

CANADA
PROVINCE DE QUÉBEC
DISTRICT DE MONTRÉAL
N^o: R-3584-2005

RÉGIE DE L'ÉNERGIE

HYDRO-QUÉBEC DISTRIBUTION

Demanderesse

ET

FÉDÉRATION CANADIENNE DE
L'ENTREPRISE INDÉPENDANTE
(section Québec)

(ci-après « FCEI »)

Intervenante

**Plaidoyer de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante
portant sur la demande d'approbation du budget 2006 du Plan global
en efficacité énergétique**

Régie de l'énergie <i>déposé en audience</i>
DOSSIER: <i>R-3584-2005</i>
PIÈCE NO: <i>C-57-FCEI</i>
Date: <i>23/02/06</i>

LE 22 FÉVRIER 2006

TABLE DES MATIÈRES

1	REMARQUES PRÉLIMINAIRES	3
2	MISE EN SITUATION	3
3.	APPRÉCIATION DU PGEÉ	4
3.1.	Les résultats 2005.....	4
3.2.	Les projections 2006	5
3.3.	Considérations sur les données concernant le marché affaires.....	5
3.4.	Stratégies d'intervention envisagées par le Distributeur pour 2006	8
3.5.	Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments et Appui aux initiatives – Systèmes industriels.....	9
3.6.	Considérations sur certains postes de dépenses.....	9
3.7.	Recommandations	10

1 REMARQUES PRÉLIMINAIRES

1. Ce document constitue le plaidoyer de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) dans le cadre de la demande d'approbation du budget 2006 du Plan global en efficacité énergétique.
2. La FCEI est composée de petites et moyennes entreprises (PME) assujetties aux tarifs du Distributeur.
3. La FCEI est l'association patronale qui défend les petites et moyennes entreprises d'ici et qui, par ses représentations auprès des pouvoirs et organismes publics, leur permet de prospérer économiquement au bénéfice de l'ensemble des citoyens et citoyennes du Québec. La FCEI regroupe plus de 24 000 PME québécoises œuvrant dans tous les secteurs d'activités économiques et dans toutes les régions du Québec.
4. La FCEI se préoccupe du contexte énergétique dans lequel évoluent les clientèles qu'elle représente. Le contrôle des coûts par le biais d'une utilisation plus efficace de l'énergie est une donnée incontournable dans une perspective d'amélioration de la compétitivité de ces clientèles.

2 MISE EN SITUATION

5. La plaidoirie que la FCEI avait prononcée dans le cadre du dossier R-3552-2004 était globalement favorable au Plan global d'efficacité énergétique présenté alors. La FCEI soumettait qu'elle visait à accompagner le Distributeur dans sa démarche. La FCEI reconnaissait que l'envergure des ressources économiques dédiées à un objectif relativement ambitieux d'économies d'énergie présupposait du sérieux de la démarche du Distributeur.
6. Dans le présent dossier, le Distributeur avance que l'an 2 du PGEÉ 2005-2010 est caractérisé par le maintien des approches et des programmes déjà engagés¹. Cette continuité n'empêche pas la révision à la hausse des objectifs d'économies d'énergie et des budgets.

¹ HQD-1, document 1, page 86, lignes 18 et 19.

7. Pour l'année 2006, les ressources requises du Distributeur, pour l'élaboration, la mise en place et la réalisation du PGEÉ sont évaluées à 169,3 M\$. Cette somme ne tient pas compte du budget de 1,6 M\$ pour l'adaptation et l'application des programmes à la clientèle des réseaux autonomes.
8. Pour cette même année, les investissements requis des partenaires et des clients du Distributeur totalisent respectivement 13,4 et 86,4 M\$.
9. Les investissements totaux, toutes sources confondues, sont de 270,7M\$. La projection des économies d'énergie correspond à 519,7 GWh implantés pour l'année 2006.
10. Sur l'horizon 2005-2010, le PGEÉ à l'étude prévoit, à la fin de 2010, l'implantation de 4,1 TWh, soit une hausse de 1,1 TWh lorsque comparée à la prévision antérieure de 3,0 TWh.
11. Sur la période 2003-2010, les investissements totaux seront de 1 874,5 M\$ dont 1 063,7 seront assumés par le Distributeur, 93,1 M\$ par les partenaires et 717,7 M\$ par les clients.
12. Ce dossier, quant à son ampleur, a été clairement limité par la Régie dans ses décisions D-2005-192 et D-2005-209.

3 APPRÉCIATION DU PGEÉ

3.1 LES RÉSULTATS 2005

13. Une analyse plus fine, tant des résultats attendus en 2005 que des prévisions 2006, démontre que, dans le marché Affaires, tant les résultats obtenus en 2005 que les prévisions d'économie d'énergie pour 2006 sont en dessous des attentes présentées dans le dossier R-3552-2004. Ce retard se maintient jusqu'en l'an 2010².
14. En date du 26 septembre 2005, les objectifs révisés dans tous les marchés (résidentiel, affaires, grandes entreprises) montrent un dépassement de 100,7 GWh de la prévision antérieure, 320,5 GWh, présentée dans le dossier R-3552-2004 pour s'établir à 421,2 GWh. Le

² HQD-1, document 1, page 6, tableau 2.1.

marché Affaires est le seul marché en régression de 18,1 GWh sur un objectif fixé à 97,3 GWh dans le dossier R-3552-2004³.

15. Les objectifs ré-revisés en audience à 438 GWh, montrent des économies réelles d'énergie, au 31 décembre 2005, de 89 GWh. Dans le marché Affaires, le déficit de GWh économisés passe de 18,1 à 8,3, en se référant à l'objectif fixé à 97,3 GWh dans le dossier R-3552-2004.
16. Le budget alloué à la clientèle Affaires est aussi en baisse, passant de 34,4 M\$ dans le dossier R-3552-2004 à 26,3 M\$ en date du 26 septembre 2005, R-3584-2005 pour s'établir à 27 M\$ selon les données présentées en audience⁴.

3.2 LES PROJECTIONS 2006

17. Pour 2006, les économies d'énergie (GWh ajoutés) projetées sont de 125,9 en baisse de 36,3 GWh par rapport à la prévision pour l'an 2 (2006) que le Distributeur faisait dans le dossier R-3552-2004. Le marché Affaires est le seul à voir baisser les objectifs d'économie d'énergie⁵.
18. Pour 2006, le budget projeté pour le marché Affaires, 38,4 M\$ est en baisse de 7,2 M\$ par rapport à la prévision pour l'an 2 (2006) que le Distributeur faisait dans le dossier R-3552-2004⁶. Encore là, le marché Affaires est le seul à subir une diminution de budget.

3.3 CONSIDÉRATIONS SUR LES DONNÉES CONCERNANT LE MARCHÉ AFFAIRES

19. Devant une relative déception de la part de la FCEI, lors des audiences, le témoin du Distributeur a tout de même admis que :

«Donc si, je ne veux pas faire d'annonce, là, mais si on avait le... si le même rythme se continuait en début d'année, les quatre, cinq premiers mois, c'est clair que, dans la prochaine

³ Mémoire de la FCEI, page 5, tableau 1.

⁴ HQD-5, document 1, page 3.

⁵ Mémoire de la FCEI, page 6, tableau 3.

⁶ Ibid, page 7, tableau 4.

demande budgétaire, on se devra de réviser les objectifs pour ce créneau de marché.

Mais pour l'instant, on n'en parle pas, on est très contents du nombre important de projets qui nous ont été déposés à partir de septembre, octobre, novembre, décembre 2005. Ce qui nous permet d'atteindre, même de les dépasser, là, les objectifs. Puis on entrevoit 2006 de meilleure façon.»⁷ (Nos soulignés).

20. Même si la FCEI voit dans cette affirmation des signes positifs, elle se permet trois observations :
- ce ne sont là que des promesses non chiffrées;
 - la meilleure façon de s'assurer de l'effort du Distributeur est, pour la Régie, de reconnaître l'insuffisance des résultats projetés dans le marché Affaires et de fixer une cible plus exigeante au Distributeur;
 - les intervenants ne peuvent réagir, dans leur mémoire, qu'à la preuve qu'ils ont sous les yeux.
21. La FCEI soumet que la preuve fait une part congrue au marché Affaires.
22. Dans sa plaidoirie présentée dans le cadre du dossier R-3552-2004, la FCEI faisait la recommandation suivante :
- La Régie devait demander au Distributeur de présenter dans le prochain plan, une stratégie pour rejoindre ces clientèles (petits commerces, petites industries). Une telle stratégie doit faire mention des barrières spécifiques à ces clientèles et montrer comment les programmes visent à les éliminer.
23. Cette recommandation est encore actuelle si on se fie aux résultats de l'évaluation déposée dans le présent dossier sous la cote HQD-2, document 1, annexe B. Cette évaluation a été faite au niveau d'une partie des impacts sur le marché, telles que la participation et la satisfaction de la clientèle et la notoriété de l'ensemble des programmes des marchés

⁷ Notes sténographiques (NS), volume 1, pages 101 et 102.

résidentiels et affaires pour 20048. Aucune évaluation des économies d'énergie n'a été faite.

24. Cette évaluation montre que le programme Appui aux initiatives- Optimisation énergétique des bâtiments n'est connu que de 26 % de l'échantillon sondé. Le programme Appui aux initiatives- Systèmes industriels n'est connu que de 12 % de l'échantillon sondé. Le programme Diagnostic personnalisé (Petit G) n'est connu que de 24 % de l'échantillon sondé⁹.
25. La FCEI note aussi les réserves des participants qui sont autant de barrières qui subsistent dans tous les programmes.

Appui aux initiatives- Optimisation énergétique des bâtiments

Les participants ont les réserves face au fonctionnement du programme quant :

- aux exigences entourant la soumission d'un projet;
- au délai avant de recevoir une réponse d'Hydro-Québec;
- aux délais avant de recevoir l'aide financière d'Hydro-Québec, une fois les travaux complétés¹⁰.

Appui aux initiatives – Systèmes industriels

Les participants ont les réserves face au fonctionnement du programme quant :

- au délai de réponse d'Hydro-Québec sur l'acceptation du projet soumis;
- aux délais de réception de l'aide financière d'Hydro-Québec, une fois les travaux complétés¹¹.

⁸ HQD-4, document 4, page 14, réponse 12.1.

⁹ Mémoire de la FCEI, page 9, tableau 5.

¹⁰ HQD-2, document 1, annexe B, marché Affaires, page 14.

¹¹ HQD-2, document 1, annexe B, marché Affaires, page 32.

26. Quant au Programme Diagnostic personnalisé (Petit G), ceux qui ont répondu qu'ils n'étaient probablement pas (25%) intéressés et certainement pas (15%) intéressés à participer, ont invoqué n'être pas à l'aise avec Internet, être locataires.
27. La FCEI soumet que si le Distributeur a une bonne connaissance des barrières auxquelles fait face la clientèle des PME, comme il l'affirme dans sa preuve, cette connaissance ne transpire pas des résultats du sondage.
28. La FCEI veut éviter que le manque de notoriété se transforme en perte de crédibilité générale reliée aux programmes d'efficacité énergétique.
29. La FCEI soumet que le Distributeur a échoué en 2004 le test de la mise en marché des programmes destinés à la clientèle Affaires.
30. Dans le dossier R-3552-2004, les experts communs faisaient remarquer :
- «It's really important for the administrators of efficiency programs to think like a business, a competitive business. It has to go out and win its customers and keep its customers and build relationship with these customers over time. »¹²*

3.4 STRATÉGIES D'INTERVENTION ENVISAGÉES PAR LE DISTRIBUTEUR POUR 2006

31. La FCEI prend acte du fait, qu'à la lumière des résultats de l'évaluation, le Distributeur met en tête de liste pour tous les programmes une stratégie visant à en augmenter la notoriété¹³. La FCEI en déduit que le Distributeur en fait sa grande priorité.
32. La FCEI veut dissiper tout malentendu à l'effet que la stratégie d'augmenter la notoriété n'est, à son avis, appropriée que pour le programme **Promotion de produits Mieux Consommer – Energy Star – marché affaires**. Le Mémoire de la FCEI reconnaît que l'objectif d'accroître la notoriété des programmes est, à la lumière de l'évaluation très importante¹⁴. Ce constat fait suite à l'examen des programmes

¹² R-3552-2004, Notes sténographiques, volume 3, page 25, lignes 16 à 21.

¹³ HQD-1, document 1, pages 40, 42 et 47.

¹⁴ Mémoire de la FCEI, page 11.

3.5 APPUI AUX INITIATIVES - OPTIMISATION ÉNERGÉTIQUE DES BÂTIMENTS ET APPUI AUX INITIATIVES – SYSTÈMES INDUSTRIELS.

33. La FCEI est d'avis qu'il y a lieu d'établir une priorité parmi les actions envisagées. La FCEI s'inscrit en faux contre l'assertion du Distributeur à l'effet *qu'il n'est pas approprié d'établir une liste de priorités parmi les actions envisagées puisqu'elles sont toutes prioritaires*¹⁵.
34. Le Distributeur prétend que les ressources humaines dont il dispose sont à même de gérer de multiples priorités¹⁶. L'importance du budget demandé peut faire illusion. Toutefois, il a été mis en preuve que les ressources du Distributeur semblent être étirées¹⁷. La FCEI réitère qu'il y a lieu d'établir une courte liste de priorités afin de s'assurer que les actions soient focalisées, continues et, ultimement donnent les résultats escomptés.

3.6 CONSIDÉRATIONS SUR CERTAINS POSTES DE DÉPENSES

35. La FCEI soumet qu'il n'y a pas lieu d'accorder le budget de 12,4 M\$ au titre de contingence¹⁸. Tous les programmes ne seront pas également performants. Les budgets peuvent être réaménagés pour faire face aux éventualités tout en respectant l'enveloppe globale autorisée par la Régie.
36. La FCEI soumet que le budget de 4,1 M\$ pour le développement de banques de données qui seront en opération au plus tôt au printemps 2007 doit à tout le moins faire partie d'un compte de frais reportés étant donné qu'aucun bénéfice tangible ne semble prévu au cours de l'année 2006.
37. La FCEI prend au sérieux l'efficacité énergétique, tant par la communication auprès de ses membres que, par exemple, par sa participation au fonds en efficacité énergétique de Gaz Métro.

¹⁵ HQD-4, document 4, page 10 réponse 7.2.

¹⁶ NS, volume 2, page 104, lignes 1 à 7.

¹⁷ NS, volume 2, page 126, lignes 17 à 25.

¹⁸ HQD-4, document 1, page 4.

38. La FCEI est disposée à conclure un protocole d'entente avec le Distributeur pour établir un partenariat non seulement durable mais aussi efficace en efficacité énergétique.

3.7 RECOMMANDATIONS

39. À la lumière des données de l'évaluation, la FCEI recommande que le Distributeur cherche par tous les moyens possibles, à coûts raisonnables, à accroître la notoriété de ces programmes.

40. La Régie devrait fixer des cibles de notoriété à atteindre dans le marché Affaires lors de la prochaine évaluation.

41. La FCEI recommande que la Régie ordonne au Distributeur de déposer un calendrier pour les évaluations de KWh économisés pour chacun des programmes.

42. Étant donné que les données de l'évaluation semblent indiquer que les programmes : **Appui aux initiatives- Optimisation énergétique des bâtiments et Appui aux initiatives – Systèmes industriels** ont su intéresser une plus grande proportion d'entreprises ayant des dépenses énergétiques annuelles de plus de 50 000\$ et les établissements ayant plus de 100 employés¹⁹, la FCEI recommande que le Distributeur cherche à établir un partenariat avec les associations patronales afin, non seulement d'augmenter la notoriété des programmes, mais aussi de créer une «légitimité» des investissements en efficacité énergétique.

43. La FCEI recommande au Distributeur d'envisager, si ce n'est pas déjà fait, la possibilité de produire des documents techniques sur une base sectorielle. Par exemple, dans un secteur manufacturier donné, de tels documents pourraient répertorier les différentes étapes de production, la machinerie utilisée et suggérer à chacune de ces étapes et pour chaque machine des améliorations visant à en accroître l'efficacité énergétique.

44. La FCEI recommande au Distributeur d'envisager, pour faire l'évaluation avec un tel outil, la possibilité d'établir des partenariats avec les facultés de génie.

¹⁹ HQD-2, document 1, annexe B, marché Affaires, pages 10 et 28.

45. La FCEI réitère son offre de collaboration au Distributeur pour la confection et la promotion de programmes d'efficacité énergétique adaptés à la réalité des PME du Québec.

Le tout respectueusement soumis.

Montréal, ce 22 février 2006.

(s) Fasken Martineau DuMoulin

FASKEN MARTINEAU DuMOULIN s.r.l.
Procureurs de l'intervenante FCEI



Copie conforme