

**SUIVI ET ÉVALUATION  
DU PLAN GLOBAL EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE**



**Table des matières**

<b>1</b>	<b>SOMMAIRE .....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>SUIVIS ÉNERGÉTIQUE ET BUDGÉTAIRE .....</b>	<b>7</b>
2.1	SUIVI ÉNERGÉTIQUE – RÉVISION DE L'ANNÉE 2004 .....	7
2.1.1	<i>Ajustement des résultats du Diagnostic résidentiel</i> .....	8
2.1.2	<i>Ajustement des résultats des thermostats dans le marché existant</i> .....	9
2.1.3	<i>Ajustement des résultats des thermostats dans la nouvelle construction</i> .....	9
2.1.4	<i>Autres ajustements</i> .....	10
2.2	RÉSULTATS AU 30 JUIN 2005 .....	10
2.3	PRÉVISIONS ÉNERGÉTIQUES – ANNÉE 2005 .....	12
2.3.1	<i>Clientèle résidentielle</i> .....	13
2.3.1.1	Diagnostic résidentiel .....	13
2.3.1.2	Promotion de produits Mieux Consommer – ENERGY STAR / volet thermostats électroniques pour le marché existant .....	14
2.3.1.3	Promotion de produits Mieux Consommer – ENERGY STAR / volet thermostats électroniques dans la nouvelle construction .....	14
2.3.1.4	Promotion de produits Mieux Consommer – ENERGY STAR / volet minuteriers de piscine .....	15
2.3.1.5	Service ÉnerGuide pour les maisons de l'OEE de Ressources naturelles Canada .....	16
2.3.1.6	Novoclimat de l'Agence de l'efficacité énergétique – Volet logements .....	17
2.3.2	<i>Clientèle affaires</i> .....	18
2.3.2.1	Appui aux Initiatives – Optimisation énergétique / Volet bâtiments G et M .....	18
2.3.2.2	Promotion des produits Mieux Consommer – ENERGY STAR – marché affaires .....	19
2.3.2.3	Appui aux initiatives – Systèmes industriels .....	20
2.3.3	<i>Clientèle grandes entreprises</i> .....	20
2.3.3.1	PIIGE et PADIGE .....	20
2.3.3.2	PIBGE .....	21
2.4	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES 2005 .....	21
2.4.1	<i>Tronc commun</i> .....	23
2.4.1.1	Communication .....	23
2.4.1.2	Suivi .....	23
2.4.1.3	PISTE .....	24
2.4.2	<i>Clientèle résidentielle</i> .....	24
2.4.2.1	Promotion de produits Mieux Consommer – ENERGY STAR .....	24
2.4.2.2	Novoclimat de l'Agence de l'efficacité énergétique – Volet logements .....	24
2.4.2.3	Service ÉnerGuide pour les maisons de l'OEE de Ressources naturelles Canada .....	24
2.4.2.4	Ménage à budget modeste .....	25
2.4.3	<i>Clientèle affaires</i> .....	25
2.4.3.1	Appui aux initiatives - Optimisation énergétique des bâtiments .....	25
2.4.3.2	Promotion des produits Mieux consommer – ENERGY STAR – marché affaires .....	26
2.4.4	<i>Clientèle grandes entreprises</i> .....	26
2.4.4.1	Programme d'initiatives industrielles – Grandes entreprises (PIIGE) .....	26
2.4.4.2	Programme d'initiatives pour les bâtiments – Grandes entreprises (PIBGE) .....	26
2.5	ENGAGEMENTS FINANCIERS AU 30 JUIN 2005 .....	27
2.5.1	<i>Marché affaires</i> .....	27
2.5.2	<i>Marché grandes entreprises</i> .....	28
2.6	INDICATEURS PRÉCURSEURS .....	29
2.6.1	<i>Marchés résidentiel et affaires</i> .....	29
2.6.2	<i>Marché grandes entreprises</i> .....	30
<b>3</b>	<b>RAPPORTS D'ÉVALUATION 2004 .....</b>	<b>32</b>

**Liste des annexes**

**A : SUIVI BUDGÉTAIRE 2005 DU PLAN GLOBAL EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE -  
TABLEAUX DE BORD DÉTAILLÉS**

**B : RAPPORTS D'ÉVALUATION DE PROGRAMMES DANS LES MARCHÉS  
RÉSIDENTIEL ET AFFAIRES**

## **1 SOMMAIRE**

1 Ce document présente pour le PGEÉ :

- 2 • le bilan révisé des économies d'énergie de l'année 2004 suite aux  
3 résultats de l'évaluation des programmes réalisée en 2005 dans les  
4 marchés résidentiel et affaires ;
- 5 • les bilans énergétique et budgétaire au 30 juin 2005. Les tableaux de bord  
6 détaillés dressant ces bilans se trouvent en annexe au document ;
- 7 • la prévision d'économies d'énergie 2005 comparée aux objectifs  
8 présentés dans la preuve R-3552-2004, HQD-1, Document 1 ;
- 9 • la prévision budgétaire 2005 comparée à celle présentée dans la preuve  
10 R-3552-2004, HQD-1, Document 1 ;
- 11 • les engagements financiers au 30 juin 2005 ;
- 12 • les indicateurs précurseurs.

13 L'année 2005 est marquée par les faits et évènements suivants :

- 14 • Le Distributeur anticipe finir l'année avec des résultats encourageants  
15 D'une part, les résultats annuels attendus sont maintenant de 422 GWh  
16 par rapport à l'objectif initial de 321 GWh, soit plus de 31,5 % au-delà des  
17 prévisions. D'autre part, le Distributeur prévoit des dépenses inférieures à  
18 l'enveloppe budgétaire 2005 approuvée par la Régie. Les dépenses  
19 prévues sont maintenant estimées à 102 M\$ par rapport à un budget  
20 initialement établi à 119 M\$.
- 21 • En 2005, le Distributeur a procédé à sa première évaluation de l'ensemble  
22 des programmes des marchés résidentiel et affaires pour 2004, de même  
23 qu'à une mise à jour du potentiel technico-économique d'économies

1 d'électricité. Il en découle un impact important sur certains programmes  
2 du marché résidentiel qui se concrétise par un ajustement à la hausse  
3 des résultats 2004 et des prévisions 2005.

4 • En septembre 2005, les volets éclairage et moteur du programme  
5 *Promotion de produits Mieux Consommer – ENERGY STAR* dans le  
6 marché affaires sont lancés, tel que prévu dans la planification 2005 du  
7 Distributeur.

8 • Également en septembre, un projet pilote du programme *Promotion de*  
9 *produits Mieux Consommer – ENERGY STAR* dans le marché résidentiel,  
10 portant sur un produit éconergétique en éclairage, sera mis en place afin  
11 de promouvoir des ampoules fluorescentes compactes ENERGY STAR.  
12 Ce projet permettra de préparer la mise en marché du programme en  
13 2006.

14 • Vu l'ampleur du PGEÉ, le Distributeur a rehaussé l'emphase mise sur les  
15 activités de suivi budgétaire, de suivi des résultats énergétiques et de  
16 gestion de programmes, de projets et de risques d'affaires, pour lui  
17 permettre de mieux cerner les interventions performantes et d'ajuster  
18 celles jugées non optimales.

19 • Le Distributeur, tel qu'il était prévu dans le déploiement des programmes  
20 du marché affaires, a fait appel davantage à sa force de vente dans les  
21 différents territoires du Québec pour faire la promotion des programmes.

22 • Suite à la décision de l'Agence d'efficacité énergétique concernant  
23 l'abandon du programme *Inspection énergétique ÉnerGuide* (maintenant  
24 *Service ÉnerGuide*), le Distributeur s'est assuré de mettre en place les  
25 mécanismes pour livrer le programme.

- 1       • Les programmes visant les clientèles commerciale et institutionnelle au  
2       tarif L sont maintenant gérés par les représentants de l'unité Grandes  
3       entreprises.
- 4       • Le Distributeur est en discussion pour conclure un partenariat avec la  
5       SHQ pour le programme *Rénovation énergétique de logements sociaux et*  
6       *communautaires*.

## **2 SUIVIS ÉNERGÉTIQUE ET BUDGÉTAIRE**

### **2.1 Suivi énergétique – Révision de l'année 2004**

7 Les résultats de l'évaluation des programmes résidentiels, réalisée en 2005, ont  
8 amené le Distributeur à rehausser les résultats 2004 des programmes suivants :

- 9       • le programme *Diagnostic résidentiel* ;
- 10       • le volet thermostats dans les marchés existants ;
- 11       • le volet thermostats dans la nouvelle construction ;
- 12       • le volet minuteriers de piscine du programme *Promotion de produits Mieux*  
13       *consommer – ENERGY STAR*.

14 Le tableau 2.1 présente les nouveaux résultats.

1  
2

**TABLEAU 2.1**  
**SUIVI ÉNERGÉTIQUE 2004 PAR PROGRAMME / ACTIVITÉ – RÉVISION**

Clientèle	Programme/ Volet	Résultats 2004 (GWh) R-3552-2004	Résultats 2004 révisés (GWh) R-3584-2005	Écart (GWh)
<b>Résidentielle</b>	Diagnostic résidentiel	54,0	108,7	54,7
	Novoclimat de l'AEÉ	4,0	4,1	0,1
	Volet Unifamiliales	3,4	3,4	0,0
	Volet Logements	0,6	0,6	0,0
	Service ÉnerGuide de l'OEE	7,0	7,3	0,3
	Volet général	7,0	7,3	0,3
	Volet budget modeste	0,0	0,0	0,0
	Ménages à budget modeste de l'AEÉ	4,0	4,4	0,4
	Rénovation énergétique de logements sociaux et communautaires	0,0	0,0	0,0
	Promotion de produits Mieux consommer – ENERGY STAR	48,0	100,0	52,0
	Volet Thermostats – marché existant	24,0	69,4	45,4
	Volet Thermostats – nouvelle construction	10,0	15,9	5,9
	Volet Minuteriers de piscine	14,0	13,9	-0,1
	Volet Autres produits	0,0	0,9	0,9
<b>TOTAL – Résidentiel</b>		<b>117,0</b>	<b>224,4</b>	<b>107,4</b>
<b>Affaires</b>	Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments	15,0	15,0	0,0
	Volet Bâtiments tarifs G et M	15,0	15,0	0,0
	Volet Bâtiments HQD	0,0	0,0	0,0
	Promotion de produits Mieux consommer – ENERGY STAR	3,0	3,0	0,0
	Volet Diagnostic – Clientèle petits CI	2,0	2,0	0,0
	Volet Produits	1,0	1,0	0,0
	Appui aux initiatives – Systèmes industriels	15,0	15,0	0,0
<b>TOTAL – Affaires</b>		<b>33,0</b>	<b>33,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Grandes entreprises</b>	<b>PIIGE</b>	18,4	19,4	1,0
	<b>PADIGE</b>	2,6	2,6	0,0
	<b>TOTAL – Grandes entreprises</b>	<b>21,0</b>	<b>22,0</b>	<b>1,0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Tous les programmes</b>	<b>171,0</b>	<b>279,4</b>	<b>108,4</b>

3 **Note 1** : Le total et les sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison des arrondis.

### **2.1.1 Ajustement des résultats du Diagnostic résidentiel**

4 Les résultats d'évaluation du programme *Diagnostic résidentiel* démontrent que  
5 les participants ont implanté plus de mesures qu'anticipé. Par ailleurs, les  
6 mesures implantées sont les plus efficaces. Ainsi, le gain unitaire par

1 questionnaire complété est révisé de 173 kWh à 344 kWh. Cette correction  
2 permet de doubler les résultats obtenus du *Diagnostic résidentiel* en 2004 qui  
3 passent de 54 à 108,7 GWh.

### **2.1.2 Ajustement des résultats des thermostats dans le marché existant**

4 Pour le volet thermostats dans le marché existant du programme *Promotion de*  
5 *produits Mieux consommer – ENERGY STAR*, les résultats présentés dans  
6 HQD-7, Document 2 étaient reliés à l'achat de thermostats avec utilisation des  
7 coupons rabais offerts par le Distributeur.

8 L'évaluation de ce volet a permis d'estimer également l'impact des autres  
9 promotions et de la publicité du Distributeur. Au total, le nombre de thermostats  
10 achetés dans le cadre des interventions commerciales du Distributeur est  
11 maintenant estimé à 197 235.

12 Par ailleurs, le gain unitaire est révisé à la hausse, passant de 125 à 137,5 kWh  
13 par thermostat. De plus, l'évaluation démontre qu'un plus grand nombre de  
14 clients procèdent à l'abaissement de température. Ainsi, le taux d'abaissement  
15 de la température est également révisé à la hausse, passant de 23 % à 39 %  
16 pour les résidences unifamiliales, et de 23 % à 32 % pour les résidences  
17 multifamiliales.

18 Finalement, le tendancier a augmenté (en valeur absolue) et le taux  
19 d'opportunisme est réévalué à la baisse.

20 L'ensemble de ces corrections amènent une hausse des résultats pour ce volet  
21 de 45,4 GWh, passant de 24,0 à 69,4 GWh.

### **2.1.3 Ajustement des résultats des thermostats dans la nouvelle construction**

22 Les résultats reliés au volet thermostats dans le marché de la nouvelle  
23 construction du programme *Produits Mieux consommer – ENERGY STAR* sont

1 révisés à la hausse, passant de 10,0 à 15,9 GWh, pour un écart de 5,9 GWh.  
2 Cette révision s'appuie d'une part, sur une augmentation du taux d'abaissement  
3 de la température et une réévaluation à la hausse du gain unitaire en continuité  
4 avec le marché existant et d'autre part, sur une réévaluation du tendancier à la  
5 baisse.

#### **2.1.4 Autres ajustements**

6 En 2004, tel que mentionné dans R-3552-2004, le Distributeur a donné deux (2)  
7 ampoules fluorescentes compactes aux clients qui complétaient leur *Diagnostic*  
8 *résidentiel*. Les coûts de cette intervention ont été comptabilisés en 2004 alors  
9 que les économies d'énergie associées à ces fluorescents compacts n'ont été  
10 reconnues qu'en 2005. La promotion a permis de mettre en circulation 46 952  
11 fluorescents compacts dont l'impact énergétique est évalué à 0,9 GWh lequel est  
12 maintenant attribué au volet autres produits du programme *Promotion de*  
13 *produits Mieux consommer – ENERGY STAR*.

14 Deux ajustements additionnels, totalisant 2 GWh, sont apportés. Un premier  
15 gigawattheure est ajouté pour refléter l'impact énergétique de l'installation  
16 gratuite de thermostats électroniques dans le cadre du programme *Ménages à*  
17 *budget modeste* qui avait été omis dans la demande R-3552-2004. Le deuxième  
18 gigawattheure est ajouté au programme *PIIGE* dans le marché grandes  
19 entreprises, dont les résultats du mesurage confirment des économies  
20 supérieures de 1 GWh par rapport aux résultats précédents.

## **2.2 Résultats au 30 juin 2005**

21 La section suivante et l'annexe A traitent des suivis énergétique et budgétaire au  
22 30 juin 2005. Les tableaux suivants se trouvent à l'annexe A :

- 23
- prévision 2005 / poste budgétaire / programme ;

- 1       • rapport d'avancement au 30 juin 2005 (résultats au 30 juin 2005 /  
2       prévisions au 30 juin 2005) ;
- 3       • rapport d'avancement budgétaire (dépenses au 30 juin 2005 / prévisions  
4       annuelles) ;
- 5       • écart entre le budget prévu et les dépenses réalisées pour l'année 2005  
6       (au 30 juin 2005).

7       Le Distributeur prévoit maintenant déboursier 102 M\$ pour l'année 2005,  
8       comparativement au budget de 119 M\$ octroyé par la Régie dans la décision  
9       D-2005-79. Au 30 juin 2005, les dépenses totalisent 24,9 M\$, soit 25 % de la  
10      prévision annuelle.

11      Comme pour les années antérieures, certaines dépenses se font plus  
12      particulièrement au dernier trimestre, soient :

- 13      • Le versement de l'appui financier pour certains programmes :
- 14          o dans les marchés affaires et grandes entreprises, le Distributeur a  
15          constaté que la majorité des projets se finalisent en fin d'année ;
- 16          o dans le marché résidentiel, les déboursés pour les volets thermostats  
17          et minuteriers de piscine du programme *Promotion de produits Mieux*  
18          *consommer – ENERGY STAR* se font principalement à l'automne. En  
19          effet, au courant de l'automne, les détaillants de piscine font parvenir  
20          au Distributeur un gros volume de demandes de remboursement de  
21          coupons rabais pour les minuteriers vendues au courant de l'été. Les  
22          ventes de thermostats se font de façon saisonnière, particulièrement à  
23          l'automne. Les clients font donc parvenir leurs coupons de  
24          remboursement au Distributeur en fin d'année.
- 25      • Certaines activités des programmes *Novoclimat*, *Service ÉnerGuide* de  
26      l'Office de l'efficacité énergétique (OEE) et *Ménages à budget modeste* de

1 l'Agence de l'efficacité énergétique (AEE) sont concentrées dans la  
 2 deuxième moitié de l'année. Ainsi, les dépenses au 30 juin sont presque  
 3 inexistantes pour ces activités.

### 2.3 Prévisions énergétiques – Année 2005

4 Le tableau 2.2 résume les prévisions énergétiques 2005 pour chaque  
 5 programme. Elles correspondent, non pas à des impacts cumulatifs, mais à des  
 6 impacts annuels.

7 **TABLEAU 2.2**  
 8 **GWh 2005 PAR PROGRAMME / PRÉVISION**

Clientèle	Programme/ Volet	Objectifs 2005 GWh <sup>(1)</sup> R-3552-2004	Objectifs 2005 révisés GWh R-3584-2005	Écart GWh
Résidentielle	Diagnostic résidentiel	43,2	89,3	46,1
	Novoclimat de l'AEE	14,3	11,4	-2,9
	Volet Unifamiliales	5,6	5,6	0,0
	Volet Logements	8,7	5,8	-2,9
	Service ÉnerGuide de l'OEE	21,0	5,4	-15,6
	Volet général	17,0	5,4	-11,6
	Volet budget modeste	4,0	0,0	-4,0
	Ménages à budget modeste de l'AEE	6,3	6,3	0,0
	Rénovation énergétique de logements sociaux et communautaires	0,5	0,5	0,0
	Promotion de produits Mieux consommer – ENERGY STAR	51,9	130,0	78,1
	Volet Thermostats – marché existant	18,7	73,5	54,8
	Volet Thermostats – nouvelle construction	5,9	18,0	12,1
	Volet Minuteriers de piscine	9,0	13,2	4,2
	Volet Autres produits	18,3	25,4	7,1
<b>TOTAL – Résidentiel</b>	<b>137,2</b>	<b>243,0</b>	<b>105,8</b>	
Affaires	Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments	49,0	31,5	-17,5
	Volet Bâtiments tarifs G et M	36,0	26,2	-9,8
	Volet Bâtiments HQD	6,5	5,3	-1,2

Clientèle	Programme/ Volet	Objectifs 2005 GWh <sup>(1)</sup> R-3552-2004	Objectifs 2005 révisés GWh R-3584-2005	Écart GWh
<b>Affaires (suite)</b>	Promotion de produits Mieux consommer – ENERGY STAR	27,8	19,7	-8,1
	Volet Diagnostic - Clientèle petits CI	5,6	5,6	0,0
	Volet Produits	22,2	14,1	-8,1
	Appui aux initiatives – Systèmes industriels	26,3	28,0	1,7
	<b>TOTAL – Affaires</b>	<b>97,3</b>	<b>79,2</b>	<b>-18,1</b>
<b>Grandes entreprises</b>	PIIGE	70,0	70,0	0,0
	PADIGE	9,0	9,0	0,0
	PIBGE	0,0	20,0	20,0 <sup>(2)</sup>
	<b>TOTAL – Grandes entreprises</b>	<b>79,0</b>	<b>99,0</b>	<b>20,0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Tous les programmes</b>	<b>320,5</b>	<b>421,2</b>	<b>100,7</b>

- 1 Note : Le total et les sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison des arrondis.  
 2 Note (1) : Les objectifs 2005 soumis dans la preuve R-3552-2004 ne tiennent pas compte des résultats de  
 3 2004.  
 4 Note (2) : Inclut le transfert de 6 GWh du programme *Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des*  
 5 *bâtiments* et du programme *Promotion de produits Mieux consommer – ENERGY STAR marché*  
 6 *affaires*.

### 2.3.1 Clientèle résidentielle

#### 2.3.1.1 Diagnostic résidentiel

7 Au 30 juin 2005, on compte déjà près de 149 000 diagnostics complétés sur un  
 8 objectif annuel annoncé à la Régie de 250 000, représentant environ 60 % de  
 9 l'objectif annuel après six (6) mois d'opération en 2005.

10 Le Distributeur anticipe donc, pour une deuxième année consécutive, dépasser  
 11 ses objectifs pour ce programme. Le Distributeur prévoit maintenant des  
 12 économies de 89 GWh comparativement à l'objectif initial de 43 GWh. Deux  
 13 raisons expliquent ces écarts :

- 14 • La performance du programme est révisée à la hausse. Au lieu de  
 15 250 000 questionnaires complétés, le Distributeur en anticipe maintenant  
 16 289 000. Les promotions mises de l'avant par le Distributeur (envoi par la

1 poste de questionnaires et de fluorescents compacts gratuits) ont donc eu  
2 l'effet escompté.

- 3 • Les gains unitaires moyens associés au *Diagnostic résidentiel* sont  
4 révisés à la hausse, de 173 kWh à 309 kWh, d'où une augmentation de  
5 l'impact énergétique de 46,1 GWh pour le *Diagnostic résidentiel*.

### **2.3.1.2 Promotion de produits Mieux Consommer – ENERGY STAR / volet thermostats électroniques pour le marché existant**

6 Les résultats au 30 juin 2005 pour le volet thermostats dans le marché existant  
7 démontrent une nette avance par rapport aux objectifs fixés. Le suivi des  
8 résultats mensuels ne porte que sur la partie des thermostats pour lesquels des  
9 coupons rabais sont reçus. Au 30 juin, on décompte 144 831 thermostats pour  
10 lesquels un appui financier a été versé sur un objectif annuel de 262 571  
11 thermostats, soit un pourcentage d'atteinte des résultats de 55 %.

12 Le Distributeur anticipe pour ce volet des économies supérieures de près de  
13 55 GWh par rapport à l'objectif initial de 18,7 GWh. Les résultats anticipés pour  
14 2005 sont maintenant de 73,5 GWh et correspondent à un total de 615 000  
15 thermostats. Ces gains résultent des mêmes ajustements effectués aux résultats  
16 2004 provenant de l'évaluation de programmes, soient ceux associés aux gains  
17 énergétiques moyens, à l'abaissement de température, au tendancier et au taux  
18 d'opportunisme.

### **2.3.1.3 Promotion de produits Mieux Consommer – ENERGY STAR / volet thermostats électroniques dans la nouvelle construction**

19 Les résultats au 30 juin 2005 dépassent déjà de beaucoup l'objectif annuel initial.  
20 À cette date, 62 768 thermostats sont subventionnés sur un objectif annuel fixé à  
21 43 248.

1 Les résultats maintenant anticipés pour 2005 sont presque le triple de l'objectif,  
2 soit 18 GWh au lieu de 5,9 GWh. Deux raisons expliquent cette augmentation :

- 3 • Les ajustements reliés à l'évaluation de programmes faits aux résultats  
4 2004 sont appliqués aux prévisions 2005.
- 5 • La performance du volet en terme d'achat de thermostats pour lesquels  
6 une subvention est demandée est au-delà des attentes. Ainsi, au lieu de  
7 43 000 thermostats subventionnés, le Distributeur en prévoit maintenant  
8 107 400.

#### ***2.3.1.4 Promotion de produits Mieux Consommer – ENERGY STAR / volet minuteriers de piscine***

9 Au 30 juin 2005, on compte 6 926 demandes de remboursement pour des  
10 minuteriers de piscine vendues pour un impact énergétique total de 3,66 GWh.  
11 On constate qu'il y a un délai plus élevé que prévu pour recevoir les demandes  
12 de remboursement des détaillants. Les résultats seraient donc dans les faits plus  
13 élevés.

14 Le Distributeur prévoit dépasser l'objectif de 9 GWh annoncé dans R-3552-2004  
15 et atteindre plutôt 13,2 GWh. Trois facteurs sous-tendent cette nouvelle  
16 prévision :

- 17 • La prolongation du volet jusqu'au 31 décembre 2005 favorise l'utilisation  
18 des minuteriers pour d'autres usages (chauffe-moteur, lumières de Noël)  
19 Avec un ajout de 5 000 minuteriers vendues, l'objectif passe de 20 000 à  
20 25 000 minuteriers.
- 21 • Suite à l'évaluation du volet, le gain unitaire des minuteriers est réévalué à  
22 la hausse de 900 kWh à 944 kWh par minuterier, attribuable  
23 principalement à la révision du potentiel technico-économique, à

1 l'utilisation de moteurs de piscine plus puissants pour les filtres de piscine,  
2 ainsi qu'à la pondération du gain unitaire.

- 3 • Également suite à l'évaluation du volet, le tendancier est réévalué à la  
4 hausse, passant de 10 000 minuterics à 11 000 minuterics vendues  
5 annuellement.

### ***2.3.1.5 Service ÉnerGuide pour les maisons de l'OEÉ de Ressources naturelles Canada***

6 Suite à l'annonce du retrait de l'Agence de l'efficacité énergétique (AEE), le  
7 Distributeur a rapidement pris des arrangements avec l'Office de l'efficacité  
8 énergétique (OEÉ) pour assurer la poursuite du programme. L'OEÉ est par  
9 ailleurs maître d'œuvre pour ce programme dans les autres provinces  
10 canadiennes.

11 L'objectif 2005 du programme *Service ÉnerGuide* est réduit de 15,6 GWh pour  
12 deux raisons :

- 13 • Le délai est plus long qu'anticipé pour la réalisation des travaux, suite aux  
14 inspections de type A. Les clients ayant reçu une visite avant travaux  
15 (type A) en 2005 prévoient réaliser la plus grande partie des travaux en  
16 2006 seulement. La cible de 10 500 visites de type A réalisées devrait  
17 être atteinte. Au 30 juin 2005, on dénombre 4 877 visites de type A  
18 réalisées sur un objectif annuel de 10 500, soit près de 50 % des résultats  
19 à la mi-année. Par contre, le nombre de visites d'après travaux (type B),  
20 permettant de mesurer l'efficacité des mesures implantées, est révisé à  
21 1 500 au lieu des 4 500 prévues. L'impact du délai dans la réalisation des  
22 travaux est estimé à 10,4 GWh à la baisse en 2005, soit 5,4 GWh au lieu  
23 de 17,0 GWh. Les résultats au 30 juin 2005 sont seulement de 309 visites  
24 réalisées, soit moins de 7 % de l'objectif annuel.

- 1       • Le projet pilote pour le volet ménages à budget modeste est terminé. Les  
2       résultats obtenus ne sont pas à la hauteur des attentes. La suite du volet  
3       est en réévaluation. Les 4 GWh prévus en 2005 ne se réaliseront donc  
4       pas.

5       Le Distributeur a enclenché une série d'actions pour corriger la situation dont :

- 6       • Au mois de juillet, une relance a été effectuée auprès de tous les clients  
7       qui avaient demandé une évaluation de type A entre le mois de mars  
8       2004 et le mois de juin 2005 et qui n'ont toujours pas demandé  
9       l'évaluation de type B. L'envoi de lettres personnalisées a eu lieu le 27  
10      juillet dernier.
- 11      • Un sondage auprès des propriétaires au sujet du programme *Service*  
12      *ÉnerGuide* pour les maisons a été réalisé en juin 2005.
- 13      • Une révision de la planification du placement média, de la stratégie et de  
14      l'approche communication/marketing utilisée afin de faire la promotion  
15      d'ÉnerGuide pour les maisons est prévue à l'automne 2005.

#### ***2.3.1.6 Novoclimat de l'Agence de l'efficacité énergétique – Volet logements***

16      Le programme *Novoclimat* - volet logements vise deux segments : les logements  
17      sociaux et les logements et condominiums privés.

- 18      • La cible reliée aux logements sociaux de 1 500 logements certifiés devrait  
19      être atteinte. Bien que le résultat de 280 logements sociaux certifiés au 30  
20      juin 2005 semble loin de l'objectif du Distributeur, on doit considérer qu'à  
21      cette même date, on compte 3 654 inscriptions de logements sociaux.  
22      L'écart se situe au niveau des logements privés. Au 30 juin 2005, on  
23      compte 44 logements privés certifiés, soit 4 % de la cible annuelle de  
24      1 000 logements, et seulement 431 inscriptions. Étant donné ces

1 résultats, la cible est révisée à 5,8 GWh au lieu de 8,7 GWh pour  
2 l'ensemble du volet logements.

3 Pour s'assurer d'une meilleure atteinte des résultats, quelques actions  
4 correctrices sont mises en place et devraient porter fruit pour 2006. Selon les  
5 discussions en cours, l'intérêt des promoteurs semble s'être ravivé. Les  
6 principales actions réalisées sont :

- 7 • Une étude sur l'estimation des surcoûts de construction des bâtiments  
8 multilogements (duplex, triplex et condominiums) construits selon le  
9 concept *Novoclimat* est en cours de réalisation par une firme d'ingénieurs  
10 indépendante.
- 11 • La production d'un dépliant pour les logements privés sera acheminé aux  
12 architectes et ingénieurs du Québec au début du mois de septembre  
13 2005, ainsi qu'à l'ensemble des Offices municipaux de l'habitation.

### **2.3.2 Clientèle affaires**

#### **2.3.2.1 Appui aux Initiatives – Optimisation énergétique / Volet bâtiments G et M**

14 Au 30 juin 2005, 43 projets sont approuvés pour 10 GWh de mesures installées.  
15 L'entonnoir de projets recèle par ailleurs 114 projets validés par le Distributeur  
16 qui, s'ils se réalisent tel que prévu, représentent 39 GWh de plus. Une partie de  
17 ces projets devrait se concrétiser en 2005. De plus, on compte 101 autres projets  
18 actuellement en traitement.

19 L'objectif 2005 est révisé de 36 GWh à 26,2 GWh pour trois raisons :

- 20 • L'aide financière pour la clientèle institutionnelle est maintenue au même  
21 niveau que celui du secteur commercial.
- 22 • Une révision à la baisse des gigawattheures prévus pour les bâtiments  
23 des ministères et organismes du gouvernement du Québec.

- 1       • La mise en place d'un programme pour les bâtiments de la clientèle CI  
2       assujettie au tarif L, vient transférer des gigawattheures du programme  
3       Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments vers le  
4       nouveau Programme d'initiatives des bâtiments – Grandes entreprises  
5       (PIBGE).

6       Le Distributeur a mis en place en 2005 plusieurs actions pour assurer l'atteinte  
7       des objectifs :

- 8       • une promotion plus agressive du programme ;  
9       • une implication accrue de la force de vente en territoire pour la promotion  
10      du programme et l'accompagnement des clients ;  
11      • des améliorations importantes au progiciel d'évaluation de projets,  
12      rendant ainsi plus facile la présentation des dossiers.

### ***2.3.2.2 Promotion des produits Mieux Consommer – ENERGY STAR – marché affaires***

#### **Volets éclairage et moteurs**

14      Les volets éclairage et moteurs ont été lancés tel que prévu en septembre 2005  
15      et sont bien accueillis par les clients, les détaillants et les manufacturiers de  
16      produits. Il faut prévoir un délai dans le marché pour planifier, qualifier et  
17      présenter les projets. Les impacts devraient se faire sentir davantage en 2006.

1 Feux de signalisation

2 Ce volet connaît encore cette année un franc succès. Au 30 juin 2005, 11 300  
3 feux de signalisation sont remplacés pour des économies de 3,3 GWh. L'objectif  
4 présenté dans R-3552-2004 étaient de 22 000 feux pour 8 GWh.

5 Selon les résultats au 30 juin et les dossiers en discussion, l'objectif sera  
6 vraisemblablement dépassé de 4 GWh, pour des résultats au 31 décembre 2005  
7 de 12 GWh.

***2.3.2.3 Appui aux initiatives – Systèmes industriels***

8 Au 30 juin 2005, 18 projets sont approuvés pour des économies d'énergie de  
9 14 GWh. Soixante (60) autres projets sont en cours de traitement et devraient  
10 générer des économies additionnelles d'ici la fin 2005. Le Distributeur est donc  
11 confiant d'atteindre l'objectif révisé de 28 GWh, soit 1,7 GWh de plus que ce qui  
12 avait été annoncé.

***2.3.3 Clientèle grandes entreprises***

***2.3.3.1 PIIGE et PADIGE***

13 Le Distributeur est confiant d'atteindre les objectifs fixés pour ces programmes  
14 pour l'année 2005.

15 Les projets de *PIIGE* acceptés et non encore implantés au 30 juin 2005 totalisent  
16 des économies de plus de 200 GWh. De plus, 28 projets sont à l'étape d'analyse,  
17 correspondant à des économies de 50 GWh.

18 Enfin, le Distributeur prévoit plusieurs implantations au cours du dernier trimestre  
19 de 2005, ce qui devrait lui permettre d'atteindre l'objectif de 79 GWh pour ces  
20 programmes.

1 Le tableau suivant présente, tel que demandé dans la décision D-2005-79, le  
2 portrait du nombre de clients par segment de projets de *PIIGE*. On constate  
3 qu'au 30 juin 2005 plusieurs clients ont soumis plus d'un projet :

4 **TABLEAU 2.3**  
5 **NOMBRE DE PROJETS PAR ABONNEMENT OU PAR SITE AU 30 JUIN 2005**

Nombre de projets	Nombre de clients
1	23
2 à 4	26
5 à 10	9
10 à 20	2
<b>Total</b>	<b>60</b>

#### **2.3.3.2 PIBGE**

6 Il y a eu un transfert des activités pour les clients commerciaux et institutionnels  
7 du tarif L à l'unité Grandes entreprises au cours de l'année 2005. Le Distributeur  
8 a développé un nouveau programme pour traiter les initiatives énergétiques dans  
9 les bâtiments des clients commerciaux et institutionnels – grandes entreprises. Il  
10 offre à ces clients une approche plus personnalisée et donc mieux adaptée à  
11 leurs bâtiments. L'année 2005 est une année de transition.

12 Au 30 juin 2005, 7 GWh sont implantés et plusieurs projets sont en voie de l'être.  
13 En effet, neuf (9) projets totalisant 15 GWh sont présentement à l'étude et le  
14 Distributeur prévoit qu'une majorité de ces projets seront réalisés d'ici la fin de  
15 l'année 2005. Pour ces raisons, le Distributeur revoit sa prévision 2005 à  
16 20 GWh, soit 14 GWh de plus que l'objectif initial.

#### **2.4 Prévisions budgétaires 2005**

17 Le tableau suivant présente les nouvelles prévisions budgétaires 2005  
18 comparées à la demande initiale (R-3552-2004, HQD-2, Document 1).

1  
2

**TABLEAU 2.4**  
**BUDGET 2005 PAR PROGRAMME OU PAR ACTIVITÉ / PRÉVISION**

Clientèle	Programme ou activité / volet	Budget 2005 (M\$)	Budget 2005 révisé (M\$)	Écart (M\$)
		R-3552-2004	R-3584-2005	
<b>Résidentielle</b>	Diagnostic résidentiel	8,3	7,8	0,5
	Novoclimat de l'AEÉ	7,3	6,8	0,5
	Volet Unifamiliales	3,2	3,6	-0,4
	Volet Logements	4,1	3,2	0,9
	Service ÉnerGuide de l'OEEÉ	11,2	5,5	5,7
	Volet général	8,6	5,4	3,2
	Volet budget modeste	2,7	0,1	2,6
	Ménages à budget modeste de l'AEÉ	2,9	3,1	- 0,3
	Rénovations énergétiques de logements sociaux et communautaires	0,7	1,0	-0,3
	Promotion de produits Mieux consommer – ENERGY STAR	11,5	15,8	-4,3
	Volet Thermostats – marché existant	4,5	4,9	-0,4
	Volet Thermostats – nouvelle construction	2,0	4,4	-2,4
	Volet Minuterries de piscine	0,5	0,7	-0,2
	Volet Autres produits	4,5	5,9	-1,4
	<b>TOTAL – Résidentiel</b>	<b>42,0</b>	<b>40,0</b>	<b>2,0</b>
<b>Affaires</b>	Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments	16,3	10,9	5,4
	Volet Bâtiments tarifs G et M	14,6	9,7	4,9
	Volet Bâtiments HQD	1,7	1,2	0,5
	Promotion de produits Mieux consommer – ENERGY STAR	11,7	8,4	3,3
	Volet Diagnostic - Clientèle petits CI	0,6	0,7	- 0,1
	Volet Produits	11,1	7,8	3,3
	Appui aux initiatives – Systèmes industriels	6,4	7,0	-0,6
	<b>TOTAL – Affaires</b>	<b>34,4</b>	<b>26,3</b>	<b>8,1</b>
<b>Grandes entreprises</b>	PIIGE	8,3	9,3	-1,0
	PADIGE	1,0	1,0	0,0
	PIBGE	0,0	3,0	-3,0 <sup>(1)</sup>
	<b>TOTAL – Grandes entreprises</b>	<b>9,3</b>	<b>13,3</b>	<b>-4,0</b>

Clientèle	Programme ou activité / volet	Budget 2005 (M\$)	Budget 2005 révisé (M\$)	Écart (M\$)
		R-3552-2004	R-3584-2005	
<b>Tronc commun</b>	Planification et conception	2,3	2,8	- 0,5
	Communication	10,0	7,6	2,4
	Suivi	0,3	2,3	- 2,0
	Évaluation	1,6	1,6	0
	IDÉE	1,5	1,2	0,3
	PISTE	4,7	0,6	4,1
	Consultation permanente	0,5	0,2	0,3
	Réglementation	0,8	0,8	0
	<b>TOTAL - Tronc commun</b>	<b>21,7</b>	<b>17,1</b>	<b>4,6</b>
<b>Contingence</b>		<b>8,6</b>	<b>2,5</b>	<b>6,1</b>
<b>Frais d'emprunt capitalisés</b>		<b>3,3</b>	<b>3,2</b>	<b>0,1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Tous les programmes</b>	<b>119,2</b>	<b>102,5</b>	<b>16,8</b>

- 1 **Note** : Le total et les sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison des arrondis.  
2 Note (1) : Écart provenant du transfert des programmes *Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des*  
3 *bâtiments* et *Promotion de produits Mieux consommer – ENERGY STAR* marché affaires à  
4 *PIBGE*, de même qu'une augmentation des prévisions de + 14 GWh.

## **2.4.1 Tronc commun**

### **2.4.1.1 Communication**

- 5 La portion du budget de communication pour les activités spécifiques à certains  
6 programmes, évaluée à 2,4 M\$, est réallouée à l'intérieur du budget de ces  
7 mêmes programmes.

### **2.4.1.2 Suivi**

- 8 Tel qu'expliqué à la section 4.4.4 de HQD-1, Document 1, les activités de suivi  
9 sont élargies, touchant maintenant le suivi budgétaire, le suivi des résultats  
10 énergétiques, ainsi que la gestion des programmes, des projets et des risques  
11 d'affaires. Le budget est augmenté par conséquent de 2,0 M\$.

### **2.4.1.3 PISTE**

1 Le Distributeur a débuté ses travaux seulement en mai, suite à la décision de la  
2 Régie. Il s'ensuit donc une diminution de 4,1 M\$ du budget d'aide financière .

### **2.4.2 Clientèle résidentielle**

#### **2.4.2.1 Promotion de produits Mieux Consommer – ENERGY STAR**

3 L'augmentation de 2,4 M\$ en appui financier dans le volet thermostats nouvelle  
4 construction est due à une révision à la hausse du nombre de participants.

5 Le nombre de participants pour le volet minuteriers de piscine étant révisé à la  
6 hausse, il s'ensuit une légère augmentation du budget relié à l'appui financier.

7 L'augmentation du budget du programme de 1,4 M\$ provient du transfert de la  
8 partie de la promotion des fluorescents compacts du programme *Diagnostic*  
9 *résidentiel* au produit éclairage du volet autres produits.

#### **2.4.2.2 Novoclimat de l'Agence de l'efficacité énergétique – Volet logements**

10 Une révision à la baisse du taux de participation des logements privés entraîne  
11 une diminution du budget relié à l'appui financier de 1,0 M\$.

#### **2.4.2.3 Service ÉnerGuide pour les maisons de l'OEE de Ressources naturelles Canada**

12 Le budget du programme est diminué de 5,7 M\$ pour les deux raisons  
13 suivantes :

- 14 • Le délai entre l'inspection de type A et la réalisation des travaux est plus  
15 grand que prévu et par conséquent, le paiement est retardé.
- 16 • Le projet pilote n'ayant pas obtenu les résultats escomptés, le volet  
17 ménages à budget modeste est présentement en réévaluation.

#### ***2.4.2.4 Ménage à budget modeste***

1 À compter du 15 septembre 2005, le montant octroyé à l'Agence de l'efficacité  
2 énergétique pour les visites réalisées auprès des ménages se chauffant à  
3 l'électricité est augmenté de 280 à 310 \$, pour tenir compte de l'indexation des  
4 coûts. Le budget passe donc de 2,9 M\$ à 3,1 M\$.

#### ***2.4.3 Clientèle affaires***

##### ***2.4.3.1 Appui aux initiatives - Optimisation énergétique des bâtiments***

5 Un ajustement à la baisse de 4,8 M\$ est apporté au volet bâtiments tarifs G et M  
6 pour les raisons suivantes :

- 7 • le maintien d'un niveau d'aide financière pour la clientèle institutionnelle  
8 identique à celui de la clientèle commerciale ;
- 9 • le transfert des activités pour les clients commerciaux et institutionnels du  
10 tarif L à l'unité Grandes entreprises au cours de l'année 2005. Une partie  
11 de l'appui financier, soit 1,4 M\$ est transféré du programme *Appui aux*  
12 *Initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments* à *PIBGE* dans le  
13 marché grandes entreprises ;
- 14 • la révision à la baisse du nombre de projets prévus pour les bâtiments  
15 des ministères et des organismes du gouvernement du Québec  
16 entraînant une révision à la baisse de l'appui financier.

17 La partie du budget allouée au développement du volet bâtiments HQD est  
18 diminué de 0,5 M\$, suite à une réévaluation des ressources nécessaires à la  
19 gestion des projets.

### **2.4.3.2 Promotion des produits Mieux consommer – ENERGY STAR – marché affaires**

1 La diminution du budget du programme *Promotion des produits Mieux*  
2 *consommer – ENERGY STAR* est attribuable à trois raisons :

- 3 • le transfert du budget des produits offerts aux clientèles commerciale et  
4 institutionnelle au tarif L à *PIBGE* du marché grandes entreprises,  
5 entraînant une diminution de 0,7 M\$ du budget de *Promotion de produits*  
6 *Mieux consommer – ENERGY STAR* ;
- 7 • la décision de la Régie de maintenir le niveau de l'appui financier du  
8 secteur institutionnel identique à celui du secteur commercial ;
- 9 • le report en 2006 de certains lancements de produits.

10 Le volet feux de circulation connaissant un succès marqué, l'objectif du taux de  
11 participation qui lui est associé, est révisé à la hausse, de même que le budget  
12 pour l'appui financier. Le budget du volet augmente donc de 1,6 M\$.

### **2.4.4 Clientèle grandes entreprises**

#### **2.4.4.1 Programme d'initiatives industrielles – Grandes entreprises (PIIGE)**

13 L'écart de 1 M\$ de plus en 2005 s'explique par le report de paiements de l'année  
14 2004.

#### **2.4.4.2 Programme d'initiatives pour les bâtiments – Grandes entreprises (PIBGE)**

15 La mise en place du nouveau programme *PIBGE* pour la clientèle grandes  
16 entreprises des secteurs commercial et institutionnel répond aux besoins d'une  
17 approche personnalisée pour ce marché. De la nouvelle prévision de 3 M\$,  
18 2,3 M\$ étaient déjà prévus au dossier R-3552-2004 dans les programmes *Appui*  
19 *aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments* et *Promotion de produits*

1 *Mieux consommer ENERGY STAR marché affaires.* Le montant additionnel de  
2 0,7 M\$ s'explique par une prévision à la hausse des gigawattheures implantés de  
3 14 GWh.

## **2.5 Engagements financiers au 30 juin 2005**

### **2.5.1 Marché affaires**

4 **TABLEAU 2.5**  
5 **ENGAGEMENTS FINANCIERS AU 30 JUIN 2005**  
6 **MARCHÉ AFFAIRES**

<b>Programmes</b>	<b>Engagements (M\$)</b>
Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments	5,6
Appui aux initiatives – Systèmes industriels	2,1
<b>TOTAL</b>	<b>7,7</b>

7  
8 Au 30 juin 2005, les engagements financiers dans le marché affaires sont de  
9 7,7 M\$. Ces engagements correspondent à des projets validés qui peuvent se  
10 finaliser d'ici la fin de l'année 2005 ou au cours des années subséquentes.

11 Il est à noter que le cycle de réalisation des projets présentés au Distributeur par  
12 la clientèle affaires peut s'étendre sur plus d'un an. Il peut y avoir un délai de 24  
13 mois entre le moment où le Distributeur valide le projet qui lui est présenté et le  
14 moment où le client réalise le projet. C'est au moment où le Distributeur reçoit la  
15 confirmation de réalisation de travaux et les pièces justificatives que la totalité de  
16 l'aide financière est versée au client. Cependant, lorsque le Distributeur valide le  
17 projet, il s'engage à verser l'aide financière au client à la condition que le projet  
18 se réalise conformément à la proposition initiale. Le budget 2006 prend en  
19 compte une portion des engagements pris en 2005, selon une hypothèse de

1 réalisation des projets validés. Cependant, ces engagements pourraient se  
2 réaliser non pas en 2006 mais seulement en 2007.

### **2.5.2 Marché grandes entreprises**

3 **TABLEAU 2.6**  
4 **ENGAGEMENTS FINANCIERS AU 30 JUIN 2005**  
5 **MARCHÉ GRANDES ENTREPRISES**

<b>Programmes</b>	<b>Engagements (M\$)</b>
Programme d'analyse et de démonstration industrielle – Grandes entreprises (PADIGE)	0,7
Programme d'initiatives industrielles – Grandes entreprises (PIIGE)	19,0
Programme d'initiatives pour les bâtiments – Grandes entreprises (PIBGE)	1,5
<b>TOTAL</b>	<b>21,2</b>

6  
7 Sur la base des projets acceptés au 30 juin 2005, et compte tenu des paiements  
8 effectués à cette date, les engagements financiers du marché grandes  
9 entreprises sont de 21,2 millions de dollars. Les paiements de ces engagements  
10 se réaliseront en 2005, 2006, 2007 et 2008.

11 Pour les programmes du marché grandes entreprises, une période de trois (3)  
12 ans peut s'écouler entre le moment où le projet d'un client est accepté et le  
13 dernier versement de l'aide financière. L'échéancier de la réalisation des projets  
14 relève du client qui est soumis aux aléas de ses contraintes de production et de  
15 marché. De plus, le processus des programmes comporte plusieurs étapes qui  
16 doivent être réalisées : le mesurage avant l'implantation, la signature du contrat,  
17 la réalisation du projet, la validation des coûts en fonction des pièces

1 justificatives et le mesurage après implantation afin de valider les économies  
2 d'électricité. Chacune de ces étapes est aussi soumise à l'échéancier du client.

3 Le Distributeur prend un engagement financier au moment où il accepte un  
4 projet. Cette acceptation est confirmée par l'envoi d'une lettre au client. Le  
5 Distributeur devra verser le montant de l'aide financière calculée conformément  
6 aux modalités du programme. De plus, les programmes du marché grandes  
7 entreprises prévoient le paiement de l'aide financière en trois (3) versements. Le  
8 premier versement (25 %) se réalise au début du projet, le deuxième (75 %) suite  
9 à l'implantation et le troisième (25 %) suite au mesurage après implantation.

## **2.6 Indicateurs précurseurs**

### ***2.6.1 Marchés résidentiel et affaires***

10 Le Distributeur s'est assuré de mettre en place tous les mécanismes lui  
11 permettant d'anticiper les performances de l'ensemble de ses programmes aux  
12 marchés résidentiel et affaires et de réagir en temps opportun pour apporter les  
13 ajustements requis. Les différents mécanismes sont :

- 14 • une mensualisation des objectifs et des budgets et un suivi régulier des  
15 résultats en fonction des objectifs fixés mensuellement ;
- 16 • une analyse des écarts par un comité opérationnel à l'intérieur duquel les  
17 risques sont identifiés et les plans de contingence développés pour réagir  
18 à la concrétisation éventuelle de ces risques ;
- 19 • un plan d'évaluation pour chacun des programmes du PGEÉ des marchés  
20 résidentiel et affaires permettant de mesurer le taux de satisfaction et la  
21 notoriété des programmes, de même que d'anticiper la tendance des  
22 programmes ;

- 1 • pour les projets des programmes *Appui aux initiatives*, une analyse de  
2 l'entonnoir des projets effectuée régulièrement à trois (3) niveaux : les  
3 projets reçus, les projets validés et les projets approuvés, permettant au  
4 Distributeur d'évaluer le potentiel.

### 2.6.2 *Marché grandes entreprises*

5 Le Distributeur présente au tableau suivant les résultats des principaux  
6 indicateurs précurseurs du marché grandes entreprises.

7 **TABLEAU 2.7**  
8 **RÉSULTATS DES INDICATEURS PRÉCURSEURS AU 30 JUIN 2005**  
9 **MARCHÉ GRANDES ENTREPRISES**

Programmes	Indicateurs	Cumulatif 2003-2005	Annuel à ce jour	Source
PADIGE	Nombre de projets acceptés	60	24	Tableaux de bord
	Taux de satisfaction de la clientèle	9,07	9,33	Fiches de satisfaction
	Taux de participation	25%	s/o	Calcul
	GWh engagés	n/a	n/a	Tableaux de bord
PIIGE	Nombre de projets acceptés	156	62	Tableaux de bord
	Taux de satisfaction de la clientèle	9,67	s/o	Fiches de satisfaction
	Taux de participation	33%	s/o	Calcul
	GWh engagés	237,5	55,6	Tableaux de bord
PIBGE	Nombre de projets acceptés	8	7	Tableaux de bord
	Taux de satisfaction de la clientèle <sup>(1)</sup>	s/o	s/o	Fiches de satisfaction
	Taux de participation	10%	s/o	Calcul
	GWh engagés	8,3	6,9	Tableaux de bord

10 (1) Nouveau programme : aucune fiche de satisfaction reçue à ce jour.

11 **Faits saillants des indicateurs du marché grandes entreprises.**

1 Taux de participation :

2 Les clients grandes entreprises présentent un fort taux de participation à tous les  
3 programmes.

4 Pour les clients industriels, 25 % de ceux-ci ont soumis des projets dans le cadre  
5 de *PADIGE* et 33 % ont soumis des projets dans le cadre de *PIIGE*. De plus, en  
6 date du 30 juin 2005, 37 clients ont soumis plus d'un projet d'initiative industrielle,  
7 11 clients ayant soumis 5 projets et plus.

8 Pour les clients commerciaux et institutionnels, 10 % ont soumis des projets à  
9 cette même date.

10 Taux de satisfaction :

11 Dans l'ensemble, les clients sont satisfaits des programmes. Le taux de  
12 satisfaction est supérieur à 9 / 10 pour tous les programmes à ce jour. À noter  
13 que pour chaque projet, le client remplit une fiche de satisfaction qui comporte  
14 trois critères : la qualité du service rendu, la qualité des communications et le  
15 respect des délais. Pour *PIIGE*, il n'y a pas de taux annuel de satisfaction car  
16 aucun projet n'a été complété entre janvier et juin 2005 et aucune fiche de  
17 satisfaction n'a été reçue en date du 30 juin 2005. Pour *PIBGE*, il n'y a pas de  
18 taux annuel de satisfaction car aucun projet n'a été complété en vertu de ce  
19 nouveau programme en date du 30 juin 2005.

20 Nombre de projets acceptés et GWh engagés :

21 Plus de 225 projets sont acceptés à ce jour, dont 94 nouveaux projets au cours  
22 du 1<sup>er</sup> semestre de 2005, ce qui représente respectivement 250 GWh et 68 GWh.

23 Notoriété des programmes :

24 Tous les clients grandes entreprises sont au fait des programmes d'efficacité  
25 énergétique qui leur sont destinés. En effet, les délégués commerciaux Grandes

1 entreprises ont rencontré chacun de leur client à ce sujet. De plus, une  
2 présentation des programmes est réalisée à chaque année lors de la tournée  
3 provinciale des clients du marché grandes entreprises.

4 Le Distributeur a mis en place divers mécanismes lui permettant de suivre les  
5 résultats et d'anticiper la performance de l'ensemble de ses programmes et de  
6 réagir en temps opportun pour apporter les ajustements requis :

- 7 • Un suivi des projets est effectué par un comité opérationnel qui se réunit  
8 plusieurs fois par année et à l'intérieur duquel les projets sont discutés et  
9 les risques évalués. Des actions sont prises pour palier à ces risques.
- 10 • Des indicateurs de suivi de la réalisation et des échéanciers des projets  
11 ont été développés et font l'objet d'un suivi mensuel.
- 12 • Des tableaux de bord de suivi des objectifs d'implantation et budgétaire  
13 sont émis mensuellement.
- 14 • Les projets en cours font l'objet d'un suivi des implantations à venir.

### **3 RAPPORTS D'ÉVALUATION 2004**

#### 15 Mise en contexte

16 En novembre 2004, le Distributeur présentait, dans le cadre de la demande  
17 budgétaire 2005 du PGEÉ 2005-2010, un premier plan d'évaluation pour  
18 l'ensemble des programmes existants des marchés résidentiel et affaires.

19 La présente section a pour objet de dévoiler les faits saillants de l'exercice  
20 d'évaluation pour l'année 2004.

21 Tel qu'approuvé lors de la décision D-2005-79 de la Régie, les activités relatives  
22 à cette évaluation, de la planification à la rédaction du présent rapport, sont  
23 confiées à des firmes spécialisées externes et ceci, dans un souci d'intégrité et  
24 de crédibilité.

- 1 L'exercice de 2004 a consisté à exécuter une première évaluation de l'impact des  
2 principaux programmes sur les marchés visés. Différents sondages ont été  
3 réalisés au cours de 2004 et 2005 afin, notamment, de mesurer la notoriété des  
4 programmes en cours du PGEÉ et la satisfaction des participants à leur égard.
- 5 L'annexe B présente les rapports d'évaluation pour les programmes s'adressant  
6 à la clientèle résidentielle ainsi qu'à la clientèle affaires.