

## **SUIVI DES DÉCISIONS ANTÉRIEURES DE LA RÉGIE**



**Table des matières**

<b>1</b>	<b>D-2003-110 (JUIN 2003)</b> .....	<b>5</b>
1.1	MESURES DE GESTION DE LA CHARGE POUR LES MARCHÉS RÉSIDENTIEL, CI ET PMI .....	5
1.1.1	<i>Les programmes et options tarifaires développés au cours des dernières années</i> ...	7
1.1.1.1	La biénergie résidentielle – tarif DT .....	7
1.1.1.2	La biénergie commerciale, institutionnelle et industrielle – tarif BT .....	7
1.1.1.3	Projets pilotes de tarification différenciée dans le temps (tarif DH) avec et sans accumulation thermique .....	8
1.1.2	<i>Technologies émergentes</i> .....	9
1.1.2.1	Accumulation thermique centrale .....	9
1.1.3	<i>Possibilités d'interruption ou de rappel de charge</i> .....	9
1.1.3.1	Autoproduction et mesurage net .....	10
1.1.3.2	Électricité interruptible .....	10
1.1.4	<i>Conclusion</i> .....	10
1.2	PARTENARIAT POUR LE PROGRAMME MINUTERIES DE PISCINE .....	11
1.3	SOLUTIONS POUR LA PROBLÉMATIQUE DES INCITATIFS PARTAGÉS .....	12
1.4	ÉVALUATION DU POTENTIEL TECHNICO-ÉCONOMIQUE DE CERTAINS PROCÉDÉS MUNICIPAUX .....	21
1.5	PROGRAMMES INITIATIVES ÉNERGÉTIQUES – MARCHÉS CI ET PMI .....	21
<b>2</b>	<b>D-2004-60 (MARS 2004)</b> .....	<b>21</b>
2.1	MOYENS DE COMMUNICATION ORAUX POUR LE DIAGNOSTIC RÉSIDENTIEL .....	21
2.2	NOUVELLES APPROCHES PERSONNALISÉES POUR LE DIAGNOSTIC RÉSIDENTIEL .....	24
2.3	RÉSULTATS D'IMPLANTATION DU PROJET PILOTE AVEC NÉGAWATTS PRODUCTION INC. ....	26
2.4	PARTICIPATION DES LOCATAIRES AU PROGRAMME THERMOSTATS ÉLECTRONIQUES .....	27
2.5	RÉSULTATS DES CONSULTATIONS AVEC LA CLIENTÈLE INSTITUTIONNELLE .....	30
2.6	MESURES DE GESTION DE LA CHARGE POUR LES MARCHÉS RÉSIDENTIEL, CI ET PMI .....	32
2.7	COÛTS RÉELS DES MODIFICATIONS AU DIAGNOSTIC RÉSIDENTIEL .....	32
2.8	ANALYSE QUANTIFIÉE DES INDICATEURS DE PERFORMANCE .....	33
2.9	IMPACTS ÉNERGÉTIQUES ET BUDGÉTAIRES DE CERTAINS PROGRAMMES .....	33
<b>3</b>	<b>D-2004-96 (MAI 2004)</b> .....	<b>35</b>
3.1	COÛTS ÉVITÉS .....	35
3.1.1	<i>La fourniture – transport</i> .....	35
3.1.1.1	Résumé de la décision de la Régie D-2004-96 (R-3519-2003) .....	35
3.1.1.2	Éléments de contexte .....	36
3.1.1.3	Hypothèses de calcul et application .....	36
3.1.2	<i>Le transport de la charge locale et la Distribution</i> .....	37
3.1.2.1	Résumé de la décision de la Régie D-2004-96 (R-3519-2003) .....	37
3.1.2.2	Éléments de contexte .....	37
3.1.2.3	Hypothèses de calcul et application .....	37
3.1.3	<i>Commentaires sur les résultats de la mise à jour des coûts évités</i> .....	38
3.1.4	<i>Tableaux détaillés des coûts évités par usage et catégorie de clients</i> .....	39
<b>4</b>	<b>D-2004-106 (JUIN 2004)</b> .....	<b>41</b>
4.1	MÉNAGES À BUDGET MODESTE DE L'AGENCE DE L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE .....	41
4.2	INSPECTION ÉNERGÉTIQUE ÉNERGUIDE DE L'AGENCE D'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE .....	42



## **1 D-2003-110 (JUIN 2003)**

### **1.1 Mesures de gestion de la charge pour les marchés résidentiel, CI et PMI**

1 Le Distributeur a de tout temps favorisé la mise en oeuvre de programmes ou de  
2 mesures de gestion de la consommation, afin d'aider ses clients à optimiser le  
3 coût de leur électricité tout en réduisant ses besoins d'approvisionnement en  
4 période de pointe.

5 L'implantation de mesures de gestion de consommation dépend cependant du  
6 contexte énergétique et économique dans lequel évolue l'entreprise. Ainsi, ces  
7 mesures doivent respecter les critères de rentabilité, tant du point de vue du  
8 Distributeur que des clients qui y adhèrent.

9 Les différentes options rendues disponibles par Hydro-Québec au cours des 25  
10 dernières années reflétaient la réalité des approvisionnements prévus à l'époque,  
11 soit des besoins de puissance plus élevés lors des 300 heures de fine pointe en  
12 hiver. La structure de coût était alors caractérisée par un coût en pointe pouvant  
13 atteindre jusqu'à 20 fois le coût hors pointe. Ainsi le signal de prix visait  
14 principalement l'effacement ou le déplacement de la consommation en pointe  
15 vers des périodes où la demande était moins élevée.

16 Le contexte d'approvisionnement actuel introduit un nouveau paradigme de  
17 planification de l'équilibre offre-demande. Le profil des besoins à combler à la  
18 marge de l'électricité patrimoniale indiquerait dorénavant moins de distinction  
19 entre les besoins en hiver et en été, comme le Distributeur l'a montré dans le  
20 Plan d'approvisionnement 2005-2014 déposé le 1<sup>er</sup> novembre 2004 à la Régie<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> R-3550-2004, HQD-3 Document 1, section 1.3

1 Les actions porteront davantage sur l'approvisionnement de blocs importants  
2 d'énergie couvrant de longues périodes de consommation. Ce besoin devra être  
3 comblé essentiellement à partir d'équipements prévus pour fonctionner de façon  
4 continue. Pour de tels équipements, le prix obtenu dans le cadre du premier  
5 appel d'offres du Distributeur est de 6,1 ¢/kWh.

6 Sur un horizon de court et moyen terme, le Distributeur prévoit peu de besoins  
7 additionnels en matière de gestion de la fine pointe. Si certains des mécanismes  
8 en place depuis 25 ans ont toujours leur raison d'être, le Distributeur peut  
9 cependant être appelé à les améliorer ou à les adapter au nouveau contexte  
10 économique. Pour cette raison, le Distributeur a fait approuver la nouvelle option  
11 d'électricité interruptible pour une période de 12 mois à compter du mois de  
12 décembre 2003, laquelle offre un potentiel de 830 MW. La Régie a d'ailleurs  
13 autorisé la reconduction de l'option jusqu'au 30 novembre 2006 dans une récente  
14 décision (D-2004-213).

15 De plus, comme le reconnaît la Régie dans sa décision D-2004-170 (page 14),  
16 un nouveau tarif de gestion de consommation lié à des besoins de chauffage et  
17 reflétant les coûts d'approvisionnement du marché ne serait pas concurrentiel  
18 avec le prix des énergies alternatives.

19 Par ailleurs, l'appel au public, tel qu'il a été fait en janvier 2004 pour aider à  
20 répondre à la demande de pointe, a démontré sans équivoque que le Distributeur  
21 pouvait compter sur ses clients lorsque le besoin s'en faisait sentir. Une telle  
22 mesure constitue cependant une solution exceptionnelle ; en aucun cas ce type  
23 d'action ne devrait être considéré comme une option de gestion de la demande  
24 devant faire partie de la planification courante du Distributeur.

### **1.1.1 Les programmes et options tarifaires développés au cours des dernières années**

#### **1.1.1.1 La biénergie résidentielle – tarif DT**

1 La biénergie résidentielle implique l'utilisation de l'électricité comme source  
2 principale et celle d'un combustible (habituellement le mazout) comme source  
3 d'appoint. Depuis l'automne 1987, les clients optant pour la biénergie peuvent se  
4 prévaloir du tarif DT. Ce tarif est caractérisé par une structure différenciée en  
5 fonction de la température extérieure, de sorte que l'électricité consommée  
6 lorsque la température extérieure est égale ou supérieure à -12°C ou -15°C est  
7 facturée à un tarif privilégié (3,62 ¢/kWh) et l'électricité consommée lorsque la  
8 température extérieure est inférieure à -12°C ou -15°C est facturée à un tarif  
9 dissuasif (16,24 ¢/kWh).

10 Le parc de biénergie résidentielle compte aujourd'hui plus de 120 000 abonnés  
11 au tarif DT. L'effacement en pointe (quelques centaines d'heures durant l'hiver)  
12 est de l'ordre de 790 MW (incluant les pertes sur les réseaux de transport et  
13 distribution).

14 Le Distributeur désire assurer le maintien du marché actuel au tarif DT qui est le  
15 résultat d'efforts tant du Distributeur que de la clientèle, consentis sur une longue  
16 période. L'effacement de la charge de cette clientèle, fait partie des hypothèses  
17 du plan d'approvisionnement et représente un impact important pour le réseau  
18 de transport et de distribution. Par contre, dans le contexte d'approvisionnement  
19 tel que décrit précédemment, une approche proactive de promotion pour  
20 l'expansion de ce marché n'est pas justifiée.

#### **1.1.1.2 La biénergie commerciale, institutionnelle et industrielle – tarif BT**

21 Dans une récente décision (D-2004-170), la Régie a déterminé que les modalités  
22 d'application du tarif BT ne correspondaient plus à celles prévues au *Tarifs*

1 *d'électricité d'Hydro-Québec en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2004 et les conditions de leur*  
2 *application (Tarifs d'électricité). Elle a également convenu que les coûts actuels*  
3 *et projetés pour les approvisionnements en électricité au prix de marché*  
4 *imposaient une limite importante quant aux options de tarifs de gestion de*  
5 *consommation compétitifs que le Distributeur pouvait offrir à la clientèle du BT.*  
6 *Elle a donc acquiescé à la demande du Distributeur d'abroger le tarif à compter*  
7 *du 1<sup>er</sup> avril 2006.*

8 La Régie s'attend cependant à ce que le Distributeur propose aux clients des  
9 tarifs généraux de petite et moyenne puissance une option d'électricité  
10 interruptible s'apparentant à celle actuellement offerte aux clients du tarif L  
11 récemment reconduite par la Régie.

12 Le Distributeur entend proposer une telle option à ses clients des tarifs généraux  
13 avant le 1<sup>er</sup> avril 2006.

***1.1.1.3 Projets pilotes de tarification différenciée dans le temps (tarif DH) avec et sans accumulation thermique***

14 Au début des années 1990, Hydro-Québec a amorcé l'étude d'une tarification  
15 différenciée dans le temps, au marché résidentiel. Cette tarification permettait à  
16 Hydro-Québec d'éviter des coûts en période de pointe et de transférer la plus  
17 grande partie de cette économie à la clientèle. Hydro-Québec a entrepris en  
18 1993 une expérience pilote de tarification différenciée dans le temps auprès de  
19 450 clients dans la région de Saint-Jérôme. Ce projet pilote a permis d'évaluer la  
20 réaction de la clientèle à une tarification pointe/hors pointe.

21 Le Distributeur a constaté qu'un tarif de type horo-hebdo-saisonnier ne permettait  
22 pas un effacement suffisant de la charge durant les heures critiques du réseau.  
23 Ainsi, en 1996, l'entreprise a pris la décision de ne pas élargir le domaine  
24 d'application du tarif DH ou de le relancer sur d'autres bases en raison de  
25 l'absence de besoins de puissance. Compte tenu du contexte actuel, où l'écart  
26 entre les coûts d'approvisionnement en pointe et ceux hors pointe est minime, le

1 Distributeur privilégie les moyens de gestion de consommation qui permettent  
2 une diminution de la consommation pendant toute l'année.

### **1.1.2 Technologies émergentes**

#### **1.1.2.1 Accumulation thermique centrale**

3 L'accumulation thermique centrale a été implantée avec succès dans un édifice à  
4 bureaux de la Ville de Québec. Le concept consiste à accumuler de la chaleur la  
5 nuit, afin de l'utiliser pour satisfaire les besoins de chauffage.

6 Une nouvelle génération d'accumulateurs centraux plus efficaces a été mise au  
7 point par le Laboratoire des technologies de l'Énergie (LTÉ) avec un  
8 manufacturier. Un prototype de ce nouvel appareil a été mis à l'essai dans un  
9 aréna. Bien que la technologie s'avère prometteuse, il demeure que des enjeux  
10 de commercialisation devront être considérés avant de pouvoir envisager un  
11 déploiement à grande échelle. L'évaluation de l'avantage économique est très  
12 limitée dans le contexte des nouveaux approvisionnements puisque cette  
13 technologie ne fait que déplacer la charge dans le temps, sans qu'il y ait  
14 économie d'énergie.

#### **1.1.3 Possibilités d'interruption ou de rappel de charge**

15 La capacité du Distributeur d'interrompre ou de rappeler certaines charges doit  
16 s'évaluer dans le contexte où il a d'abord et avant tout l'obligation de distribuer  
17 l'électricité à toute personne qui le demande, dans le territoire où s'exerce son  
18 droit exclusif de distribution. Le Distributeur ne peut donc interrompre ou rappeler  
19 des charges que si les *Tarifs d'électricité* le prévoient expressément.

***1.1.3.1 Autoproduction et mesurage net***

1 Le Distributeur déposera dans les prochaines semaines une demande visant à  
2 faire autoriser des modalités tarifaires pour certains clients qui souhaitent  
3 installer des équipements d'autoproduction d'électricité permettant ainsi un  
4 effacement d'une partie de leur charge.

***1.1.3.2 Électricité interruptible***

5 Le Distributeur poursuit actuellement ses travaux de définition des modalités  
6 fines d'une option d'électricité interruptible s'adressant aux clients des tarifs  
7 généraux G et M, ainsi que le potentiel d'effacement des clients qui y adhéreront.

8 En ce qui concerne les clients au tarif L, les quantités d'électricité interruptible  
9 effective souscrites au cours de l'hiver 2003-2004 s'élèvent à 830 MW. Le  
10 Distributeur estime que l'énergie nette interrompue pourrait s'élever à un  
11 maximum de 40 GWh, en supposant 50 heures d'interruption dans l'année et que  
12 les clients interrompus ne reprennent pas l'énergie comme ils en ont le droit en  
13 vertu des *Tarifs d'électricité*.

14 Compte tenu des adhésions à ce jour, le Distributeur s'attend à des quantités  
15 légèrement inférieures d'électricité interruptible pour l'hiver 2004-2005.

***1.1.4 Conclusion***

16 Le contexte en approvisionnement énergétique actuel n'est pas propice à de  
17 grands développements dans le domaine de la gestion de la consommation.  
18 Cependant, le Distributeur demeure à l'affût des changements.

## **1.2 Partenariat pour le programme Minuterie de piscine**

### **1 Rappel de la demande formulée par la Régie**

2 La Régie a formulé les opinions et demande suivantes dans sa décision :

3       *« En ce qui concerne la promotion des minuterie de piscine, la Régie*  
4       *souhaite que la portée de l'incitatif financier soit maximisée de façon à*  
5       *réduire le coût de gestion des rabais consentis et note, à cet égard,*  
6       *l'intention du Distributeur de mettre à contribution les intervenants du milieu.*  
7       *Une collaboration étroite avec les détaillants de piscines et distributeurs*  
8       *d'équipements permettrait en outre d'assurer une meilleure atteinte des*  
9       *résultats escomptés en termes de taux de participation de la clientèle*  
10       *ciblée. Le Distributeur devra faire état des solutions retenues à cet égard*  
11       *dans le cadre du suivi annuel du PGEÉ. »*

### **12 Suivi / Éléments de réponse du Distributeur**

13 Conformément à l'intention qu'il avait formulée et au souhait exprimé par la  
14 Régie, le Distributeur fait la promotion des minuterie de piscine en mettant à  
15 contribution les intervenants du milieu. En plus d'optimiser les coûts de gestion  
16 du programme, cette façon de procéder permet au consommateur de bénéficier  
17 immédiatement du rabais de 10 \$, à l'achat de la minuterie, le rabais étant  
18 remboursé par le Distributeur au détaillant participant.

19 Les conditions encadrant la promotion de la minuterie par les détaillants  
20 participants sont définies dans une entente de partenariat conclue entre le  
21 Distributeur et chacun d'entre eux. Cette entente encadre notamment les  
22 éléments suivants :

- 23       • Les produits admissibles au rabais ;

- 1       • Les normes de promotion à respecter et la fourniture de matériel  
2           promotionnel par le Distributeur ;
- 3       • Les modalités de remboursement et les moyens de contrôle du  
4           Distributeur.

5    À ce jour, une telle entente a été conclue entre le Distributeur et huit (8)  
6    détaillants ou chaînes de détaillants dont voici la liste :

- 7           - Club Piscine
- 8           - Réno Dépôt
- 9           - Maître Piscinier
- 10          - Matériaux à Bas Prix
- 11          - Rona
- 12          - COOP Fédérée
- 13          - Patrick Morin
- 14          - Canac-Marquis

### **1.3 Solutions pour la problématique des incitatifs partagés**

#### Rappel de la demande formulée par la Régie

16    La Régie a formulé les opinions et demande suivantes dans sa décision :

17           « *La problématique des incitatifs partagés, telle qu'exposée par certains*  
18           *intervenants, est importante puisque, d'une part, elle affecte directement*  
19           *l'atteinte de l'objectif fixé et que, d'autre part, la Régie doit s'assurer d'un*  
20           *traitement juste et équitable entre les catégories de clientèles et entre les*  
21           *divers clients d'une même catégorie. La Régie demande donc au*  
22           *Distributeur d'étudier cette problématique afin d'identifier et de développer*

1            *des solutions pratiques, à même les programmes proposés dans son plan.*  
2            *Le Distributeur devra présenter ces solutions dans le cadre de sa demande*  
3            *d'approbation du budget 2005 du PGEÉ. »*

4    Suivi / Éléments de réponse du Distributeur

5    Le Distributeur a étudié, au cours de 2004, la problématique des incitatifs  
6    partagés tant pour la clientèle résidentielle que pour la clientèle d'affaires  
7    (commerciale, institutionnelle et industrielle), considérant qu'une proportion  
8    significative de celle-ci est aussi locataire.

9    *Définition de la problématique des incitatifs partagés*

10    La problématique des incitatifs partagés tient essentiellement au fait que l'attrait  
11    des programmes d'intéressement à l'efficacité dans la consommation d'électricité  
12    est très variable selon différents cas de figure :

- 13            • Le fait d'être propriétaire ou locataire ;  
14            • Le fait que le client paie lui-même directement ou non la facture  
15            d'électricité, selon les usages couverts par cette facture.

16    La problématique n'est pas unique au Québec. Elle est fréquemment soulevée  
17    dans le domaine de l'efficacité énergétique comme un obstacle à la pénétration  
18    des mesures efficaces dans certains segments de marché.

19    *Cadre d'analyse - prémisses retenues*

20    Les prémisses suivantes ont guidé l'étude de la problématique :

- 21            • La problématique des incitatifs partagés fait en sorte que les programmes  
22            pourraient pénétrer moins bien les segments multi-localitifs des marchés

1           résidentiel et d'affaires que ceux des propriétaires occupants. Ce faisant,  
2           cette problématique :

- 3           ○ peut nuire à la réalisation du potentiel d'économies d'énergie ;
- 4           ○ peut générer une iniquité entre certains segments de clients puisque le  
5           coût des programmes est supporté par l'ensemble des  
6           consommateurs d'électricité via la base tarifaire, qu'ils y participent ou  
7           non.

- 8           ● Pour que le potentiel se réalise dans les segments multi-locatifs, au moins  
9           une des deux parties (propriétaires/locataires) doit être suffisamment  
10          intéressée aux programmes pour y participer.

- 11          ● Un partage équitable des incitatifs ne signifie pas nécessairement qu'ils  
12          doivent être répartis de façon égale ou équivalente entre propriétaires et  
13          locataires. Il est normal que les parties qui investissent dans l'implantation  
14          des mesures soient celles qui profitent des incitatifs, de sorte que leur  
15          investissement se trouve rentabilisé. Cela est même, à l'évidence, une  
16          condition de participation aux programmes : personne n'est intéressée à  
17          investir dans un projet pour qu'une autre partie profite seule des  
18          retombées.

- 19          ● Également, il est possible que les améliorations en efficacité énergétique  
20          se traduisent en hausse de loyer même si, dans les marchés d'affaires, ce  
21          sont davantage les conditions du marché (conjuncture, taux d'occupation,  
22          concurrence) qui influencent le niveau des loyers et que la Régie du  
23          logement exerce un contrôle sur les hausses abusives dans le marché  
24          résidentiel. À ce sujet, le Distributeur tient à préciser qu'il n'a pas la  
25          responsabilité, et encore moins le pouvoir, d'assurer la redistribution  
26          équitable de la richesse collective à travers ses programmes d'efficacité  
27          énergétique.

1 *Cadre d'analyse - objectif poursuivi*

2 À la lumière des prémisses énoncées précédemment, l'objectif que s'est donné  
3 le Distributeur est de s'assurer que les paramètres de ses programmes prennent  
4 en compte la problématique des incitatifs partagés de manière à favoriser le plus  
5 possible la pénétration des programmes et la réalisation du potentiel dans les  
6 segments multi-locatifs.

7 Le Distributeur demeure conscient qu'il n'y a pas de solution simple ni parfaite à  
8 cette problématique complexe qui, comme déjà mentionné, est fréquemment  
9 rapportée comme étant un obstacle à la réalisation de mesures d'efficacité  
10 énergétique dans certains segments de marché. Elle est associée à la structure  
11 de certains segments de marché plutôt qu'à la nature de l'offre commerciale, d'où  
12 la difficulté à la contrer.

13 *Synthèse et positionnement*

14 L'étude a permis d'identifier des possibilités d'enrichissement des programmes  
15 du PGEÉ. Celles-ci incluent des scénarios de propositions destinés aussi bien  
16 aux propriétaires qu'aux locataires, selon différents cas de figure considérant : le  
17 fait qu'ils paient ou non la facture d'électricité, le niveau de budget dont ils  
18 disposent ou qu'ils sont prêts à investir et leur niveau d'intérêt a priori pour les  
19 solutions d'efficacité énergétique.

20 Les pistes d'amélioration identifiées sont présentées au tableau 1.1 à la fin de la  
21 présente section.

22 Voici quelques orientations générales ayant guidé leur identification :

- 23 • Sélectionner ou concevoir les programmes de façon à optimiser leur  
24 intérêt économique pour les différentes catégories de clientèle et de  
25 générer des résultats rapides et concrets

- 1           ○ Les investissements requis doivent être réduits et/ou les délais de  
2           récupération les plus courts possibles. Plusieurs freins existent déjà et  
3           réduisent l'attrait des solutions d'efficacité énergétique; la variable  
4           économique doit être un stimulant, visible et démontrable.
- 5           ○ Les investissements en efficacité énergétique doivent avoir une  
6           période de retour sur l'investissement (PRI) courte et s'autofinancer.  
7           On dépense pour du confort, mais on investit en efficacité énergétique.  
8           Cela est d'autant plus vrai pour les locataires qui ne savent pas  
9           toujours pour combien de temps encore ils occuperont l'espace loué.
- 10          ○ Par extension, l'aspect économique rappelle aussi l'importance d'offrir  
11          des programmes spécialement destinés aux ménages à budget  
12          modeste, plus souvent locataires.
- 13          ● Mettre plus d'emphase sur les bénéfices autres que la baisse de la  
14          facture énergétique
- 15          ○ Certains intervenants consultés estiment qu'il serait préférable de  
16          mieux informer et sensibiliser les clients aux bénéfices non  
17          immédiatement liés à l'investissement en efficacité énergétique :  
18          exploitation du thème confort, participation à l'effort collectif et, plus  
19          spécifiquement pour les propriétaires, protection de la valeur du  
20          capital, baisse des coûts d'entretien, baisse des coûts de gestion,  
21          fidélisation des locataires, etc.

22 Les bonifications apportées au PGEÉ incluent déjà un bon nombre des pistes  
23 d'améliorations identifiées. Par ailleurs, les pistes identifiées de même que  
24 d'autres pistes pourront être discutées dans le cadre du processus de  
25 consultation permanente que propose de mettre sur pied le Distributeur (voir  
26 section 4.5.6 de HQD-1, Document 1 du présent dossier).

1  
2

**TABLEAU 1.1**  
**PISTES D'AMÉLIORATION IDENTIFIÉES**

<b>PROGRAMMES</b>	<b>PISTES D'AMÉLIORATION IDENTIFIÉES</b>	<b>IMPACT ATTENDU / COMMENTAIRES</b>
<b>CLIENTÈLE RÉSIDENTIELLE</b>		
<b>Diagnostic résidentiel</b>	1. Ajout prévu du programme <i>Promotion des produits Mieux consommer – Energy Star</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Élargissement de l'offre de programmes pouvant s'adresser aux locataires – e.g.: ceux qui visent des équipements appartenant aux locataires ou nécessitant peu ou pas d'investissements</li> </ul>
	2. Différentes approches identifiées par le comité de travail dédié à ce programme, dont certaines actuellement testées en projets pilotes, incluant des efforts promotionnels (e.g.: envoi de questionnaires par la poste)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Accroissement visé du taux de pénétration du <i>Diagnostic résidentiel</i> dans tous les segments du marché, notamment les locataires</li> <li>▪ Support accru pour accroître la notoriété et le taux de réalisation du <i>Diagnostic résidentiel</i></li> </ul>
	3. En parallèle au <i>Diagnostic résidentiel</i> , étude d'autres moyens pour informer et sensibiliser les locataires ne recevant pas de facture d'électricité	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Élargissement de l'information et de la sensibilisation à des clientèles non éligibles au <i>Diagnostic résidentiel</i> sur la base d'une volonté de participation à l'effort collectif</li> </ul>
<b>Volet Thermostats électroniques du programme <i>Promotion des produits Mieux consommer – Energy Star</i></b>	4. En marge de l'économie d'énergie, valorisation de l'idée du confort accru	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stimulation des clientèles a priori moins réceptives, notamment les locataires</li> <li>▪ La mesure profite au locataire en terme de confort, puis en terme économique s'il reçoit une facture pour le chauffage</li> </ul>
	5. Renforcement de la communication de l'offre dans le segment multi-locatif et stimulation des locataires à demander les thermostats aux propriétaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stimulation accrue des propriétaires sensibles au délai de récupération de l'investissement</li> </ul>
<b>Inspection énergétique <i>ÉnerGuide</i></b>	6. Aide financière introduite à la rénovation d'unifamiliales, duplex et de triplex, en complément d'une aide de l'OEE	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Réduction du délai de récupération de l'investissement et encouragement de la rénovation énergétique, notamment dans le secteur multi-locatif</li> </ul>

<b>PROGRAMMES</b>	<b>PISTES D'AMÉLIORATION IDENTIFIÉES</b>	<b>IMPACT ATTENDU / COMMENTAIRES</b>
	7. Évaluer (avec les partenaires gouvernementaux) l'opportunité d'étendre le programme <i>Inspection énergétique ÉnerGuide</i> et l'aide financière à la rénovation aux plus gros immeubles (ex.: 6, 8 ou 12 logements)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Élargissement de la clientèle cible auprès de propriétaires d'édifices a priori plus réceptifs (beaucoup de ces édifices ont été construits dans les années 1970)</li> </ul>
<b>Novoclimat</b>	8. Aide financière accrue pour la construction de logements sociaux efficaces et introduite à la construction de logements privés efficaces	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intensification de la pénétration de ce programme dans le secteur multi-locatif</li> </ul>
<b>Inspection énergétique ÉnerGuide et Novoclimat</b>	9. Intensifier la communication associée aux programmes d'enveloppe thermique auprès des propriétaires immobiliers; discuter avec les associations de municipalités de la possibilité de favoriser la rénovation d'immeubles à logements dans le cadre de laquelle les améliorations énergétiques sont rentables et sont plus susceptibles d'être apportées	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impact accru auprès de propriétaires immobiliers et approche ciblée favorisant une plus grande efficience des efforts</li> </ul>
	10. Encourager le gouvernement à rehausser les codes de construction	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impact d'une réglementation beaucoup plus exigeante a priori</li> </ul>
<b>Visites chez les ménages à budget modeste</b>	11. Évaluer la possibilité de confirmer sur une période plus longue qu'une année l'engagement budgétaire associé à ce programme afin d'assurer une certaine stabilité aux agents livreurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meilleure planification et plus grande efficience des activités pour le seul programme destiné spécifiquement aux locataires à budget modeste ou faible</li> </ul>
	12. Évaluer l'opportunité de permettre un suivi auprès des ménages visités	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Accroissement des retombées durables du programme</li> </ul>
	13. Envisager d'autres formules pour informer, sensibiliser et aider les locataires ne recevant pas de factures d'électricité	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Élargissement des publics ciblés à des segments a priori peu intéressés</li> </ul>
	14. Sensibiliser à d'autres avantages (confort, participation à l'effort collectif) et à l'importance des comportements	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Éducation susceptible d'entraîner des impacts en exploitant d'autres idées ou bénéfices recherchés que l'efficacité énergétique</li> </ul>
	15. Ajout prévu de l'offre de thermostats gratuits aux ménages à budget modeste se chauffant à l'électricité, ainsi qu'élargissement prévu du territoire couvert	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impact supérieur en raison d'un attrait plus grand et d'une couverture supérieure</li> </ul>

<b>PROGRAMMES</b>	<b>PISTES D'AMÉLIORATION IDENTIFIÉES</b>	<b>IMPACT ATTENDU / COMMENTAIRES</b>
<b>Rénovation des habitations à loyer modique (HLM)</b>	16. Évaluer l'opportunité d'appuyer des interventions touchant des équipements (e.g.: fournaies, ventilateurs, échangeurs) ou des mesures précises	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aide ciblée permettant d'accroître le niveau des investissements dans les parcs de HLM</li> </ul>
	17. Orienter la rénovation de tous les HLM vers le programme <i>Rénovation d'habitations à loyer modique</i> . Les gros immeubles résidentiels peuvent faire l'objet d'une aide dans le cadre du programme <i>Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments</i> mais le programme <i>Rénovation d'habitations à loyer modique</i> sera plus avantageux financièrement pour ce segment de clientèle, d'autant plus qu'il lui sera adapté en visant des initiatives spécifiques (e.g.: éclairage) à travers une forte proportion du parc et/ou la rénovation de l'ensemble d'un bâtiment, en considérant sa situation.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Taux de pénétration supérieur des mesures à travers une forte proportion d'immeubles parce que ciblant des problématiques communes des logements, considérant qu'on ne peut pas toujours remettre l'ensemble des bâtiments au niveau des normes d'efficacité énergétique avec les enveloppes budgétaires disponibles</li> </ul>
	18. Évaluer des modes de soutien aux préposés à l'entretien dans leurs efforts pour reconnaître les problèmes et améliorer l'efficacité énergétique: information directe, formation, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Éducation et soutien de gens intéressés dans le cadre de leur fonction</li> </ul>
	19. Faire connaître aux offices d'habitation (OH) et organismes sans but lucratif (OSBL) l'ensemble des programmes (d'HQD et d'autres intervenants) dont ils peuvent profiter, parfois en conjugaison (HQD-partenaire) sur un même projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Taux de pénétration supérieur grâce à une meilleure information et, dans certains cas, un taux global de financement (HQD-partenaire) plus élevé des initiatives</li> </ul>
	20. Poursuivre un dialogue avec les OH et OSBL afin de pouvoir accueillir et promouvoir des idées novatrices et adaptées à leur réalité (e.g.: chauffage de l'eau par énergie solaire)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enrichissement et créativité des solutions d'efficacité énergétique</li> <li>▪ Adaptation plus grande à la spécificité des besoins des OH et OSBL</li> </ul>
	21. Évaluer les possibilités de mieux informer et sensibiliser les locataires d'HLM à l'économie d'énergie (confort, participation à l'effort collectif) afin d'appuyer les efforts faits pour améliorer les bâtiments	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Effet de sensibilisation aux comportements efficaces pour supporter les retombées des investissements dans les bâtiments</li> </ul>

PROGRAMMES	PISTES D'AMÉLIORATION IDENTIFIÉES	IMPACT ATTENDU / COMMENTAIRES
<b>CLIENTÈLE D'AFFAIRES</b>		
<b>Volet Diagnostic – Petites entreprises de service du programme Promotion des produits Mieux consommer – Energy Star pour la clientèle d'affaires</b>	22. Ajout prévu des programmes de Promotion des produits (Mieux consommer – Energy Star) résidentiel et clientèle d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Élargissement de l'offre de programmes pouvant s'adresser aux locataires – e.g.: ceux qui visent des équipements appartenant aux locataires ou nécessitant peu d'investissements</li> </ul>
	23. Accroissement prévu des efforts promotionnels et de mise en marché en fonction des différents segments de clientèle	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visibilité plus grande des bénéfices pour la clientèle</li> <li>▪ Accroissement de la pénétration du Diagnostic – Petites entreprises de service dans tous les segments de marché, notamment les locataires</li> </ul>
	24. Identifier des moyens de sensibilisation auprès des locataires	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Élargissement à des clientèles a priori moins intéressées</li> </ul>
<b>Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments et Systèmes industriels</b>	25. Ajout prévu Promotion des produits Mieux consommer – Energy Star pour la clientèle d'affaires supportant des initiatives spécifiques par usage (e.g.: éclairage, système de gestion de l'énergie, moteurs, pompes, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Encouragement à toute amélioration énergétique même si l'ensemble du bâtiment ou des procédés ne sont pas remis à niveau</li> <li>▪ Faciliterait l'implantation de toutes mesures pertinentes autant chez les propriétaires que chez les locataires</li> <li>▪ Permettrait d'offrir une aide financière aux plus petits clients ou à ceux disposant d'un budget moindre, parmi lesquels se retrouvent souvent les locataires</li> </ul>
	26. Intensifier la promotion et développer des partenariats avec des intervenants de marché de la construction/rénovation afin de toucher toutes les couches de clientèles CI et PMI	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Élargissement du bassin de la clientèle potentiellement intéressée par le recours à des intermédiaires (entrepreneurs, installateurs, manufacturiers)</li> </ul>

#### **1.4 Évaluation du potentiel technico-économique de certains procédés municipaux**

1 Conformément à la décision D-2004-133 (juin 2004), un groupe de travail  
2 impliquant le Distributeur et des intervenants reconnus par la Régie a été créé  
3 aux fins de l'étude du potentiel technico-économique d'économies d'énergie  
4 (PTÉ) de tous les marchés, dont celui touchant les procédés municipaux. De  
5 plus, la Régie a stipulé dans cette décision que les résultats du groupe de travail  
6 seront traités dans le cadre de la demande budgétaire 2006 du PGEÉ.

#### **1.5 Programmes Initiatives énergétiques – marchés CI et PMI**

7 Des modifications sont apportées aux modalités des programmes existants  
8 *Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments* et *Appui aux*  
9 *initiatives – Systèmes industriels* dans le cadre du PGEÉ à l'horizon 2010. Ces  
10 modifications et leurs justificatifs sont présentés aux sections 4.2.1 et 4.3.1 de la  
11 pièce HQD-1, Document 1 du présent dossier.

## **2 D-2004-60 (MARS 2004)**

### **2.1 Moyens de communication oraux pour le Diagnostic résidentiel**

12 Dans sa décision D-2004-60, la Régie demande au Distributeur de fournir lors de  
13 la demande budgétaire 2005 du PGEÉ les résultats des différentes activités  
14 réalisées pour chacun des canaux de communication oraux utilisés pour la  
15 promotion du *Diagnostic résidentiel*. Le tableau 2.1 ci-dessous présente ces  
16 résultats.

1  
2

**TABLEAU 2.1**  
**MOYENS DE COMMUNICATION ORAUX POUR LE DIAGNOSTIC RÉSIDENTIEL**

<b>Moyens de communication</b>	<b>Description</b>
59 événements	(Grand public) 13 Salons de l'habitation (dont le salon des aînés à Alma) touchant environ 400 000 personnes 10 Vitrines d'entreprises rejoignant environ 20 000 employés libérés par leur employeur pour rencontrer le personnel d'HQD au kiosque « Mieux consommer » (dont: C.A.E électronique, Yves Rocher, Pratt & Witney, Merck Frost, IBM) 36 rencontres avec les relayeurs de la promotion du <i>Diagnostic résidentiel</i> et des thermostats: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Maîtres électriciens</li> <li>○ Constructeurs</li> <li>○ Foires d'exposition</li> </ul>
Hydro-Direct et ligne 1-800 aide en ligne (au téléphone)	Un client peut avoir des explications en ligne sur tous les programmes dont le <i>Diagnostic résidentiel</i>
Téléphone: message en attente	Promotion du <i>Diagnostic résidentiel</i> et possibilité de commander un questionnaire. Message sur le rabais des thermostats électroniques.
Publicité à la radio (4 semaines en juillet 2004)	En français et en anglais: annonce sur le <i>Diagnostic résidentiel</i> et un concours pour voyage à la Baie James et caméra numérique si <i>Diagnostic résidentiel</i> complété et si adhésion à la facture Internet.
Concours accroche-porte (été 2004)	Accroche-porte (600 000) qui renforce le message radio du concours Baie James (un matériel écrit crée beaucoup de bouche à oreille).
Émission à la télévision : La Maison Rona (printemps 2004). Possibilité de reprise au printemps 2005	Lors de l'émission, 8 capsules de courte durée sur les produits économiseurs tels que trouvés sur les rayons chez les détaillants, une démonstration de l'utilisation du <i>Diagnostic résidentiel</i> sur Internet et autres moyens, toujours accompagnés du logo « Mieux consommer ».
Publicité à la télévision	Notamment pendant les bulletins de nouvelles et les émissions de grande écoute. 4 commerciaux prévus pour l'automne 2004 (novembre à décembre) : conseils sur le lavage à l'eau froide, les thermostats électroniques, les fluorescents compacts et les lumières de Noël.

Moyens de communication	Description
Événements/kiosques chez les détaillants	<p>Dans 150 points de vente chez les détaillants partenaires, diverses tournées la fin de semaine pour la promotion de produits économiseurs avec kiosques et représentants expliquant les produits. Sous forme de BBQ, ballons, fête de famille.</p> <p>Dans la plupart des points de ventes, un employé formé par HQD, portant le macaron « Mieux consommer », prêt à répondre aux questions touchant les mesures d'économies d'énergie.</p>
Visuels chez les détaillants et un employé pour répondre aux questions en efficacité énergétique	<p>Une équipe installe dans les 1 200 points de vente (détaillants partenaires, stationnements, etc.) à l'automne 2004, plus d'affiches, d'étiquettes, et de panneaux pour que l'attention du client soit dirigé vers les produits économiseurs d'énergie. Création d'une affiche faisant la promotion du <i>Diagnostic résidentiel</i> placée près des caisses (obtention des fluos conditionnelle au <i>Diagnostic</i> complété).</p>
CD - Formation et représentation pour kiosque chez détaillant ou pour atelier client	<p>CD sonore où un animateur explique le programme <i>Diagnostic résidentiel</i> et les produits économiseurs vedettes</p>
Projet pilote Négawatts Production inc.	<p>Contact avec organismes communautaires, événement d'une semaine avec promotion de la couverture du chauffe-eau en association avec Canac-Marquis, participation aux journées fluo compact chez Canac-Marquis (30-31 oct. 2004), activité à venir dans les écoles, kiosque à l'inscription des activités socio-culturelles, participation au festival de la jeunesse (semaine de relâche). 1 600 participants prévus et beaucoup de bouche à oreille sur une zone de test de 6 000 ménages potentiels.</p>
Centre des Sciences	<p>Semaine thématique en efficacité énergétique. Activités pour la famille avec pièce de théâtre, activités tactiles et jeux informatiques (12-13 juin et 2-3 et 7-8 novembre 2004).</p> <p>Valise éducative (hiver 2005) ambulante animée par le professeur de la classe.</p> <p>Chariot éducatif : kiosque avec animateur, présent les fins de semaine pour parler d'efficacité énergétique au public. Bientôt également sur semaine. Sensibilisation aux comportements éconergétiques (ex. ne pas garder la porte du réfrigérateur ouverte longtemps) et aux produits économiseurs d'énergie.</p>

<b>Moyens de communication</b>	<b>Description</b>
Projet pilote Bornes informatiques dans les associations de consommateurs	Un poste informatique placé dans trois associations de consommateurs (trois ententes signées et en cours). Les employés de ces associations aident les membres à compléter le <i>Diagnostic résidentiel</i> sur demande.
Programme Budget Modeste de l'Agence de l'efficacité énergétique (AEE)	Environ 8 équipes d'agents livreurs à travers le Québec. Elles vont utiliser en 2004 le <i>Diagnostic résidentiel</i> via Internet lors de leurs visites et installer directement des thermostats électroniques. Environ 6 000 ménages rejoints.

1

## **2.2 Nouvelles approches personnalisées pour le Diagnostic résidentiel**

2 En juin 2003 (R-3473-2001), la Régie demande au Distributeur de développer  
3 des approches plus personnalisées dans le cadre de son programme de  
4 diagnostic énergétique. En réponse à cette demande, un comité de travail a été  
5 formé de septembre 2003 à mai 2004, pour identifier des approches  
6 commerciales adaptées à des segments du marché résidentiel moins réceptifs à  
7 une approche de « masse ». Le comité était composé de personnes représentant  
8 divers segments du marché résidentiel et offrant un profil diversifié d'expérience  
9 et de niveau d'analyse. Le rapport du comité de travail se retrouve à la pièce  
10 HQD-3, Document 2.

11 Les intentions du Distributeur face aux conclusions du comité de travail sont les  
12 suivantes :

- 13 • L'approche Didacticiel : Les responsables du *Diagnostic résidentiel* ont  
14 déjà produit une nouvelle version du questionnaire, tenant compte des  
15 difficultés rencontrées par les clients. L'idée du didacticiel est retenue  
16 comme option à évaluer si le taux de rejet atteint des proportions  
17 importantes.

- 1       • L'approche Organismes du milieu pour allophones, analphabètes et  
2       locataires :
- 3           ○ Deux organismes pour analphabètes, la Fondation pour  
4           l'alphabétisation et le Regroupement des groupes populaires en  
5           alphabétisation du Québec (RGPAQ), ont été rencontrés et leurs  
6           conclusions sont : 1) le questionnaire est trop complexe pour tenter de  
7           le vulgariser, et 2) l'entourage de ces personnes pourra réaliser le  
8           *Diagnostic résidentiel* pour eux.
- 9           ○ Pour les allophones, le Distributeur projette en 2004-2005 des soirées  
10          rencontres auprès de membres d'associations de quelques  
11          communautés (Italiens, Libanais, Chinois, Juif et Hispanophones).
- 12          ○ Pour les locataires, un projet pilote sera réalisé en 2005 conjointement  
13          avec l'Association des propriétaires du Québec (APQ) si le  
14          Regroupement des comités de logement et associations de locataires  
15          du Québec (RCLALQ) accepte.
- 16          ○ Pour les organismes du milieu, il y a présentement le projet des  
17          « bornes électroniques »<sup>2</sup> dont il faut évaluer les retombées. De plus,  
18          pour les ménages à budget modeste, le Distributeur a déjà prévu un  
19          budget plus important et ajouté l'installation des thermostats ainsi que  
20          la possibilité de faire le *Diagnostic résidentiel* sur portable lors des  
21          visites, le tout gratuitement pour le client.
- 22       • L'approche commandite APQ : une rencontre est prévue à l'automne  
23       2004 pour étoffer le concept et réaliser un projet pilote avec  
24       l'APQ/RCLALQ en 2005.

---

<sup>2</sup> Un poste informatique dans trois associations de consommateurs est disponible pour leurs membres afin de réaliser le *Diagnostic résidentiel* sur Internet avec le support des employés de l'association.

- 1       • L'approche Prime pour réalisation d'un *Diagnostic résidentiel* : celle-ci est  
2       déjà réalisée en quelque sorte par le biais des ampoules fluorescentes  
3       compactes offertes gratuitement pour inciter les gens à participer.
- 4       • L'approche Grands consommateurs d'électricité : pourrait se réaliser mais  
5       le Distributeur attend d'abord les retombées de l'envoi massif qui englobe  
6       les grands consommateurs. Il est possible que les résultats seront tels  
7       qu'il ne sera plus nécessaire d'utiliser une approche particulière pour aller  
8       chercher ce segment.
- 9       • L'approche Commandite FADOQ : une rencontre est prévue avec la  
10       Fédération de l'âge d'or du Québec (FADOQ) à l'automne 2004 pour la  
11       mise sur pied d'un projet pilote dans un des 900 clubs en 2005. Un projet  
12       pilote est nécessaire afin de bien roder la logistique de l'accompagnement  
13       dans la réalisation du questionnaire avant de l'étendre à tous les clubs.

### **2.3 Résultats d'implantation du projet pilote avec Négawatts Production inc.**

14       Tel que demandé par la Régie dans sa décision D-2004-60, le Distributeur  
15       déposera, en décembre 2004, un rapport des activités réalisées à ce jour et, à  
16       l'été 2005, les résultats obtenus par le projet en termes d'impact énergétique.

17       A titre d'information, l'état d'avancement du projet est le suivant : les ententes  
18       avec les partenaires ont été conclues; le projet a démarré; et, les travaux se  
19       poursuivent selon l'échéancier prévu.

## **2.4 Participation des locataires au programme Thermostats électroniques**

1 Rappel de la demande formulée par la Régie

2 La Régie a formulé l'opinion suivante dans sa décision :

3       *« Le Distributeur a su répondre aux exigences de la décision D-2003-110,*  
4 *en incluant les thermostats programmables à sa promotion et en modifiant*  
5 *la structure de l'aide financière de façon à inciter les clients à recourir aux*  
6 *services d'électriciens membres de la CMEQ pour l'installation des*  
7 *thermostats.*

8 *D'autre part, la Régie considère que l'aide financière proposée dans le*  
9 *cadre de ce programme est adéquate pour les propriétaires de maisons*  
10 *unifamiliales ainsi que pour les propriétaires d'immeubles à logements qui*  
11 *sont responsables de la facture d'électricité. Elle est cependant d'avis que*  
12 *cette aide financière demeure inappropriée pour les locataires qui paient*  
13 *eux-mêmes leur facture d'électricité, puisque les propriétaires n'ont alors*  
14 *aucun incitatif à participer au programme.*

15 *Compte tenu des dispositions de la décision D-2003-110 relative à la*  
16 *problématique des incitatifs partagés et de l'ouverture manifestée par le*  
17 *Distributeur à cet égard, **la Régie demande au Distributeur de se***  
18 ***pencher spécifiquement sur le cas des locataires désirant participer***  
19 ***au programme de promotion des thermostats et de favoriser une***  
20 ***participation accrue de ces derniers, dans le cadre de sa demande***  
21 ***d'approbation du budget 2005.** » (le gras notre ajout)*

1 Rappel des modalités s'appliquant au segment du multilogement pour la  
2 promotion des thermostats électroniques dans le marché existant

3 Le Distributeur rappelle l'aide financière offerte à l'installation de thermostats  
4 électroniques dans le secteur du multilogement, conformément aux modalités  
5 énoncées dans la demande R-3519-2003, pièce HQD-1, Document 1 :

- 6 • Considérant que le propriétaire prend la décision du remplacement des  
7 thermostats et qu'elle s'appliquera à plusieurs logements, le Distributeur  
8 propose de permettre le cumul du remplacement de plusieurs thermostats  
9 dans un même immeuble selon les modalités suivantes : soit 90 \$ pour  
10 l'achat et l'installation du 5<sup>ième</sup> thermostat, et 20 \$ pour l'achat et  
11 l'installation de chaque thermostat supplémentaire, sans limite de  
12 nombre ;
- 13 • Seuls les remplacements effectués par un maître électricien membre de  
14 la Corporation des maîtres électriciens du Québec (CMEQ) donnent droit  
15 à cette aide financière ;
- 16 • Afin de maximiser l'impact dans le marché du multilogement, les  
17 modalités proposées pour les bâtiments existants s'appliquent également  
18 à la nouvelle construction.

19 L'offre est faite aux locataires comme aux propriétaires. Toutefois, pour les  
20 locataires, l'obtention de l'autorisation écrite du propriétaire est requise.

21 Suivi / Éléments de réponse du Distributeur

22 Dans sa demande R-3519-2003, pièce HQD-5, Document 1, le Distributeur avait  
23 fait connaître ses intentions pour favoriser la pénétration des thermostats  
24 électroniques chez les ménages à budget modeste dont une proportion  
25 importante est locataire. Le Distributeur avait mentionné :

- 1       • qu'il profiterait de la demande d'autorisation du locataire au propriétaire  
2       pour rappeler à ce dernier les modalités d'aide financière disponible par  
3       son programme de promotion de thermostats électroniques dans le  
4       marché existant ;
- 5       • qu'il comptait réaliser une action de communication spécifique auprès des  
6       propriétaires afin de les inciter à participer d'eux-mêmes et pour  
7       l'ensemble de leurs logements au programme du Distributeur de  
8       promotion de thermostats électroniques dans le marché existant.

9       Comme action de communication spécifique au segment multilocatif du marché  
10       résidentiel, le Distributeur a préparé un feuillet promotionnel à l'intention des  
11       électriciens afin qu'ils puissent vendre les avantages des thermostats aux  
12       propriétaires d'immeubles. Le Distributeur n'a pas initié d'autre action à ce jour  
13       pour les raisons suivantes :

- 14       • Sachant que cette question était étroitement liée à celle des incitatifs  
15       partagés, le Distributeur a voulu se donner le temps de compléter son  
16       étude sur cette question avant d'entreprendre une action spécifique ;
- 17       • Le Distributeur a concentré ses efforts à mettre en place le programme  
18       sur une base générale et à observer les premiers résultats de  
19       participation dans les différents segments de marché avant de porter son  
20       attention sur certains segments qui pourraient avoir des besoins plus  
21       spécifiques.

22       L'analyse des résultats obtenus à ce jour n'est pas complétée. Le Distributeur  
23       compte poursuivre cette analyse et discuter des meilleures solutions à apporter,  
24       le cas échéant, avec les intervenants concernés dans le cadre du processus de  
25       consultation permanente qu'il propose de mettre sur pied (voir section 4.5.6 de la  
26       pièce HQD-1, Document 1). Il est à noter que le Distributeur envisage offrir

1 gratuitement les thermostats électroniques dans les HLM chauffés à plinthes  
2 électriques (voir section 4.1.5 de la pièce HQD-1, Document 1).

## **2.5 Résultats des consultations avec la clientèle institutionnelle**

3 Dans la décision D-2004-60, la Régie accepte les modifications apportées aux  
4 paramètres du programme *Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des*  
5 *bâtiments* et encourage le Distributeur à poursuivre sa démarche d'adaptation  
6 dans le cadre des consultations auprès de la clientèle institutionnelle. Le  
7 Distributeur dépose les résultats de ces consultations dans les pièces HQD-3,  
8 Documents 3, 4 et 5, soit les rapports des trois comités consultatifs du marché  
9 institutionnel.

### Rappel des objectifs des comités consultatifs

11 Le Distributeur a convenu avec les principaux intervenants des milieux  
12 municipaux, de l'éducation ainsi que de la santé et des services sociaux,  
13 d'identifier les besoins, attentes et préoccupations de ces clientèles en matière  
14 d'efficacité énergétique et de les comparer avec les modalités et paramètres des  
15 deux programmes *Appuis aux initiatives – Optimisation énergétique des*  
16 *bâtiments* (marchés commercial et institutionnel) et *Appuis aux initiatives –*  
17 *Systèmes industriels* (marché petites et moyennes industries).

### Résultats des consultations

19 Les rencontres des comités, échelonnées de novembre 2003 à juin 2004, ont  
20 permis de dresser le portrait énergétique de chacun des trois secteurs, de  
21 réfléchir sur la démarche à privilégier pour implanter des projets d'efficacité  
22 énergétique, d'identifier les besoins non comblés et les pistes de solutions, puis  
23 de rédiger des recommandations. À cette fin, les objectifs, critères d'admissibilité,

1 modalités de participation et exigences spécifiques aux deux programmes  
2 d'*Appuis aux initiatives* ont été plus particulièrement analysés.

3 Intentions du Distributeur face aux recommandations

4 Les réponses du Distributeur aux recommandations des comités se retrouvent à  
5 l'annexe 1. Voici un sommaire de ces recommandations.

6 Le Distributeur :

- 7 • présente un nouveau programme, *Promotion des produits Mieux*  
8 *consommer – Energy Star* pour la clientèle d'affaires, qui repose sur une  
9 approche prescriptive et vise à offrir une aide financière pour l'installation  
10 d'équipements éconergétiques spécifiques aux clientèles visées, dont la  
11 clientèle institutionnelle et municipale. La section 4.2.2 de HQD-1,  
12 Document 1 décrit le programme, ses faits saillants et l'aide financière s'y  
13 rattachant.
- 14 • procède aux changements de modalités suivants dans le programme  
15 *Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments* (voir la  
16 section 4.2.1 de HQD-1, Document 1) :
  - 17 - bonification de l'aide financière, notamment pour les projets visant des  
18 propriétés du gouvernement du Québec et des municipalités ;
  - 19 - augmentation de l'aide maximum par projet ;
  - 20 - prolongation de la période de validité de l'offre d'aide financière à  
21 24 mois ; et,
  - 22 - remboursement d'une partie du coût des études de faisabilité.
- 23 • assouplit les règles du programme *Appuis aux initiatives – Systèmes*  
24 *industriels* afin de favoriser les projets d'efficacité énergétique dans les  
25 procédés municipaux (voir section 4.3.1 de HQD-1, Document 1).

- 1       • planifie des activités de reconnaissance du leadership en efficacité  
2       énergétique avec ses partenaires et clients, dont ceux des milieux  
3       institutionnel et municipal (voir section 4.5.2 de HQD-1, Document 1).
- 4       • met en œuvre une campagne soutenue de sensibilisation via les médias  
5       écrits et radiophoniques et l'Internet (voir section 4.5.2 de HQD-1,  
6       Document 1) avec, entre autres, la diffusion sur son site Internet du  
7       recueil de pratiques gagnantes intégrant des volets spécifiques au milieu  
8       municipal, de l'éducation et de la santé et des services sociaux.
- 9       • met en place une table de consultation permanente auprès de sa clientèle  
10      municipale (voir section 4.5.6 de HQD-1, Document 1) pour i) mettre en  
11      œuvre les recommandations du Comité consultatif – volet municipal et ii)  
12      fournir des suggestions pour de nouvelles interventions répondant à des  
13      problématiques particulières du milieu municipal (e.g. l'éclairage public et  
14      la réglementation municipale sur l'urbanisme).

## **2.6 Mesures de gestion de la charge pour les marchés résidentiel, CI et PMI**

15 Voir l'information fournie à la section 1.1 du présent document.

## **2.7 Coûts réels des modifications au Diagnostic résidentiel**

16 Dans sa décision D-2004-60, la Régie demande au Distributeur d'inclure, lors de  
17 la prochaine demande budgétaire, les coûts réels des modifications apportées au  
18 *Diagnostic résidentiel*, en termes de support à la clientèle et d'adaptation de  
19 l'outil à clientèle au tarif DT. Le tableau 2.2 ci-dessous présente le budget prévu  
20 pour l'année 2004 pour ces modifications, tel qu'indiqué dans HQD-3,  
21 Document 5, du dossier R-3519-2003, et les dépenses réalisées en date du

1 30 septembre 2004. Le Distributeur maintient sa projection de 1,1 M\$ pour le  
2 coût de ces ajustements en 2004.

3 **TABLEAU 2.2**  
4 **SUIVI BUDGÉTAIRE 2004 POUR LE DIAGNOSTIC RÉSIDENTIEL - CLIENTÈLE AU TARIF DT**

Activités / Fournisseurs	Budget (M\$)	Dépenses * (M\$)
<b>1. Coûts reliés au développement pour la clientèle DT</b>		
Informaticiens H.Q. (Direction système informatique)	0,35	0,29
LTE (Laboratoire des technologies de l'Énergie D'H.Q.)	0,15	0,04
Fournisseur du logiciel (Electrotek)	0,22	0,00
RVI (réponse vocale inter-active) : pour commander, de façon automatique, les questionnaires par téléphone	0,08	0,03
Rapport de gestion	0,08	0,04
Formation centre d'appels	0,05	0,04
Gestion	0,08	0,08
<b>Sous-total</b>	<b>1,00</b>	<b>0,51</b>
<b>2. Coûts reliés au centre d'appel</b>		
Accès au rapport des clients par le service à la clientèle	0,10	0,03
<b>Sous-total</b>	<b>0,10</b>	<b>0,03</b>
<b>GRAND TOTAL</b>	<b>1,10</b>	<b>0,54</b>

5 \* Au 30 septembre 2004

## 2.8 Analyse quantifiée des indicateurs de performance

6 Voir l'information fournie à la section 3 de la pièce HQD-2, Document 1.

## 2.9 Impacts énergétiques et budgétaires de certains programmes

7 Dans sa décision D-2004-60, la Régie demande au Distributeur, dans le cadre  
8 d'un suivi administratif, de déposer les impacts budgétaires et énergétiques  
9 manquants pour 2004, 2005 et 2006 pour les programmes suivants : *Diagnostic*  
10 *résidentiel*, *Promotion des thermostats électroniques* pour la nouvelle  
11 construction, *Appui aux initiatives* - marchés CI et PMI, et *Bâtiments*  
12 *Hydro-Québec Distribution*.

1 Diagnostic résidentiel

2 Tel que demandé par la Régie dans sa décision D-2004-60, le Distributeur  
3 déposera à l'été 2005 les résultats obtenus par le projet pilote avec Négawatts  
4 Production inc. en termes d'impact énergétique.

5 Promotion des thermostats électroniques – nouvelle construction

6 L'impact énergétique des ajustements proposés pour les multilogements dans  
7 R-3519-2003 est nul car ces ajustements viennent consolider les économies  
8 d'énergie initialement prévues. Ces ajustements requièrent des investissements  
9 additionnels de 20 000 \$, 40 000 \$ et 100 000 \$ pour les années 2004, 2005 et  
10 2006 respectivement.

11 Appui aux initiatives – marchés CI et PMI

12 Le Distributeur n'est pas en mesure d'estimer l'impact énergétique spécifique des  
13 travaux des comités consultatifs avec la clientèle institutionnelle (voir section 2.5  
14 du présent document) pour les raisons suivantes : les changements proposés  
15 aux deux programmes, tel que présentés aux sections 4.2.1 et 4.3.1 de HQD-1,  
16 Document 1, découlent non seulement des travaux de ces comités mais  
17 également i) de l'expérience du Distributeur relative à la mise en œuvre de ces  
18 deux programmes et ii) des discussions du Distributeur avec sa clientèle  
19 commerciale et ses partenaires, notamment l'Office de l'efficacité énergétique  
20 (OEE). Les recommandations des comités consultatifs ont permis la préparation  
21 de guides facilitant le montage de projets d'économies d'énergie adaptés à la  
22 réalité des segments concernés dans le marché institutionnel (santé et services  
23 sociaux, éducation, municipalité).

1 Bâtiments Hydro-Québec Distribution

2 Tel qu'indiqué dans la section 4.2.1 de HQD-1, Document 1, le Distributeur a  
3 effectué au cours de l'été 2004 un examen détaillé de ses bâtiments. Cet  
4 examen a entraîné un retard dans l'implantation des mesures d'économies  
5 d'énergie pour l'année 2004, mais a permis d'identifier des mesures  
6 additionnelles générant 2 et 3 GWh pour les années 2005 et 2006  
7 respectivement.

**3 D-2004-96 (MAI 2004)**

**3.1 Coûts évités**

8 Conformément à la décision D-2004-96 (R-3519-2003), le Distributeur présente  
9 dans cette section, la mise à jour des coûts évités de l'électricité, pour la période  
10 couverte par ce nouveau PGEÉ, soit pour les années 2005 et plus.

11 Les coûts évités sont calculés pour la fourniture - transport, le transport de la  
12 charge locale et enfin la distribution. Ils prennent en compte les décisions de la  
13 Régie quant à la méthodologie, ainsi que les hypothèses les plus à jour dont  
14 dispose le Distributeur.

**3.1.1 La fourniture – transport**

**3.1.1.1 Résumé de la décision de la Régie D-2004-96 (R-3519-2003)**

- 15 • *« La Régie reconnaît que l'utilisation des prix des soumissions reçues  
16 dans le cadre d'appels d'offres pour évaluer le coût de  
17 l'approvisionnement à la marge est adéquate et fixe à 6,5 ¢/kWh (\$2007)  
18 l'approximation des prix pouvant servir à établir les coûts évités. »* (p. 16)

- 1       • « *La Régie de l'énergie demande au Distributeur de réintroduire une*  
2           *différenciation de coût pointe/hors pointe à partir de 2011... »* (p. 20)

### **3.1.1.2 Éléments de contexte**

3 Le présent PGEÉ couvrant la période 2005 à 2010, le Distributeur retire de ses  
4 calculs de coûts évités les années 2003 et 2004.

5 Dans le cas spécifique de l'année 2005, les coûts de l'énergie reposent sur une  
6 estimation du prix qui serait obtenu sur les marchés pour les besoins prévus de  
7 court terme à satisfaire au cours de l'année. Le coût qui en résulte est de  
8 7,5 ¢/kWh<sup>3</sup>.

9 Il n'y a pas de changement dans l'horizon pour lequel les besoins additionnels en  
10 puissance seront de nouveau plus élevés en hiver.

### **3.1.1.3 Hypothèses de calcul et application**

11 Le Distributeur augmente les coûts évités à partir de l'année 2011 afin de refléter  
12 l'acquisition de puissance additionnelle en hiver.

13 À défaut d'avoir accès à un indicateur de marché de la puissance pour les  
14 années 2011 et les suivantes, l'indicateur de coût choisi par le Distributeur  
15 s'appuie sur les données de marché de court terme existant pour des produits de  
16 puissance, soit le marché du UCAP de New York<sup>4</sup>. Le Distributeur a appliqué le  
17 prix du contrat à l'année 2004 aux années 2011 et subséquentes, en l'indexant à  
18 l'inflation. Avec cette hypothèse, le prix de puissance est de 10,7 \$/kW-an pour  
19 l'année 2011.

20 Ce coût de puissance est traduit en ¢/kWh, en le répartissant de façon uniforme  
21 sur les 2 160 heures des trois mois considérés pour l'hiver.

---

<sup>3</sup> Pour le détail du calcul, se référer au dossier R-3541-2004, HQD-14, Document 1, page 41.

<sup>4</sup> Pour une définition des produits de puissance, se référer au dossier R-3550-2004, HQD-3, Document 2, page 16.

1 Compte tenu de ce qui précède, les coûts évités de fourniture – transport sont  
2 de :

- 3 - 7,5 ¢/kWh pour l'année 2005.
- 4 - 6,5 ¢/kWh (dollars 2007), transformé en dollars de l'année courante,  
5 pour la période 2006 et plus.
- 6 - À partir de 2011, le coût évité est augmenté de 0,5 ¢/kWh, pour tenir  
7 compte du coût de la puissance en hiver.

### **3.1.2 Le transport de la charge locale et la Distribution**

#### **3.1.2.1 Résumé de la décision de la Régie D-2004-96 (R-3519-2003)**

- 8 • *« La Régie considère que l'évaluation des coûts évités de transport et  
9 distribution est acceptable puisqu'elle reflète les coûts de transport et  
10 distribution pouvant être évités à la marge .» (p. 17)*

#### **3.1.2.2 Éléments de contexte**

11 Le Distributeur fait la mise à jour des coûts évités de transport et de distribution  
12 sur la base des prévisions d'investissement telles que déposées dans la cause  
13 R-3520-2003 pour le transport et R-3492-2002 phase II (HQD-6, Document 10),  
14 pour la distribution.

#### **3.1.2.3 Hypothèses de calcul et application**

15 Sur la base des investissements cités, le coût évité de transport de la charge  
16 locale est de 15,5 \$/kW-an (annuité croissante en dollars de 2005) et le coût  
17 évité de distribution obtenu est de 12,9 \$/kW-an (annuité croissante en dollars de  
18 2005). Les deux éléments sont traduits en cents par kilowattheure en fonction du  
19 facteur d'utilisation des usages et de la catégorie de clients analysés.

1 Les tableaux présentés à la section 3.1.4 donnent le détail des coûts évités par  
2 usage et catégorie de clients.

### ***3.1.3 Commentaires sur les résultats de la mise à jour des coûts évités***

3 Pour les besoins de comparaison des coûts des mesures d'économies d'énergie  
4 avec les coûts de l'électricité, les coûts évités annuels sont transformés en  
5 annuités constantes.

6 Comparées aux annuités découlant des coûts évités présentés dans la cause  
7 R-3519-2003, cette version des annuités se caractérise par une hausse  
8 significative de leur niveau (de l'ordre de 35 % pour les annuités de 10 ans).

9 Cette hausse s'explique par les éléments suivants:

- 10       ○ Retrait des années 2003 et 2004 pour lesquelles le coût évité de la  
11           fourniture était le prix de l'énergie patrimoniale. Impact d'environ 10 %.
- 12       ○ Modifications aux coûts évités de fourniture conformément à la  
13           décision de la Régie. Impact d'environ 15 %.
- 14       ○ Augmentation des coûts évités de transport et de distribution. Impact  
15           d'environ 5 %.
- 16       ○ Les changements au taux d'actualisation, à l'inflation et autres,  
17           expliquent un autre 5 % de la hausse des annuités.

**3.1.4 Tableaux détaillés des coûts évités par usage et catégorie de clients**
**1 Coûts évités : Clients au tarif D**

<b>(En ¢ / kWh)</b>											
	<b>Annuité Constante<sup>1</sup> (10 ans)</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Domestique - tarif D</b>											
<b>Chauffage de l'eau</b>	<b>8,06</b>	<b>8,44</b>	<b>7,27</b>	<b>7,42</b>	<b>7,56</b>	<b>7,71</b>	<b>7,87</b>	<b>8,52</b>	<b>8,69</b>	<b>8,87</b>	<b>9,04</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,50	7,92	6,74	6,88	7,01	7,15	7,30	7,94	8,10	8,26	8,42
<i>Transport - Charge locale</i>	0,31	0,28	0,29	0,29	0,30	0,31	0,31	0,32	0,32	0,33	0,34
<i>Distribution</i>	0,26	0,24	0,24	0,25	0,25	0,26	0,26	0,27	0,27	0,28	0,28
<b>Chauffage des locaux</b>	<b>8,56</b>	<b>8,90</b>	<b>7,74</b>	<b>7,90</b>	<b>8,06</b>	<b>8,22</b>	<b>8,38</b>	<b>9,04</b>	<b>9,23</b>	<b>9,41</b>	<b>9,60</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,36	7,79	6,61	6,75	6,88	7,02	7,16	7,80	7,95	8,11	8,28
<i>Transport - Charge locale</i>	0,65	0,60	0,62	0,63	0,64	0,65	0,67	0,68	0,69	0,71	0,72
<i>Distribution</i>	0,55	0,51	0,51	0,52	0,54	0,55	0,56	0,57	0,58	0,59	0,60
<b>Tous les usages</b>	<b>8,19</b>	<b>8,56</b>	<b>7,40</b>	<b>7,54</b>	<b>7,70</b>	<b>7,85</b>	<b>8,01</b>	<b>8,66</b>	<b>8,83</b>	<b>9,01</b>	<b>9,19</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,42	7,84	6,66	6,80	6,93	7,07	7,21	7,85	8,01	8,17	8,33
<i>Transport - Charge locale</i>	0,42	0,39	0,40	0,41	0,41	0,42	0,43	0,44	0,45	0,46	0,47
<i>Distribution</i>	0,35	0,33	0,33	0,34	0,35	0,35	0,36	0,37	0,38	0,38	0,39

<sup>1</sup> Le taux d'actualisation nominal utilisé est de 6,75%

2

3

**4 Coûts évités : Clients au tarif G**

<b>(En ¢ / kWh)</b>											
	<b>Annuité Constante<sup>1</sup> (10 ans)</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Général - tarif G</b>											
<b>Chauffage des locaux</b>	<b>8,64</b>	<b>8,97</b>	<b>7,82</b>	<b>7,98</b>	<b>8,14</b>	<b>8,30</b>	<b>8,46</b>	<b>9,13</b>	<b>9,31</b>	<b>9,50</b>	<b>9,69</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,35	7,78	6,60	6,74	6,87	7,01	7,15	7,79	7,94	8,10	8,26
<i>Transport - Charge locale</i>	0,70	0,65	0,66	0,68	0,69	0,70	0,72	0,73	0,75	0,76	0,78
<i>Distribution</i>	0,59	0,54	0,55	0,56	0,58	0,59	0,60	0,61	0,62	0,64	0,65
<b>Tous les usages (sans chauffe)</b>	<b>8,05</b>	<b>8,43</b>	<b>7,26</b>	<b>7,40</b>	<b>7,55</b>	<b>7,70</b>	<b>7,86</b>	<b>8,51</b>	<b>8,68</b>	<b>8,85</b>	<b>9,03</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,46	7,88	6,70	6,84	6,98	7,12	7,26	7,90	8,06	8,22	8,38
<i>Transport - Charge locale</i>	0,32	0,30	0,30	0,31	0,31	0,32	0,33	0,33	0,34	0,35	0,35
<i>Distribution</i>	0,27	0,25	0,25	0,26	0,26	0,27	0,27	0,28	0,28	0,29	0,30
<b>Tous les usages</b>	<b>8,02</b>	<b>8,39</b>	<b>7,23</b>	<b>7,37</b>	<b>7,52</b>	<b>7,67</b>	<b>7,82</b>	<b>8,48</b>	<b>8,65</b>	<b>8,82</b>	<b>8,99</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,43	7,85	6,67	6,81	6,94	7,08	7,22	7,86	8,02	8,18	8,35
<i>Transport - Charge locale</i>	0,32	0,30	0,30	0,31	0,31	0,32	0,33	0,33	0,34	0,35	0,35
<i>Distribution</i>	0,27	0,25	0,25	0,26	0,26	0,27	0,27	0,28	0,28	0,29	0,30

<sup>1</sup> Le taux d'actualisation nominal utilisé est de 6,75%

5

6

**1 Coûts évités : Clients au tarif M**

<b>(En ¢ / kWh)</b>											
	<b>Annuité Constante<sup>1</sup> (10 ans)</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Général - tarif M</b>											
<b>Chauffage des locaux</b>	<b>8,54</b>	<b>8,87</b>	<b>7,72</b>	<b>7,87</b>	<b>8,03</b>	<b>8,19</b>	<b>8,36</b>	<b>9,02</b>	<b>9,20</b>	<b>9,38</b>	<b>9,57</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,30	7,72	6,56	6,69	6,82	6,96	7,10	7,73	7,89	8,05	8,21
<i>Transport - Charge locale</i>	0,67	0,62	0,63	0,65	0,66	0,67	0,69	0,70	0,71	0,73	0,74
<i>Distribution</i>	0,56	0,52	0,53	0,54	0,55	0,56	0,57	0,59	0,60	0,61	0,62
<b>Tous les usages (sans chauffe)</b>	<b>7,85</b>	<b>8,23</b>	<b>7,07</b>	<b>7,21</b>	<b>7,36</b>	<b>7,51</b>	<b>7,66</b>	<b>8,30</b>	<b>8,47</b>	<b>8,64</b>	<b>8,81</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,38	7,80	6,63	6,76	6,90	7,03	7,17	7,81	7,97	8,13	8,29
<i>Transport - Charge locale</i>	0,26	0,24	0,24	0,25	0,25	0,26	0,26	0,27	0,28	0,28	0,29
<i>Distribution</i>	0,21	0,20	0,20	0,20	0,21	0,21	0,22	0,22	0,23	0,23	0,23
<b>Tous les usages</b>	<b>7,84</b>	<b>8,22</b>	<b>7,06</b>	<b>7,20</b>	<b>7,35</b>	<b>7,49</b>	<b>7,64</b>	<b>8,29</b>	<b>8,46</b>	<b>8,63</b>	<b>8,80</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,36	7,79	6,62	6,75	6,88	7,02	7,16	7,80	7,96	8,12	8,28
<i>Transport - Charge locale</i>	0,26	0,24	0,24	0,25	0,25	0,26	0,26	0,27	0,28	0,28	0,29
<i>Distribution</i>	0,21	0,20	0,20	0,20	0,21	0,21	0,22	0,22	0,23	0,23	0,23

<sup>1</sup> Le taux d'actualisation nominal utilisé est de 6,75%

2

3

**4 Coûts évités : Clients au tarif L**

<b>(En ¢ / kWh)</b>											
	<b>Annuité Constante<sup>1</sup> (10 ans)</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Général - tarif L</b>											
<b>Tous les usages</b>	<b>7,10</b>	<b>7,50</b>	<b>6,38</b>	<b>6,50</b>	<b>6,63</b>	<b>6,77</b>	<b>6,90</b>	<b>7,53</b>	<b>7,68</b>	<b>7,84</b>	<b>8,00</b>
<i>Fourniture et Transport</i>	7,10	7,50	6,38	6,50	6,63	6,77	6,90	7,53	7,68	7,84	8,00
<i>Transport - Charge locale</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Distribution</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

<sup>1</sup> Le taux d'actualisation nominal utilisé est de 6,75%

5

#### **4 D-2004-106 (JUIN 2004)**

##### **4.1 Ménages à budget modeste de l'Agence de l'efficacité énergétique**

1 Dans sa décision D-2004-106, la Régie prend acte de l'intention du Distributeur  
2 d'optimiser les visites à domicile pour le programme *Ménages à budget modeste*  
3 et lui demande de présenter les résultats des démarches initiées à cet égard lors  
4 de la prochaine demande d'approbation de budget du PGEÉ. Dans cette  
5 décision, la Régie demande également que le Distributeur démontre que toutes  
6 les régions du Québec sont effectivement couvertes par le programme. Les  
7 réponses à ces demandes sont présentées dans cette section.

8 Afin d'améliorer le programme d'efficacité énergétique chez les ménages à  
9 budget modeste et d'élargir sa couverture au Québec, l'Agence de l'efficacité  
10 énergétique, de façon concertée avec le Distributeur, a apporté plusieurs  
11 améliorations au programme (dont la plupart ont été annoncées dans la  
12 demande R-3519-2003, pièce HQD-5, Document 1) :

- 13 • un appel d'offres a été effectué en juin 2004 dans 16 régions pour recruter  
14 de nouveaux agents livreurs. Le tableau 4.1 fournit la liste des  
15 organismes retenus par région administrative ;
- 16 • le volet « installation gratuite de thermostats électroniques » a été mis en  
17 place ;
- 18 • la production d'un bilan personnalisé avec le *Diagnostic résidentiel*, lors  
19 de la visite, a été intégrée pour les cas admissibles (au moins douze mois  
20 d'historique de consommation) ;



1 faciliteront l'accès au programme et lui demande de faire état des résultats de la  
2 phase de rodage lors de la prochaine demande d'approbation de budget.

3 Les modalités du projet pilote ont été présentées aux organismes  
4 communautaires impliquées lors de sessions de formation tenues à Québec, du  
5 30 août au 2 septembre 2004 et à Montréal, du 7 au 9 septembre 2004.

6 Dans le cadre de ce projet, afin de bien identifier les efforts requis, des cibles par  
7 région ont été établies. Globalement, le projet devait permettre de réaliser des  
8 interventions sur 100 résidences unifamiliales et 25 à multilogements (duplex et  
9 triplex). Le tableau suivant présente les régions, l'organisme communautaire  
10 responsable et les cibles en terme de résidences.

11  
12  
13

**TABLEAU 4.2**  
**RÉPARTITION DES OBJECTIFS DU PROJET PILOTE**  
**PAR RÉGION, ORGANISME ET TYPE DE RÉSIDENCE**

Région	Organisme	Unifamiliale	Multilogement
Bas-St-Laurent	ACEF Matane	15	3
Québec	Vivre en ville	40	3
Mauricie	Service d'aide aux consommateurs	15	3
Estrie	ACEF Estrie	30	3
Montréal	Option consommateurs		13
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>25</b>

14

15 Les organismes communautaires ont débuté la recherche de locataires et de  
16 propriétaires désirant s'inscrire au cheminement du projet pilote. Actuellement,  
17 chaque organisme a identifié plusieurs personnes intéressées et poursuit ses  
18 efforts de recrutement bien que cela s'avère un peu plus difficile que prévu.  
19 Malgré un certain retard dans la réalisation du projet pilote, le Distributeur et  
20 l'AEÉ maintiennent pour l'instant les objectifs fixés pour le déploiement provincial  
21 de ce volet du programme *Inspection énergétique ÉnerGuide*, à partir de 2005.