

## **PLAN GLOBAL EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE - SUIVIS**



**TABLE DES MATIÈRES**

<b>1</b>	<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>REDRESSEMENTS 2006-2011 .....</b>	<b>4</b>
2.1	SUIVI DES HYPOTHÈSES DES PROGRAMMES ÉVALUÉS .....	5
<b>3</b>	<b>SUIVI ÉNERGÉTIQUE ET BUDGÉTAIRE 2012.....</b>	<b>8</b>
3.1	SUIVI DES PROGRAMMES ET ACTIVITÉS PAR MARCHÉ .....	10
3.1.1	<i>Marché résidentiel.....</i>	<i>10</i>
3.1.2	<i>Marché affaires – clientèle commerciale et Institutionnelle .....</i>	<i>12</i>
3.1.3	<i>Marché affaires – clientèle industrielle .....</i>	<i>13</i>
3.1.4	<i>Tronc commun .....</i>	<i>14</i>
3.2	ENGAGEMENT FINANCIERS .....	15
<b>4</b>	<b>BILAN 2012 DE LA CAMPAGNE DE PROMOTION DE LA BIÉNERGIE – TARIF DT .....</b>	<b>16</b>
4.1	SUIVI DES ACTIVITÉS DE PROMOTION.....	16
4.2	ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DE LA CAMPAGNE PROMOTIONNELLE .....	17
4.2.1	<i>Évolution du parc d'abonnement au tarif DT .....</i>	<i>17</i>
4.2.2	<i>Impact de la campagne promotionnelle.....</i>	<i>18</i>
4.3	CONCLUSION ET RECOMMANDATION .....	19

## 1 INTRODUCTION

1 Le présent rapport fait état des redressements pour la période 2006-2011 et du suivi  
 2 énergétique et budgétaire pour l'année 2012. De plus, comme indiqué dans sa réponse  
 3 à la question 63.1 de la demande de renseignements n° 1 de la Régie à la pièce  
 4 HQD-13, document 1 du dossier R-3814-2012, le Distributeur présente son bilan de la  
 5 campagne de promotion de la biénergie et du tarif DT.

## 2 REDRESSEMENTS 2006-2011

6 Pour les années 2006 à 2011, le Distributeur a redressé rétroactivement l'impact  
 7 énergétique de ses programmes à la suite de mesurages effectués en 2012 ou des  
 8 évaluations de programmes pour lesquelles la Régie a émis un rapport de suivi en 2012.  
 9 Le tableau 2.1 dresse la liste des programmes évalués ou mesurés et fait état des  
 10 redressements.

**TABLEAU 2.1 : REDRESSEMENTS 2006-2011 (GWh)**

Programmes / activités d'HQD	Dépôt du rapport	Suivi Régie 2012	Redressements					
			2006R	2007R	2008R	2009R	2010R	2011R
<b>Marché résidentiel</b>								
Diagnostic résidentiel								
Influence d'HQ - tronc commun DRMC	30 juin 2011 05 mars 2012	10 juillet					8	67
Produits Mieux consommer								
Électroménagers	1 février 2012	10 juillet			17	11		
Éclairage	2 février 2012	10 juillet					22	
Minuteries pour filtre de piscine				(20)	(29)	(10)	(4)	
Thermostats Bâtiment existant	29 mars 2012	28 août		(30)	(6)	14		
Thermostats Nouvelle construction				(3)	(7)			
Récupération de réfrigérateurs et congélateurs énergivores	05 mars 2012	10 juillet			(10)	(15)		
Rénovation énergétique pour les MFR	29 mars 2012	28 août	0	0	0	(5)	(4)	
<b>Total</b>			<b>0</b>	<b>(50)</b>	<b>(32)</b>	<b>(12)</b>	<b>23</b>	<b>67</b>
<b>Marché Affaires - Commercial et institutionnel</b>								
Produits efficaces - Éclairage	30 juin 2011	10 juillet				15		
Initiatives - bâtiments (tarifs G et M)	01 février 2012	10 juillet				11		
PIBGE	mesurage				0	-	2	(0)
<b>Total</b>			<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>2</b>	<b>(0)</b>
<b>Marché Affaires - Industriel</b>								
Initiatives - systèmes industriels	01 février 2012	10 juillet				22		
PIIGE	mesurage				0	(0)	(4)	3
PADIGE	mesurage							(7)
<b>Total</b>			<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>(4)</b>	<b>(4)</b>
<b>TOTAL - PGEÉ</b>			<b>0</b>	<b>(50)</b>	<b>(32)</b>	<b>36</b>	<b>21</b>	<b>63</b>

Note : Les totaux et sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison des arrondis.

## 2.1 Suivi des hypothèses des programmes évalués

- 1 Le tableau 2.2 présente la révision des paramètres de calcul de l'impact énergétique
- 2 déterminés par les évaluateurs externes.

**TABLEAU 2.2 : SUIVI DES HYPOTHÈSES**

<b>MARCHÉ RÉSIDENTIEL</b>	Avant	Après
<b>Produits Mieux consommer</b>		
<b>Électroménagers (2008-2009)</b>		
<u>Laveuse</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	79	221
Taux d'opportunisme %	29%	34%
Effet d'entraînement %	6%	2%
Bénévolat %	21%	40%
<u>Congélateur</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	35	38
Taux d'opportunisme %	26%	21%
Effet d'entraînement %	9%	8%
Bénévolat %	29%	227%
<u>Réfrigérateur</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	43	40
Taux d'opportunisme %	26%	22%
Effet d'entraînement %	9%	38%
Bénévolat %	29%	41%
<b>Éclairage (2010)</b>		
<u>LFC</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	28	29
Taux d'opportunisme %	31%	44%
Effet d'entraînement %	8%	7%
Bénévolat %	400%	1247%
<u>Luminaires</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	28	47
Taux d'opportunisme %	31%	29%
Effet d'entraînement %	-	18%
Bénévolat %	-	83%
<u>Torchères</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	92	61
Taux d'opportunisme %	31%	29%
Effet d'entraînement %	8%	18%
Bénévolat %	-	-
<u>Détecteurs de mouvement</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	21	28
Taux d'opportunisme %	31%	29%
Effet d'entraînement %	-	18%
Bénévolat %	-	-

<b>MARCHÉ RÉSIDENTIEL (suite)</b>	Avant	Après
<b>Produits Mieux consommer</b>		
<b>Minuterie pour filtre de piscine (2007-2009)</b>		
<u>Participants</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	538	553
Taux d'opportunisme %	13%	37%
<u>Entraînement participants</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	151	130
Effet d'entraînement %	13%	11%
<u>Bénévolat</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	317	260
Bénévolat %	213%	183%
<b>Thermostats électroniques BE (2007-2009)</b>		
<u>Participants</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	127	102
Taux d'opportunisme %	16%	20%
<u>Bénévolat</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	148	151
Bénévolat %	113%	114%
<b>Thermostats électroniques NC (2008-2009)</b>		
<u>Unifamilial</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	131	85
Taux d'opportunisme %	26%	22%
Effet d'entraînement %	2%	3%
Bénévolat %	11%	2%
<u>Plex</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	108	85%
Taux d'opportunisme %	26%	22%
Effet d'entraînement %	9%	3%
Bénévolat %	1%	2%
<u>Multi-logements</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	68	85
Taux d'opportunisme %	26%	22%
Effet d'entraînement %	9%	3%
Bénévolat %	0%	2%
<b>Récupération de réfrigérateurs et congélateurs énergivores (2008-2009)</b>		
<u>Réfrigérateur</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	929	821
Taux d'opportunisme %	15%	23%
Effet d'entraînement %	-	3%
<u>Congélateur</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	929	804
Taux d'opportunisme %	15%	22%

<b>MARCHÉ RÉSIDENTIEL (suite)</b>	Avant	Après
<b>Rénovation énergétique MFR (2006-2010)</b>		
<u>Thermostats</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	76	109
Taux d'opportunisme %	-	10%
Ratio d'installation	100%	99%
<u>Ampoules (LFC)</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	473	323
Taux d'opportunisme %	-	9%
Ratio d'installation	100%	86%
<u>Luminaires T8</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	87	117
Taux d'opportunisme %	-	9%
Ratio d'installation	100%	98%
<u>Indicateur de sortie DEL</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	221	203
Taux d'opportunisme %	-	9%
Ratio d'installation	100%	100%
<u>Luminaire SHP</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	515	582
Taux d'opportunisme %	-	9%
Ratio d'installation	100%	91%
<u>Laveuses ES</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	240	240
Ratio d'installation	100%	100%
<u>DRMC</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	248	294
<u>LFC (don)</u>		
Gain unitaire moyen net (kWh/an)	18	32
<u>Rénovations</u>		
Taux d'opportunisme %	-	28%
Effet d'entraînement %	-	7%
Bénévolat %	-	4%
<b>MARCHÉ AFFAIRES</b>	Avant	Après
<b>Produits efficaces Éclairage (2009)</b>		
<u>Ballast Catégorie 2</u>		
Taux d'opportunisme %	-	10%
Bénévolat %	-	12%
<u>Autres produits d'éclairage</u>		
Taux d'opportunisme %	29%	25%
Bénévolat %	-	119%
<b>Initiatives bâtiments (tarifs G et M) (2009)</b>		
Taux d'opportunisme %	22%	24%
Effet d'entraînement %	-	5%
Bénévolat %	-	6%
<b>Initiatives systèmes industriels (2009)</b>		
Taux d'opportunisme %	25%	18%
Effet d'entraînement %	-	23%
Bénévolat %	-	12%

### **3 SUIVI ÉNERGÉTIQUE ET BUDGÉTAIRE 2012**

1 En 2012, le Distributeur comptabilise des économies d'énergie totalisant 1 007 GWh  
2 pour ses programmes et activités. Il s'agit d'un écart favorable de 313 GWh, soit une  
3 augmentation de 45 % par rapport aux 693 GWh<sup>1</sup> reconnus dans la décision  
4 D-2012-024<sup>2</sup>. Cet écart favorable est attribuable en grande partie au programme  
5 *PADIGE – Analyse*, lequel a permis au Distributeur de réaliser des économies d'énergie  
6 supérieures de 265 GWh à sa prévision.

7 Quant aux dépenses réelles, elles s'élèvent à 175 M\$, soit 20 % de moins que le budget  
8 de 219 M\$ autorisé par la Régie dans sa décision D-2012-024. Cet écart favorable  
9 s'explique essentiellement par des coûts en aide financière moindres en raison de taux  
10 de participation plus faibles dans certains programmes et d'une diminution des coûts de  
11 commercialisation.

12 Le tableau 3.1 présente, pour l'année 2012, les dépenses réelles et les économies  
13 d'énergie des programmes et des activités par marché.

---

<sup>1</sup> A la suite de la décision D-2012-024, le Distributeur a ajusté ses objectifs en économies d'énergie pour 2012 en fonction du budget autorisé par la Régie.

<sup>2</sup> D-2012-024 (Dossier R-3776-2011), paragraphe 424



**TABLEAU 3.1 SUIVI ÉNERGÉTIQUE ET BUDGÉTAIRE – 2012**

Programmes et activités d'HQD	Budget (M\$)			Économies d'énergie (GWh)		
	Résultats	D-2012-024	Écart	Résultats	D-2012-024	Écart
<b>Marché résidentiel</b>						
Diagnostic résidentiel	6	6	(1)	92	43	49
Mieux consommer - résidentiel	23	27	(4)	146	155	(9)
Rénovation énergétique - MFR	3	5	(3)	4	4	(0)
Volet social	1	3	(1)	2	3	(1)
Volet COOP	0	1	(1)	1	0	0
Volet OBNL	0	1	(1)	1	1	0
Volet privé - municipalités	0	1	(1)	1	1	(0)
Récupération de frigos et congélos énergivores	6	15	(9)	23	39	(16)
Remplacement de frigos - MFR	2	8	(6)	2	8	(6)
Géothermie	2	3	(0)	3	3	(0)
Pompes à chaleur	0	1	(0)	-	2	(2)
Soutien aux projets DUD	0	2	(2)	-	2	(2)
Réseaux autonomes	0	0	0	0	0	0
<b>Sous-total Marché résidentiel</b>	<b>43</b>	<b>67</b>	<b>(24)</b>	<b>270</b>	<b>257</b>	<b>13</b>
<b>Marché affaires - Commercial et institutionnel</b>						
Produits efficaces	4	4	0	14	11	3
Recommissioning	0	0	(0)	-	5	(5)
OIEÉB	69	67	2	247	186	61
Petits clients affaires	3	5	(3)	13	15	(2)
Commercial	25	29	(4)	92	80	12
Institutionnel	21	16	5	82	44	38
Nouvelle construction	19	17	2	60	48	12
Bâtiments HQD	0	4	(4)	0	3	(3)
Réseaux autonomes	2	1	1	4	1	3
<b>Sous-total Secteur commercial et institutionnel</b>	<b>76</b>	<b>76</b>	<b>(0)</b>	<b>265</b>	<b>207</b>	<b>58</b>
<b>Marché affaires - Industriel</b>						
OIEÉSI	34	45	(12)	472	224	248
Petites et moyennes industries	16	17	(1)	70	48	22
Grandes industries	18	29	(11)	402	176	226
<b>Sous-total Secteur industriel</b>	<b>34</b>	<b>45</b>	<b>(12)</b>	<b>472</b>	<b>224</b>	<b>248</b>
<b>Tronc commun</b>						
Gestion de la consommation (MW)	1	1	(0)	1	2	(1)
Innovations technologiques et commerciales	9	8	1	0	6	(6)
Planification et évaluation	8	10	(2)	-	-	-
Commercialisation	2	3	(1)	-	-	-
Réseaux autonomes	0	1	(0)	-	-	-
<b>Sous-total Tronc commun</b>	<b>20</b>	<b>23</b>	<b>(2)</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>(6)</b>
<b>SOUS-TOTAL - Programmes et activités d'HQD</b>	<b>172</b>	<b>211</b>	<b>(38)</b>	<b>1 007</b>	<b>693</b>	<b>313</b>
<b>Frais d'emprunt capitalisés et contingence</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>(5)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL - PGEE</b>	<b>175</b>	<b>219</b>	<b>(44)</b>	<b>1 007</b>	<b>693</b>	<b>313</b>

Note : Les totaux et sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison des arrondis.

### **3.1 Suivi des programmes et activités par marché**

1 Les sections suivantes expliquent les principaux écarts relatifs aux programmes et aux  
2 activités du Distributeur.

#### **3.1.1 Marché résidentiel**

3 Pour le marché résidentiel, le Distributeur a investi 24 M\$ de moins que prévu tout en  
4 comptabilisant des économies d'énergie supérieures de 13 GWh. Ces écarts  
5 s'expliquent par :

- 6 • *Diagnostic résidentiel (+49 GWh et -1 M\$) :*

7 La comptabilisation de 47,6 GWh pour l'influence du tronc commun autorisée par la  
8 Régie dans son rapport de suivi des évaluations PGEÉ du 9 juillet 2012<sup>3</sup> explique  
9 principalement l'écart en économies d'énergie. Quant à l'écart budgétaire, il  
10 s'explique par des coûts moindres en commercialisation pour le service *Comparez-*  
11 *vous*. En effet, le taux de participation sur le Web a été plus élevé que prévu, ce qui  
12 a réduit le volume de sollicitations postales.

- 13 • *Mieux Consommer (-9 GWh et -4 M\$) :*

14 *Thermostats – Bâtiments existants (segments multilocatifs) (+19 GWh et +6 M\$) :*  
15 Une participation plus élevée que prévue au programme se traduit par des  
16 économies d'énergie et des coûts en aide financière plus élevés.

17 *Éclairage (+19 GWh et +0,1 M\$) :* Une participation plus importante à l'achat  
18 d'ampoules fluocompactes et de luminaires ENERGY STAR se traduit par des  
19 économies d'énergies et des coûts plus élevés. Toutefois, le Distributeur ayant  
20 mis fin à l'offre pour ces produits en juin dernier, les dépenses en commercialisation  
21 ont été inférieures.

22 *Pompes à deux vitesses - Produits économiseurs d'eau (-12 GWh et -3 M\$) :* Ces  
23 volets n'ont pas été lancés comme prévu en 2012. Des modifications ont été

---

<sup>3</sup> Rapport de la Régie – Suivi 2012 des évaluations des programmes du PGEÉ d'Hydro-Québec dans ses activités de distribution d'électricité – Phases 1 et 2.

1 apportées au concept pendant l'année, tel qu'indiqué au dossier R-3814-2012<sup>4</sup>. Les  
2 pompes à deux vitesses seront intégrées à l'approche de sensibilisation visant  
3 également les produits *minuterries et toiles solaires*<sup>5</sup>. Pour les produits économiseurs  
4 d'eau, le Distributeur réalisera une campagne de sensibilisation en 2013<sup>6</sup>.

5 *Toiles solaires (-5 GWh et -0,1 M\$)* : Un taux de participation moins élevé explique  
6 les écarts.

7 *Produits électroniques (-27 GWh et -6 M\$)* : Tel qu'indiqué au dossier R-3814-2012<sup>7</sup>,  
8 le Distributeur a mis fin le 31 décembre 2011, à l'aide financière versée aux  
9 détaillants pour les téléviseurs à cause d'un faible taux de participation.

10 • *Rénovation énergétique – MFR (-0,4 GWh et -3 M\$)* : Les écarts s'expliquent  
11 principalement par un taux de participation moins élevé pour les mesures de  
12 rénovations énergétiques lourdes. Des mesures d'éclairage ont aussi été  
13 implantées dans les volets OBNL et COOP, utilisant une partie de l'aide financière  
14 prévue. Ces mesures génèrent des économies d'énergie à moindre coût.

15 • *Récupération de frigos et congélos énergivores (-16 GWh et -9 M\$)* : Les écarts  
16 s'expliquent principalement par une participation moindre au programme entraînant  
17 notamment une diminution des dépenses en aide financière. A cela s'ajoutent des  
18 coûts en exploitation plus faibles avec le nouveau prestataire. Compte tenu de la  
19 période de rodage du nouveau prestataire, les activités en commercialisation n'ont  
20 pas pu se réaliser en totalité.

21 • *Remplacement de réfrigérateurs énergivores – MFR (-6 GWh et -6 M\$)* :

22 Les écarts s'expliquent, d'une part, par une participation moins élevée au  
23 programme et d'autre part, par le changement du prestataire en cours d'année, ce  
24 qui a ralenti le déploiement prévu pendant le reste de l'année.

---

<sup>4</sup> Page 8 de la pièce HQD-8, document 8 et réponse à la question 1.12 de la demande de renseignements n°1 de SÉ-AQLPA à la pièce HQD-13, document 12.

<sup>5</sup> Pièce HQD-8, document 8 du dossier R-3814-2012, page 16.

<sup>6</sup> Idem, page 17.

<sup>7</sup> Ibidem.

- 1 • *Pompes à chaleur (-2 GWh et -0,2 M\$)* : Les écarts s'expliquent du fait qu'en 2012,  
2 le Distributeur était en projet pilote<sup>8</sup> et ne peut s'attribuer les économies d'énergie  
3 associées, car les thermopompes sont déjà installées chez le client.
- 4 • *Soutien aux projets DUD (-2 GWh et -2 M\$)* : Le cycle de planification des projets  
5 est plus long que prévu.

### **3.1.2 Marché affaires – clientèle commerciale et Institutionnelle**

6 Le Distributeur a investi 0,4 M\$ de moins que prévu pour des économies d'énergie plus  
7 élevées de 58 GWh. En plus d'une dépense moindre en commercialisation, ces écarts  
8 s'expliquent principalement par :

- 9 • *Produits efficaces (+3 GWh et +0,5 M\$)*

10 *Produits agricoles (+9 GWh et +2 M\$)* : L'annonce de la baisse de l'incitatif financier  
11 à l'achat de lampes à DEL a encouragé les clients à anticiper leurs achats, d'où des  
12 économies d'énergie et des dépenses en aide financière plus élevées.

13 *Réfrigération commerciale (-3 GWh et -0,4 M\$)* : Tel qu'indiqué dans la dernière  
14 demande budgétaire<sup>9</sup>, le volet *Denrées périssables* a pris fin le 1<sup>er</sup> mai 2012.

15 *Éclairage public et extérieur (-3 GWh, -2 M\$)* : La commercialisation n'a débuté qu'à  
16 l'automne 2012.

- 17 • *Recommissionning (-5 GWh)* : Le cycle de réalisation des projets de remise au point  
18 des systèmes électromécaniques des bâtiments est plus long que prévu.

- 19 • *OIEÉB (+61 GWh, +2 M\$)* : Les résultats supérieurs en économie d'énergie  
20 s'expliquent principalement par un taux de participation supérieur à la prévision pour  
21 les anciens programmes *Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des*  
22 *bâtiments (AIOEB)* et *Programme d'initiatives pour les bâtiments - Grandes*  
23 *entreprises (PIBGE)*, entraînant une dépense en aide financière plus élevée que  
24 prévue. Les participants devaient terminer leurs travaux avant le 31 décembre 2012  
25 pour pouvoir se prévaloir de la subvention accordée par ces programmes. Cet écart

---

<sup>8</sup> Pièce HQD-8, document 8 du dossier R-3814-2012, page 19.

<sup>9</sup> Idem, page 21.

1 défavorable est atténué par une aide financière par projet moins élevée que prévue  
2 dans le cadre des autres volets du programme OIEÉB.

3 • *Bâtiments HQD (-3 GWh et -4 M\$)* : Les écarts sont attribuables au report de projets  
4 en 2013.

5 • *Réseaux autonomes (+3 GWh et +1 M\$)* : Les résultats supérieurs à la prévision  
6 sont attribuables à une très bonne participation au volet *Petit clients affaires*, qui vise  
7 les bâtiments dont la superficie est inférieure à 1 000 m<sup>2</sup>, aux Îles-de-la-Madeleine.

### **3.1.3 Marché affaires – clientèle industrielle**

8 • *OIEÉSI (+248 GWh, -12 M\$)* :

9 *Grandes industries* : L'essentiel du dépassement des économies d'énergie est  
10 attribuable au volet *Analyse énergétique* de l'ancien *Programme d'analyse et de*  
11 *démonstration industrielles - Grandes entreprises* (PADIGE). Cet impact énergétique  
12 découle de mesures d'exploitation mises en œuvre et inscrites au plan  
13 d'implantation des clients à la suite des analyses énergétiques. Les coûts liés à ce  
14 type de projets sont faibles et peuvent avoir été versés aux clients dans une année  
15 antérieure à la mise en œuvre des mesures, et par conséquent antérieure à la  
16 reconnaissance des économies.

17 Par ailleurs, les économies d'énergie et les coûts relatifs à l'ancien *Programme*  
18 *d'initiatives industrielles – Grandes entreprises* (PIIGE) sont inférieurs à la prévision,  
19 l'envergure des projets étant moindre que prévu.

20 *Petites et moyennes industries* : La différence avec les objectifs fixés se justifie par  
21 un nombre de projets supérieurs à l'ancien programme *Appui aux initiatives –*  
22 *Systèmes industriels* (AISI), se traduisant par des économies d'énergie et des coûts  
23 plus élevés en aide financière. Cet effet est toutefois diminué par une aide financière  
24 moyenne par projet inférieure à la prévision pour les autres volets PMI, dû à un  
25 volume plus élevé de projets de type prescriptif.

### **3.1.4 Tronc commun**

1 *Innovations technologiques et commerciales (-6 GWh, +1 M\$)* : Des investissements  
2 supérieurs ont été nécessaires pour les projets de recherche et développement du  
3 Laboratoire des technologies de l'énergie. Toutefois, pour l'activité PISTE, les dépenses  
4 et les économies d'énergies ont été moins importantes que prévues pour les projets *Cité*  
5 *verte* et *Récupération de chaleur des eaux de drainage pour le bâtiment existant*  
6 *(RCED)*. La réalisation des diverses étapes du projet *Cité verte* est plus longue que  
7 prévue. Quant au projet RCED, le Distributeur vient de recevoir le rapport final du projet  
8 pilote. Il réalisera un suivi de ce dossier dans le cadre du prochain dossier tarifaire,  
9 comme la Régie l'a demandé dans sa décision D-2013-037<sup>10</sup>.

10 Les autres écarts budgétaires s'expliquent par l'optimisation au cours de l'année 2012  
11 des activités de commercialisation et par le report de certaines activités d'évaluation en  
12 2013.

---

<sup>10</sup> D-2013-037, Paragraphe 517.

### 3.2 Engagement financiers

- 1 Le tableau 3.2 présente les engagements financiers au 31 décembre 2012.

**TABLEAU 3.2 : ENGAGEMENTS FINANCIERS AU 31 DÉCEMBRE 2012**

<b>Programmes</b>	<b>Engagements (M\$)</b>
<b>Marché résidentiel</b>	-
<b>Marché affaires</b>	
<b>Clientèle commerciale &amp; institutionnelle</b>	
OIEÉB	17
<b>Clientèle industrielle</b>	
PADIGE - volets analyse et démonstration	0
Analyse de la consommation électrique	0
Nouvelle usine, agrand. ou ajout de chaîne de production	0
Modernisation	8
<b>TOTAL – Marché affaires</b>	27
<b>Innovations technologiques et commerciales</b>	
Cité verte	2
<b>TOTAL – Innovations technologiques et commerciales</b>	2
<b>TOTAL – PGEÉ</b>	28

#### **4 BILAN 2012 DE LA CAMPAGNE DE PROMOTION DE LA BIÉNERGIE – TARIF DT**

1 Le présent bilan de la campagne de promotion fait suite à la décision D-2012-024<sup>11</sup>,  
2 dans laquelle la Régie demandait au Distributeur de présenter un suivi de ses activités  
3 lors du prochain dossier tarifaire, incluant un suivi de l'impact de cette campagne sur la  
4 notoriété du tarif DT et sur la clientèle ayant un climatiseur ou une piscine.

##### **4.1 Suivi des activités de promotion**

5 En 2012, le Distributeur a fait une mise à jour importante de son site Web sur la  
6 biénergie et le tarif DT. De plus, il a produit et transmis des dépliants d'information sur  
7 les économies associées à cette tarification. Deux dépliants ont été produits, dont un  
8 s'adresse aux abonnés au tarif DT et l'autre s'adresse aux anciens abonnés dont les  
9 systèmes étaient toujours fonctionnels<sup>12</sup>. Un troisième dépliant à l'intention des clients  
10 se chauffant au mazout et manifestant l'intention d'une conversion a été mis à la  
11 disposition des fournisseurs d'équipements de chauffage afin de renverser cette  
12 tendance. Le tableau 4.1 présente le nombre de dépliants expédiés.

**TABLEAU 4.1 - NOMBRE DE DÉPLIANTS EXPÉDIÉS**

	<b>Nombre de dépliants</b>
<b>Abonnés au tarif DT</b>	115 000 (expédiés le 14 mai 2012)
<b>Ex-Abonnés au tarif DT</b>	9 000 (expédiés le 28 avril 2012)
<b>Fournisseurs d'équipements de chauffage</b>	38 000

13 L'Association québécoise du chauffage au mazout et l'Association québécoise des  
14 indépendants du pétrole ont été rencontrées lors du printemps 2012 et les dépliants leur

<sup>11</sup> D-2012-024 (Dossier R-3776-2011), paragraphe 504.



1 ont été remis à la mi-juillet 2012 afin qu'elles les fassent suivre à leurs membres. Le but  
2 était de remettre ces dépliants aux clients songeant à une conversion de source  
3 d'énergie pour le chauffage.

#### **4.2 Analyse de l'évolution du marché et de la campagne promotionnelle**

##### **4.2.1 Évolution du parc d'abonnement au tarif DT**

4 Le tableau 4.2 présente l'évolution du nombre de demandes d'adhésion et de retraits au  
5 tarif DT.

**TABLEAU 4.2 : ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ADHÉSIONS ET DE RETRAITS AU TARIF DT**

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Nb d'abonnés DT en fin d'année	<b>126 969</b>	<b>127 034</b>	<b>126 635</b>	<b>125 738</b>
Demandes d'adhésion DT	4 742	2 419	2 943	3 116
Retraits du tarif DT	(3 156)	(2 354)	(3 342)	(4 013)
Solde	1 586	65	(399)	(897)

6 Malgré une légère hausse des demandes d'adhésions au tarif DT depuis deux ans, le  
7 nombre de clients qui se retirent de ce tarif amène depuis 2011 une diminution du  
8 nombre d'abonnés. Toutefois, ce dernier demeure stable si on considère l'ensemble de  
9 la période 2009-2012. Le Distributeur suivra de près l'évolution du parc biénergie au  
10 cours de la prochaine année et ajustera, au besoin, sa stratégie de commercialisation.

11 Selon les résultats du sondage de 2012, la grande majorité des nouveaux adhérents au  
12 tarif DT sont des clients qui auparavant utilisaient le mazout comme source principale  
13 d'énergie pour le chauffage de leurs locaux.

<sup>12</sup> Annexe A – Dépliants relatifs à la biénergie (réponse à la question 2.4.5 du ROÉÉ) de la pièce HQD13, document 11 du dossier R-3814-2012.

1 Le parc d'utilisateurs de mazout comme source principale de chauffage des locaux est  
2 en constante diminution, notamment parce que cette source d'énergie est pratiquement  
3 inexistante dans le marché de la nouvelle construction. Ceci entraîne une réduction du  
4 bassin de nouveaux adhérents potentiels au tarif DT. Selon les estimations du sondage  
5 de 2012, le nombre de clients utilisant le mazout aurait en effet diminué depuis 2009 et  
6 se situerait à 4 % en 2012, comparativement à 6 % en 2009.

7 En ce qui concerne le potentiel de nouveaux adhérents au tarif DT provenant d'anciens  
8 abonnés au tarif DT, il demeure très limité. Selon les résultats du sondage, une faible  
9 proportion d'anciens adhérents, parmi ceux ayant délaissé le tarif DT depuis 2010 et  
10 possédant toujours un système biénergie fonctionnel, a manifesté l'intention d'adhérer à  
11 nouveau au tarif DT au cours des douze prochains mois.

12 Concernant le niveau de satisfaction des abonnés au tarif DT, les résultats du sondage  
13 démontrent un niveau de satisfaction très (62 %) ou assez (33 %) élevé. De plus, peu  
14 d'entre eux (4 %) songent à abandonner la biénergie au cours des quatre prochaines  
15 années, dans la mesure où le prix du mazout ainsi que le coût d'entretien et de  
16 réparation du système demeurent stables par rapport à 2009.

17 70 % des abonnés au tarif DT utilisent la climatisation et un faible pourcentage d'entre  
18 eux possèdent une piscine chauffée. Ces résultats sont semblables à ceux constatés en  
19 2009.

#### ***4.2.2 Impact de la campagne promotionnelle***

20 Les dépliants expédiés ont permis de sensibiliser les clients aux avantages du tarif DT.  
21 Cette campagne promotionnelle est une opportunité pour influencer la réflexion et la  
22 décision des clients sur le maintien de leur système biénergie.

**TABLEAU 4.3 – POURCENTAGE DES ABONNÉS AYANT REÇU ET LU LE DÉPLIANT**

	Abonnés au tarif DT	Ex-abonnés au tarif DT
Répondants mentionnant avoir reçu le dépliant	50 %	38 %
Répondants mentionnant l'avoir lu (parmi ceux l'ayant reçu)	75% (lecture du dépliant en partie ou en totalité)	55%

### **4.3 Conclusion et recommandation**

- 1 Le Distributeur a réalisé une campagne de promotion qui avait pour objectif le maintien
- 2 du nombre de clients actuellement au tarif DT et la sensibilisation des clients potentiels
- 3 aux avantages rattachés à cette option tarifaire.
- 4 Toutefois, malgré ces efforts, les raisons invoquées par les clients pour se retirer du tarif
- 5 DT demeurent hors du contrôle du Distributeur. En effet, les principaux motifs
- 6 mentionnés sont le coût du combustible, les réparations et l'entretien requis ou le
- 7 remplacement d'équipement, et les aspects liés à l'environnement (odeurs et espace
- 8 requis).
- 9 Le Distributeur poursuivra son activité de promotion en cours d'année 2013 pour
- 10 maintenir l'intérêt des clients et préserver la stabilité du parc d'abonnés à la biénergie.