

SUIVI SEMESTRIEL DE L'ÉTAPE C
SUR LA STRATÉGIE DE
COMMERCIALISATION DU GNR

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION 3

1 ÉTAT DE L'AVANCEMENT DE LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION 3

 1.1 CLIENTÈLE DE MASSE 3

 1.2 CLIENTÈLE À FORT VOLUME 4

CONCLUSION 6

**ANNEXE 1 : REPRÉSENTATION VISUELLE DE LA CAMPAGNE
NUMÉRIQUE DES FÊTES**

**ANNEXE 2 : REPRÉSENTATION VISUELLE DU BULLETIN DE L'AUTOMNE
2021**

INTRODUCTION

1 À l'annexe 2, section A, de sa décision D-2021-158, la Régie de l'énergie (la Régie) a ordonné à
2 Énergir, s.e.c. (Énergir) de déposer plusieurs éléments en suivi de l'étape C¹. Le présent
3 document vise à fournir l'élément suivant :

4 « A5. En conséquence, la Régie demande à Énergir de déposer, au présent dossier, un suivi
5 semestriel sur l'état d'avancement et sur les résultats de sa stratégie de commercialisation
6 évolutive décrite à la pièce B-0562. Elle lui demande également de fournir le détail de cette
7 information par segment de clients. »

1 ÉTAT DE L'AVANCEMENT DE LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION

8 La stratégie de commercialisation d'Énergir continue d'évoluer afin d'accroître la notoriété du
9 GNR et susciter l'engagement à en consommer. Depuis mars 2021, l'approbation des nouveaux
10 contrats d'approvisionnement a permis à Énergir de fournir une meilleure prévisibilité des
11 quantités de GNR disponibles à sa clientèle. De ce fait, elle a accéléré ses efforts de
12 représentation auprès des clients à fort volume et est sur le point de finaliser les travaux sur ses
13 systèmes informatiques qui rendront possible le traitement d'un grand nombre de demandes. Ces
14 modifications aux systèmes permettront d'étendre l'offre de GNR à une plus grande portion de la
15 clientèle puisqu'elles éliminent une grande partie du traitement manuel et diminuent le risque
16 d'erreur.

17 La stratégie de commercialisation peut se distinguer en deux approches, soit celle pour la
18 clientèle de masse (clients résidentiels et petits commerciaux) et la clientèle à fort volume (grands
19 clients commerciaux, institutionnels et industriels).

1.1 CLIENTÈLE DE MASSE

20 Dans les derniers mois, les efforts d'Énergir dans ses communications à la clientèle de masse
21 ont été concentrés sur l'accroissement de la notoriété du GNR. Les stratégies suivantes ont été
22 utilisées :

¹ R-4008-2017, décision D-2021-158, pp. 197-198.

- 1 • Poursuite des efforts de sensibilisation :
- 2 - Partenariats et commandites avec le Parc Jean-Drapeau, le Zoo de Granby et le
- 3 Centre des sciences²;
- 4 - Commandite télé d'émission de cuisine et campagne numérique GNR des fêtes³;
- 5 - Ajout de contenu sur le GNR dans les bulletins à la clientèle⁴.
- 6 • Début des efforts visant à démontrer la possibilité de consommer du GNR :
- 7 - Bonification de la page dédiée au GNR sur le site internet d'Énergir et ajout d'une
- 8 nouvelle page qui donne accès aux différents formulaires de demande⁵;
- 9 - Introduction de contenu sur le GNR dans les différents bulletins et courriels
- 10 transmis à la clientèle indiquant la possibilité de consommer;
- 11 - Articles sur le blogue d'Énergir démontrant la possibilité de consommer du GNR à
- 12 l'aide de cas de clients réels, soit l'Aéroport de Montréal et la Société des arts
- 13 technologiques⁶.
- 14 Avec l'intégration de l'offre GNR à l'Espace client⁷ en avril 2022, il sera possible pour les clients
- 15 de compléter directement leur demande de GNR sans intervention manuelle d'Énergir. Énergir a
- 16 prévu de débiter dès ce printemps un lancement progressif de l'offre auprès de la clientèle de
- 17 masse.

1.2 CLIENTÈLE À FORT VOLUME

18 Les efforts de représentation déjà débutés se sont poursuivis et ont même été accélérés. À la

19 suite de l'approbation des nouveaux contrats d'approvisionnement de GNR, l'ensemble des

20 clients sur la liste de demande ont été contactés afin d'établir une meilleure planification de leurs

21 besoins à court, moyen et long termes. De plus, la force de vente d'Énergir rencontre déjà ses

22 clients afin de connaître leurs intentions de décarbonation et leur présenter le positionnement de

² Un exemple vidéo est disponible sur <https://www.facebook.com/EnergirQc/videos/1039857999933486/>.

³ Une représentation visuelle de la campagne numérique des fêtes est présentée à l'annexe 1.

⁴ Une représentation visuelle du bulletin de l'automne 2021 est présentée à l'annexe 2.

⁵ <https://www.energir.com/fr/a-propos/nos-energies/gaz-naturel/gaz-naturel-renouvelable/demande-gnr/>.

⁶ <https://www.energir.com/blogue/>.

⁷ <https://espaceclient.energir.com/fr/>.

1 l'efficacité énergétique et du GNR comme une solution pour contribuer à leurs objectifs de
2 décarbonation. Ces rencontres visent également à rassurer la clientèle sur la disponibilité du GNR
3 ainsi que sur la simplicité du processus menant à la consommation de cette source d'énergie
4 renouvelable. En plus des rencontres individuelles, des efforts de commercialisation ont été faits
5 et se poursuivent pour faire connaître le GNR et susciter l'adhésion tant auprès des clients que
6 des influenceurs :

7 • Efforts de commercialisation auprès des clients :

8 - Webinaire auprès de la clientèle grande entreprise;

9 - Bulletin bleu pour la clientèle grande entreprise;

10 - Webinaires pour la clientèle affaires (par région);

11 - Courriels auprès de la clientèle affaires;

12 - Développement d'outils de communication permettant d'appuyer les efforts de
13 représentation de la force de vente (présentation, calculateurs, etc.).

14 • Efforts de commercialisation auprès des influenceurs :

15 - Trois webinaires (partenaires certifiés en gaz naturel, ingénieurs, courtiers);

16 - Webinaire spécifique où l'efficacité énergétique et le GNR ont été présentés dans
17 une optique de parcours de décarbonation;

18 - Bulletins bleus (PCGN et ingénieurs).

19 Les résultats de la stratégie de commercialisation d'Énergir pour les clientèles à fort volume et
20 de masse, soit la liste des clients qui se sont engagés formellement à consommer du GNR, sont
21 présentés dans le cadre de la cause tarifaire 2022-2023⁸.

⁸ R-4177-2021, B-0048, Énergir-H, Document 6, pp. 4 à 6.

CONCLUSION

Énergir demande à la Régie :

- de prendre acte du suivi A5 de la décision D-2021-158 (pages 197-198) et de s'en déclarer satisfaite.

ANNEXE 1 : Représentation visuelle de la campagne numérique des fêtes



ANNEXE 2 : Représentation visuelle du bulletin de l'automne 2021

