

Bilan du programme ECO Energie d'ENGIE



Rapport rédigé à l'attention de Géraldine Cadier-Miralles, Laura Saraga et Edouard Dumas
V2 du 24 juin 2021

Cécilia FRY

Directrice BU services

06 84 57 30 12

cecilia.fry@enov.fr

Kévin BILLERACH

Chargé d'Etudes

+33 4 37 43 30 08

kevin.billerach@enov.fr

Lyon (siège)
256, rue Francis de Pressensé
69100 VILLEURBANNE

Paris
5, rue des colonnes
75002 PARIS



enov

Cabinet d'études marketing & innovation



OBJECTIFS ET METHODOLOGIE

CONTEXTE & ENJEUX DE L'ÉTUDE

1. En partenariat avec le Ministère de la Transition Ecologique, **ENGIE** a lancé son **programme Eco-Energie** visant à transformer les usages des professionnels et les inciter à réaliser des économies d'énergie

3. La **DCP (direction des clients professionnels)** d'ENGIE souhaite pouvoir évaluer, de manière quantitative, l'impact de ce programme dans la mise en place d'actions liées aux économies d'énergies, suite à la réception de ce bilan personnalisé.



2. Ce programme **Eco Energie** vise :

- Les **clients** comme les **prospects** professionnels d'ENGIE
- **L'accompagnement** des professionnels dans les économies d'énergie, via un **bilan personnalisé** (conseils, éco-gestes, etc.)

4. **ENGIE souhaite donc réaliser une étude quantitative** afin de mesurer la part de professionnels ayant mis en place des actions relatives aux Economies d'Energie suite au bilan, identifier ces actions, et quantifier les freins

→ C'est dans ce sens que vous nous avez sollicités pour vous accompagner sur ce sujet

OBJECTIFS DE L'ETUDE

Quantifier l'impact du programme EcoEnergie auprès des professionnels



MESURER la part de Pros ayant mis en place (ou prévu de le faire) des actions d'économies d'énergies suite au bilan



IDENTIFIER la nature des actions mises en place et évaluer leur délai par rapport à la réception du bilan



HIERARCHISER les freins auprès des Pros n'ayant rien entrepris suite au bilan personnalisé

FINALITE

Apporter des éléments quantifiés pour mesurer l'impact du programme

RAPPEL METHODOLOGIQUE

Une étude quantitative réalisée par téléphone sur la base de :

- Fichier clients et prospects fourni par ENGIE

Un questionnaire de 8 minutes :

- Intégrant une question ouverte
- Terrain mené du 17 au 28 mai 2021



Un échantillon de 450 répondants :

- Composé de professionnels disposant d'un local
- Décisionnaires en matière de travaux, d'investissements et de questions relatives à l'énergie
- Ayant reçu et ouvert le bilan Eco-Energie

Echantillonnés sur 3 critères :

- Taille salariale, secteur d'activité, date du bilan



RESULTATS DETAILLES

Un contexte favorable, une cible de Pros sensibilisée et un bilan ECO ENERGIE qui, s'il ne les déclenche pas, participe aux changements de comportements 

Une thématique des économies d'énergie connue par la cible et investie par les acteurs du marché

Les professionnels ayant reçu et ouvert le bilan Eco Energie sont déjà sensibilisés à la problématique des économies d'énergie puisque plus de la moitié d'entre eux a entendu ou reçu des informations sur le sujet, principalement via le démarchage d'acteurs du secteur (plus de 9 cas sur 10), suivi par le canal Internet (plus d'1 cas sur 3).

Connaissance

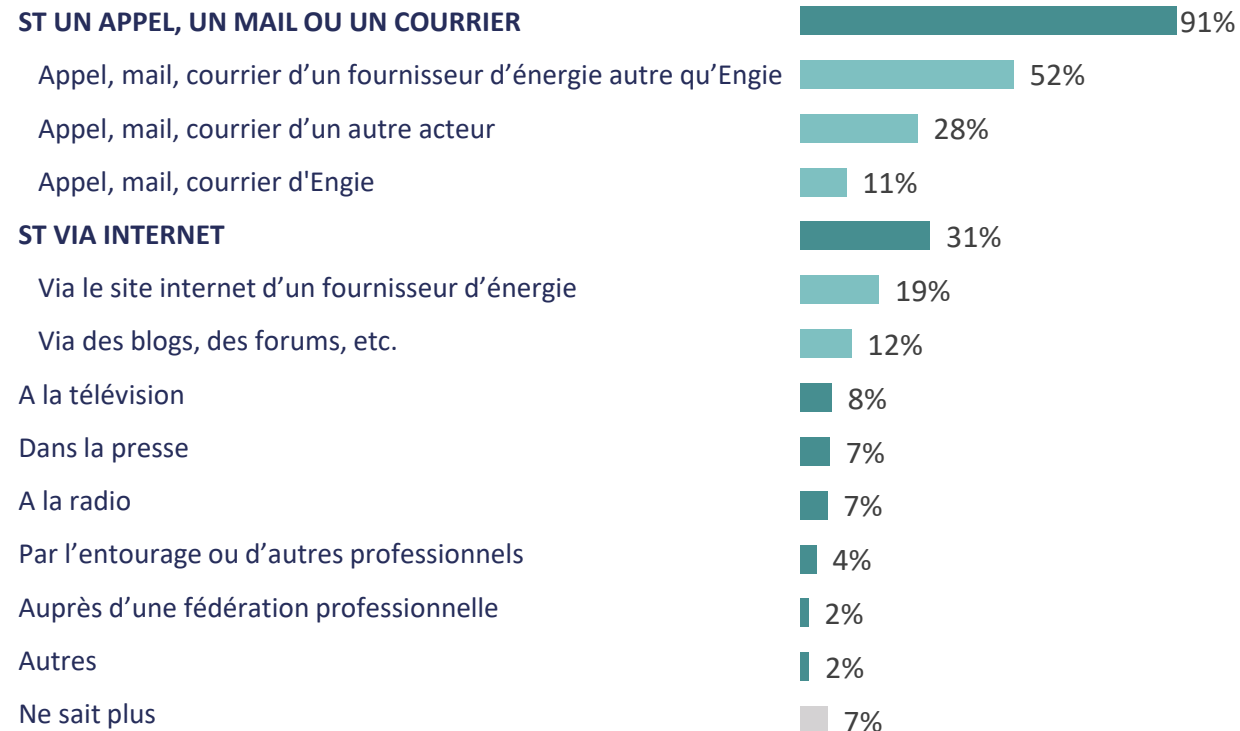
450 répondants

51%

Des professionnels ont le souvenir d'avoir entendu ou reçu des informations sur les économies d'énergie à destination des professionnels

Canaux d'information

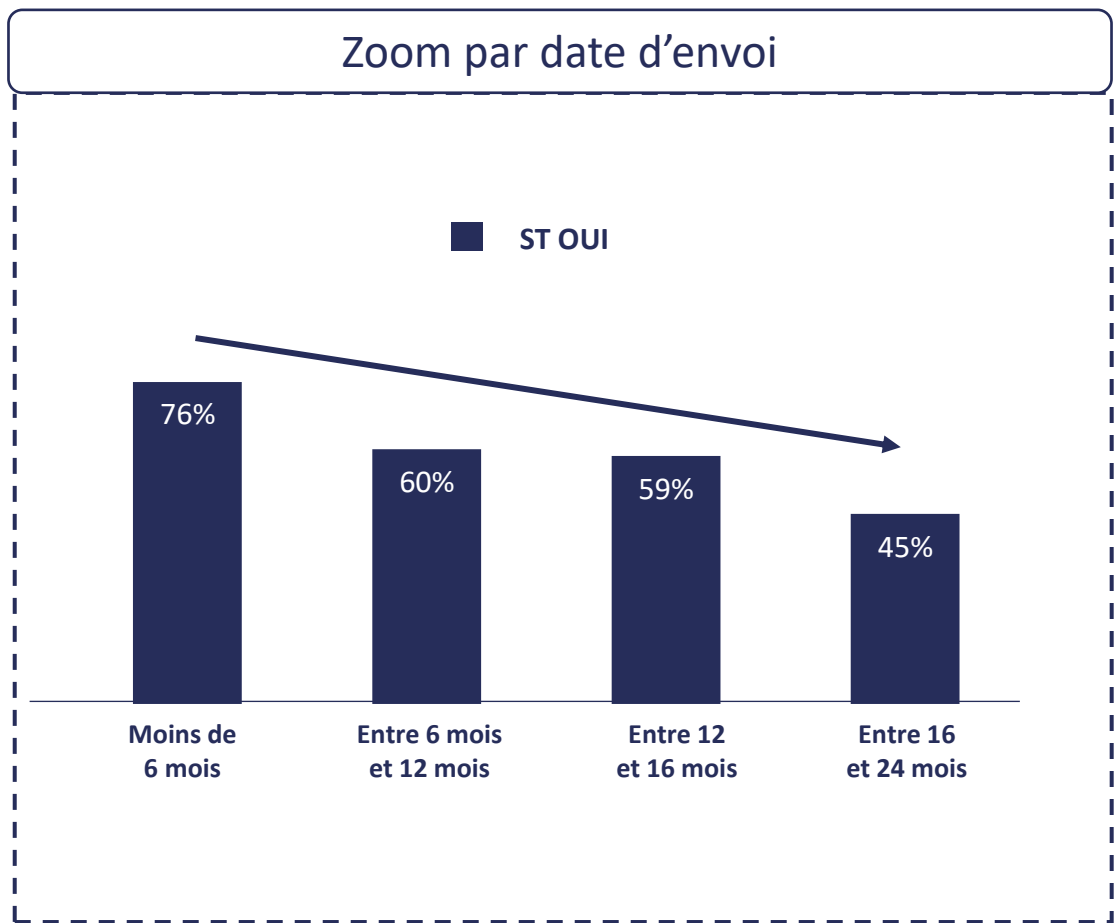
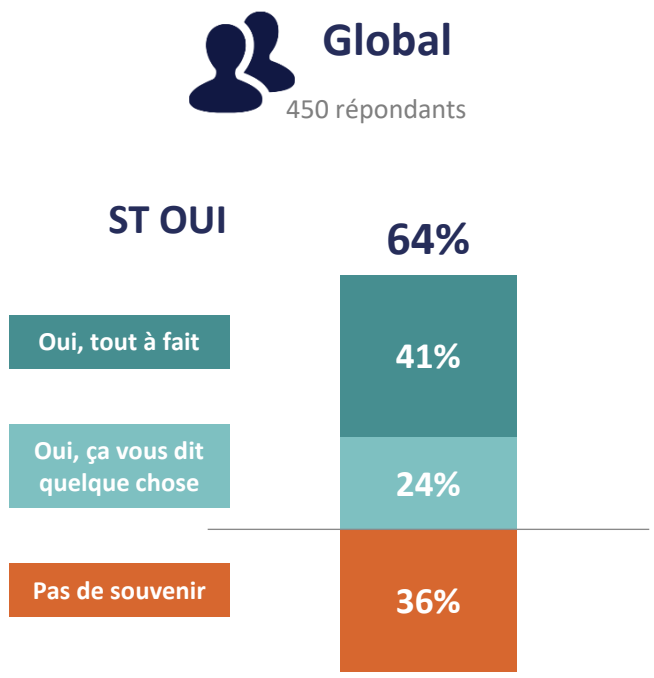
231 répondants



Au global, un bon niveau de mémorisation du bilan Eco-Energie, logiquement d'autant plus fort que l'envoi est récent

Plus des 2/3 des professionnels ayant reçu et ouvert le bilan s'en souviennent. Cette mémorisation est directement corrélée à la temporalité (logiquement, le souvenir s'estompe au fil du temps)

Souvenir du bilan



Auprès de cette cible sensibilisée, des comportements déjà bien orientés vers la transition écologique...

La quasi-totalité de la cible a déjà mis en place au moins une action, avec une moyenne de plus de 3 éco-gestes pour les professionnels interrogés. Des changements encore plus marqués parmi les propriétaires et les répondants disposant d'un local indépendant (pour des raisons de faisabilité des travaux) à l'opposé des petites entreprises et des commerces de détail, durement touchés par la crise sanitaire.

Actions mises en place

450 répondants

98%

Des répondants ont mis en place au moins une action d'économie d'énergie au cours des 2 dernières années

3,3

Actions en moyenne mises en place par les professionnels

Les plus actifs :

- Propriétaire : 3,6
- Local indépendant : 3,5

Les moins actifs :

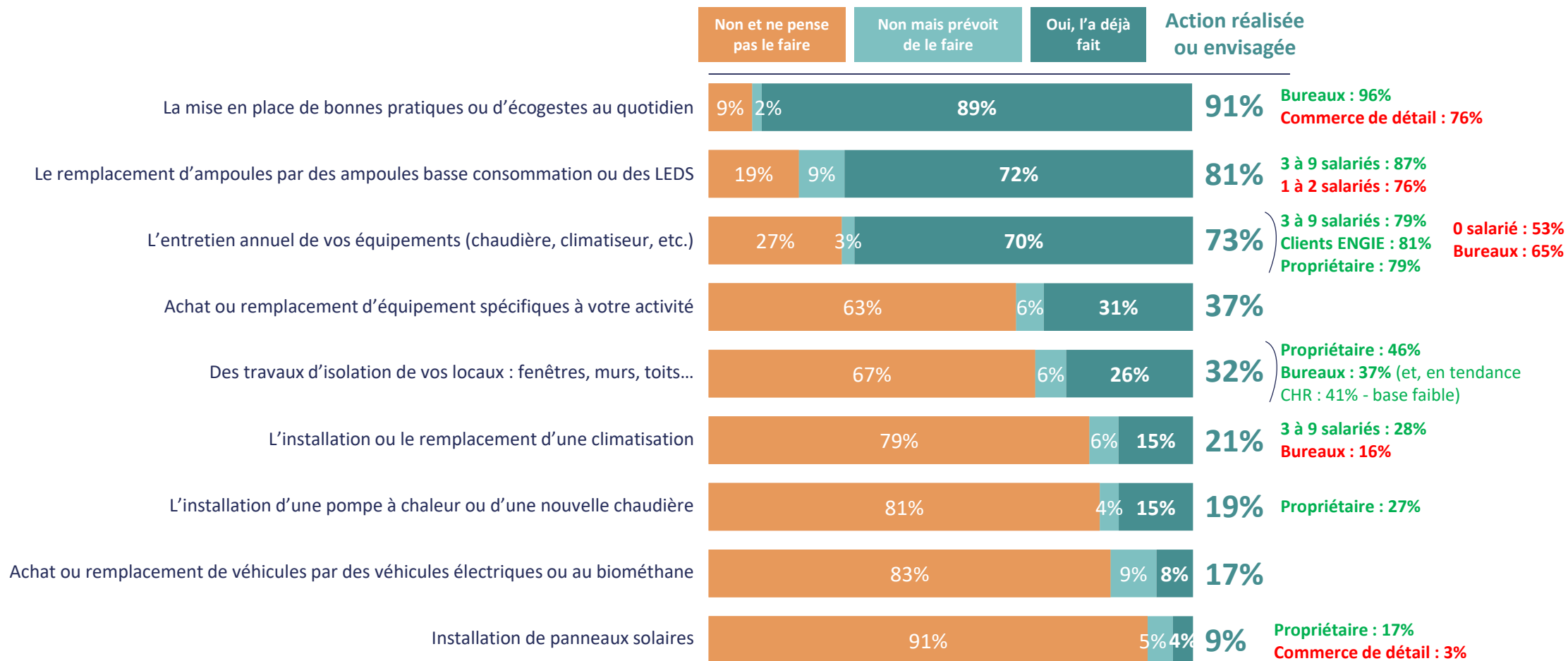
- Local intégré dans un immeuble : 3,1
- Locataire : 3,1
- Commerce de détail : 3,0
- Aucun salarié : 2,9

Liste évaluée

- La mise en place de bonnes pratiques ou d'écogestes au quotidien
- Le remplacement d'ampoules par des ampoules basse consommation ou des LEDS
- L'entretien annuel de vos équipements (chaudière, climatiseur, etc.)
- Achat ou remplacement d'équipement spécifiques à votre activité
- Des travaux d'isolation de vos locaux : fenêtres, murs, toits...
- L'installation ou le remplacement d'une climatisation
- L'installation d'une pompe à chaleur ou d'une nouvelle chaudière
- Achat ou remplacement de véhicules par des véhicules électriques ou au biométhane
- Installation de panneaux solaires

... à des degrés variés : si les écogestes sont largement ancrés dans le quotidien des pros, les actions plus impactantes sont plus minoritaires

Les changements les plus rapides et les moins coûteux (en temps, en investissement) semblent désormais largement déployés dans les entreprises (écogestes, ampoules économes et entretien annuel des équipements). D'autres, plus conséquents en termes d'impact, sont pour le moment minoritaires.

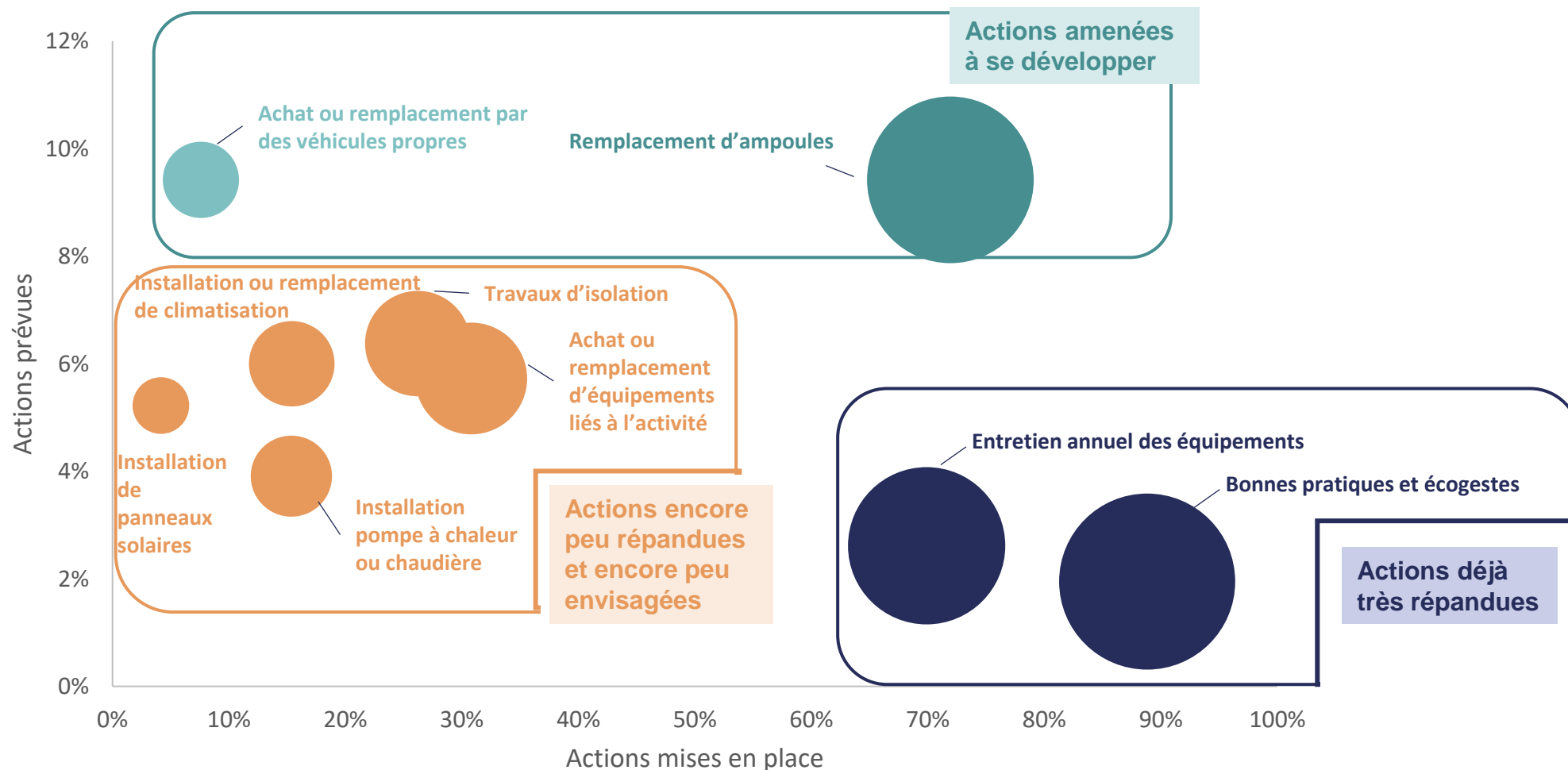


A1. Pour chacune, pouvez-vous m'indiquer si vous l'avez mise en place au cours des deux dernières années ?

Base : Tous les répondants (450)

Au final, 3 grands groupes d'actions : des plus au moins développées, conditionnées par le niveau d'effort à fournir (temps, fréquence et coût)

L'entretien annuel des équipements et les éco-gestes sont déjà très répandus au sein des professionnels, et ne devraient plus beaucoup évoluer. Les travaux liés au local ou à l'équipement, eux, sont encore peu envisagés → nécessitent sans doute des actions ciblées. Les véhicules propres (encore peu présents) et le remplacement d'ampoules (plus répandu) présentent le plus fort potentiel de développement.

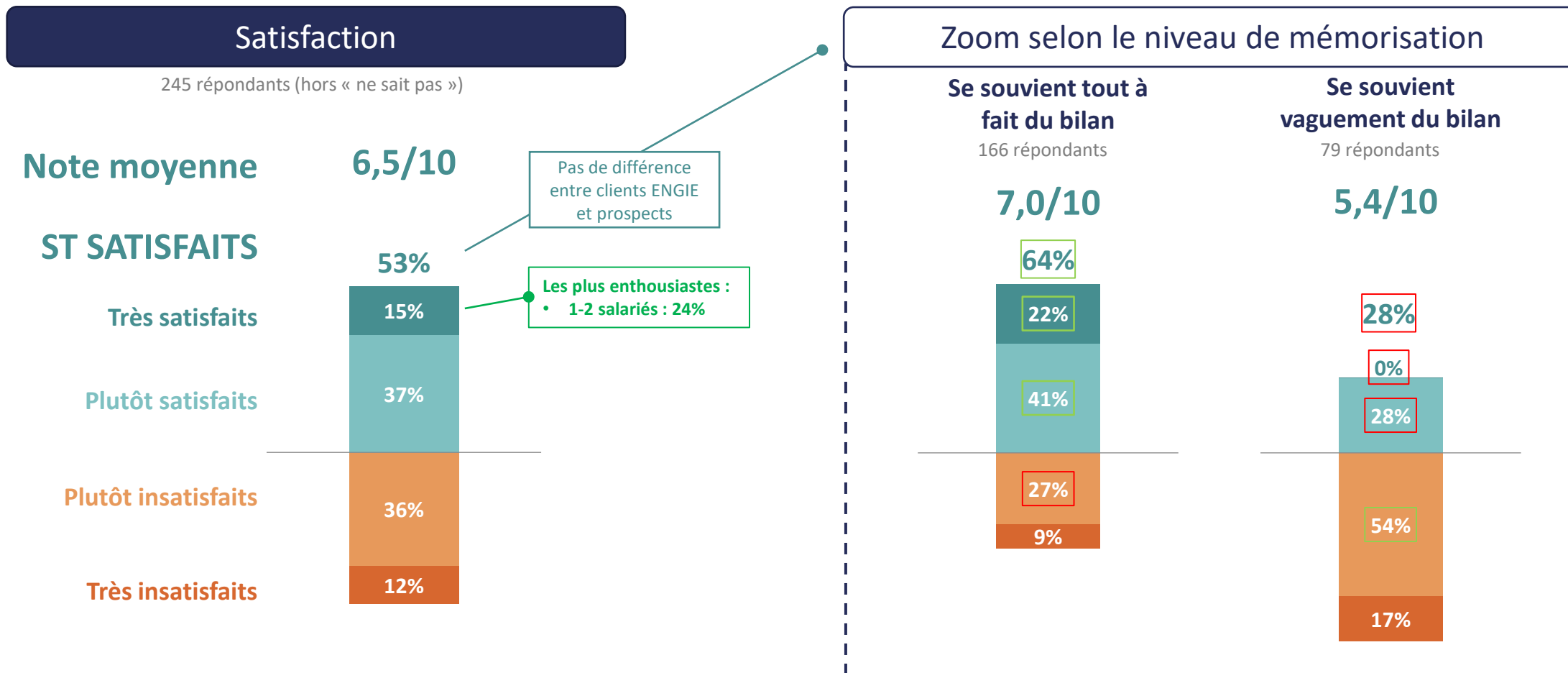


A1. Pour chacune, pouvez-vous m'indiquer si vous l'avez mise en place au cours des deux dernières années ?

Base : Tous les répondants (450)

Dans ce contexte, une satisfaction qui dépend de la mémorisation du bilan : quand le souvenir est encore frais, le bilan est apprécié

Un niveau de satisfaction assez segmenté, en lien direct avec le souvenir : une bonne évaluation lorsque les Pros ont un souvenir précis du bilan, beaucoup plus modeste lorsque le souvenir est vague.



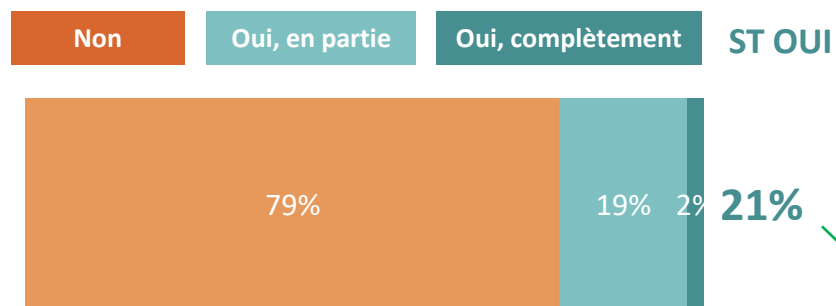
Un bilan qui ne constitue pas le principal déclencheur, mais qui participe (s'il est apprécié) aux changements de comportements

Plus d'1 professionnel sur 5 affirme que le bilan Eco-Energie a contribué à la mise en place d'actions d'économie d'énergie => Soit un nombre important de professionnel impactés compte tenu de l'ampleur du projet.

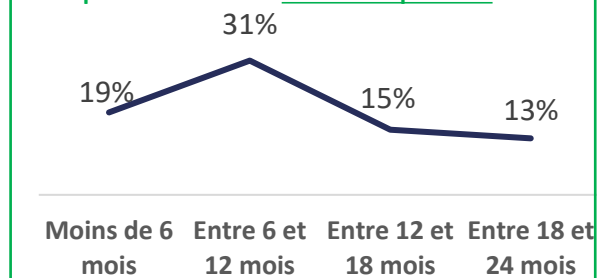
Et cette proportion augmente lorsque le bilan est apprécié et que le souvenir est suffisamment « frais » (moins d'un an), tout en ayant laissé du temps de maturation au professionnel pour envisager un changement (plus de 6 mois).

Impact du bilan sur la décision

280 répondants



Un impact lié à la satisfaction du bilan : 30% pour les satisfaits et à la temporalité :



Intention de mise en place d'actions en 2021

155 répondants

35%

Des répondants ont l'intention de mettre en place au moins une action en 2021

29%

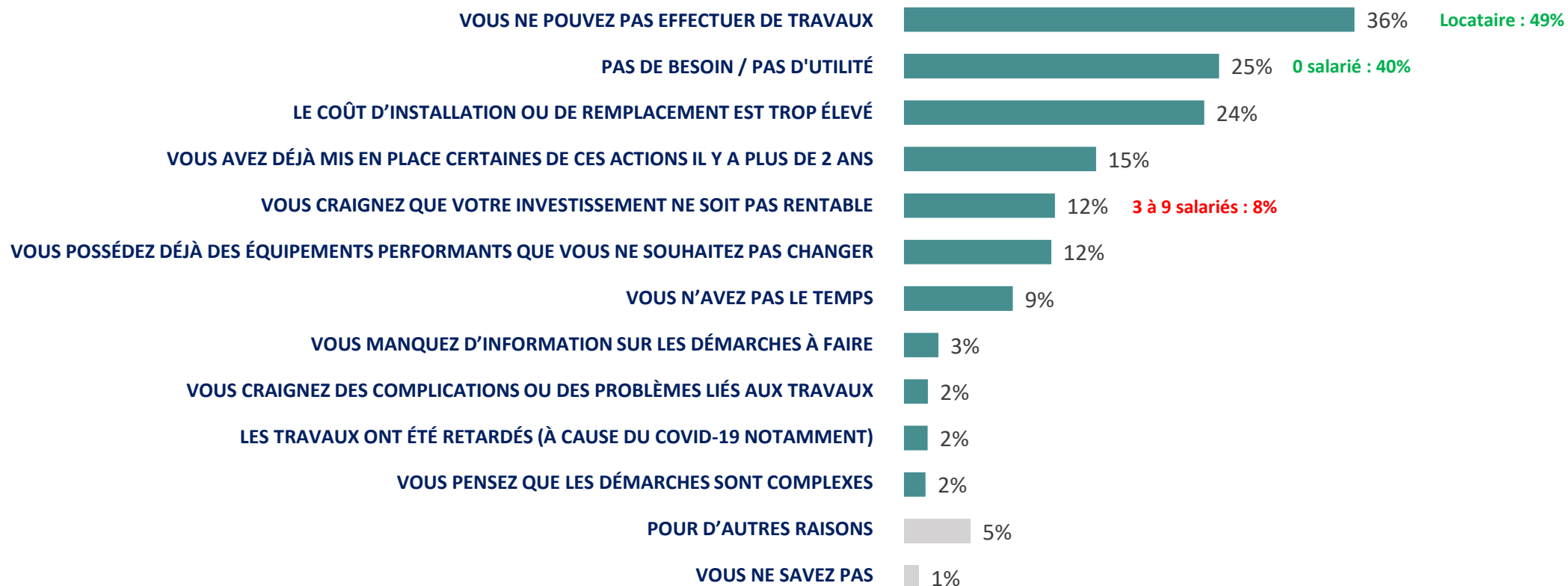
Pour les **insatisfaits** du bilan

39%

Pour les **satisfaits** du bilan

Et des freins qui limitent l'activation de certaines actions, dont l'incapacité de réaliser des travaux suivie par des freins financiers

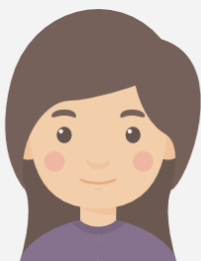
Plus d'un tiers des répondants évoquent l'impossibilité de mettre en œuvre certaines actions faute de pouvoir faire des travaux (proportion qui s'élève à près d'1/2 chez les locataires). L'impact financier que représente certains investissements constitue également une barrière.



Freins à la mise en place d'actions

Paroles de pros

« Ce ne sont pas mes murs, je ne peux pas prendre de décision car je suis locataire. » Client ENGIE (Coiffeur, 1 à 2 salariés, locataire)



« Nous sommes une **petite structure ne consommant pas beaucoup d'énergie**. Nous avons mis en place suffisamment de dispositifs à notre échelle. » Prospect (Bureaux, 1 à 2 salariés, locataire)



« Ce n'est pas dans les plans de cette année. D'autant plus qu'avec le covid, nous sommes débordés et **pas mal de choses comme ça ont été retardées**. » Prospect (Bureaux, 10 à 24 salariés, propriétaire)

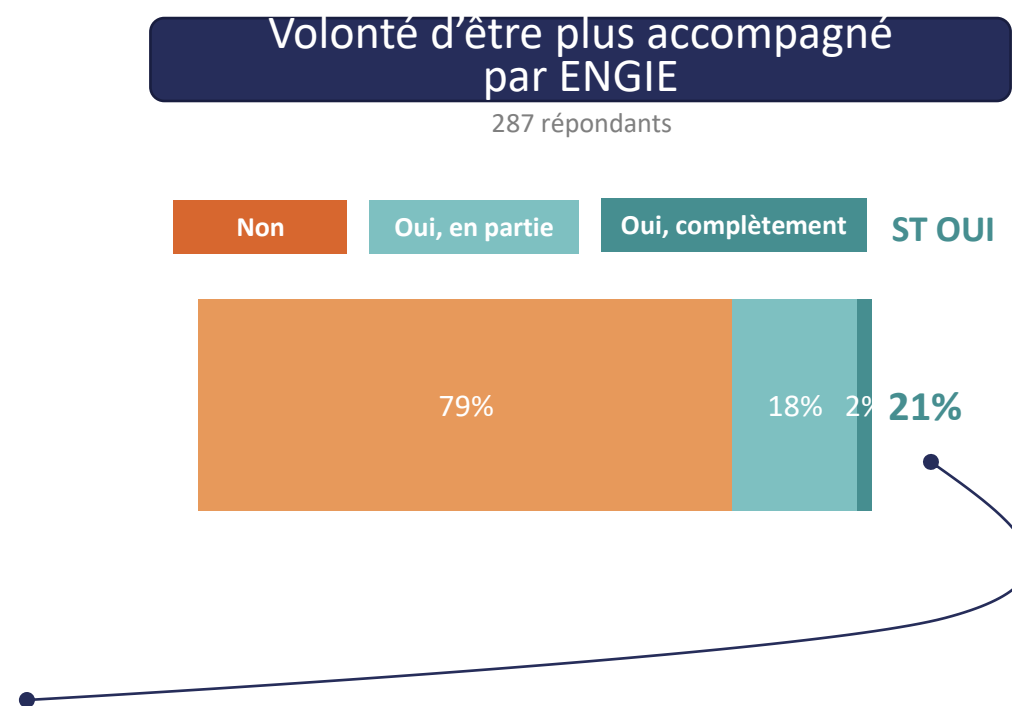
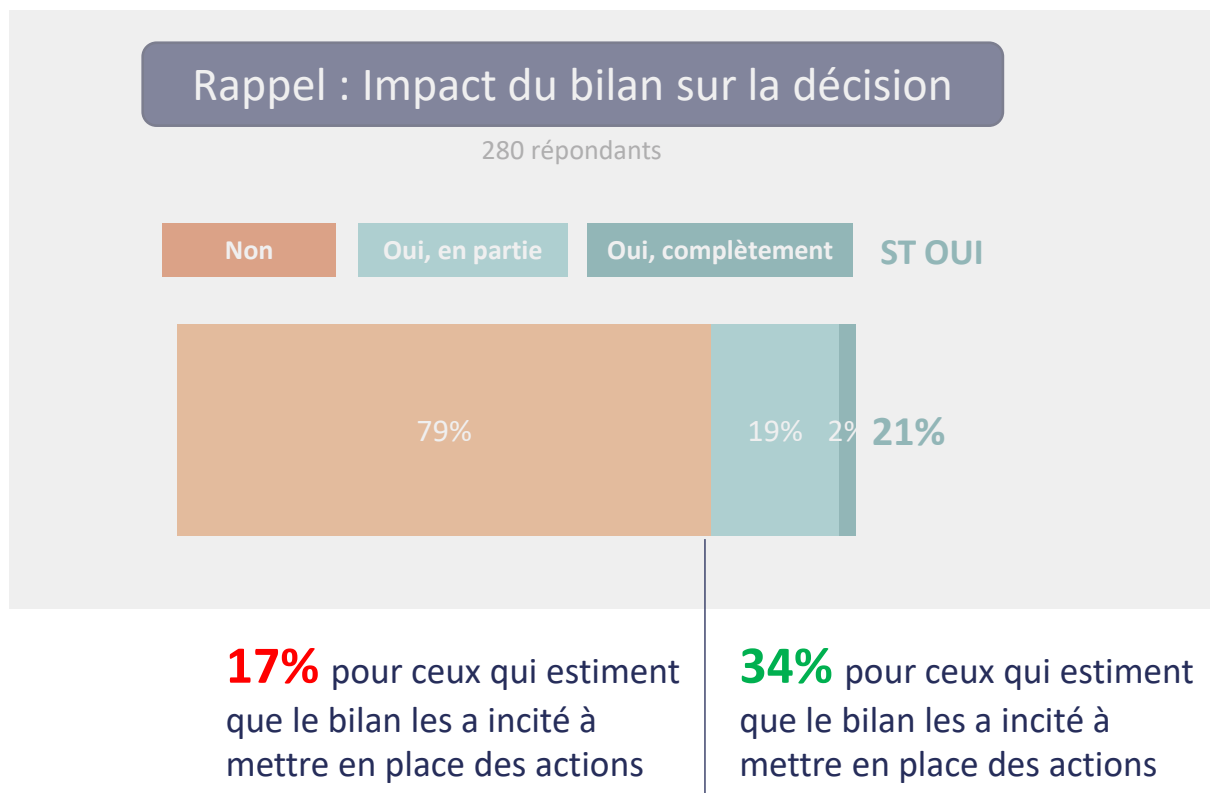


« La principale raison de la non mise en place c'est le **manque de fonds financiers**, notamment à cause des fermetures à répétition du commerce. De plus une relation conflictuelle avec le propriétaire vient complexifier les choses. » Prospect (Commerçant, 1 à 2 salariés, locataire)



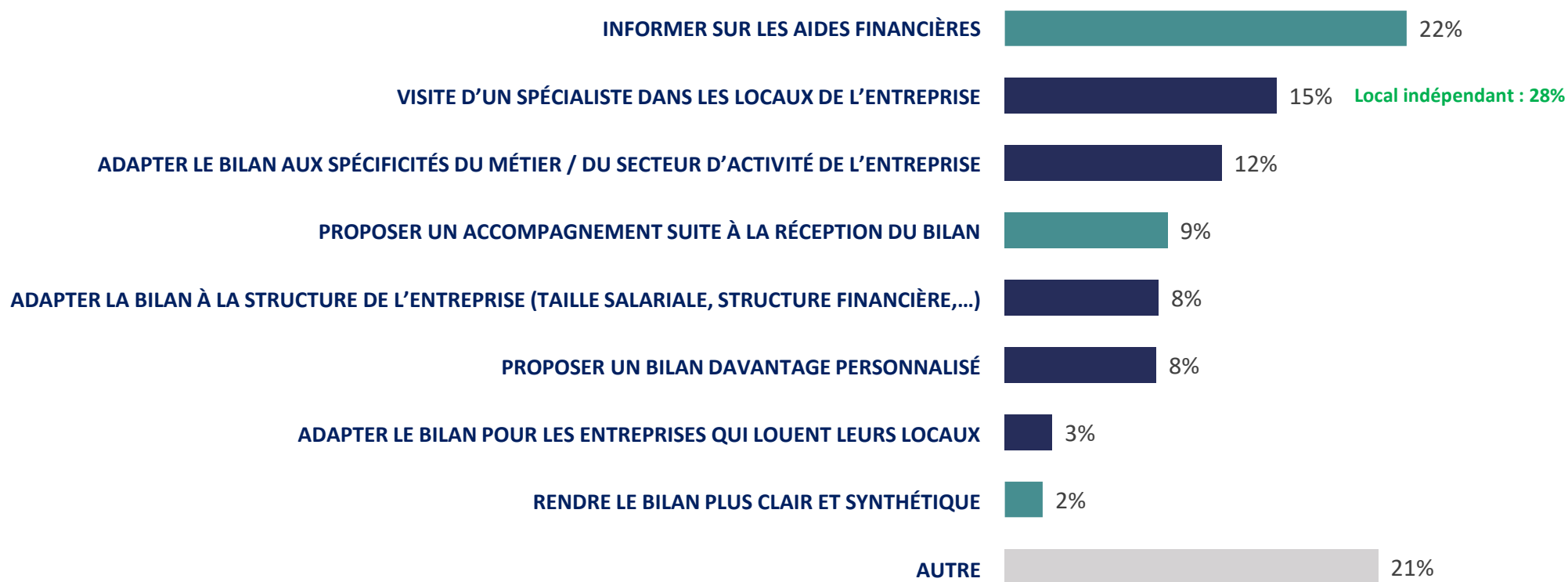
En lien avec le niveau d'impact, près d'un professionnel sur cinq aimerait être davantage accompagné

Plus d'1 professionnel sur 5 considère qu'un accompagnement supplémentaire d'Engie aurait pu l'aider à mettre en place plus d'actions d'économies d'énergie ou à mieux les mettre en place, une proportion qui augmente pour ceux qui considèrent que le bilan a joué un rôle dans leur changement de comportement



Ce que confirment ces pros, déjà acculturés aux éco-gestes : des attentes d'information, d'accompagnement et de personnalisation

1^{er} levier pour cette cible pragmatique des professionnels (d'autant plus dans un contexte post-covid qui a fragilisé une bonne partie des activités) : un accompagnement sur les aides financières → synonyme d'une attente de ROI (« investir oui, mais pour économiser à terme »). Suivent ensuite les besoins de personnalisation (avec une visite des locaux, un bilan plus adapté, plus personnalisé) et de l'accompagnement.



Pistes d'amélioration du bilan

Paroles de pros

« **Il faudrait qu'ENGIE se déplace dans les locaux, pas sur internet afin de réaliser un vrai bilan.** »
Prospect (3 à 9 salariés, locataire)

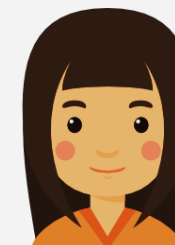
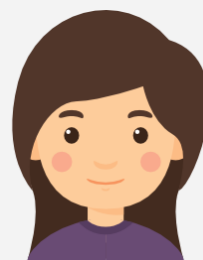
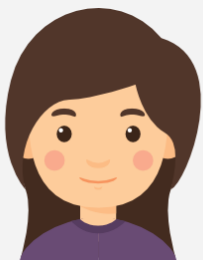
« **Les informations sur les énergies sont nombreuses. Le bilan n'était pas adapté pour les professionnels, surtout lorsqu'on est pas propriétaire des locaux. Il faudrait l'adresser aux bailleurs.** » Client ENGIE (Bureaux, 10 à 24 salariés, locataire)

« **Nous aurions besoin d'un accompagnement dans le décryptage du bilan.** » Client ENGIE (commerçant, 3 à 9 salariés, locataire)

« **Il y a trop peu d'aides pour mettre en place des actions, comme des panneaux solaires par exemple** » Prospect (restaurateur, 1 à 2 salariés, propriétaire)

« **Le bilan est très bien pour débiter [les économies d'énergie] mais il faut s'adapter à l'activité et à l'entreprise. Il faut pousser le bilan plus loin en s'adaptant à nos besoins** » Client ENGIE (Agriculteur, 1 à 2 salariés, locataire)

« **Il faudrait un soutien plus important des pouvoirs publics pour les entreprises.** » Prospect (Bureaux, 1 à 2 salariés, locataire)



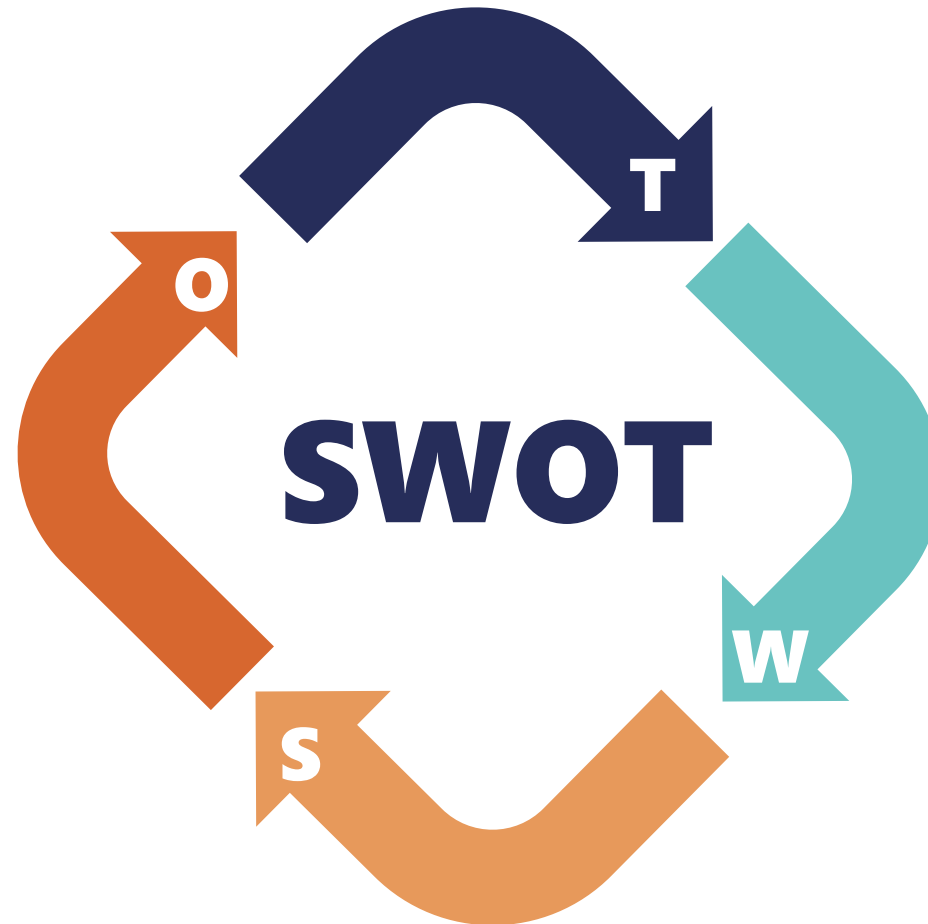
En conclusion

Opportunités

- ✓ Une cible déjà sensibilisée et réceptive aux problématiques d'économies d'énergie (rappel : professionnels ayant reçu et ouvert le bilan éco-énergie)

Forces

- ✓ Un bilan qui participe de la prise de conscience des enjeux énergétiques
- ✓ Bien évalué lorsqu'il est mémorisé
- ✓ Et qui constitue une 1^{ère} étape, dans l'accompagnement du changement de comportements des professionnels



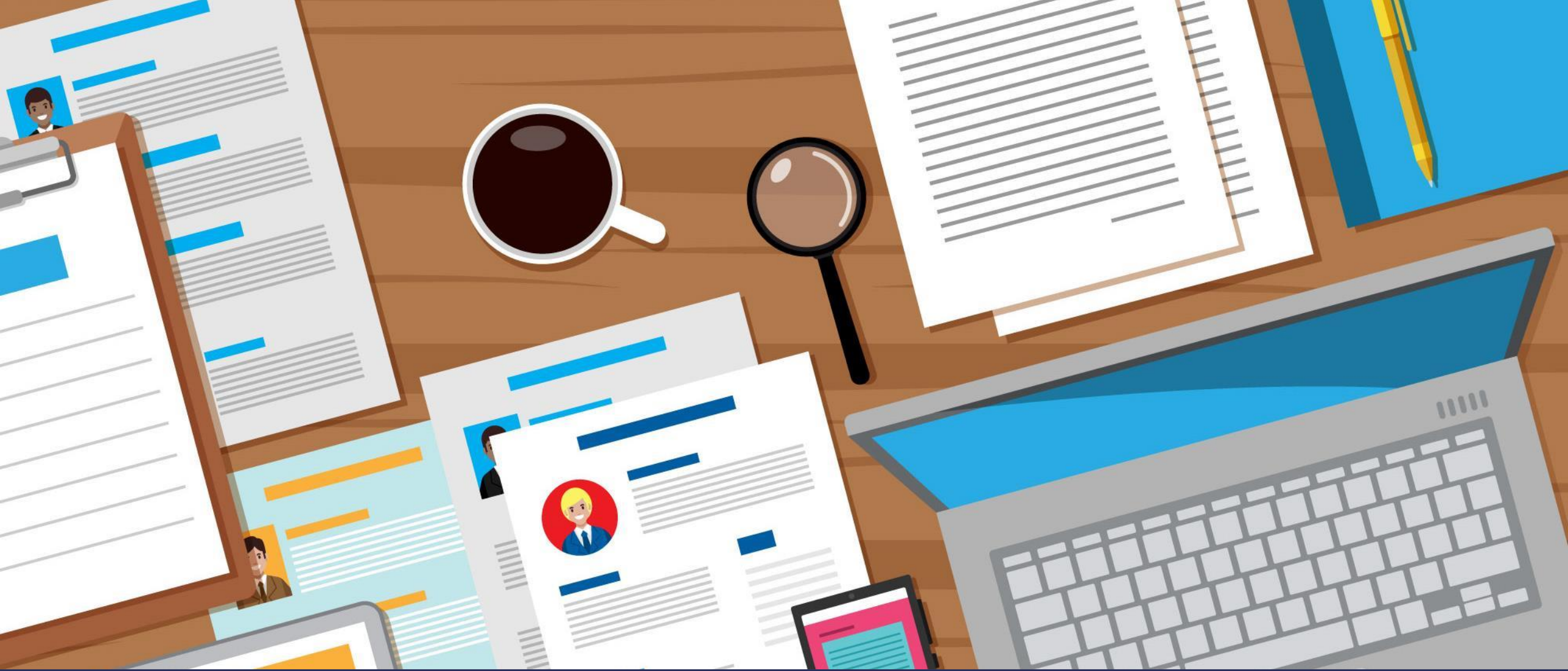
Menaces

- ✓ Plusieurs acteurs (dont des concurrents directs d'Énergie) se positionnent sur la transition écologique des Pros
- ✓ Une crise sanitaire qui a fragilisé une partie de cette population avec un impact sur les investissements

Faiblesses/limites

- ✓ Des Pros qui n'ont pas toujours la capacité à mettre en place certaines actions (ex: travaux pour les locataires)
- ✓ Un besoin de visibilité financière / économique, pour une cible très pragmatique, en recherche de ROI
- ✓ Une personnalisation qui pourrait être plus poussée (ex: pour les clients, les cibles à valeur...)

MERCI



ANNEXE

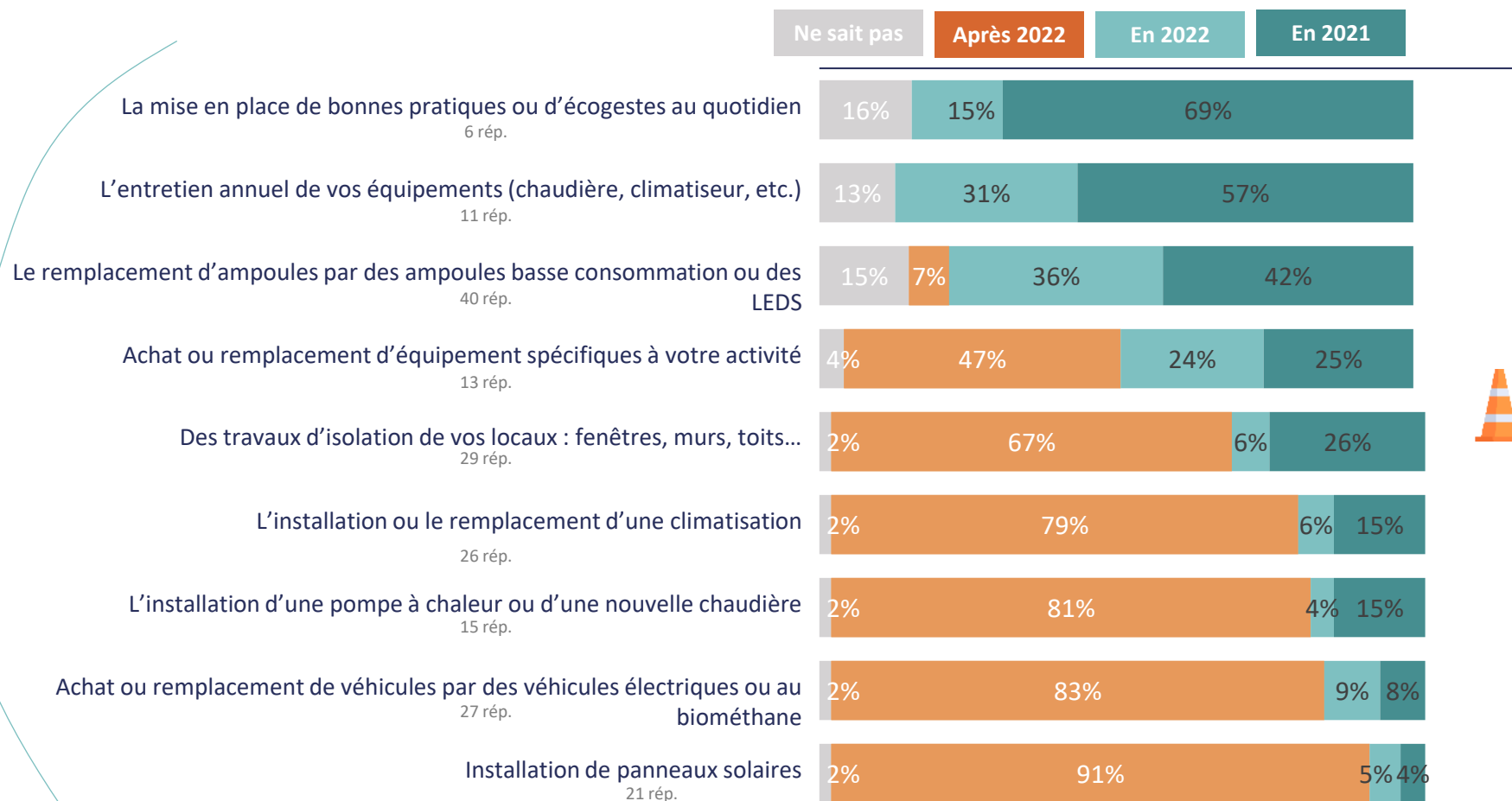
Intention de délai de mise en place d'actions

Attention, compte tenu de la faiblesse des bases, données fournies à titre indicatif, à considérer en tendance uniquement.
Des intentions de mise en place qui correspondent à la hiérarchie des actions déjà mises en place.

35%

Des répondants ont l'intention de mettre en place au moins une action

Dont 35% en 2021



Bases faibles (n<80), résultats en tendance

A4. Et sous quel délai pensez-vous mettre en place la ou les actions suivantes ?

Base : Répondants ayant prévu de mettre en place des actions d'économie d'énergie (130)