

**Mémoire de l'Association des industries de produits  
verriers et de fenestration du Québec (AIPVFQ)**

**La place de la fenestration et des portes dans l'efficacité  
énergétique : changement de direction souhaité**

Produit par :

Jean Tremblay, Vice-président exécutif de l'AIPVFQ  
Jean-Benoit Trahan, analyste pour le compte de l'AIPVFQ dans le présent dossier

Présenté à la Régie de l'énergie dans le cadre du dossier R-3552-2004  
Demande d'approbation du budget 2005 du Plan global en efficacité énergétique

Le 16 février 2005

## 1. Présentation

L'AIPVFQ regroupe près de deux cents entreprises québécoises de toutes tailles qui oeuvrent dans les produits verriers et de fenestration du secteur résidentiel principalement. Dans le présent débat, les produits visés par l'AIPVFQ sont les portes et fenêtres, éléments déterminant dans le niveau de consommation des différents bâtiments au Québec. En effet, environ 30 % des pertes de chaleurs d'une résidence passent par les fenêtres et les portes<sup>1</sup>.

L'AIPVFQ a une expertise certaine puisque ses membres représentent, selon une estimation interne, plus de 80 % des ventes de portes et fenêtres du Québec, tant au niveau de la nouvelle construction que dans le secteur de la rénovation. De plus, les membres de l'AIPVFQ sont autant des manufacturiers-vendeurs indépendants que des manufacturiers livrant une grande partie de leur production dans les grandes chaînes de détail sises au Québec, tel que Rona ou BMR.

L'AIPVFQ a comme mandat de promouvoir les intérêts de ses membres ainsi que leur défense dans différents forums. Elle offre d'ailleurs divers services pour ses membres : formation, dossier santé et sécurité, assurances collectives, regroupements d'achat et représentations.

L'association existe depuis plus de quarante ans sous différents noms. Cette maturité l'a amenée à siéger sur des comités qui débordent de l'aspect uniquement économique de ses activités. Par exemple, l'AIPVFQ, par son vice-président exécutif, préside le conseil d'établissement de l'École Le Chantier, à Laval, qui forme des vitriers. Elle collabore aussi avec l'École Samuel-de-Champlain, dans la région de Québec, qui offre le même produit. De ce fait, l'association collabore avec le Ministère de l'Éducation à la mise en oeuvre de différents programmes de formation pour alimenter son secteur industriel. Il faut savoir que les manufacturiers québécois de portes et fenêtres sont les plus importants au Canada. L'association québécoise (AIPVFQ) elle-même regroupe plus de membres que l'association canadienne (CWDMA), et l'industrie québécoise vend ses produits en Ontario et aux États-Unis à une hauteur d'environ 20 %.

Les membres de l'AIPVFQ sont compétents et voudraient fabriquer et vendre des produits plus performants au niveau énergétique ; mais le marché se heurte à des consommateurs, à des constructeurs ou auto-constructeurs qui ne sont pas au fait de l'importance des fenêtres de meilleure qualité. Ceux-ci ignorent l'économie d'énergie ainsi que le niveau de performance qu'offrent certains produits. À cet effet, une dizaine de manufacturiers, en collaboration avec le FEÉ et la Société d'habitation du Québec, ont investi le printemps dernier plus de 80 000 \$ sous forme de capsules publicitaires, et ce, dans le but de faire connaître la norme canadienne d'efficacité des fenêtres qui mesure l'infiltration d'air, l'infiltration d'eau et la condensation.

---

<sup>1</sup> Voir site web d'Hydro-Québec, Explorez les facteurs qui font varier votre consommation, section portes et fenêtres.

L'AIPVFQ souhaiterait que le Distributeur agisse de façon proactive afin d'améliorer la connaissance des consommateurs et leur souci d'acheter des produits plus éconergétiques.

## **2. L'intérêt de l'AIPVFQ dans les programmes d'efficacité énergétique**

Comme mentionné précédemment, près de 30 % des pertes de chaleur sont dues aux portes et fenêtres. Ces pertes proviennent notamment de la qualité du verre utilisé, mais également par les contours des fenêtres et les joint d'étanchéités.

Actuellement, selon l'AIPVFQ, les fenêtres à haut rendement ne représentent pas plus de 10 % des nouvelles constructions éconergétiques, tant dans le cadre de la rénovation que de la construction neuve. À cet égard, le Distributeur arrive à des données un peu plus élevées :

« Le pourcentage d'installation de fenêtres éconergétiques utilisé dans le cadre de l'évaluation du potentiel technico-économique est de 25 % pour la nouvelle construction et de 25 % pour la rénovation. Aucune étude spécifique du Distributeur n'est disponible sur la répartition des fenêtres selon leur type ou des pourcentages d'installation selon le type.

Afin d'obtenir cet estimé, les sondages annuels de l'APCHQ ont été consultés. Ceux-ci contiennent une question sur l'installation de fenêtres de verre triple indiquant que 24 % à 26 % des répondants affirment disposer de ce type de verre (soit des fenêtres à rendement plus élevé). »<sup>2</sup>

Bien qu'il existe un écart relativement important entre ces données (10 % et 25 %), il est clair que la fenestration à haut rendement énergétique n'est pas la norme au Québec. Bien au contraire, il s'agit plutôt d'une exception.

Différentes raisons expliquent ce phénomène. Le Distributeur explique :

« Nouvelle construction : il s'agit, selon des commentaires et observations reçus, d'une question de minimiser le coût de construction des maisons, surtout dans le segment des premiers acheteurs. Les auto constructeurs seraient moins réticents à faire l'achat de fenêtres à plus haut rendement. Une démonstration objective de la rentabilité des différents types de fenêtres sur leur durée de vie pourrait faciliter l'adoption de produits à plus haut rendement.

Rénovation : dans le cas de la rénovation résidentielle – segment unifamilial, les réticences n'apparaissent pas trop importantes selon les données recueillies pour ce segment. Dans le cas du segment

<sup>2</sup> HQD-5, document 3, page 8 de 14.

multi-familial, la rentabilité simple (PRI) recherchée est beaucoup plus courte, ce qui tend à minimiser l'investissement du propriétaire. »<sup>3</sup>

L'AIPVFQ croit, tout comme le Distributeur, que l'élément coût est l'élément déclencheur des décisions pour les constructeurs. Cependant, un élément n'est pas mentionné par celui-ci et c'est le manque de connaissance du public de l'effet de la fenestration à haut rendement.

Selon l'AIPVFQ, la population est peu consciente des effets d'une fenestration à haut rendement et est peu conscientisée, tant de la part des constructeurs que des grandes chaînes de rénovation. D'ailleurs, lorsque les gens achètent une maison neuve ou une maison existante, est-ce que la fenestration à haut rendement est un critère de choix ? Nous croyons que dans la majorité des cas, la réponse est non. Le consommateur va s'intéresser au mode de chauffage, à l'isolation, mais peu s'intéresseront à la fenestration. Ce qui laisse, pour les constructeurs notamment, beaucoup plus de place pour faire des économies sur cet élément.

En ce qui concerne les grandes surfaces, l'AIPVFQ y voit sensiblement les mêmes résultats d'analyse que ceux cités précédemment. Le manque d'information des clients fait que ceux-ci recherchent davantage des fenêtres à coût moindre que des fenêtres à haut rendement, qui sont par nature plus dispendieuses au moment de l'achat, mais qui généreront des économies tout au long de leur vie utile (retour sur l'investissement à long terme).

Ainsi, l'AIPVFQ considère que l'utilisation de fenêtres à haut rendement énergétique est limitée par deux éléments : manque d'information et prix plus élevé à l'achat.

C'est donc ainsi que l'AIPVFQ a initié ses premiers pas dans le domaine de l'efficacité énergétique récemment avec le FEÉ, Gaz Métro et la Société d'habitation du Québec. L'intérêt que poursuit l'AIPVFQ en efficacité énergétique est de permettre un changement dans le marché afin que la fenestration à haut rendement énergétique devienne la norme plutôt que l'exception.

D'autre part, l'AIPVFQ n'a pas pour objectif de « refenestrer » le Québec. L'association considère qu'il est important avant tout de faire le changement dans la pratique du marché pour la construction neuve et la rénovation. Seulement agir sur ce secteur serait déjà un avancé suffisant. Le reste de la transformation de la fenestration québécoise se fera dans le temps, à la fin de la vie utile des fenêtres déjà en place.

Enfin, l'AIPVFQ a déjà démontré son intérêt dans l'efficacité énergétique et est prête à continuer sur cette route. Pour ce faire, l'organisme ne possède pas de grandes ressources financières. Bien qu'elle ait participé financièrement à certains programmes dans le passé, il serait impossible pour elle de faire des efforts importants dans des programmes destinés à l'ensemble du Québec. Cependant,

<sup>3</sup> HQD-5, document 3, page 8 de 14.

l'AIPVFQ possède des compétences exceptionnelles et une connaissance du marché et des fabricants qui pourraient être à la disposition de tout programme cherchant à modifier le marché afin que la fenestration à haut rendement devienne la norme.

### 3. Promotion de produits Mieux consommer - Energy Star

Selon le Distributeur, deux programmes permettent d'intégrer la fenestration, soit : Novoclimat et Encouragement Éconerguide Énergide. En ce qui concerne Promotion de produits Mieux consommer - Energy Star, le Distributeur indique que de futures mesures pourraient être incluses<sup>4</sup>.

Selon notre compréhension, les deux programmes Novoclimat et Encouragement Éconerguide Énergide n'assurent pas l'utilisation de fenêtres à haut rendement. Par exemple, une maison qui nécessite des rénovations et qui a actuellement des fenêtres coulissantes mal installées pourrait obtenir un gain intéressant en passant à de nouvelles fenêtres à manivelle bien installées, sans nécessairement utiliser des verres à haut rendement. Ainsi, bien que le verre à haut rendement puisse faire partie de Novoclimat ou de Encouragement Éconerguide Énergide, il n'est pas assuré que celui-ci soit utilisé. Ainsi, ces programmes n'auraient pas pour incidence de modifier le marché de la fenestration au Québec afin que la fenestration à haut rendement devienne la norme.

L'objectif de Promotion de produits Mieux consommer - Energy Star est de transformer le marché. C'est ce que l'on retrouve dans deux passages de la preuve du Distributeur :

« À partir de 2005, en plus des thermostats électroniques et des minuteriers de piscine, le Distributeur compte influencer la vente d'autres équipements grâce i) à ses efforts de sensibilisation et ii) à une nouvelle aide financière pour certains produits ciblés, soit parce que leur surcoût est significatif, soit pour encourager leur adoption par une plus grande portion de la clientèle. »<sup>5</sup> (nos soulignés)

« Le Distributeur rappelle que la promotion qu'il entend faire dans le cadre du programme visera l'ensemble des produits Energy Star et Mieux consommer comme le précise le passage suivant de sa preuve :

« Il faut rappeler que le programme en est un d'abord et avant tout de sensibilisation à l'ensemble des équipements et accessoires économiseurs et que des efforts importants vont être effectués en publicité et en promotion sur les lieux de vente. » (HQD-1, Document 1, page 52 de 96, lignes 2 à 5) (nos soulignés)

---

<sup>4</sup> HQD-5, document 3, page 7 de 14.

<sup>5</sup> HQD-1, document 1, page 49 de 96.

Le Distributeur rappelle également qu'il prévoit associer une aide financière à certains produits, sur des périodes de temps limitées, comme mentionné dans le passage suivant de sa preuve :

« Une aide financière sera instaurée à partir d'une initiative du Distributeur, selon les besoins ou opportunités qu'il perçoit dans le marché, ou en appui aux initiatives promotionnelles de fabricants, distributeurs ou revendeurs. Cette aide, lorsque requise, visera à combler au moins 50 % du surcoût<sup>1</sup> associé à l'équipement ou accessoires sur de courtes périodes (quelques semaines ou mois) afin de s'assurer qu'elle tend à faire baisser le niveau des prix et qu'elle bénéficie aux clients. » (HQD-1, Document 1, page 52 de 96, lignes 6 à 12) »<sup>6</sup>

Ainsi, on pourrait résumer l'objectif du programme Promotion de produits Mieux consommer – Energy Star ainsi : sensibiliser, modifier le marché notamment avec une aide financière, se retirer du marché une fois que celui-ci est modifié.

C'est exactement l'objectif que recherche l'AIPVFQ en ce qui concerne la fenestration. Le coût étant l'élément rébarbatif pour les constructeurs et pour une grande partie des consommateurs, l'utilisation de rabais sur les produits de fenestration Energy Star permettant à ceux-ci de mieux rivaliser avec les fenêtres à moindre rendement ainsi qu'une stratégie d'information et de sensibilisation devraient permettre à terme de modifier le marché.

L'AIPVFQ est également en accord avec le fait que l'objectif ultime est que le marché de la fenestration soit modifié de manière à ce que celle à haut rendement énergétique devienne la norme et qu'ainsi, l'utilisation des rabais ne soit plus nécessaire.

Ainsi, selon nous, le meilleur programme pour assurer la transformation du marché est l'utilisation de Promotions de produits Mieux consommer – Energy Star, bien que les autres programmes pourraient également être mis à contribution.

#### **4. La certification**

La certification de portes et fenêtres se fait au Québec via la cote A-440 de l'ACNOR. Or la certification Energy Star assure un rendement supérieur pour les portes et fenêtres, mais est peu étendue actuellement au Québec (Voir l'annexe 1, document présentant le programme avec le FEÉ).

L'effet sur la consommation d'une résidence sur le chauffage peut représenter, selon notre estimation, près de 8 % (175 m<sup>3</sup> d'économie sur une consommation moyenne d'une résidence chauffée au gaz naturel de 2200 m<sup>3</sup>). Quant aux coûts pour ce type

<sup>6</sup> HQD-5, document 3, page 11 et 12 de 14.

de fenêtre, il est d'environ 8 % supérieur aux fenêtres majoritairement installées au Québec actuellement.

Un autre élément qui milite en faveur de la certification Energy Star, c'est la facilité de reconnaissance pour le Distributeur de l'efficacité effective d'un produit de fenestration à haut rendement énergétique. De plus, cette reconnaissance se fait sans coût supplémentaire pour le Distributeur (le PGEÉ) afin de s'assurer de la conformité du produit en se référant à la certification offerte par Energy Star. Comme la certification Energy Star n'est pas actuellement requise ou demandée de la part des consommateurs québécois, seule les entreprises qui ont des projets ou qui exportent aux États-Unis ont un intérêt à obtenir cette certification.

Nous croyons donc que d'une part, l'intégration au programme d'Energy Star de Hydro-Québec pour les fenêtres à haut rendement aurait pour incidence de créer une demande et un besoin pour la certification des fenêtres à haut rendement de la part des fabricants, favorisant ainsi une reconnaissance facile de la part du consommateur pour un produit à grande valeur éconergétique.

D'autre part, bien que l'AIPVFQ ait de l'intérêt à informer la population sur les bienfaits de ce type de fenestration, elle n'a pas les canaux de distribution que possède le Distributeur. Ainsi, la mise en place d'une stratégie d'information de la population et d'un incitatif financier pour l'achat de ce produit reconnu Energy Star devrait permettre la transformation du marché qui est recherchée afin que l'efficacité énergétique des bâtiments du Québec soit améliorée. Enfin, une stratégie à cet égard viendrait supporter les efforts déjà effectués dans le cadre du distributeur gazier Gaz Métro.

## **5. Demande dans la présente audience**

L'AIPVFQ était inquiète, au début de l'audience, de la place que Hydro-Québec Distribution comptait offrir à la fenestration à haut rendement énergétique. De plus, l'association considérait avoir été laissée de côté même si celle-ci participe déjà à certains programmes d'efficacité énergétique dans le domaine du gaz naturel avec notamment le FEÉ.

Les questions de l'AIPVFQ ont permis d'entrevoir une ouverture de la part du Distributeur sur certains éléments qui sont importants aux yeux de l'intervenant :

L'intérêt du Distributeur de travailler en partenariat avec l'AIPVFQ :

« Dans ses travaux de planification, le Distributeur a déjà contacté certains des membres manufacturiers de l'AIPVFQ, mais aucun représentant officiel de cette association. Le Distributeur privilégie le travail en partenariat avec les intervenants de l'industrie et confirme son intérêt à échanger

avec l'AIPVFQ dans ses prochains travaux de développement de programmes. »<sup>7</sup>

L'intérêt du Distributeur d'utiliser le programme Produits Mieux consommer – Energy Star au niveau de la fenestration :

« En 2004, le Distributeur a consacré ses ressources à mettre en marché les programmes annoncés, à consolider les partenariats associés, et à planifier de nouvelles interventions. Il considère qu'il serait intéressant et utile pour les deux parties de discuter avec l'AIPVFQ lors du présent développement de ses programmes de *Produits Mieux consommer – Energy Star*. »<sup>8</sup>

Aussi, l'AIPVFQ est satisfaite de l'ouverture du Distributeur et compte bien le rencontrer au cours des prochaines semaines afin d'établir ensemble les bases de la collaboration. À cet égard, elle pourra notamment miser sur l'expérience qu'elle a su développer dans le cadre du FEÉ. Elle entend donc pouvoir participer à la mise en place d'un programme Produits Mieux consommer - Energy Star pour la fenestration à haut rendement énergétique au cours de la prochaine année.

Au niveau réglementaire, l'AIPVFQ demande à la Régie que le Distributeur dépose un suivi sur la fenestration à haut rendement énergétique au cours de la révision du budget du PGEÉ en 2006. Celui-ci devrait notamment rendre compte de l'état d'avancement des discussions entre l'AIPVFQ et le Distributeur et, le cas échéant, des programmes Promotion Mieux consommer – Energy Star qui seront mis en place, le tout dans un objectif de modification du marché en vue de favoriser l'efficacité énergétique.

---

<sup>7</sup> HQD-5, document 3, page 9 de 14.

<sup>8</sup> HQD-5, document 3, page 9 de 14.



## Annexe 1

*Original : 2004.06.10 SCGM – 9, Document 8  
Page 31 de 56*

### ***PR 330 Rabais à l'achat de fenêtres certifiées Energy Star™***

#### **Description du programme**

Ce programme vise à encourager financièrement le remplacement de fenêtres dans les habitations existantes par des fenêtres certifiées Energy Star.

#### **Faits saillants**

Depuis le 1<sup>er</sup> avril 2004, le Programme de certification de produits et équipements Energy Star inclut les produits de fenestration. À ce jour, trois manufacturiers proposent des produits certifiés Energy Star dans le marché québécois.

Le recours au programme Energy Star permettra au FEÉ de promouvoir les fenêtres à haut rendement énergétique sans avoir à effectuer une vérification de la conformité des produits admissibles à l'aide financière.

#### **Cas-type**

Le cas-type a été évalué en collaboration avec l'AEÉ par simulation sur le logiciel Hot 2000.

#### **Économies unitaires**

Des économies unitaires de 175 m<sup>3</sup> par participant ayant remplacé un maximum de fenêtres ont été calculées à partir de simulations réalisées en collaboration avec l'AEÉ.

#### **Participants**

Le nombre de participants au programme a été établi en fonction du nombre limité de produits certifiés dans le marché québécois à ce jour.

#### **Aide financière**

Le FEÉ offre un rabais de 5\$ par pied carré de fenêtre remplacée par une fenêtre certifiée Energy Star jusqu'à un maximum de 500\$ par habitation.

#### **Suivi et évaluation**

Les objectifs de participation seront réévalués en fonction du nombre de produits de fenestration qui seront certifiés.