

Date : 4 décembre 2018

Destinataires : Commission Promotion

Objet : Compte-rendu de la réunion du 3 décembre 2018

PARTICIPANTS : NOMS	PRENOM	PRESENT	EXCUSE	Société	Observations
WILLAUME	Antoine	X		ANTARGAZ - FINAGAZ	
VICARI	Valérie		X	ANTARGAZ - FINAGAZ	
PIERRY	Anne-Stéphanie	X		BUTAGAZ	
GROUSSARD	Sophie		X	PRIMAGAZ	
PERO	Ludovic	X		PRIMAGAZ	
BAUMONT	Christine		X	CFBP	
COQUIN	Emilie	X		CFBP	
PEDESSAC	Joel	X		CFBP	
ZAINEA	Adriana	X		CFBP	A partir de 16h

Ordre du jour :

1. Validation du CR de la réunion du 12 juillet 2018
2. Vision & actions 2019
3. Orientations Budgétaires 2019
4. Actions en cours

👉 **Prochaine réunion : A fixer en janvier 2018 en conférence téléphonique**

1. Validation du CR de la dernière réunion

Le compte-rendu de la réunion du 12 juillet est validé à l'unanimité.

2. Vision & actions 2019

Les politiques climatiques aux niveaux européen et français fixent l'objectif de la décarbonation du mix à horizon 2050. La filière doit s'inscrire dans cette trajectoire et dans le mix à venir avec le développement du butane et du propane renouvelables. Dans ce contexte, la filière s'entend sur une vision qui sera présentée en comité de direction :

« L'énergie gaz B/P est l'énergie disponible sur tout le territoire qui émet le moins de GES et qui répond à tous les usages chaleur et mobilité des consommateurs.

L'industrie du Butane Propane a aujourd'hui des moyens de produire le B/P renouvelable et entend de tout mettre en œuvre pour répondre à 100% des besoins en renouvelable en 2050 »

> Sur la trajectoire, et pour être en accord avec les ambitions politiques, la filière souscrit à un objectif de :

- 10% de BioGPL à horizon 2030
- 100% de BioGPL à horizon 2050

> Les adhérents et le CFBP se réuniront à nouveau pour définir les modalités de la trajectoire :
fondements ? coûts ? leviers ?

Face au contexte et annonces gouvernementales sur la sortie du fioul, la hausse des carburants, les restrictions de circulation... le CFBP propose plusieurs types d'actions :

- Une campagne sur le GPL carburant avec comme première étape la réalisation d'une étude de perception
- Une campagne sur le propane combustible avec comme première étape la réalisation d'une étude de perception (et proposition de reconduction)
- Un renouvellement de l'identité du CFBP pour intégrer l'évolution de la filière vers le bio

Des réserves (juridiques, de pertinence/valeur ajoutée en tant qu'association) ont été exprimées sur la proposition de réalisation d'étude de perception et de campagne BtoC sur le combustible.

Une campagne GPL carburant semblerait (plus) pertinente vu le contexte et les missions du CFBP, de même que le renouvellement de l'identité du CFBP.

> Il est convenu de rediscuter et décider des orientations à prendre 2^e quinzaine de janvier 2019.

D'ici là, il est décidé de suspendre la campagne BtoB PMA.

Le CFBP présente les résultats de la campagne PMA sur le S2 2018 (plan média, évolution trafic site, SEO)> cf. résultats sur ppt.

Budget : le CFBP présente le budget 2018 et prévisionnel 2019 . Il est rappelé les règles de répartition du budget. Le budget 2019 est validé par les membres.

2. Actions en cours

Le CFBP fait un point sur les sujets d'actualité et enjeux pour la filière en cours, dont notamment :

- fiscalité (PLF2019/TICPE/mesures relatives aux énergies, bâtiments, mobilité)
- CEE
- Loi d'orientation mobilités
- Prime à la conversion

> cf ppt

> Le CFBP poursuit ses actions pour positionner le butane/propane/bio dans le mix et développer des incitations.

Le CFBP fait également un point sur les RV institutionnels et prises de position des interlocuteurs sur les dossiers d'intérêt pour la filière > cf. fichier excel pour résultats 2018.

Etude : Le CFBP présente les résultats d'une étude UFC Que choisir sur le coût de détention.
> Décision : Les résultats pourront être présentés en appui de RV au cas par cas.

Relations médias : ITW & retombées en augmentation et dans des médias Tier 1 > cf. résultats ppt et fichier excel 2018.

Digital :

- Site CFBP : après une période de 3 mois de baisse du visitorat en raison du lancement du nouveau site, le site retrouve un niveau de visites équivalent à ceux enregistrés avant la migration.

Les pages « Equiper un véhicule essence & acheter un véhicule GPL » enregistrent un fort de croissance en termes de visitorat. Elles sont les plus consultées.

- Site PMA : résultats en progression (nombre de pages, positionnement SEO, durée sur site...) > cf. résultats ppt

- Réseaux sociaux : taux d'engagement également en progression > cf. résultats ppt

Mobilité GPL – opérations :

- Mondial de l'auto > Le CFBP présente les résultats > cf. ppt

- Actions en cours : un RV avec Renault est prévu en janvier pour échanger sur des actions communes. Le CFBP poursuit ses actions sur les axes Pouvoir d'achat/DD ; jeunesse/innovation/DD ; Flottes ; Performance/ Sports

