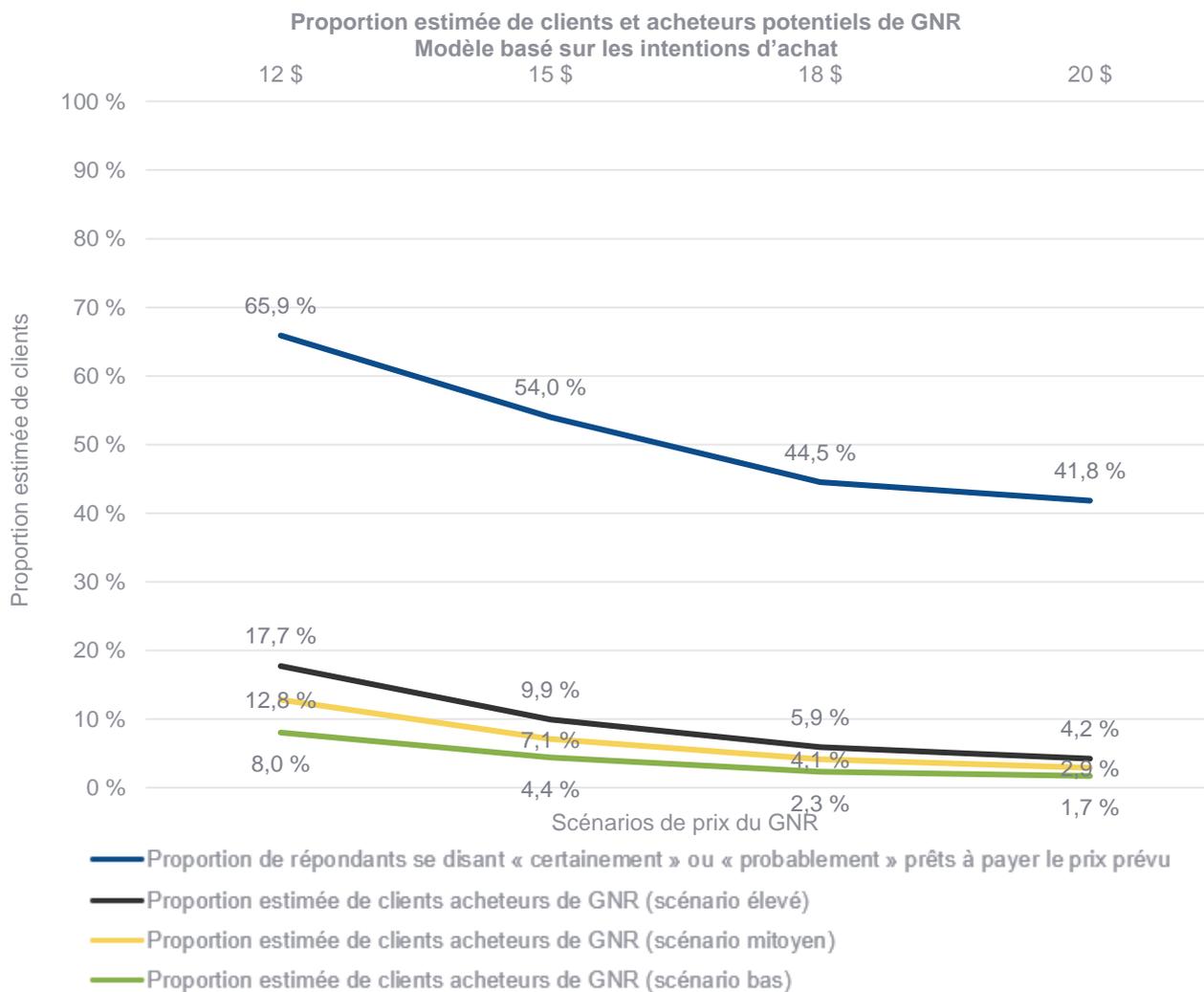




INTENTIONS D'ACHAT — SEGMENT INSTITUTIONNEL



INTENTIONS D'ACHAT — SEGMENT COMMERCIAL



A network diagram with various nodes and connecting lines, rendered in shades of teal and grey, positioned in the upper right corner of the page.

Annexe 4

MODÈLES PRÉDICTIFS DES CHOIX ÉNERGÉTIQUES EN SITUATION CONCURRENTIELLE (PAR SEGMENT)

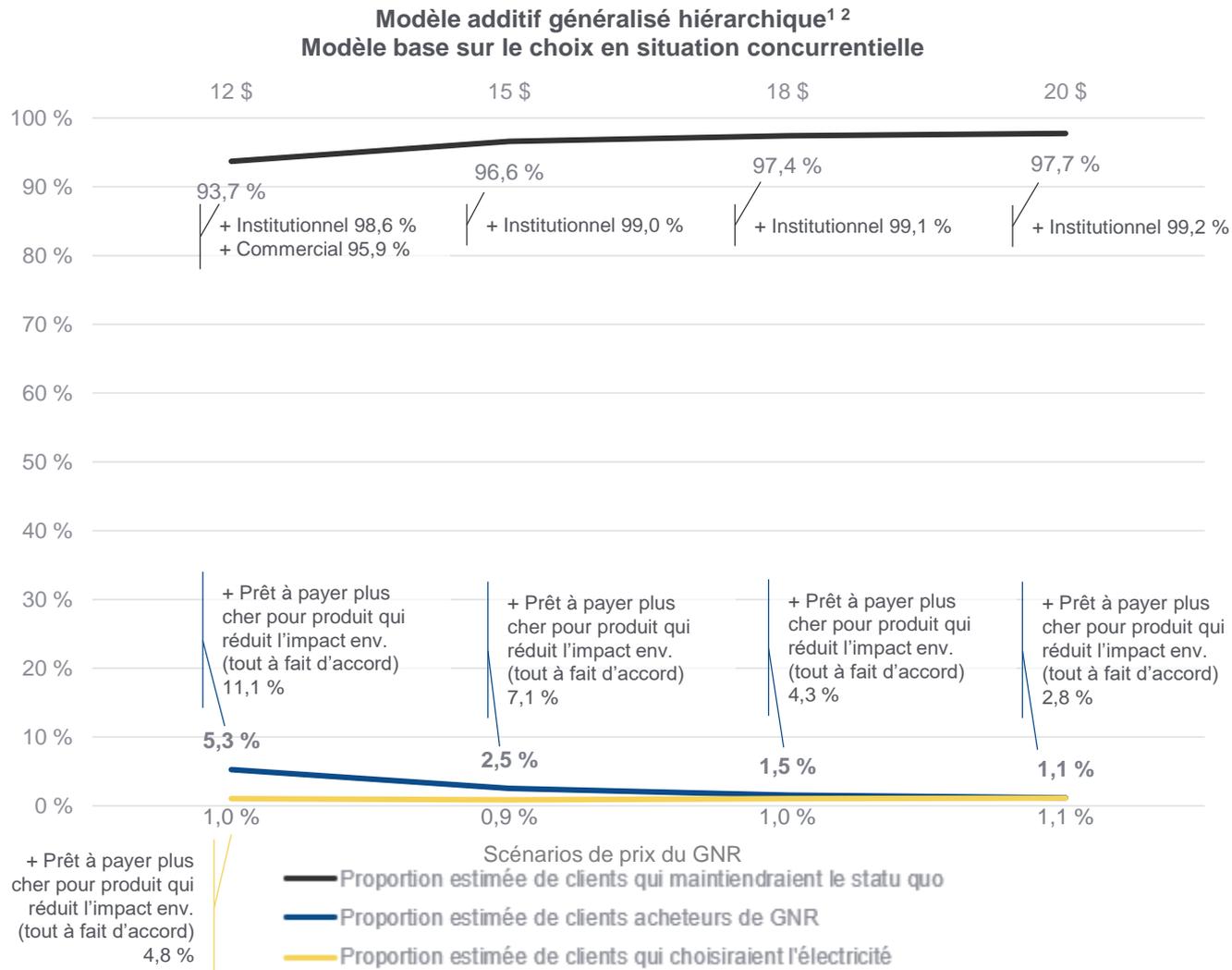
VALEUR ACCORDÉE AUX COMPOSANTES DES OFFRES ÉNERGÉTIQUES



Calcul de la valeur accordée (exprimée en % de la facture actuelle) aux composantes des offres énergétiques (résultats de l'analyse conjointe)



MODÉLISATION POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS (SUITE)



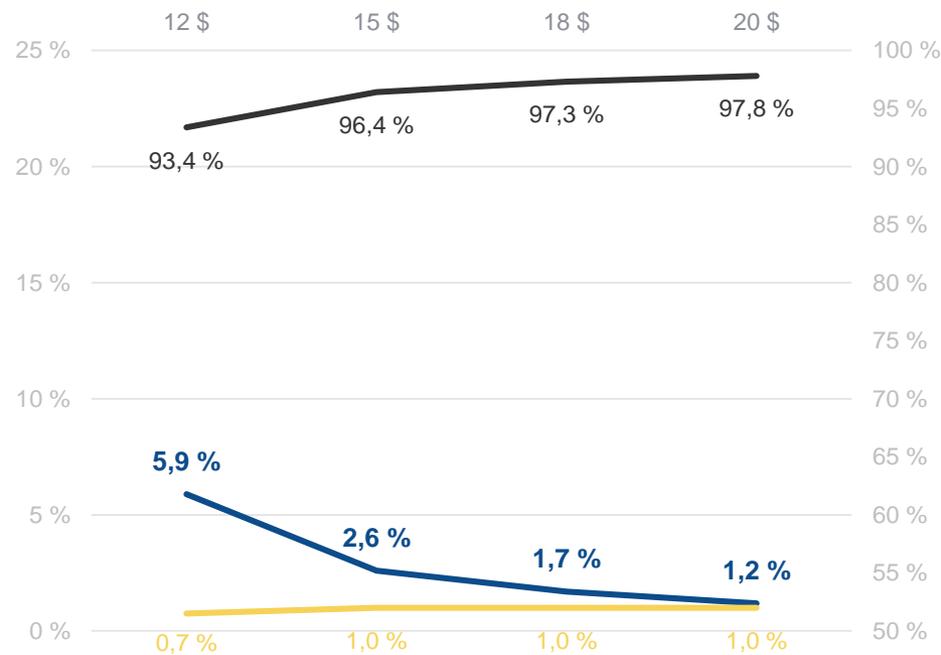
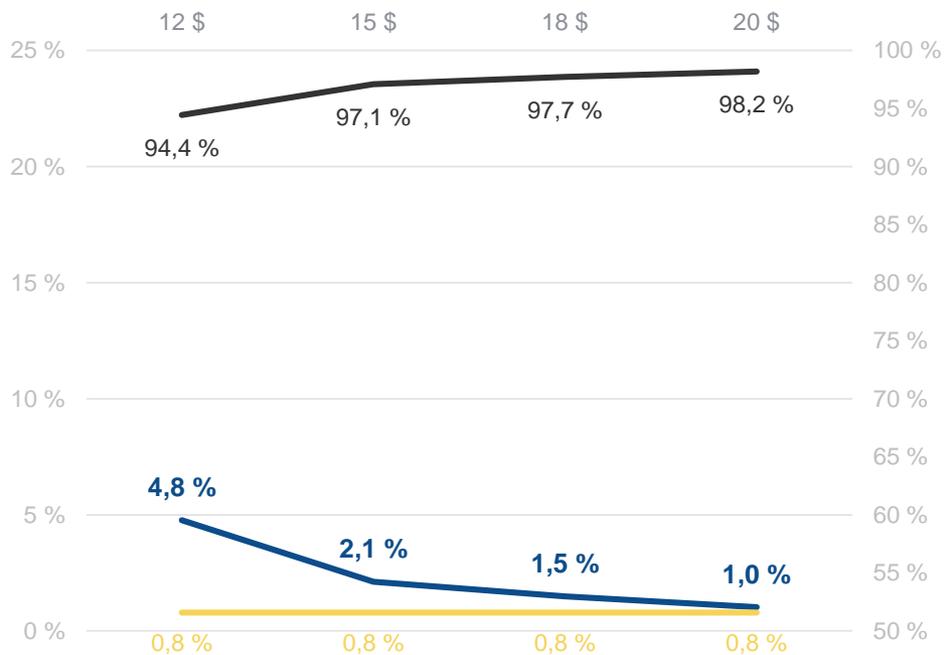
¹ Les deux modélisations des choix en situation concurrentielle donnent des résultats comparables. Pour mieux refléter l'étendue complète des valeurs estimées par les deux types de modèles, nous retenons le modèle linéaire hiérarchique, plus conservateur, comme estimation du choix en situation concurrentielle.

² La proportion estimée de clients acheteurs de GNR correspond à la proportion de clients qui achèteraient du GNR, ajustée selon la proportion de GNR de leur choix (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %). Ainsi, un répondant qui a choisi le gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable, sans coût de conversion, compte pour 0,25 client acheteur de GNR.

Modèles basés sur le choix en situation concurrentielle

Modèle linéaire hiérarchique¹

Modèle additif généralisé hiérarchique¹



Scénarios de prix du GNR

Scénarios de prix du GNR

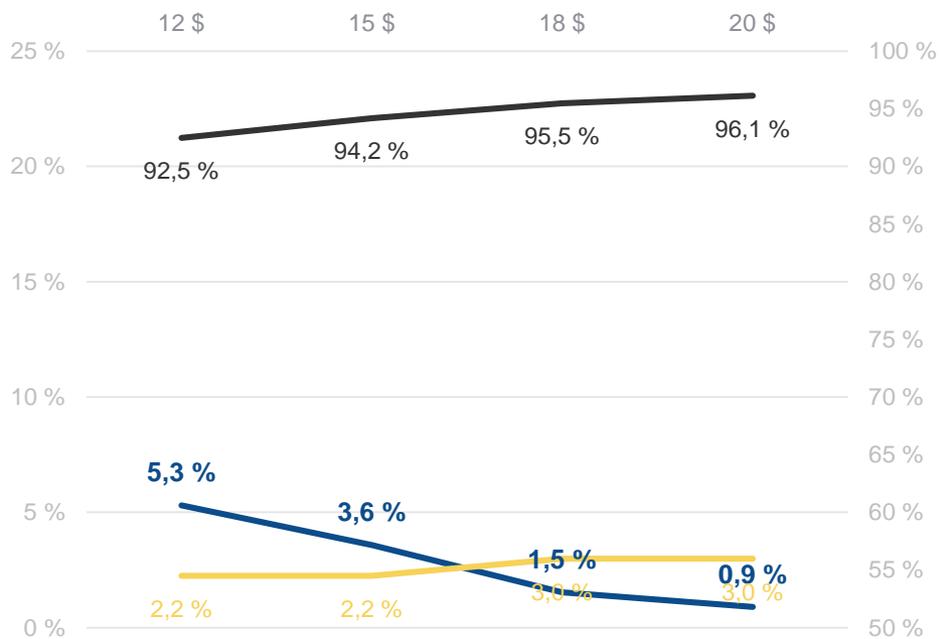
- Proportion estimée de clients qui maintiendraient le statu quo
- Proportion estimée de clients acheteurs de GNR
- Proportion estimée de clients qui choisiraient l'électricité

¹ Les deux modélisations des choix en situation concurrentielle donnent des résultats comparables. Pour mieux refléter l'étendue complète des valeurs estimées par les deux types de modèles, nous retenons le modèle linéaire hiérarchique, plus conservateur, comme estimation du choix en situation concurrentielle.

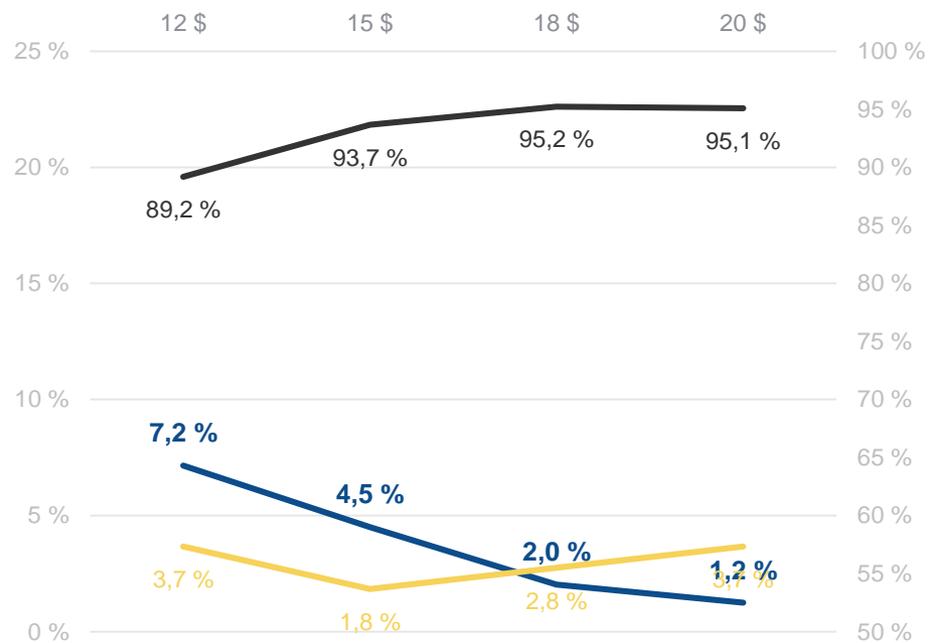
² La proportion estimée de clients acheteurs de GNR correspond à la proportion de clients qui achèteraient du GNR, ajustée selon la proportion de GNR de leur choix (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %). Ainsi, un répondant qui a choisi le gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable, sans coût de conversion, compte pour 0,25 client acheteur de GNR.

Modèles basés sur le choix en situation concurrentielle

Modèle linéaire hiérarchique¹



Modèle additif généralisé hiérarchique¹



Scénarios de prix du GNR

- Proportion estimée de clients qui maintiendraient le statu quo
- Proportion estimée de clients acheteurs de GNR
- Proportion estimée de clients qui choisiraient l'électricité

Scénarios de prix du GNR

¹ Les deux modélisations des choix en situation concurrentielle donnent des résultats comparables. Pour mieux refléter l'étendue complète des valeurs estimées par les deux types de modèles, nous retenons le modèle linéaire hiérarchique, plus conservateur, comme estimation du choix en situation concurrentielle.

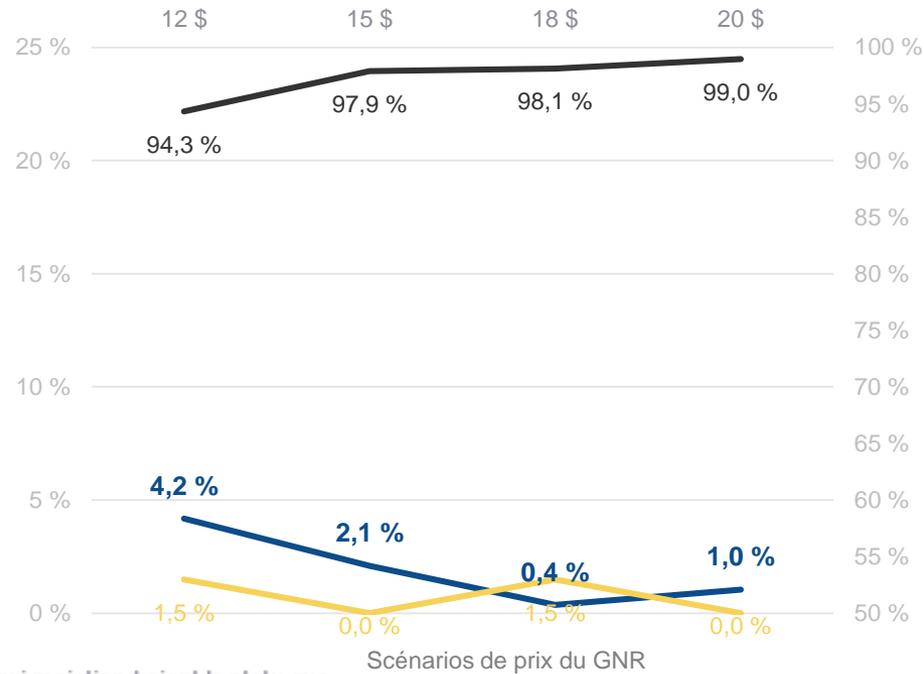
² La proportion estimée de clients acheteurs de GNR correspond à la proportion de clients qui achèteraient du GNR, ajustée selon la proportion de GNR de leur choix (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %). Ainsi, un répondant qui a choisi le gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable, sans coût de conversion, compte pour 0,25 client acheteur de GNR.

Modèles basés sur le choix en situation concurrentielle

Modèle linéaire hiérarchique¹



Modèle additif généralisé hiérarchique¹



— Proportion estimée de clients qui maintiendraient le statu quo
 — Proportion estimée de clients acheteurs de GNR
 — Proportion estimée de clients qui choisiraient l'électricité

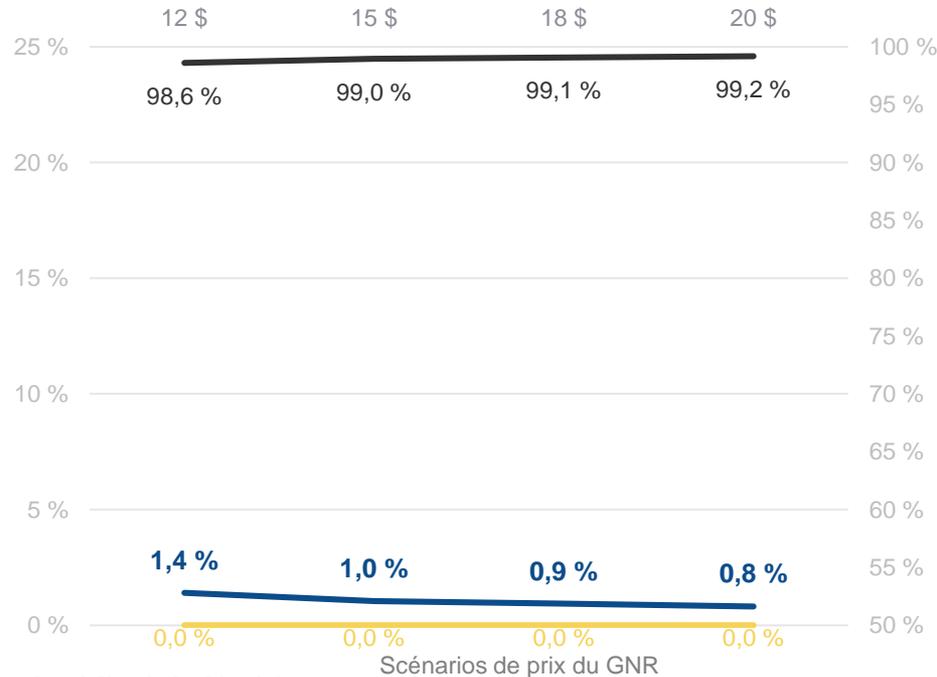
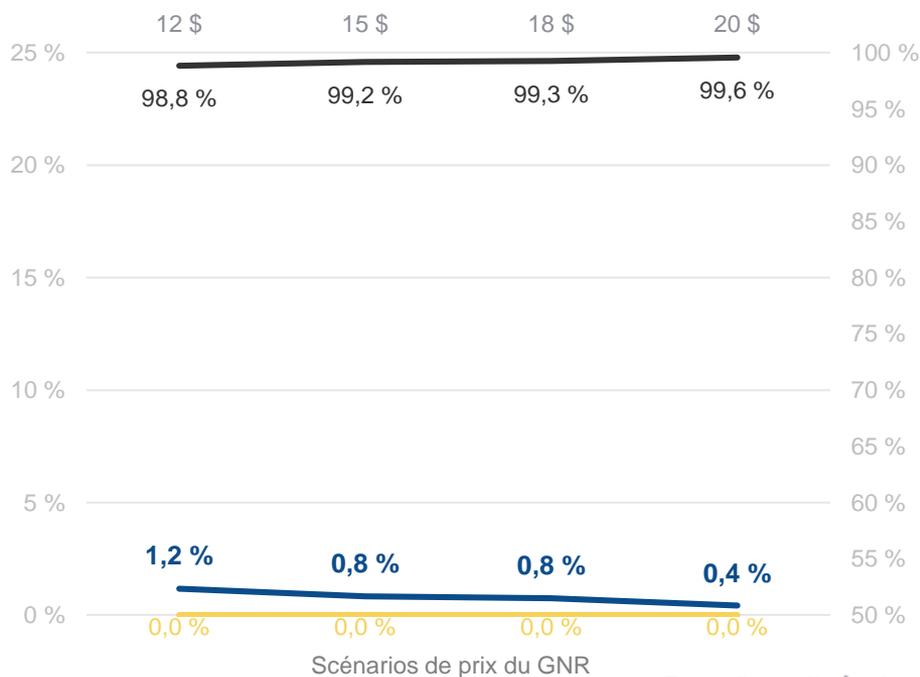
¹ Les deux modélisations des choix en situation concurrentielle donnent des résultats comparables. Pour mieux refléter l'étendue complète des valeurs estimées par les deux types de modèles, nous retenons le modèle linéaire hiérarchique, plus conservateur, comme estimation du choix en situation concurrentielle.

² La proportion estimée de clients acheteurs de GNR correspond à la proportion de clients qui achèteraient du GNR, ajustée selon la proportion de GNR de leur choix (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %). Ainsi, un répondant qui a choisi le gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable, sans coût de conversion, compte pour 0,25 client acheteur de GNR.

Modèles basés sur le choix en situation concurrentielle

Modèle linéaire hiérarchique¹

Modèle additif généralisé hiérarchique¹



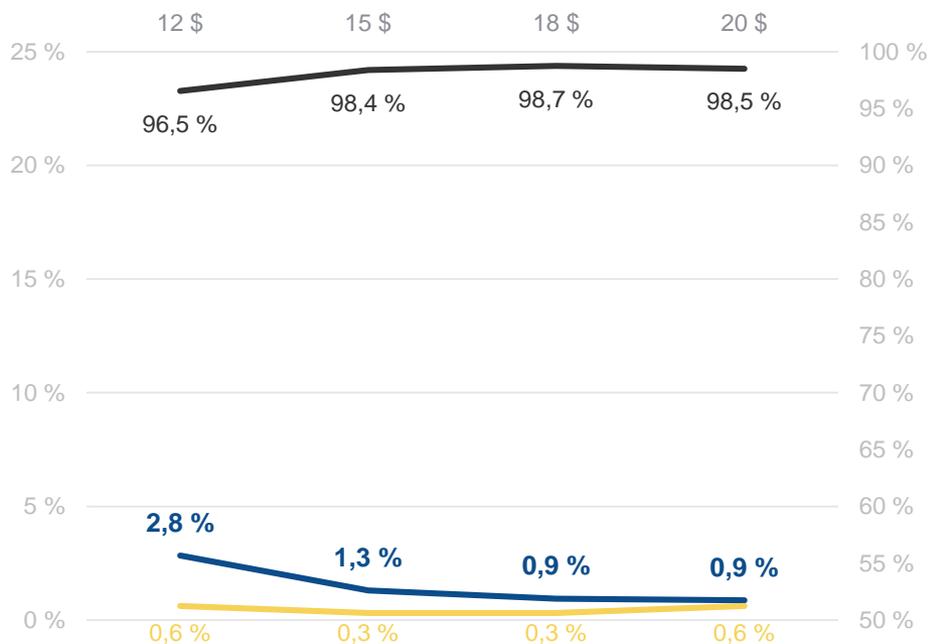
- Proportion estimée de clients qui maintiendraient le statu quo
- Proportion estimée de clients acheteurs de GNR
- Proportion estimée de clients qui choisiraient l'électricité

¹ Les deux modélisations des choix en situation concurrentielle donnent des résultats comparables. Pour mieux refléter l'étendue complète des valeurs estimées par les deux types de modèles, nous retenons le modèle linéaire hiérarchique, plus conservateur, comme estimation du choix en situation concurrentielle.

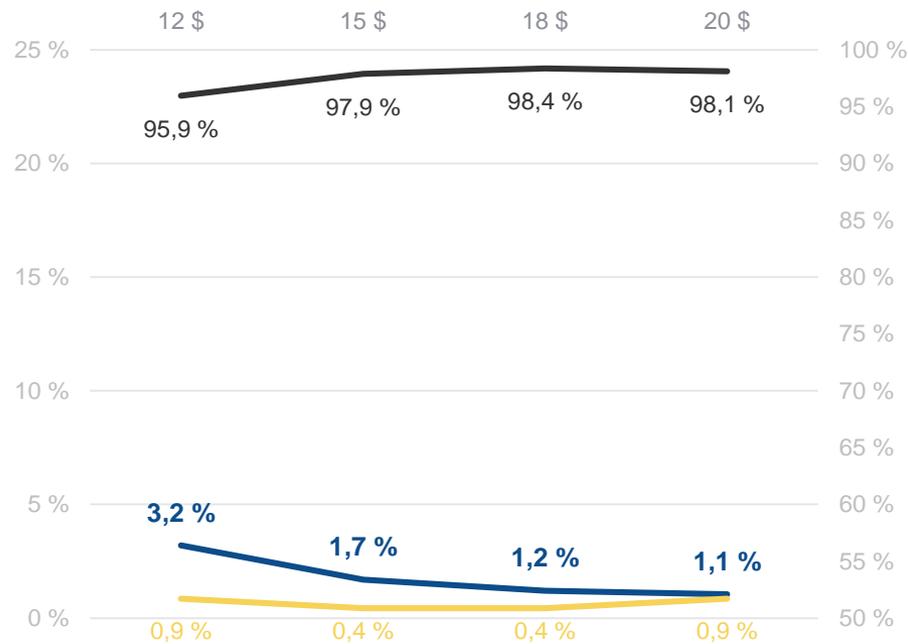
² La proportion estimée de clients acheteurs de GNR correspond à la proportion de clients qui achèteraient du GNR, ajustée selon la proportion de GNR de leur choix (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %). Ainsi, un répondant qui a choisi le gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable, sans coût de conversion, compte pour 0,25 client acheteur de GNR.

Modèles basés sur le choix en situation concurrentielle¹

Modèle linéaire hiérarchique²



Modèle additif généralisé hiérarchique²



Scénarios de prix du GNR

Scénarios de prix du GNR

- Proportion estimée de clients qui maintiendraient le statu quo
- Proportion estimée de clients acheteurs de GNR
- Proportion estimée de clients qui choisiraient l'électricité

¹ Les deux modélisations des choix en situation concurrentielle donnent des résultats comparables. Pour mieux refléter l'étendue complète des valeurs estimées par les deux types de modèles, nous retenons le modèle linéaire hiérarchique, plus conservateur, comme estimation du choix en situation concurrentielle.

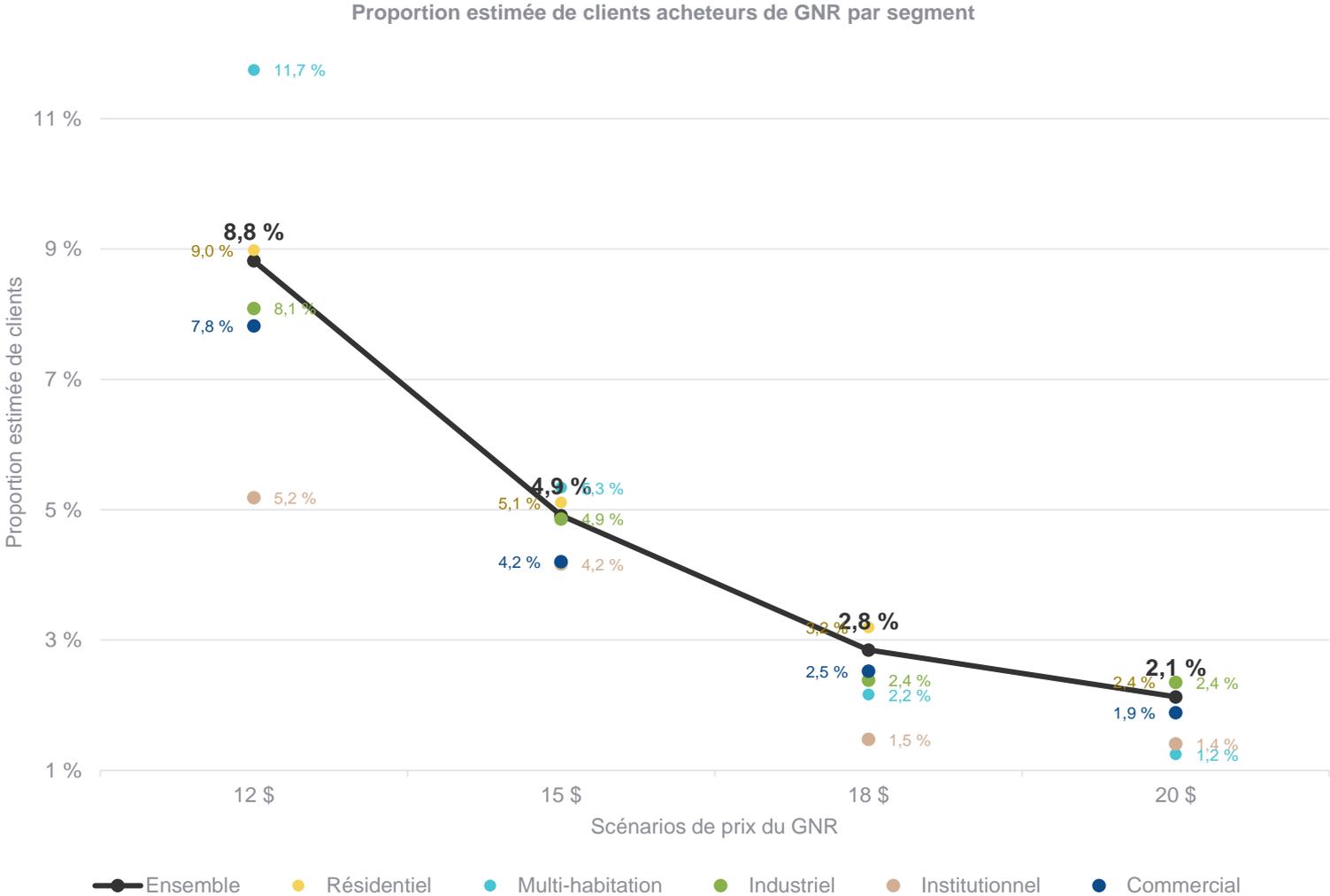
² La proportion estimée de clients acheteurs de GNR correspond à la proportion de clients qui achèteraient du GNR, ajustée selon la proportion de GNR de leur choix (soit 5 %, 25 %, 50 % ou 100 %). Ainsi, un répondant qui a choisi le gaz naturel composé à 25 % d'énergie renouvelable, sans coût de conversion, compte pour 0,25 client acheteur de GNR.

A decorative background on the right side of the page featuring a network diagram. It consists of numerous small teal and grey dots connected by thin, light blue lines, forming a complex web of connections. Some nodes are highlighted with larger, semi-transparent teal circles.

Annexe 5

PROPORTION ESTIMÉE DE CLIENTS ACHETEURS DE GNR PAR SEGMENT SELON LA MOYENNE DES DEUX MODÈLES

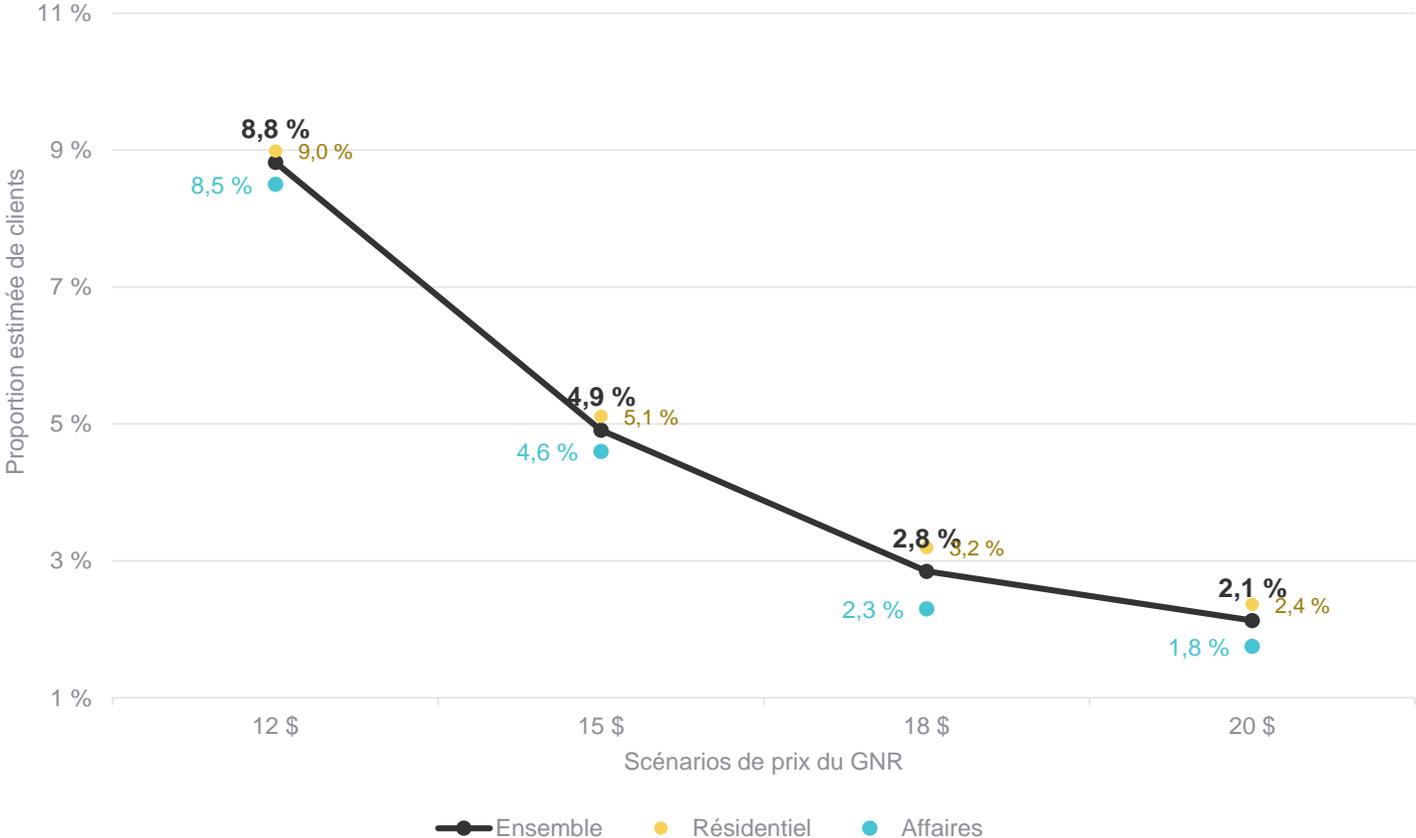
PROPORTION ESTIMÉE DE CLIENTS ACHETEURS DE GNR PAR SEGMENT SELON LA MOYENNE DES DEUX MODÈLES



PROPORTION ESTIMÉE DE CLIENTS ACHETEURS DE GNR PAR SEGMENT SELON LA MOYENNE DES DEUX MODÈLES (SUITE)



Proportion estimée de clients acheteurs de GNR par segment



Annexe 6

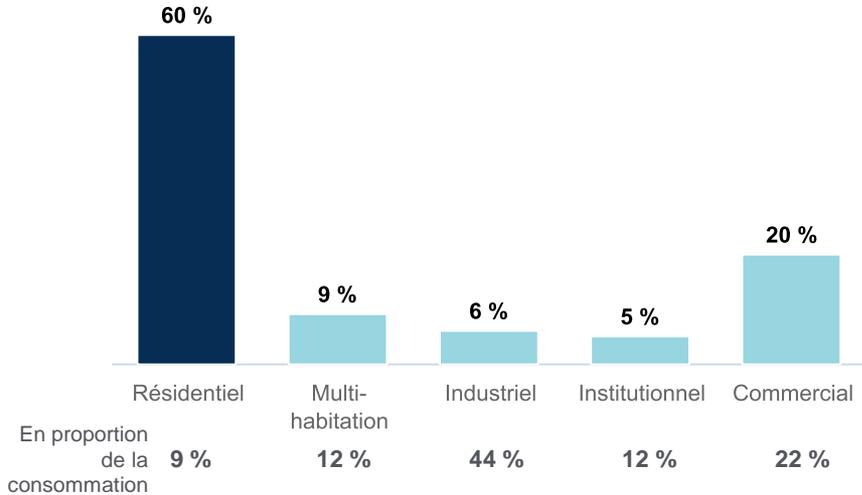
PROFIL DES RÉPONDANTS



RÔLE DU RÉPONDANT ET VOCATION DU BÂTIMENT

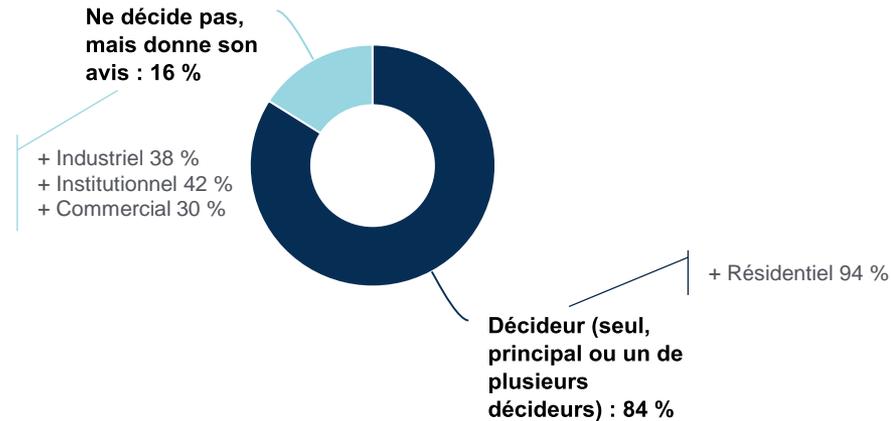
A2 Quelle est la vocation principale du bâtiment situé au...?

Base : tous, n : 2 151



A1 Lorsqu'il est question de prendre des décisions en ce qui concerne les choix énergétiques ou les choix financiers pour le bâtiment situé au..., quel est votre rôle?

Base : tous, n : 2 151

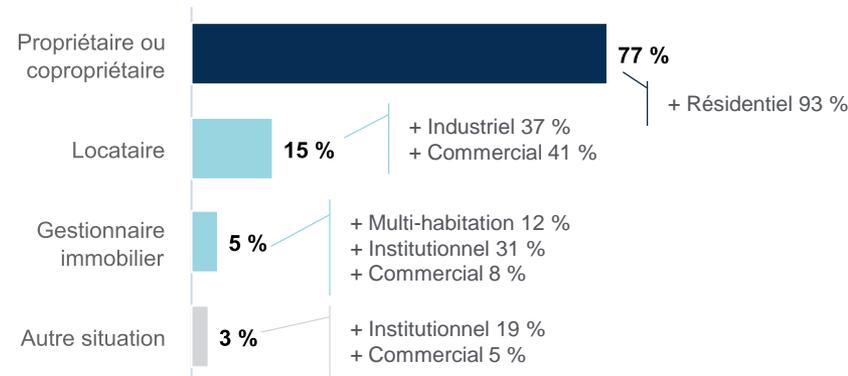


La plupart des répondants décident des choix énergétiques ou financiers du bâtiment à l'étude

- Le segment résidentiel représente la majorité des répondants (60 %) et ne représente que 9 % de la consommation totale en m³. Le segment industriel est celui qui représente la plus grande proportion de consommation avec 44 %.
- La plupart des répondants sont propriétaires ou copropriétaires du bâtiment (77 %). Cette réalité est plus marquée chez les répondants du segment résidentiel (93 %).
- Dans la grande majorité des cas, le sondage a été mené auprès du décideur. Les répondants du segment industriel, institutionnel ou commercial sont proportionnellement plus nombreux à ne pas décider, mais uniquement à donner leur avis quant aux décisions financières ou énergétiques du bâtiment (respectivement 38 %, 42 % et 30 %).

G1 Êtes-vous.../Votre entreprise est-elle...

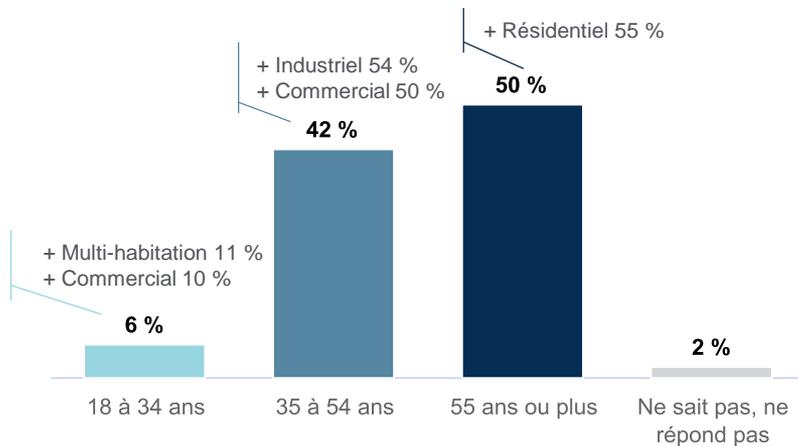
Base : tous, n : 2 151



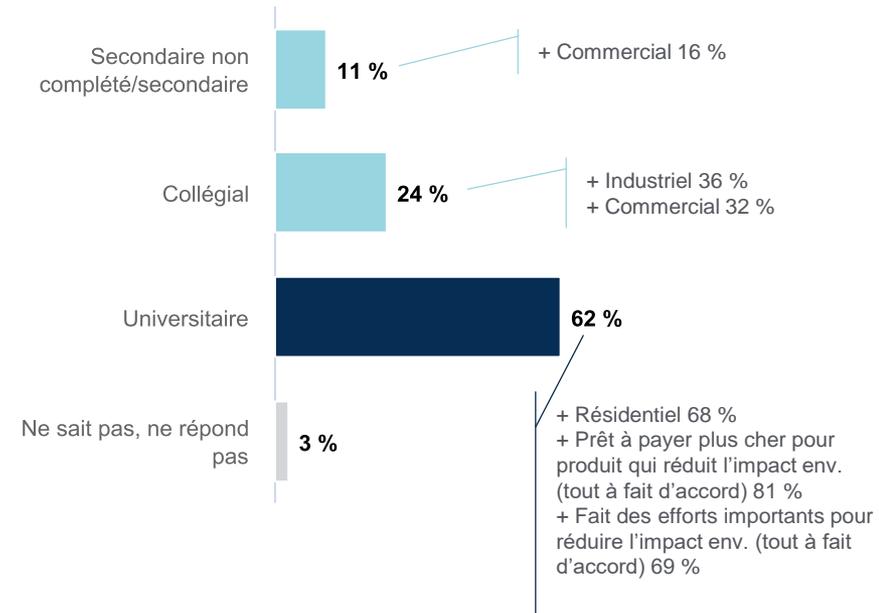
PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES RÉPONDANTS



G2 À quel groupe d'âge appartenez-vous?
Base : tous, n : 2 151



G3 Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous possédez (avez terminé)?
Base : tous, n : 2 151



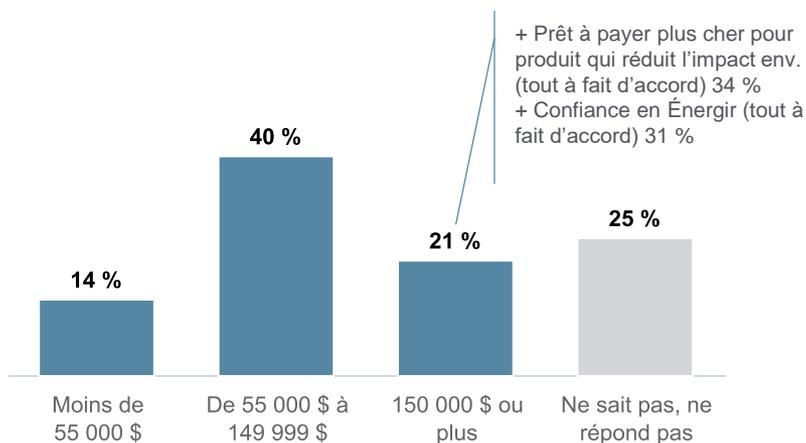
Une forte majorité de répondants détiennent un niveau de scolarité universitaire

- Les répondants tout à fait d'accord pour payer plus cher pour un produit ou un service qui réduit l'impact environnemental ou pour faire des efforts importants pour réduire l'impact environnemental (respectivement 81 % et 69 %) sont proportionnellement plus nombreux à détenir une scolarité de niveau universitaire.
- Un répondant sur deux est âgé de 55 ans ou plus. Cette tranche d'âge est surreprésentée chez les répondants du segment résidentiel (55 %). Les répondants du segment industriel ou commercial sont plus nombreux, en proportion, à être âgés de 35 à 54 ans (respectivement 54 % et 50 %).

REVENU FAMILIAL OU CHIFFRE D'AFFAIRES DES RÉPONDANTS



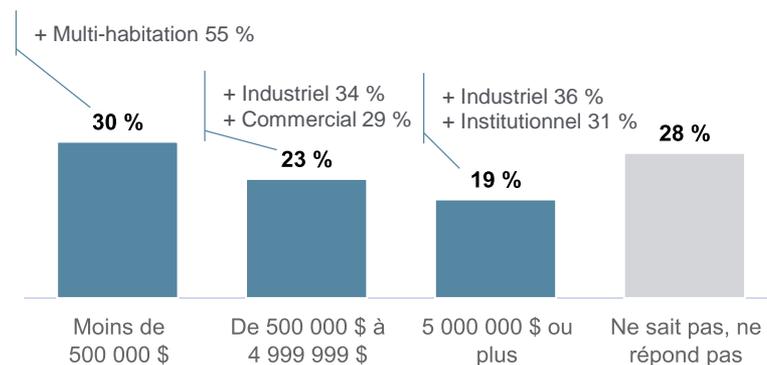
G4 Quel est votre revenu familial brut annuel?
Base : répondants du segment résidentiel, n : 1 264



Un répondant sur cinq du segment résidentiel a un revenu familial de 150 000 \$ ou plus

- Les répondants tout à fait d'accord pour payer plus cher pour un produit ou un service qui réduit l'impact environnemental ou affirmant avoir tout à fait confiance en Énergir pour l'ajout éventuel de la quantité achetée de GNR dans leur réseau sont proportionnellement plus nombreux à avoir un revenu familial de 150 000 \$ ou plus (respectivement 34 % et 31 %).

G5 Dans quelle catégorie se situe le chiffre d'affaires de votre entreprise pour votre dernière année financière complète?
Base : répondants du segment affaires, n : 887



Une majorité de répondants du segment affaires réalisent un chiffre d'affaires de moins de 5 000 000 \$

- La majorité des répondants du segment affaires réalise un chiffre d'affaires de moins de 5 000 000 \$ (53 %), tandis que près d'un répondant sur cinq du segment affaires estime que leur entreprise réalise un chiffre d'affaires de 5 000 000 \$ et plus. Cette dernière catégorie de revenu est plus présente chez les répondants du segment industriel ou institutionnel (respectivement 36 % et 31 %).
- Près du tiers des répondants du segment affaires évaluent leur chiffre d'affaires à moins de 500 000 \$ (30 %) et cette proportion est plus élevée chez les répondants du segment multi-habitation (55 %).



Sensibilité au prix du GNR

Énergir

Q_Bi Merci d'avoir accepté de participer à ce sondage concernant vos attentes en matière de sources d'énergie.

Le sondage prendra moins de dix minutes de votre temps. Votre opinion est très importante et nous vous remercions à l'avance de votre collaboration.

Soyez assuré que les informations recueillies seront traitées globalement, en toute confidentialité et qu'elles ne serviront qu'à des fins de recherche.

Section 1

Qualification

Q_A1 Lorsqu'il est question de prendre des décisions **en ce qui concerne les choix énergétiques ou les choix financiers** pour le bâtiment situé au <ECHADR>, quel est votre rôle? Diriez-vous que...?

1=Vous êtes le décideur (seul, principal ou un de plusieurs décideurs)

2=Vous ne décidez pas, mais vous donnez votre avis

3=Vous ne jouez aucun rôle dans la décision

9=Je ne sais pas / je préfère ne pas répondre

Q_A2 Quelle est la vocation principale du bâtiment situé au <ECHADR>?

1=Résidentiel (unifamilial/duplex/triplex/Unité de condo)

2=Multi-habitation (4 logements et plus, résidence pour personne retraitées, tour à condo)

3=Industriel

4=Institutionnel (centre d'accueil, école, hôpital, édifice municipal/provincial/fédéral, etc.)

5=Commercial (transport, restauration, entrepôts, commerces de détail, entreprise de services, etc.)

Section 2

Notoriété du GNR

Q_B1

Vous-même, comment qualifieriez-vous votre niveau de connaissance à propos du **gaz naturel renouvelable**? Diriez-vous que vous avez une connaissance...

1=Approfondie

2=Générale

3=Limitée

4=Vous n'en n'avez jamais entendu parler

Q_B2

Le **gaz naturel renouvelable** peut être produit, entre autres, à partir de déchets de table, de résidus agricoles et de boues provenant d'usines d'épuration.

Le **gaz naturel renouvelable** est une énergie de source entièrement renouvelable comme l'énergie solaire ou éolienne. Ses propriétés sont identiques à celle du gaz naturel, on peut donc le mélanger dans le même réseau de distribution et l'utiliser sans changer les appareils.

Êtes-vous favorable ou défavorable à ce que Énergir intègre du gaz naturel renouvelable dans son réseau de distribution?

1=Totalement favorable

2=Plutôt favorable

3=Plutôt défavorable

4=Totalement défavorable

9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Section 3 **Mesure de sensibilité au prix Van Westendorp**

Note **Question C1 à C4 à présenter sur une même page**

Garder en affichage (en haut à droite) la facture mensuelle moyenne pour les questions C1 à D5

Q_C1 Veuillez noter que toutes les questions posées porteront sur la bâtisse située au : <ECHADR>.

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Considérant ce montant, veuillez répondre aux questions suivantes sur le prix de votre facture **si vous consommez du gaz naturel renouvelable**.

Les questions sont posées afin que les montants que vous donnerez soient en ordre croissant (du prix le plus bas au prix le plus élevé). Vous ne pouvez pas indiquer le même montant plus d'une fois.

À quel prix considérez-vous que le gaz naturel renouvelable n'est PAS ASSEZ CHER, c'est-à-dire que **vous avez des doutes quant à sa qualité?**
<< _____ \$ par mois>>
<<99999=Je ne sais pas >>

Q_C2 À quel prix considérez-vous que le gaz naturel renouvelable n'est PAS CHER, c'est-à-dire que **ce serait une véritable aubaine?**
<< _____ \$ par mois>>
<<99999=Je ne sais pas >>

Q_C3 À quel prix considérez-vous que le gaz naturel renouvelable est CHER, c'est-à-dire que **vous pourriez envisager en principe de le choisir, mais seulement après mûre réflexion?**
<< _____\$ par mois>>
<<99999=Je ne sais pas>>

Q_C4 À partir de quel prix considérez-vous que le gaz naturel renouvelable est TROP CHER, c'est-à-dire que **vous n'envisagez pas du tout de le choisir?**
<< _____\$ par mois>>
<<99999=Je ne sais pas>>

Message d'erreur si les réponses ne respectent pas les critères suivants

$C1 > C2$, $C2 > C3$ et $C3 > C4$

Indiquer au répondant : Les questions sont posées afin que les réponses soient en ordre croissant (du prix le plus bas au prix le plus élevé). */

Section 4 Analyse conjointe

Note **Le choix des 12 fiches qui seront sélectionnées parmi l'ensemble des 24 possibilités sera établi au moment de la collecte en fonction des exigences de l'analyse statistique.**

Q_D1txt Les prochaines questions vous demanderont un peu plus de réflexion, mais ne prendront que quelques minutes à compléter. Elles sont cependant très importantes pour que nous puissions comprendre la façon dont vous effectuez vos choix en matière de source d'énergie. Merci de votre collaboration.

Nous vous présentons **12 offres** proposant des choix incluant :

- une source d'énergie,
- la composition en énergie renouvelable,
- si un coût de conversion à la source d'énergie s'applique (achat et installation d'appareils)

Nous vous demandons de répondre en fonction de la description des offres qui vous sont présentées sans tenir compte de ce qui est réellement disponible au Québec. Il est possible que certaines offres ne correspondent pas nécessairement aux conditions réelles du marché québécois, mais répondez à la question en supposant que vous avez réellement la possibilité de choisir cette offre.

L'énergie renouvelable est issue de processus naturels qui sont régénérés à un taux égal ou plus rapide que le taux auquel ils sont consommés.

- Note** **12 offres sont présentées avec un choix parmi les attributs suivants :**
- **Source d'énergie : gaz ou électricité**
 - **Pourcentage d'énergie renouvelable : 0 %, 5 %, 10 %, 25 %, 50 % ou 100 %**
 - **Coût de conversion : applicable ou non applicable**
- Q_DPROP6 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Électricité** composée à **100 %** d'énergie renouvelable **avec coût** de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre >>
- Q_DPROP5 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Électricité** composée à **50 %** d'énergie renouvelable avec coût de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre >>
- Q_DPROP1 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Électricité** composée à **0 %** d'énergie renouvelable avec coût de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre>>
- Q_DPROP10 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Gaz naturel** composé à **25 %** d'énergie renouvelable **avec coût** de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre>>
- Q_DPROP9 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Gaz naturel** composé à **10 %** d'énergie renouvelable **avec coût** de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre >>

- Q_DPROP8 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Gaz naturel** composé à **5 %** d'énergie renouvelable **avec coût** de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre >>
- Q_DPROP16 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Électricité** composée à **25 %** d'énergie renouvelable **sans coût** de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre>>
- Q_DPROP15 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Électricité** composée à **10 %** d'énergie renouvelable **sans coût** de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre>>
- Q_DPROP14 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Électricité** composée à **5 %** d'énergie renouvelable **sans coût** de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre>>
- Q_DPROP24 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Gaz naturel** composé à **100 %** d'énergie renouvelable **sans coût** de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre>>
- Q_DPROP23 Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?
- Gaz naturel** composé à **50 %** d'énergie renouvelable **sans coût** de conversion
<< _____\$ par mois>>
99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre>>

Q_DPROP19

Sachant que votre facture actuelle est de <FACTMOY>\$, combien seriez-vous prêt à payer PAR MOIS pour l'offre suivante...?

Gaz naturel composé à **0 %** d'énergie renouvelable **sans coût** de conversion
<< _____(\$ par mois)>>

99999=Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre>>

Section 5	Prix avoué
Note	Déterminer les prix à afficher en fonction de la réponse à la question A2 et du volume annuel ajusté 2018.
Section 5.1	100 % de GNR
Note	Dans la série de questions E1 à E4, si la réponse est « Certainement pas », passer à la sous-section suivante, soit au prochain pourcentage de GNR*/
Q_TXTE1	<p>Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.</p> <p>Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$</p> <p>Considérant ces montants, veuillez répondre aux questions suivantes.</p>
Q_E1	<p>Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.</p> <p>Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$</p> <p>Si Énergir vous offrait 100 % de gaz naturel renouvelable parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 12\$ de la facture mensuelle> <VALEp1>\$ par mois?</p> <p>1=Certainement 2=Probablement 3=Probablement pas 4=Certainement pas 9=Je préfère ne pas répondre</p>

Q_E2

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **100 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 15\$ de la facture mensuelle><VALEp2>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E3

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **100 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 18\$ de la facture mensuelle>*<VALEp3>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E4

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **100 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 20\$ de la facture mensuelle><VALEp4>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Section 5.2

Note

50 % de GNR

Dans la série de questions E5 à E8, si la réponse est « Certainement pas », passer à la sous-section suivante, soit au prochain pourcentage de GNR

Q_E5

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **50 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 12\$ de la facture mensuelle><VALEp5>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E6

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **50 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 15\$ de la facture mensuelle><VALEp6>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E7

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **50 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 18\$ de la facture mensuelle> <VALEp7>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E8

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **50 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 20\$ de la facture mensuelle><VALEp8>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Section 5.3

Note

25 % de GNR

Dans la série de questions E9 à E12, si la réponse est « Certainement pas », passer à la sous-section suivante, soit au prochain pourcentage de GNR

Q_E9

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **25 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 12\$ de la facture mensuelle><VALEp9>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E10

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **25 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 15\$ de la facture mensuelle><VALEp10>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E11

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **25 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 18\$ de la facture mensuelle><VALEp11>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E12

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **25 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 20\$ de la facture mensuelle><VALEp12>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Section 5.4
Note

5 % de GNR

Dans la série de questions E13 à E16, si la réponse est « Certainement pas », passer à la sous-section suivante, soit au prochain pourcentage de GNR

Q_E13

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **5 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 12\$ de la facture mensuelle><VALEp13>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E14

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **5 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 15\$ de la facture mensuelle><VALEp14>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E15

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **5 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer <calculer X % à 18\$ de la facture mensuelle><VALEp15>\$ par mois?

- 1=Certainement
- 2=Probablement
- 3=Probablement pas
- 4=Certainement pas
- 9=Je préfère ne pas répondre

Q_E16

Votre facture mensuelle moyenne de gaz naturel est de <FACTMOY>\$.

Pour une consommation équivalente, l'hydro-électricité, une source d'énergie renouvelable, vous coûterait <VALELEC>\$

Si Énergir vous offrait **5 % de gaz naturel renouvelable** parmi l'énergie consommée mensuellement, seriez-vous prêt à payer calculer X % à 20\$ de la facture mensuelle <VALEp16>\$ par mois?

1=Certainement

2=Probablement

3=Probablement pas

4=Certainement pas

9=Je préfère ne pas répondre

Section 6

Analyse d'attitude

Note

Question F1 posée à tous sauf résidentiels

Q_F1

À ce jour, des règlements ou normes vous obligent-ils à respecter une certaine proportion d'énergie renouvelable de l'énergie consommée par votre bâtiment à l'adresse <ECHADR>?

1=Oui

2=Non

9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Note

Question F2 posée si le client CII ne répond pas « oui » à la question F1 sur l'obligation actuelle.

Q_F2 CII

Dans 5 ans, prévoyez-vous que des règlements ou normes vous obligeront à respecter une certaine proportion d'énergie renouvelable?

1=Oui

2=Non

9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Note

Questions F3A à F3G : Rotation des énoncés

Q_F3A

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Le **gaz naturel** est une énergie propre i.e. qui produit une quantité relativement faible de polluant.

4=Tout à fait en désaccord

3=Plutôt en désaccord

2=Plutôt d'accord

1=Tout à fait d'accord

9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

- Q_F3B Le ((G **gaz naturel renouvelable**)) est une énergie propre i.e. qui produit une quantité relativement faible de polluant.
- Q_F3C L'((G **hydro-électricité**)) est une énergie propre. i.e. qui produit une quantité relativement faible de polluant
- Q_F3D <F3DAFF>
- Q_F3E La planète subit une crise environnementale et il est trop tard pour la sauver.
- Q_F3F Je suis prêt à payer plus cher pour un produit ou un service qui réduit l'impact environnemental sans avoir d'autres bénéfices tangibles.
- Q_F3G Lorsque je fais un achat « vert », je veux avoir la preuve qu'il l'est.
- Q_F4 Si vous choisissiez d'ajouter une certaine proportion de gaz naturel renouvelable à votre facture mensuelle, Énergir ajouterait la quantité correspondante de gaz naturel renouvelable à ses approvisionnements globaux. Il n'y aurait donc pas de changements dans la nature du gaz naturel livré à votre adresse. Considérant ce qui précède, êtes-vous d'accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant?
- Vous avez pleinement confiance en Énergir pour ajouter réellement à ses approvisionnements la quantité de gaz naturel renouvelable que vous achèteriez.
- 1=Tout à fait d'accord
2=Plutôt d'accord
3=Plutôt en désaccord
4=Tout à fait en désaccord
9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Section 7

Profil

- Q_G1 Le sondage est **presque terminé**. Il ne reste que quelques questions qui permettront de regrouper vos réponses avec celles des autres répondants.
- 1=Propriétaire ou copropriétaire du <ECHADR>
2=Locataire au <ECHADR>
3=Gestionnaire immobilier du <ECHADR>
90=Autre situation
- Q_G2 À quel groupe d'âge appartenez-vous?
- 1=18 à 24 ans
2=25 à 34 ans
3=35 à 44 ans
4=45 à 54 ans
5=55 à 64 ans
6=65 ans ou plus

9=Je préfère ne pas répondre

Q_G3

Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous possédez (avez terminé)?

1=Secondaire non complété

2=Secondaire

3=Collégial

4=Universitaire

9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Note

Question G4 posée à tous sauf CII

Q_G4 RES

Quel est votre revenu familial brut annuel?

1=Moins de 25 000\$

2=De 25 000\$ à 34 999\$

3=De 35 000\$ à 44 999\$

4=De 45 000\$ à 54 999\$

5=De 55 000\$ à 74 999\$

6=De 75 000\$ à 99 999\$

7=De 100 000\$ à 149 999\$

8=De 150 000\$ et plus

9=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Note **Question G5 posée à tous les clients CII (choix de réponse à réviser sur réception de la base de données).**

Q_G5 CII Dans quelle catégorie se situe le chiffre d'affaires de votre entreprise pour votre dernière année financière complète?

- 1=Moins de 50 000\$
- 2=De 50 000\$ à 99 999\$
- 3=De 100 000\$ à 149 999\$
- 4=De 150 000\$ à 199 999\$
- 5=De 200 000\$ à 299 999\$
- 6=De 300 000\$ à 499 999\$
- 7=De 500 000\$ à 999 999\$
- 8=De 1 000 000\$ à 4 999 999\$
- 9=De 5 000 000\$ à 9 999 999\$
- 10=10 000 000\$ et plus
- 99=Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_FIN C'est déjà terminé. Merci beaucoup de votre précieuse collaboration!