

Dispositif de campagne PAC hybride gaz



DOOC - Avril 2022

Sommaire



1

Les enjeux



2

Les atouts produit



3

L'axe de com & les créas



4

Le plan Media & Marketing



5

La communication filière



La pompe à chaleur hybride gaz est un équipement clé pour l'avenir du gaz

- La PAC hybride gaz répond aux besoins de la France **d'équilibrer son mix énergétique** en s'appuyant sur la **complémentarité des énergies**.
- Cet équipement **bi-énergie, électricité/gaz**, représente en effet une solution performante :
 - pour limiter l'impact sur la pointe électrique en hiver
 - tout en répondant aux enjeux de décarbonation des systèmes énergétiques.
- Ainsi, plusieurs grands scénarios prospectifs (RTE, Ademe) prévoient **d'importants volumes de PAC hybrides installées dans les logements français en 2050** (2,5 à plus de 5 millions).
Cet équipement a également **toute sa place dans les maisons/bâtiments neufs** aux dernières normes les plus strictes sur le plan environnemental (RE2020).
- La PAC hybride gaz est toutefois peu vendue à date (5 000 PAC hybrides vs un million de PAC électriques vendues en 2021), du fait notamment d'un déficit de notoriété (connue par 1% des Français, contrairement à la PAC élec) et de prescription.



Cet équipement présente de nombreux atouts pour les particuliers en maison individuelle

Des économies d'énergie

- Entre 30% et 40% sur les consommations de chauffage et d'eau chaude par rapport à un ancien équipement de chauffage



Des aides à l'installation

- Un équipement éligible à toutes les aides publiques de l'Etat



Une solution de transition écologique

- Jusqu'à 70% d'émissions de CO₂ en moins par rapport à une ancienne chaudière gaz et 75% vs une chaudière fioul



Un confort en toutes saisons

- Avec un chauffage performant quelles que soient les conditions climatiques et notamment en périodes froides



Un équipement biénergie doté d'une régulation intelligente

- Qui permet de toujours utiliser l'énergie la plus « avantageuse » et ne pas mettre « tous ses œufs dans le même panier »



Une bonne longévité

- Grâce à un équipement robuste et fiable composé de 2 modules pouvant fonctionner indépendamment et installé par une filière hautement qualifiée



En savoir plus



Notre enjeu est de faire connaître cet équipement auprès du grand public

- Notre priorité : faire comprendre que **cet équipement existe**.
- Le parti pris : interpeller avec un ton décalé et **en rupture** par rapport à une communication produit traditionnelle.
- Sur le fond, nous avons choisi **2 accroches** :
 - mettre l'accent sur la caractéristique bi-énergie de la PAC hybride
 - souligner que son installation, en maison individuelle, est relativement simple.
- Un argument central qui vise à faire comprendre que la PAC hybride rassemble le meilleur d'une **PAC** (qualités environnementales, économies d'énergie) et des **atouts du chauffage au gaz** (confort, fiabilité).
- Ce nouvel axe créatif constitue notre 1^{ère} brique de communication. Il pourra dans le temps être complété par des créations mettant l'accent sur les atouts des PAC hybrides.



2 nouvelles créations pour marquer les esprits et faire savoir que cet équipement existe

Le gaz et l'électricité font bon ménage avec les pompes à chaleur hybrides.

Découvrez la pompe à chaleur hybride. Le meilleur de la PAC combiné aux avantages du chauffage au gaz : confort, fiabilité et économie d'énergie.



#LeGazVertLavenir
Plus d'informations sur www.pac-hybride-grdf.fr

L'énergie est notre avenir, économisons-la ! Quel que soit votre fournisseur.

GRDF

 Visualiser

Passer à l'hybride pour chauffer sa maison, c'est un jeu d'enfant.

Découvrez la pompe à chaleur hybride. Le meilleur de la PAC combiné aux avantages du chauffage au gaz : confort, fiabilité et économie d'énergie.



#LeGazVertLavenir
Plus d'informations sur www.pac-hybride-grdf.fr

L'énergie est notre avenir, économisons-la ! Quel que soit votre fournisseur.

GRDF

 Visualiser

Ces nouvelles créations seront relayées fortement en presse et sur Internet d'avril à juin

- L'objectif est de toucher massivement le grand public et les leaders d'opinion via la presse quotidienne, puis de créer de la répétition dans des magazines thématiques.
- Un post-test sera lancé pour tester l'impact des créations.

	AVRIL		MAI				JUN			
		30 avril	2/8	9/15	16/22	23/29	30/5	6/12	13/19	20/26
Media Presse quotidienne Magazine life/news		20M de contacts								
				12 titres 10M de contacts						
Digital et Marketing			Presse digitale : 11M d'impressions							
			Réseaux sociaux (notoriété) : 12M d'impressions							
			  							
								Portail orange		
		Campagnes de recrutement (leads)								
			Ajustement des campagnes marketing							



Des titres presse news et lifestyle/déco pour renforcer la mémorisation jusqu'à mi-juin



&



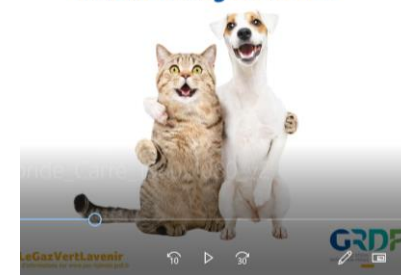


Les nouvelles créations seront également à l'honneur dans la presse digitale et via des bannières sur les réseaux sociaux en mai

Réseaux Sociaux



Le gaz et l'électricité font **bon ménage** avec les pompes à chaleur hybrides.



⇒ Pour créer de l'impact et générer du trafic
+ Toucher une audience sensible à l'actualité et engager

Et toute l'année, une présence digitale renforcée grâce à un nouveau partenariat avec Orange et des campagnes de recrutement en ligne

- Création d'un mini-site GRDF sur le portail d'Orange pour profiter de leur audience qualifiée (juin)
- Création de contenus PAC hybride tous les mois : bannière, articles, infographie...
- Un plan média piloté par Orange pour générer du trafic : 140 000 visiteurs attendus



- Campagne de recrutement : bannières sur les réseaux sociaux + achat de mots-clés Google
- Objectif : 1 300 leads en 2022





Une nouvelle page de contenu dédiée PAC hybride sur le site Internet de GRDF

L'ensemble des bannières inciteront ainsi en un clic à en savoir plus sur notre site

➤ Un contenu plus simple et plus court en 3 parties :

- Qu'est-ce-que la PAC hybride ?
- Ses atouts
- Être accompagné dans son projet

➤ Des éléments visuels (infographie, vidéo) et une déclinaison de la nouvelle création

➤ Des liens vers des contenus d'aide à la décision



[Qu'est-ce que la PAC hybride ? - GRDF.FR](https://www.grdf.fr/Qu'est-ce-que-la-PAC-hybride)





Ajustement des supports des campagnes Marketing

Campagnes GRDF auprès des clients/prospects

- Renfort des scripts d'appels sortants pour le prestataire en charge de contacter les prospects fioul (mai)
- Déclinaison du nouveau visuel sur les supports de mailing (juin)
- E-mailing ciblé de recrutement sur les clients propriétaires de maison individuelle avec une vieille chaudière gaz (septembre)

Campagnes BtoBtoC (via les installateurs)

- Mise à disposition de supports marketing dans la GazBox
- Création de PLV (affiche, kakemono...)



En parallèle, lancement d'une **étude clients** pour rendre nos éléments de langage plus adaptés et performants



Un accompagnement régulier de la filière, pour faire connaître les avantages du produit et engager à devenir un installateur « mentionné PAC hybride »

➤ Promotion de la « mention PAC hybride »

- Via l'e-actu GRDF
- Via des e-mailings  **PROFESSIONNEL DU GAZ**
INSTALLATION - MAINTENANCE
- Via un webinaire porté par  **PROFESSIONNEL DU GAZ**
INSTALLATION - MAINTENANCE



➤ Des articles sur la PAC hybride sont régulièrement publiés dans la presse professionnelle

➤ À venir : valorisation d'une vidéo témoignage d'un installateur mentionné PAC hybride :

- Flash dédié GRDF
- Flash sur la base de 
- Sponsorisation de la vidéo sur les réseaux sociaux

l'e-actu GRDF



Webinaire



E-mailing Asso PG

