

**S U I V I T R I M E S T R I E L D E L A
D É C I S I O N D - 2 0 2 3 - 0 2 2 S U R L A S T R A T É G I E
D E C O M M E R C I A L I S A T I O N D U G S R**

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	3
1 ÉTAT DE L'AVANCEMENT DE LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION 4	
1.1 Actions de positionnement – Citoyens & acteurs du milieu	5
1.2 Actions de marketing de masse – Clients à faible volume	6
1.3 Actions de marketing personnalisées – Clients à fort volume	6
2 VOLUMES ET NOMBRE DE CLIENTS CONVERTIS À LA BIÉNERGIE	8
CONCLUSION	9
ANNEXE 1 : REPRÉSENTATION VISUELLE DE LA CAMPAGNE CITOYENNE	
ANNEXE 2 : REPRÉSENTATION VISUELLE DU PARTENARIAT AVEC LE CANAL DE QUÉBEC ET AVEC CABANE PANACHE	
ANNEXE 3 : REPRÉSENTATION VISUELLE D'UNE COMMUNICATION SUR LES MÉDIAS SOCIAUX	
ANNEXE 4 : REPRÉSENTATION VISUELLE DES CONTENUS GNR DANS NOS INFOLETTRES TRIMESTRIELLES MARCHÉ AFFAIRES	
ANNEXE 5 : REPRÉSENTATION VISUELLE DE LA CAMPAGNE DE CONSIDÉRATION GNR- CLIENTÈLE DE MASSE	

INTRODUCTION

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

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

7 À l'annexe 3, section C, de sa décision D-2023-022², la Régie modifie la fréquence et demande
8 à Énergir de bonifier ce suivi :

9 « D1 : La Régie est d'avis qu'une mise à jour plus fréquente de l'état de la demande volontaire,
10 telle que fournie en réponse à la DDR n° 28 de la Régie, lui permettrait de mieux mesurer le succès
11 des efforts de commercialisation d'Énergir. C'est pourquoi elle juge qu'un suivi trimestriel, plutôt
12 que semestriel, est requis de la part d'Énergir.

13 En matière de suivis administratifs, la Régie demande à Énergir de bonifier le suivi trimestriel sur
14 ses efforts de commercialisation en incluant les informations suivantes :

- 15 - Une mise à jour des informations quant à l'évolution des efforts de commercialisation pour
16 les différents segments de clientèle présentées à la pièce B-0816.
- 17 - Les données portant sur les volumes convertis à la biénergie et le nombre de clients
18 concernés, par type et taille de client.
- 19 - Une mise à jour de l'état de la demande volontaire, dans le même format que le tableau
20 fourni en réponse à la question 1.1 de la pièce B-0775. »

21 Le présent document vise à fournir les informations demandées par la Régie.

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

² R-4008-2017, décision D-2023-022, pp. 153-154.

1 ÉTAT DE L'AVANCEMENT DE LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION

1 La stratégie de commercialisation du gaz de source renouvelable (GSR) se décline en trois volets
2 distincts qui évoluent en parallèle en fonction des besoins du marché, de la prévisibilité des
3 inventaires, des changements approuvés aux Conditions de service et Tarif et des capacités
4 opérationnelles :

- 5 1) Les campagnes de positionnement visant à faire connaître le produit et le positionner
6 comme option pertinente et incontournable d'énergie renouvelable auprès des citoyens et
7 acteurs clefs du milieu énergétique québécois.
- 8 2) Les actions de marketing dites de masse auprès des clients à plus faible volume et se
9 retrouvant dans le segment de marché davantage résidentiel et petit commercial. Cette
10 catégorie de clients représente un nombre important de clients dont la réalité et les
11 besoins sont plus homogènes. Ces actions répondent à des motivations de consommation
12 bien différentes que celles des clients à plus fort volume.
- 13 3) Les actions de marketing dites personnalisées auprès des clients à fort volume ainsi que
14 leurs influenceurs clefs. Ce segment comprend une grande variété de clients, allant du
15 grand commercial, à l'institutionnel et à l'industriel. Pour ces segments, les motivations et
16 donc, les stratégies et messages sont adaptés en fonction de leurs besoins et réalités
17 spécifiques.

18 Le tableau suivant illustre l'état de la demande volontaire de GSR au 31 mars 2023 :

Tableau 1 - Consommation actuelle de GSR

Type de client	Nombre de clients		Volume annuel	
	Regroupement de clients	Points de mesurage	(Mm ³)	(%)
Résidentiel	n/d	1 068	0,99	2
Commercial	n/d	210	4,10	7
Institutionnel	n/d	103	7,25	13
Industriel	n/d	56	44,40	78
Total	n/d	1 437	56,75	100

Note : le tableau ne contient plus la section « Besoin non comblé » étant donné qu'il n'y a plus de liste d'attente. De plus, il n'est plus possible de faire le suivi par « Regroupement de clients » à la suite du passage du suivi manuel au suivi automatisé.

1 La récente décision D-2023-035 a permis d'élargir le bassin de clientèle à qui le GSR peut être
2 offert. Énergir sera maintenant en mesure de répondre aux besoins des clients à prix fixe ainsi
3 que ceux désirant une entente à durée déterminée.

4 L'une des décisions de mise en marché, commune aux trois volets, a été de continuer à
5 commercialiser le produit sous le nom de gaz naturel renouvelable (GNR). L'investissement
6 significatif fait dans les 10 dernières années pour bâtir la notoriété et améliorer la compréhension
7 de ce produit ayant été considérable, il paraissait impératif de poursuivre le marketing client avec
8 le terme GNR. Néanmoins, afin de se conformer aux demandes règlementaires, les modifications
9 nécessaires ont été apportées afin d'élargir la définition du produit pour y inclure GSR dans les
10 Conditions de service et Tarif. Une mention a également été ajoutée sur la facture de nos clients
11 consommateurs.

1.1 ACTIONS DE POSITIONNEMENT – CITOYENS & ACTEURS DU MILIEU

12 Les actions de positionnement suivantes ont été prises auprès des citoyens et acteurs clefs du
13 milieu énergétique québécois :

- 14 • Poursuite des efforts de notoriété sur le produit et de sensibilisation au fait que les déchets
15 organiques peuvent produire de l'énergie renouvelable :
 - 16 - Campagne de positionnement citoyen (radio, numérique, affichage)¹;
 - 17 - Partenariats et commandites avec le Centre des sciences de Montréal, la Société
18 des arts technologiques, le zoo de Granby, Lumifest, le Carnaval de Québec et
19 Cabane panache²;
 - 20 - Communication en continu sur les médias sociaux³.

¹ Une représentation visuelle de la campagne citoyenne est présentée à l'annexe 1.

² Une représentation visuelle du partenariat avec le Carnaval de Québec et Cabane Panache est présentée à l'annexe 2.

³ Une représentation visuelle d'une communication sur les médias sociaux est présentée à l'annexe 3.

1.2 ACTIONS DE MARKETING DE MASSE – CLIENTS À FAIBLE VOLUME

- 1 Les actions de marketing de masse suivantes ont été prises auprès des clients à faible volume :
- 2 • Infolettre trimestrielle informative s'adressant à la clientèle affaires de masse afin de
 - 3 positionner le produit comme un outil efficace de transition énergétique;
 - 4 • Campagne de communication axée sur la considération d'achat du GNR, adressée
 - 5 spécifiquement aux clients :
 - 6 - Campagne, tenue à l'automne 2022, visant les clients résidentiels et petit
 - 7 commercial n'étant pas spécifiquement considérés à fort potentiel de conversion à
 - 8 la biénergie;
 - 9 - Utilisation de stratégies créatives (carte postale, lettre distincte de la facture,
 - 10 courriel) pour rejoindre ces clients.

1.3 ACTIONS DE MARKETING PERSONNALISÉES – CLIENTS À FORT VOLUME

11 La clientèle à fort volume correspond aux clients institutionnels, industriels et grands clients
12 commerciaux.

13 Les efforts de représentation se sont poursuivis au courant des derniers mois. Pour cette
14 clientèle, une approche proactive personnalisée par la force de vente est privilégiée compte tenu
15 de la diversité de ses besoins, notamment en termes de cibles de réduction de gaz à effet de
16 serre (GES). Ces rencontres personnalisées ont pour but de démystifier le GNR et de partager
17 des simulations tarifaires afin que les clients considèrent le GNR pour leurs besoins énergétiques.
18 Ces rencontres visent également à rassurer la clientèle sur la disponibilité du GNR, ainsi que sur
19 la simplicité du processus menant à la consommation de cette source d'énergie renouvelable. En
20 plus des rencontres individuelles, des efforts de commercialisation suivants ont été faits et se
21 poursuivent afin de faire connaître le GNR et susciter l'adhésion auprès des clients :

- 22 • Webinaires et rencontres auprès de la clientèle institutionnelle et grande entreprise;
- 23 • Bulletin bleu pour la clientèle grande entreprise⁴;

⁴ <https://www.energir.com/fr/grandes-entreprises/bulletinbleujuin2022/juin2022gnr/>.

- 1 • Consultations de la clientèle grande entreprise dans le but de connaître leurs besoins
2 énergétiques et trouver une manière plus durable de les aider à décarboner leurs activités;
- 3 • Revue des outils de vente (mise à jour du contenu et des argumentaires de la présentation
4 utilisée par la force de vente);
- 5 • Développement d'une solution informatique permettant à l'ensemble de la force de vente
6 de documenter les rencontres avec les clients, aidant ainsi l'équipe marketing à bien cibler
7 les clients potentiels, le potentiel de conversion, le processus de décision des clients et
8 les projections de volumes sur un horizon de temps plus grand. Cette solution sera
9 déployée dans les prochaines semaines.

10 En plus des efforts de commercialisation auprès des clients, une attention particulière est
11 déployée auprès de leurs influenceurs :

- 12 • Conférences, webinaires et infolettres (Partenaires Certifiés en Gaz Naturel (PCGN),
13 ingénieurs, American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers
14 (ASHRAE), American Society of Plumbing Engineers (ASPE) et Building Owners and
15 Managers Association (BOMA));
- 16 • Rencontre en présentiel, création de contenu de type cas client et infolettre spécialisée
17 pour les ingénieurs⁵;
- 18 • Publicité sur le GNR dans des médias nichés;
- 19 • Formation spécifique sur le GNR offert aux partenaires comme Hydro-Québec.

⁵ <https://informattech.energir.com/gaz-naturel-renouvelable-modele-economie-circulaire/>.

2 VOLUMES ET NOMBRE DE CLIENTS CONVERTIS À LA BIÉNERGIE

1 Les indicateurs concernant la clientèle biénergie sont présentés ci-dessous :

Tableau 2

	Nombre de clients
Nombre de clients convertis selon la clientèle :	
○ Résidentiel	678
Volumes de gaz naturel réellement converti	n/d
GES évités	n/d

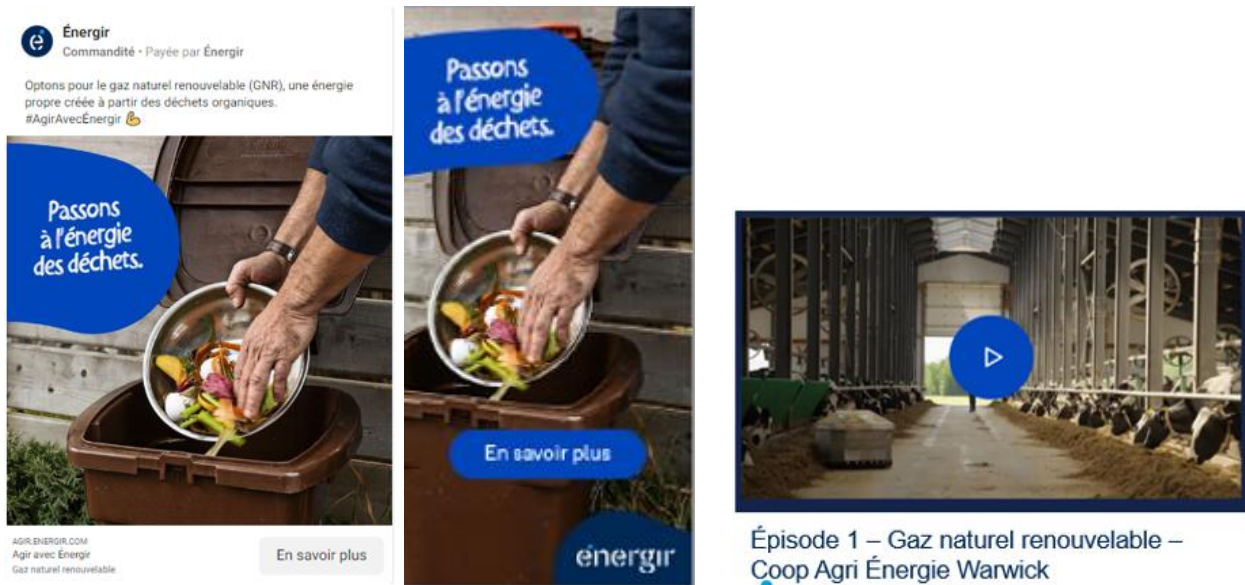
2 Veuillez noter qu'en raison de problèmes techniques liés à la méthode de normalisation, il n'est
3 actuellement pas possible de produire l'information relative aux volumes de gaz naturel
4 réellement converti et par conséquent des GES évités. Énergir est confiante de pouvoir fournir
5 l'information demandée lors du prochain suivi administratif.

CONCLUSION

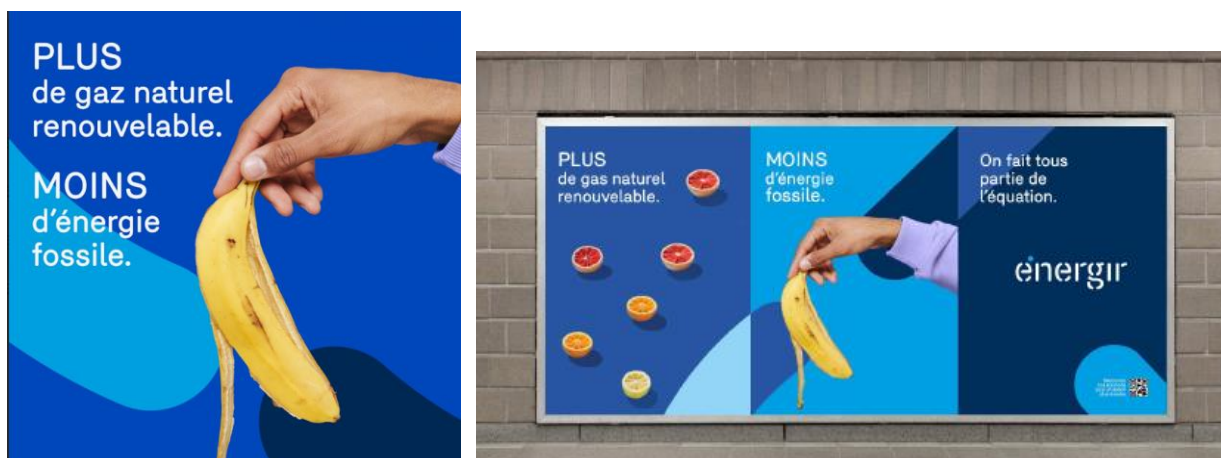
1 Énergir demande à la Régie de prendre acte du suivi D1 de la décision D-2023-022 et de
2 s'en déclarer satisfaite.

ANNEXE 1 : REPRÉSENTATION VISUELLE DE LA CAMPAGNE CITOYENNE

Fin 2022 :



Avril 2023



ANNEXE 2 : REPRÉSENTATION VISUELLE DU PARTENARIAT AVEC LE CANAVAL DE QUÉBEC ET AVEC CABANE PANACHE



ANNEXE 3 : REPRÉSENTATION VISUELLE D'UNE COMMUNICATION SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Énergir
19 décembre 2022

Félicitations à la Sémecs qui devient le 5ème projet au Québec à injecter du gaz naturel renouvelable (GNR) dans notre réseau !



Sémecs
19 décembre 2022

La SÉMECS est très fière d'annoncer qu'elle a réussi à traverser une étape importante, celle du transfert de ses premières molécules de gaz naturel renouvelable... [Afficher la suite](#)

Énergir
19 octobre 2022

Merci à tous nos clients qui ont déjà choisi d'intégrer du gaz naturel renouvelable à leur consommation ! 🍌
On en nomme que quelques-uns dans cette animation, mais c'est par la somme de l'engagement de tous qu'on peut faire une réelle différence.



Énergir
10 octobre 2022

Vous vous retrouvez en famille pour l'action de grâce ?
Voici deux faits à partager avec vos proches pendant le repas : effet garanti !

- 🍌 "Mononcle Robert, savais-tu que les os de la dinde peuvent être transformés en gaz naturel renouvelable, une énergie propre ?"
- 🔥 "Grand-maman, savais-tu qu'en baissant de quelques degrés le thermostat, tu participes à la lutte contre les changements climatiques ?"



Énergir
34 444 abonnés
1 mois • Modifié


Le gaz naturel renouvelable fait partie intégrante de notre vision 2030-2050 et représente un atout important dans la lutte contre les changements climatiques ainsi que dans la décarbonation du Québec. [...voir plus](#)



Lire

0:06

ANNEXE 4 : REPRÉSENTATION VISUELLE DES CONTENUS GNR DANS NOS INFOLETTRES TRIMESTRIELLES MARCHÉ AFFAIRES



Renewable natural gas at the airport

Aéroports de Montréal (ADM) is evolving to actively contribute to sustainable development by using renewable natural gas to reduce greenhouse gases, particularly at Montréal-Trudeau International Airport.

[Check out our article](#)



The Society for Arts and Technology chooses renewable natural gas

To reduce its greenhouse gas emissions, the Society for Arts and Technology (SAT) will replace 20% of its natural gas consumption with renewable natural gas (RNG) within two years. To do this, the SAT is counting on the recovery of organic waste generated by its restaurant.

[Learn more](#)



Le gaz naturel renouvelable (GNR), pour le développement durable de vos affaires

Amorcer la transition énergétique de votre entreprise vers une énergie renouvelable, c'est simple et facile avec le GNR.

En achetant du GNR, vous décarbonez vos activités commerciales en plus de contribuer concrètement à l'effort collectif de réduction de gaz à effet de serre, et ce, sans changer d'équipement!

Vous pouvez même choisir votre % de consommation selon vos besoins.

[En savoir plus](#)

ANNEXE 5 : REPRÉSENTATION VISUELLE DE LA CAMPAGNE DE CONSIDÉRATION GNR- CLIENTÈLE DE MASSE

energir Imagine energy differently

Did you know that you can reduce your greenhouse gas emissions by including renewable natural gas in your energy supply?

[Learn more](#)

Renewable gas, a greener choice.

If you'd like to reduce your carbon footprint, Énergir offers you the choice of flexibly including renewable natural gas (RNG) in your consumption, without having to change your appliances. Register for the [Customer Space](#), with a copy of your bill in hand, and customize your profile easily.

[Create my account](#)

Got questions? We're here for you!

Monday to Friday, 9 a.m. to 8 p.m.
 Province of Québec: ☎ Toll-free ☎ | Québec Québec: 514 588-5222
info@energir.com | [Link to my Customer Space](#)

Énergir 1717 rue du Havre, Montréal, QC H2K 2K3 Canada energir.com

energir

Diminuez vos émissions de gaz à effet de serre avec le gaz naturel renouvelable.

Line 1: Monseigneur Jean-Évariste
 325, Tola Rue
 Tola Ville, QC K3K 0K3
 ligne 8
 ligne 6
 ligne 7

Bonjour,

Saviez-vous que vous pouvez diminuer vos émissions de gaz à effet de serre (GES) en incluant le gaz naturel renouvelable (GNR) à votre consommation?

Agir ensemble pour la décarbonation.

La décarbonation de nos activités est essentielle pour lutter contre les changements climatiques. C'est pourquoi Énergir vous propose des solutions pour diminuer les émissions de gaz à effet de serre, comme des subventions et l'efficacité énergétique, une offre de biénergie résidentielle ou encore l'accès au gaz naturel renouvelable.

Le gaz naturel renouvelable, un choix plus vert.

Si vous cherchez des moyens concrets pour réduire votre empreinte carbone, Énergir vous offre le choix d'inclure le gaz naturel renouvelable (GNR) à votre consommation, et ce, sans avoir besoin de changer vos appareils au gaz. En quelques clics, directement sur votre espace client, vous pouvez modifier votre profil de consommation selon le pourcentage de GNR que vous souhaitez y inclure. C'est en additionnant chaque geste pour l'environnement qu'on arrive à faire une différence.

Quel profil correspond à la portion de GNR que vous désirez acheter?

- Profil Conscient**
 Convertissez 10 % de votre consommation annuelle en GNR
- Profil Actif**
 Convertissez 30 % de votre consommation annuelle en GNR
- Profil Adeptes**
 Convertissez 100 % de votre consommation annuelle en GNR

Ajoutez le GNR à votre consommation dès maintenant.
 Rendez-vous directement sur votre espace client
 ou espaceclient.energir.com ou appelez-nous au 1 855 321-1313

Consultez les conditions applicables. Consultez les Termes et conditions d'achat qui sont disponibles sur energir.com/conditions (art 1)

energir

Optez pour le gaz naturel renouvelable.

Line 1: Monseigneur Jean-Évariste
 325, Tola Rue
 Tola Ville, QC K3K 0K3
 ligne 8
 ligne 6
 ligne 7

Bonjour,

Saviez-vous que vous pouvez diminuer vos émissions de gaz à effet de serre (GES) en incluant le gaz naturel renouvelable (GNR) à votre consommation?

Agir ensemble pour la décarbonation.

La décarbonation de nos activités est essentielle pour lutter contre les changements climatiques. C'est pourquoi Énergir vous propose des solutions pour diminuer les GES, comme des subventions et l'efficacité énergétique, une offre de biénergie résidentielle ou encore l'accès au gaz naturel renouvelable.

Le gaz naturel renouvelable, un choix plus vert.

Si vous cherchez des moyens concrets pour réduire votre empreinte carbone, Énergir vous offre le choix d'inclure le GNR à votre consommation, et ce, sans avoir besoin de changer vos appareils au gaz.

Choisissez votre profil:

- Profil Conscient**
 Convertissez 10 % de votre consommation annuelle en GNR
- Profil Actif**
 Convertissez 30 % de votre consommation annuelle en GNR
- Profil Adeptes**
 Convertissez 100 % de votre consommation annuelle en GNR

Ajoutez le GNR à votre consommation dès maintenant.
 Rendez-vous sur votre espace client ou appelez-nous au 1 855 321-1313