

RÉPONSE D'ÉNERGIR, S.E.C. À LA
DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS NO. 1 DU ROÉÉ

QUESTIONS À L'ATTENTION D'ÉNERGIR

1. **Référence :**
- (i) B-0086, Page 13
 - (ii) B-0086, p. 30 et 31
 - (iii) B-0086, p.63 et 64
 - (iv) B-0086, p.70

Préambule :

- (i) À la référence (i), on peut lire que l'enveloppe budgétaire pour le programme PE106 *Sensibilisation résidentielle* sert à «développer des outils de commercialisation et d'informations nécessaires pour sensibiliser la clientèle résidentielle et la population à l'efficacité énergétique »
- (ii) À la référence (ii), Énergir explique que la section 4 du Rapport annuel PAEE détaille les outils et activités réalisées au cours de l'année 2016-2017 pour promouvoir le programme d'efficacité énergétique du marché CII (PE204).
- (iii) La référence (iii) indique que « la section 4 du présent document détaille les principales activités de commercialisation réalisées au cours de l'année 2016-2017 » pour le programme PE214
- (iv) La référence (iv) présente la section 4 du Rapport annuel PAEE qui porte sur les activités et les outils de communication. Le premier outil présenté est la campagne publicitaire « Prêt pour la suite ? ». Cette activité d'Énergir est décrite comme étant une « Campagne publicitaire d'entreprise mettant de l'avant les actions d'Énergir pour un avenir énergétique meilleur en démontrant nos implications en énergie. Le préchauffage solaire a été mis de l'avant dans toutes les productions concernant l'énergie solaire. Cette campagne a été diffusée à la télévision, en ligne, en affichage (métro et abribus), dans La Presse+ et Capital Média, sur le Web, dans les médias sociaux (Youtube, Facebook, Twitter) et dans l'édition spéciale Énergie du journal Les Affaires. » (nos soulignés)

Demandes :

- 1.1. Veuillez confirmer ou infirmer la compréhension du ROEE : des fonds des programmes PE106, PE204 et PE214 ont-ils servi à financer la campagne marketing d'Énergir (Gaz Métro) « Prêt pour la suite ? » en 2016-2017.

Réponse :

Oui. Des fonds des programmes PE106, PE204 et PE214 totalisant 80 171 \$ ont été utilisés pour financer une partie de la campagne, essentiellement la production et la diffusion du matériel publicitaire affichant du contenu lié à l'efficacité énergétique.

- 1.2. Si oui, veuillez indiquer les montants utilisés pour chacun des programmes de sensibilisation en 2016-2107 pour la campagne « Prêt pour la suite ? » .

Réponse :

Les montants utilisés pour chacun des programmes de sensibilisation en 2016-2017 pour la campagne *Prêt pour la suite ?* se déclinent comme suit :

- PE106 : 1 050 \$
- PE204 : 33 028 \$
- PE214 : 46 094 \$

- 1.3. Veuillez indiquer le montant total de la campagne marketing « Prêt pour la suite ? » sur la période du rapport annuel 2016-2017.

Réponse :

Ce montant totalise 1 735 000 \$.

- 1.4. Veuillez indiquer quel était le public cible de la campagne « Prêt pour la suite ? » .

Réponse :

La campagne vise tous les Québécois, incluant les clients actuels et potentiels d'Énergir. Les médias choisis visent plus spécifiquement une cible primaire constituée d'adultes âgés entre 25 et 49 ans, d'universitaires avec enfants, ainsi

qu'une cible secondaire, constituée d'adultes âgés entre 18 et 34 ans, de futurs diplômés et d'universitaires.

- 1.5. Veuillez présenter les objectifs de cette campagne marketing» d'un point de vue d'image, d'augmentation de la clientèle et de l'amélioration de l'efficacité énergétique.

Réponse :

Cette campagne se veut une suite de celle déployée en 2015-2016. *Prêts pour la suite ?* est en quelque sorte une invitation à tous les Québécois à la réflexion collective pour un avenir énergétique meilleur. Énergir veut ainsi mettre de l'avant ses idées et ses solutions en tant que leader en énergie. C'est un appel à emboîter le pas pour lutter contre les changements climatiques en développant ensemble le futur énergétique du Québec de trois façons :

1. en encourageant l'efficacité énergétique;
2. en favorisant le développement des énergies renouvelables; et
3. en réduisant notre dépendance aux produits pétroliers.

Le public est de plus en plus exigeant envers les entreprises et il privilégie celles qui s'engagent dans la résolution de problèmes sociaux et environnementaux. Il doit donc savoir qu'Énergir est l'une de ces entreprises et que ses projets énergétiques contribuent à un avenir énergétique meilleur.

Cette phase de la campagne, soit les activités déployées sur la période du Rapport annuel 2016-2017, avait pour but de démontrer aux Québécois des preuves de l'implication d'Énergir dans le développement de solutions énergétiques durables afin d'appuyer les convictions communiquées dans sa campagne en 2015-2016 et de susciter une impression d'implication active.

Dans un même ordre d'idées, la mise en valeur du programme de préchauffage solaire dans la campagne a permis de démontrer une solution concrète pour diminuer sa consommation d'énergie afin de sensibiliser les Québécois et les clients à l'efficacité énergétique tout en démontrant l'implication d'Énergir.

Cette campagne a donc positionné les attributs et les valeurs de la marque Énergir et n'avait pas d'objectifs particuliers d'augmentation de clients. Par contre, elle a pu avoir des effets positifs sur les ventes de gaz naturel et l'augmentation du nombre de participants aux programmes du PGEÉ, mais il est difficile de lier ses effets avec une augmentation directe des résultats.

- 1.6. Veuillez présenter des exemples de publicité ou d'outil de communication de la campagne « Prêt pour la suite ? » financés par les budgets des programmes PE106, PE204 et PE214.

Réponse :

Exemples de publicités financées par les programmes de sensibilisation	Description
 <p>https://www.youtube.com/watch?v=b6SmWD3YCZQ</p>	<p>Vidéo de 15 secondes diffusée sur le Web et la TV (versions française et anglaise).</p> <p>Placements Web : télé en ligne, Youtube, Inventaire RTB, médias sociaux.</p> <p>Placements TV : sélection d'un mix d'émissions populaires auprès des adultes de plus de 18 ans autant que d'émissions plus intellectuelles pour rejoindre les influenceurs.</p>
	<p>Publicité d'une page dans un dossier spécial sur l'efficacité énergétique dans le Journal <i>Les Affaires</i>.</p>

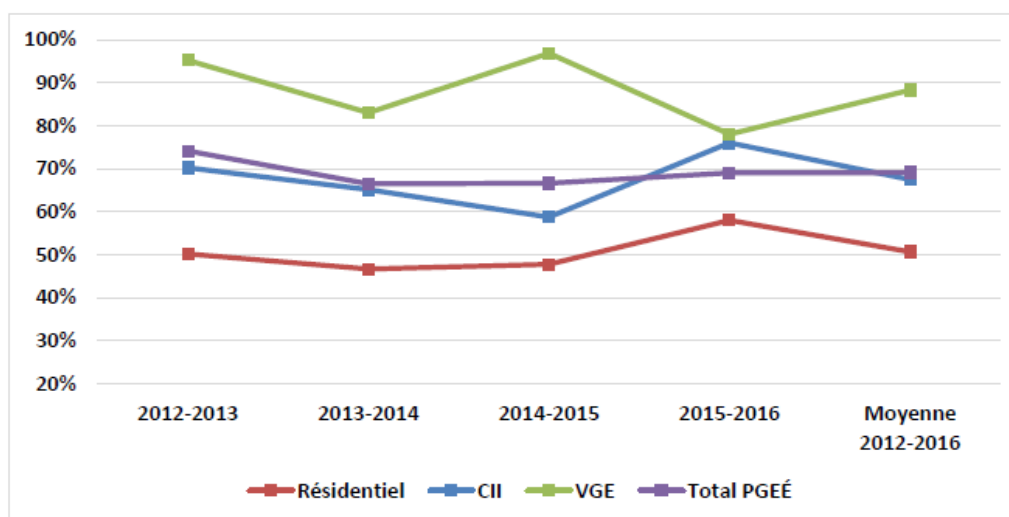
Exemples de publicités financées par les programmes de sensibilisation	Description
	<p>Publicité animée – 1 plein écran dans La Presse +</p>

2. **Références :**
- (i) B-0086, annexe 2
 - (ii) B-0086, p. 82
 - (iii) D-2013-106, paragraphe 445

Préambule :

- (i) À La référence (i), Énergir présente le graphique suivant :

Figure 1 : Part des montants payés durant l'année provenant d'engagements pris avant l'année⁴²



- (ii) À la référence (ii), Énergir demande sans autres explications de « mettre fin au suivi requis au rapport annuel concernant les montants engagés dans les années précédentes et payés au cours de l'année tarifaire visée par le rapport annuel et des montants engagés et payés au cours de l'année tarifaire visée par le rapport annuel, tel que requis dans la décision D-2013-106 (para 445). »
- (iii) La référence (iii) présente le paragraphe 445 de la décision D-2013-106 qui stipule que : « La Régie ordonne à Gaz Métro de fournir, pour chacun des programmes du PGEÉ, le détail des montants engagés dans les années précédentes qui seront payés dans l'année tarifaire en cours, les montants engagés et payés dans l'année et les montants engagés dans l'année qui seront payés dans des années futures. Ces détails devront être présentés en mode prévisionnel au dossier tarifaire, à compter du dossier tarifaire 2014, et en mode réel au dossier d'examen du rapport annuel, à compter du dossier 2013 ».

Demandes :

- 2.1. Veuillez présenter pour chacun des programmes du PGEÉ, le détail des montants engagés dans les années précédentes qui seront payés dans l'année tarifaire en

cours, les montants engagés et payés dans l'année ainsi que les montants engagés dans l'année qui seront payés dans des années futures ?

Réponse :

Énergir invite le ROEE à se référer à la réponse à la question 17.1 de la demande de renseignements n° 1 de la Régie à la pièce Énergir-44, Document 1.

- 2.2. Veuillez confirmer la compréhension du ROEE, quant au fait que les raisons qui motivent la demande en référence (ii) du distributeur sont que : 1-La pièce demandée nécessite beaucoup d'énergie de l'équipe du PGEÉ et que 2- puisqu'il y a stabilité dans les montants octroyés par le PGEÉ selon les années la pièce est obsolète ?

Réponse :

Énergir soumet avoir constaté, depuis le début de la préparation du tableau présentant le détail des montants engagés et payés selon l'année présenté aux rapports annuels, que les données présentées n'ont soulevé aucune question de la part de la Régie et n'ont pas fait l'objet de débat ou de mention particulière dans ses décisions. Le distributeur s'est donc interrogé sur l'utilité de maintenir ce suivi. Conséquemment, tel que précisé par Énergir dans sa preuve au présent dossier¹, les raisons qui motivent la demande d'Énergir sont la constance des résultats obtenus au cours des quatre dernières années et un souci d'allégement réglementaire.

- 2.3. Si le ROEE est dans l'erreur, veuillez expliquer pourquoi.

Réponse :

Énergir réfère le ROEE à la réponse à la question 2.2.

- 2.4. Veuillez expliquer pourquoi cette pièce demande beaucoup d'énergie au distributeur ainsi que les coûts qui y sont rattachés ?

Réponse :

Énergir réfère le ROEE à la réponse à la question 2.2.

¹ Énergir-13, Document 3, page 9.

- 2.5. Dans l'éventualité où cette pièce serait retirée, veuillez indiquer quelles seraient les mesures de protection utilisées pour assurer à la Régie et aux intervenants que les montants dépensés du PGEE durant une année provenant d'engagement passé resteront stables ?

Réponse :

Énergir pourrait produire le tableau relatif à ce suivi, au besoin, à la demande de la Régie afin de lui permettre et de permettre aux intervenants de constater les résultats et de tirer des conclusions.