

**PLAN GLOBAL EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE
BUDGET 2007**

PREUVE

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	7
2. ORIENTATIONS DU PGEÉ	7
2.1. CONTEXTE	7
2.2. HORIZON 2007	8
3. SUIVI ÉNERGÉTIQUE ET BUDGÉTAIRE.....	10
3.1. MÉCANISMES DE SUIVI	10
3.2. SUIVI ÉNERGÉTIQUE – RÉVISION DE L'ANNÉE 2005.....	11
3.3. PRÉVISIONS ÉNERGÉTIQUE ET BUDGÉTAIRE – 2006.....	12
3.3.1. <i>Marché résidentiel</i>	14
3.3.2. <i>Marché affaires</i>	14
3.3.3. <i>Marché grandes entreprises</i>	15
3.3.4. <i>Tronc commun</i>	16
3.4. ENGAGEMENTS FINANCIERS	17
3.4.1. <i>Marché résidentiel</i>	17
3.4.2. <i>Marché affaires</i>	17
3.4.3. <i>Marché grandes entreprises</i>	18
3.5. CONTINGENCE.....	18
4. DEMANDE BUDGÉTAIRE 2007.....	19
5. PROGRAMMES ET ACTIVITÉS DU PGEÉ 2007	22
5.1. MARCHÉ RÉSIDENTIEL.....	23
5.1.1. <i>Diagnostic résidentiel</i>	23
5.1.2. <i>Promotion des produits Mieux consommer – ENERGY STAR</i>	25
5.1.3. <i>Ménages à faible revenu</i>	28
5.1.4. <i>Service ÉnerGuide pour les maisons</i>	42
5.1.5. <i>Novoclimat de l'AEÉ – volets unifamilial et logements privés</i>	44
5.1.6. <i>Réseaux autonomes</i>	45
5.2. MARCHÉ AFFAIRES	46
5.2.1. <i>Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments</i>	46
5.2.2. <i>Appui aux initiatives – Systèmes industriels</i>	48
5.2.3. <i>Promotion des produits Mieux consommer – ENERGY STAR - marché affaires</i>	50
5.2.4. <i>Réseaux autonomes</i>	53
5.3. MARCHÉ GRANDES ENTREPRISES	54
5.3.1. <i>PADIGE</i>	54
5.3.2. <i>PIIGE</i>	55
5.3.3. <i>PIBGE</i>	57
5.3.4. <i>PAMUGE</i>	58
5.3.5. <i>Activités de suivi, évaluation et communication – Grandes entreprises</i>	59
5.4. GÉOTHERMIE.....	62
5.4.1. <i>Contexte</i>	62
5.4.2. <i>Positionnement de la géothermie</i>	62
5.4.3. <i>Orientations par marché</i>	66
5.4.4. <i>Activités à venir et échéancier</i>	68
5.5. TRONC COMMUN.....	69
6. ANALYSES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRE	71

LISTE DES ANNEXES

Annexe A : Tableaux détaillés

A1 : Prévisions budgétaire et énergétique

A2 : Analyses économiques et financière

Annexe B : Rapport du comité de travail – Diagnostic résidentiel

Annexe C : Faits saillants du projet-pilote : ÉnerGuide - Volet Budget modeste

Annexe D : Liste des abréviations, acronymes et symboles

1

LEXIQUE – NOMS DES PROGRAMMES/ACTIVITÉS ET DES VOLETS

Diagnostic - résidentiel	Diagnostic résidentiel
Mieux consommer - résidentiel	Promotion des produits Mieux Consommer – Energy Star
ÉnerGuide	Service ÉnerGuide pour les maisons
Novoclimat	Novoclimat de l'Agence de l'efficacité énergétique
Budget modeste	Programme d'efficacité énergétique chez les ménages à budget modeste de l'Agence de l'efficacité énergétique
Rénovation – logements sociaux	Rénovation énergétique de logements sociaux
Rénovation – logements comm. et privés	Rénovation énergétique de logements communautaires et privés
Initiatives - bâtiments	Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments
Initiatives – systèmes industriels	Appui aux initiatives – Systèmes industriels
Mieux consommer - affaires	Promotion des produits Mieux Consommer – Energy Star – marché affaires
Produits efficaces	Volet – produits efficaces
Diagnostic - affaires	Volet – Diagnostic énergétique personnalisé – clientèle petits CI
PADIGE	Programme d'analyse et de démonstration industrielles – Grandes entreprises
PIIGE	Programme d'initiatives industrielles – Grandes entreprises
PIBGE	Programme d'initiatives pour les bâtiments – Grandes entreprises
PAMUGE	Programme d'amélioration majeure d'usine – Grandes entreprises
IDÉE	Initiatives de démonstrations technologiques et d'expérimentation
PISTE	Projets d'initiatives structurantes en technologies efficaces

1. INTRODUCTION

1 Ce document présente la demande budgétaire 2007 du Plan global en efficacité
2 énergétique (PGEÉ) d'Hydro-Québec Distribution (Distributeur). Dans les
3 prochaines sections, les éléments suivants sont décrits :

- 4 • les orientations retenues par le Distributeur pour les années 2006 et 2007
5 (section 2) ;
- 6 • le suivi budgétaire et énergétique pour l'année 2006 (section 3) ;
- 7 • les besoins budgétaires du Distributeur pour l'année 2007 (section 4) ;
- 8 • les ajustements détaillés apportés aux programmes et activités du PGEÉ
9 (section 5) ;
- 10 • les résultats des analyses économiques et financière (section 6).

2. ORIENTATIONS DU PGEÉ

2.1. Contexte

11 Pour développer sa demande budgétaire 2007, le Distributeur s'appuie sur les
12 orientations définies pour le PGEÉ 2005-2010. La poursuite de ces orientations
13 se justifie principalement par les bons résultats observés à ce jour pour ses
14 programmes. Par ailleurs, le PGEÉ s'inscrit largement dans le cadre de la
15 stratégie énergétique 2006-2015 du gouvernement du Québec.

16 Le Distributeur apporte cependant des ajustements qui, pour l'essentiel, visent à
17 tenir compte de décisions, hors de son contrôle, prises par certains de ses
18 partenaires-clés. Ainsi, il prend acte de la décision de l'Agence de l'efficacité
19 énergétique (AEE) de ne pas concevoir, développer et mettre en œuvre un
20 programme suite à l'expérience négative du projet pilote *ÉnerGuide pour les*
21 *ménages à budget modeste*. Il prend également acte des décisions du

1 gouvernement fédéral d'abolir unilatéralement, sans remplacement, du moins
2 dans l'immédiat, le programme *ÉnerGuide pour les maisons* et les volets de
3 rénovations éconergétiques du *Programme d'aide à la remise en état des*
4 *logements (PAREL)*.

5 Ces décisions entraînent certains délais dans le développement et l'implantation
6 d'une approche commerciale renouvelée pour la clientèle à faible revenu, tel que
7 prévu par le Distributeur dans la demande R-3584-2005. Soucieux d'offrir une
8 offre commerciale complète et de qualité à cette clientèle dans les plus brefs
9 délais, ce dernier explique à la section 5.1.3 du présent document l'encadrement
10 et la démarche retenus pour bonifier dès l'automne 2006 les services
11 éconergétiques présentement disponibles.

12 Enfin, le Distributeur a pris connaissance du mandat que le gouvernement du
13 Québec confie à l'AEÉ afin d'élaborer et d'implanter un plan d'ensemble visant à
14 mieux utiliser l'énergie. Le Distributeur participera activement au cours des
15 prochains mois au développement de ce plan. Ne sachant à l'avance ni les
16 objectifs ni les stratégies qui seront retenus par l'AEÉ, les projections
17 énergétiques et budgétaires du PGEÉ pour les années subséquentes à 2007
18 sont établies indépendamment des réflexions et discussions à venir avec l'AEÉ.
19 Ces projections sont ainsi basées sur la poursuite des activités prévues l'an
20 prochain. D'ici 2010, le Distributeur prévoit investir 1 331 M\$ afin d'atteindre
21 4,7 TWh, tel que retenu dans le Plan stratégique 2006-2010 d'Hydro-Québec.

2.2. Horizon 2007

22 Le Distributeur révisé à la hausse l'objectif d'économies d'énergie cumulées du
23 PGEÉ à l'horizon 2007 de 1,8 TWh à 2,0 TWh (+ 14 %).

1
2

TABLEAU 2.1
ÉCONOMIES D'ÉNERGIE POUR 2003-2007 DU PGEÉ (GWH IMPLANTÉS) * **

	R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
Résidentiel	986	1 066	+ 80
Affaires	399	442	+ 43
Grandes entreprises	379	528	+ 149
Tronc commun	20	0	- 20
Total	1 784	2 035	+ 251

3
4
5

Notes : * Inclut les impacts énergétiques des programmes adaptés pour les réseaux autonomes.
** Les totaux peuvent être différents de la somme des données en raison des arrondis.

6

Cette hausse s'explique principalement par les éléments suivants :

7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21

- Marché résidentiel : l'introduction du nouveau volet *Rénovation – logements communautaires et privés* (+ 7,2 GWh), la révision à la hausse des objectifs de thermostats électroniques, ainsi que l'ajout d'incitatifs pour l'achat et l'installation de thermostats dans les duplex, triplex et multilogements existants (+ 67 GWh) et le prolongement d'un an de l'appui financier pour les thermostats électroniques associés à la nouvelle construction (+ 27 GWh).
- Marché affaires : l'augmentation du volume prévu de projets pour les programmes *Initiatives – bâtiments* (+ 42 GWh) et *Initiatives – systèmes industriels* (+ 38 GWh).
- Marché grandes entreprises : l'accroissement du nombre de projets prévus pour le programme *PIIGE* (+ 137 GWh).
- Tronc commun : le report de la date d'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation touchant les normes de construction des bâtiments au printemps 2008 plutôt qu'à l'automne 2007 (- 20 GWh).

1 Le Distributeur aura investi 560 M\$ pour la réalisation du nouvel objectif
2 d'économies d'énergie sur la période 2003 à 2007. Au cours de la même période,
3 les investissements requis par les partenaires et les clients seront
4 respectivement, de 26 M\$ et 281 M\$. Les informations détaillées liées à ces
5 investissements et à leurs impacts énergétiques se retrouvent à l'annexe A.

3. SUIVI ÉNERGÉTIQUE ET BUDGÉTAIRE

3.1. Mécanismes de suivi

6 Le Distributeur s'est assuré de mettre en place tous les mécanismes lui
7 permettant d'anticiper les performances de l'ensemble de ses programmes et de
8 réagir en temps opportun pour apporter les ajustements requis. Les principaux
9 mécanismes sont :

- 10 • une mensualisation des objectifs et des budgets et un suivi régulier des
11 résultats en fonction des objectifs fixés mensuellement ;
- 12 • une analyse des écarts par un comité opérationnel à l'intérieur duquel les
13 risques sont identifiés et les plans de contingence développés pour réagir
14 à la concrétisation éventuelle de ces risques ;
- 15 • un plan d'évaluation pour chacun des programmes du PGEÉ des marchés
16 résidentiel et affaires permettant de mesurer entre autres éléments le taux
17 de satisfaction et la notoriété des programmes et d'anticiper la tendance
18 des programmes ;
- 19 • une analyse des projets des programmes *Appui aux initiatives* effectuée
20 régulièrement à trois (3) niveaux : les projets reçus, les projets validés et
21 les projets approuvés, permettant au Distributeur d'évaluer le potentiel ;

3.2. Suivi énergétique – Révision de l'année 2005

1 Le Distributeur a révisé à la hausse les résultats de 46 GWh pour l'année 2005.
 2 Cette révision fait suite principalement aux résultats des sondages réalisés au
 3 début de l'année 2006 sur les thermostats électroniques et les minuteriers de
 4 piscine.

5 **TABLEAU 3.1**
 6 **SUIVI ÉNERGÉTIQUE 2005 PAR PROGRAMME / ACTIVITÉ – RÉVISION**

Marché	Programme/Volet	Résultats 2005 (GWh) R-3584-2005	Résultats 2005 révisés (GWh) R-3610-2006	Écart (GWh)
Résidentiel	Diagnostic - résidentiel	81,4	81,4	0
	Novoclimat	10,7	10,8	0,1
	Volet Unifamiliales et logements privés	6,6	6,6	0
	Volet Logements sociaux	4,1	4,1	0
	ÉnerGuide - régulier	5,6	5,6	0
	ÉnerGuide - MBM	0,3	0	-0,3
	Rénovation - logements comm. et privés	0	0	0
	Rénovation - logements sociaux	0	0	0
	Budget modeste	7,0	7,0	0
	Mieux consommer - résidentiel	100,3	146,3	46,0
	Volet Thermostats- marché existant	53,9	103,5	49,6
	Volet Thermostats- nouvelle construction	28,7	24,4	-4,3
	Volet Minuteriers de piscine	14,3	15,0	0,7
	Volet Autres produits	3,4	3,4	0
Réseaux autonomes	0	0	0	
TOTAL - Résidentiel	205,3	251,1	45,8	
Affaires	Initiatives - bâtiments	35,5	35,5	0
	Volet Bâtiments tarifs G et M	29,2	29,2	0
	Volet Bâtiments HQD	6,3	6,3	0
	Mieux consommer - Affaires	12,8	12,8	0
	Volet Diagnostic - affaires	1,5	1,5	0
	Volet Produits efficaces	11,3	11,3	0
	Initiatives - systèmes industriels	40,4	40,4	0
Réseaux autonomes	0	0	0	
TOTAL - Affaires	88,7	88,7	0	
Grandes entreprises	PIIGE	110,3	110,3	0
	PADIGE	17,1	17,1	0
	PIBGE	17,3	17,5	0,2
	TOTAL - Grandes entreprises	144,7	144,9	0,2
TOTAL	Tous les programmes	438,7	484,7	46,0

7
 8 Note : Les totaux et les sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison des
 9 arrondis.

3.3. Prévisions énergétique et budgétaire – 2006

- 1 Le tableau 3.2 présente les prévisions énergétique et budgétaire pour l'année
- 2 2006 et les écarts par rapport à ce que le Distributeur avait prévu dans la
- 3 demande R-3584-2005.

1
2
3

**TABLEAU 3.2
PRÉVISIONS ÉNERGÉTIQUE ET BUDGÉTAIRE 2006 PAR PROGRAMME
AU 30 AVRIL 2006**

	Prévisions en économie d'énergie (GWh)			Prévisions budgétaires (M\$)		
	R-3584-2005	R-3610-2006	Écart	R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
Marché résidentiel						
Diagnostic résidentiel	69,5	77,3	7,8	10,9	11,6	0,6
Novoclimat	22,7	22,6	-0,1	11,9	12,6	0,8
Volet unifamiliales et logements privés	18,0	18,0	0,0	9,2	9,7	0,5
Volet logements sociaux	4,6	4,6	0,0	2,7	2,9	0,3
ÉnerGuide - Régulier	22,8	22,8	0,0	10,4	13,0	2,6
ÉnerGuide - MBM	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rénovation - logements comm. et privés	0,0	0,2	0,2	0,0	1,0	1,0
Rénovation - logements sociaux	2,0	1,5	-0,5	1,5	1,5	-0,1
Budget modeste	8,0	8,0	0,0	3,9	3,9	0,0
Mieux consommer - résidentiel	128,4	147,8	19,4	21,8	23,7	1,9
Réseaux autonomes	3,6	3,6	0,0	1,1	1,1	0,0
Total marché résidentiel	256,9	283,8	26,9	61,5	68,3	6,9
Marché affaires						
Initiatives - bâtiments						
Volet bâtiments tarifs G et M	47,1	53,0	5,9	15,1	20,0	4,9
Volet bâtiments HQD	10,1	10,1	-	2,3	2,3	-
Initiatives - systèmes industriels	28,9	42,0	13,1	8,6	12,1	3,5
Mieux consommer - affaires						
Volet produits efficaces	34,3	24,3	(10,0)	11,7	10,4	(1,3)
Volet diagnostic affaires	5,6	1,0	(4,6)	0,8	1,2	0,4
Réseaux autonomes	0,3	0,3	-	0,2	0,2	-
Total marché affaires	126,3	130,7	4,5	38,7	46,2	7,5
Marché grandes entreprises						
PADIGE	9,3	9,3	-	0,9	0,9	0,0
PIIGE	105,5	154,0	48,5	12,4	17,6	5,2
PIBGE	25,2	26,2	1,0	4,1	4,3	0,2
PAMUGE	-	-	-	8,2	8,4	0,2
Total marché grandes entreprises	140,0	189,5	49,5	25,6	31,2	5,6
Tronc commun						
Planification et conception	0	0	0	4,6	4,7	0,1
Communication	0	0	0	8,4	8,4	0,0
Suivi	0	0	0	4,0	3,4	-0,6
Évaluation	0	0	0	3,1	2,1	-1,0
IDÉE	0	0	0	1,5	1,5	0,0
PISTE	0	0	0	4,9	2,9	-2,0
Consultation permanente	0	0	0	0,5	0,5	0,0
Réglementation	0	0	0	0,6	1,0	0,4
Réseaux autonomes	-	-	-	0,3	0,3	-
Total tronc commun	0	0	0	27,8	24,8	-3,1
Contingence				12,4	0	-12,4
Frais d'emprunt capitalisés				4,9	6,0	1,1
TOTAL du PGEÉ	523,2	604,0	80,8	170,9	176,5	5,6

4

5
6

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

3.3.1. Marché résidentiel

1 La prévision énergétique pour le marché résidentiel a augmenté de 27 GWh. Les
2 principales raisons expliquant cette hausse sont :

- 3 • le maintien du gain unitaire du *Diagnostic - résidentiel* à son niveau de
4 2005 (309 GWh), contrairement à une diminution prévue dans la
5 demande R-3584-2005 (278 GWh) ;
- 6 • l'augmentation du volume de thermostats prévus (marché existant et
7 nouvelle construction) dans le cadre du programme *Mieux Consommer –*
8 *résidentiel*, suite aux sondages réalisés au début de l'année 2006.

9 Quant aux budgets, ils sont accrus de 6,9 M\$ principalement suite :

- 10 • à la bonification de l'aide financière pour les thermostats du programme
11 *Mieux Consommer* (1,9 M\$) destinée aux plex et multilogements ;
- 12 • l'ajout de coûts de gestion et d'un appui financier pour les évaluations du
13 programme *ÉnerGuide – volet général* suite au retrait du gouvernement
14 fédéral (2,6 M\$) ;
- 15 • au développement du nouveau volet *Rénovation énergétique des*
16 *logements sociaux* (1 M\$).

3.3.2. Marché affaires

17 La prévision énergétique pour le marché affaires a légèrement augmenté
18 (4,5 GWh) par rapport à l'objectif présenté dans la demande R-3584-2005. Les
19 budgets ont été modifiés en conséquence (+ 7,5 M\$). Les changements
20 s'expliquent principalement par les éléments suivants :

- 21 • l'augmentation du volume de projets et la révision des taux
22 d'opportunité des programmes *Initiatives - bâtiments* (volet *bâtiments*
23 *tarifs G et M*) et *Initiatives – systèmes industriels* ;

3.3.4. Tronc commun

1 Les prévisions budgétaires sont révisées à la baisse (-3,1 M\$). Cette diminution
2 est attribuable aux délais dus à la mise en place des projets dans le cadre des
3 activités *PISTE* et *IDÉE*, ainsi qu'aux projets relatifs au dossier d'évaluation des
4 programmes.

5 En 2006, dans le cadre de l'activité *PISTE*, le Distributeur a signé cinq (5)
6 contrats pour le recyclage de réfrigérateurs et congélateurs énergivores. Il
7 compte lancer un autre appel de propositions d'ici le mois de décembre.

8 Le Distributeur a lancé un appel de propositions pour de nouvelles technologies
9 d'éclairage et de chauffage, ventilation et climatisation (CVC) dans le cadre de
10 l'activité *IDÉE*. Ces propositions seront analysées au cours des prochains mois.
11 Un suivi des projets autorisés et en cours de réalisation est effectué en continu et
12 des rapports d'étapes sont présentés au comité consultatif *PISTE/IDÉE*.

13 Le Distributeur a également initié des activités d'évaluation pour les programmes
14 *Initiatives – bâtiments* et *systèmes industriels* ainsi que pour le volet *Produits*
15 *efficaces*. Il a fait appel au consortium formé par SOM, RLW Analytics,
16 Tecmarket Works, et Génivar pour le programme *Initiatives – systèmes*
17 *industriels* et au consortium ADEC-Géocom composé de Les conseillers ADREC,
18 Géocom Recherche Inc. M. Sheldon Feldman et CIMA+ pour le programme
19 *Initiatives – bâtiments* et le volet *Produits efficaces*. Il s'apprête à octroyer un
20 mandat d'évaluation après un appel de propositions prévu d'ici la fin de 2006
21 pour les programmes *Diagnostic – résidentiel* et les volets *thermostats – marché*
22 *existant* et *minuteriers de piscine* du programme *Mieux Consommer – résidentiel*.

3.4. Engagements financiers

3.4.1. *Marché résidentiel*

1 Au 30 avril 2006, les engagements financiers dans le marché résidentiel se
2 chiffrent à 2,5 M\$. Ces engagements financiers correspondent à des demandes
3 reçues pour lesquelles l'appui financier n'a pas encore été versé.

4 **TABLEAU 3.4 – ENGAGEMENTS FINANCIERS AU 30 AVRIL 2006**

Programmes	Engagements (M\$)
ÉnerGuide	0,7
Novoclimat – Volet Unifamiliales	1,1
Novoclimat – Volet Logements	0,7
TOTAL	2,5

3.4.2. *Marché affaires*

5 Au 30 avril 2006, les engagements financiers dans le marché affaires sont de
6 16,4 M\$. Ces engagements correspondent à des projets validés qui peuvent se
7 finaliser d'ici la fin de l'année 2006 ou au cours des années subséquentes.

8 **TABLEAU 3.5 – ENGAGEMENTS FINANCIERS AU 30 AVRIL 2006**

Programmes	Engagements (M\$)
Initiatives – bâtiments	10,4
Initiatives – systèmes industriels	4,8
Mieux consommer – affaires	1,2
TOTAL	16,4

3.4.3. *Marché grandes entreprises*

1 Sur la base des projets acceptés au 30 avril 2006 et compte tenu des paiements
2 effectués à cette date, les engagements financiers du marché grandes
3 entreprises sont de 38,4 M\$. Les paiements de ces engagements se réaliseront
4 en 2006, 2007, 2008 et 2009. La présente demande budgétaire tient compte de
5 ces engagements.

6 **TABLEAU 3.6 – ENGAGEMENTS FINANCIERS AU 30 AVRIL 2006**

Programmes	Engagements (M\$)
PADIGE	1,3
PIIGE	33,9
PIBGE	3,2
PAMUGE	-
TOTAL	38,4

3.5. *Contingence*

7 Dans le cadre de la demande R-3584-2005, le Distributeur a prévu une
8 contingence de 12,4 M\$ pour l'année 2006. Cette somme viendra en bonne
9 partie éponger les écarts budgétaires associés aux programmes, aux activités du
10 tronc commun et aux frais d'emprunt capitalisés qui totalisent 18,0 M\$. Ces
11 écarts, tant à la hausse qu'à la baisse, sont présentés au tableau 3.2 et les
12 principales variations sont expliquées à la section 3.3. Le Distributeur prévoit
13 ainsi un accroissement de ses besoins budgétaires pour l'ensemble du PGEÉ de
14 5,6 M\$ (18,0 M\$ - 12,4 M\$).

15 Le Distributeur ne peut, à ce stade-ci, déposer devant la Régie une demande de
16 budget additionnel compte tenu des décalages possibles de quelques mois d'un

- 1 certain nombre de projets. S'il y a lieu, il précisera au cours de l'automne ses
2 besoins excédentaires.

4. DEMANDE BUDGÉTAIRE 2007

- 3 Les ressources financières demandées par le Distributeur pour le PGEÉ en 2007
4 sont évaluées à 245 M\$, tel qu'illustré au tableau 4.1 par programme et par
5 activité et par poste budgétaire.

1 TABLEAU 4.1 : BUDGET 2007 PAR POSTE BUDGÉTAIRE POUR LE PGEÉ (M\$)

Programmes /activités	GWh	Développement	Commercialisation	Exploitation	Aide financière	Suivi et évaluation	TOTAL
Marché résidentiel							
Diagnostic résidentiel	68	2,2	8,5	7,0	0,0		17,6
Novoclimat	37	0,2	1,2	3,5	14,0		18,9
Volet unifamiliales et logements privés	32	0,2	1,1	3,1	11,7		16,0
Volet logements sociaux	5	0,0	0,2	0,4	2,3		2,9
ÉnerGuide	28	0,4	1,1	6,4	11,0		19,0
Volet général	28	0,4	1,1	6,4	11,0		19,0
Volet budget modeste	-	0,0	0,0	0,0	0,0		-
Rénovation - logements comm. et privés	7	0,8	0,7	1,2	6,0		8,7
Rénovation - logements sociaux	5	0,2	0,2	0,6	2,6		3,5
Budget modeste	8	0,1	0,1	0,4	3,3		3,9
Mieux consommer - résidentiel	142	0,9	5,9	5,6	20,6		33,0
Réseaux autonomes	5	0,1	0,0	0,1	1,2		1,5
Sous-Total Marché résidentiel	301	4,9	17,6	24,9	58,7	0,0	106,1
Marché affaires							
Initiatives - bâtiments	91						
Volet bâtiments tarifs G et M	85	1,7	1,8	3,8	20,4		27,6
Volet bâtiments HQD	6	0,1			1,2		1,3
Initiatives - systèmes industriels	42	1,8	1,5	2,2	6,9		12,5
Mieux consommer - affaires	58						
Volet produits efficaces	52	1,5	2,7	1,3	9,2		14,7
Volet diagnostic affaires	6	1,2	0,7	1,0	0,8		3,8
Réseaux autonomes	0	0,0	0,0	0,0	0,1		0,2
Sous-Total Marché affaires	191	6,3	6,7	8,3	38,7	0,0	60,0
Marché grandes entreprises							
PADIGE	9	0,03	0,04	0,1	0,7	0,1	1,0
PIIGE	140	0,3	0,4	1,5	14,0	0,8	17,0
PIBGE	20	0,1	0,1	0,3	3,1	0,1	3,6
PAMUGE	0	0,2	0,2	0,8	1,8	0,4	3,4
Sous-Total Marché grandes entreprises	170	0,5	0,8	2,7	19,6	1,4	24,9
Tronc commun							
Planification et conception	0	4,7	0,0	0,0	0,0	0,0	4,7
Communication	0	0,0	8,4	0,0	0,0	0,0	8,4
Suivi	0	0,7	0,0	0,0	0,0	2,7	3,4
Évaluation	0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9	1,9
IDÉE	0	0,5	0,0	0,0	1,0	0,0	1,5
PISTE	0	4,4	0,0	0,0	1,0	0,0	5,4
Consultation permanente	0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
Réglementation	0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Réseaux autonomes	0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2
Sous-Total Tronc commun	0	11,2	8,5	0,2	2,0	4,6	26,4
TOTAL PGEÉ	661	22,9	33,5	36,1	119,0	6,0	217,5
Contingence							18,9
Frais d'emprunt capitalisés							8,6
GRAND TOTAL		22,9	33,5	36,1	119,0	6,0	245,0

2

3 Notes : Les totaux et les sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison des

4 arrondis.

5 La contingence représente 10%.

6 Le Distributeur prévoit pour l'année 2007 une hausse budgétaire de 71,6 M\$

7 (+ 41 %), comparativement aux prévisions présentées dans la demande

8 R-3584-2005. Cette hausse s'accompagne d'une augmentation des impacts

9 énergétiques de 110,6 GWh (+ 20 %).

10

1
 2

TABLEAU 4.2
BUDGET POUR L'ANNÉE 2007 (M\$)

	R-3584-2005	R-3610-2006	Écart	Écart en %
Résidentiel	67,8	106,1	+38,3	+56,5
Affaires	43,3	60,0	+16,7	+38,7
Grandes entreprises	17,6	24,9	+7,3	+41,6
Tronc commun	27,1	26,4	-0,7	-2,3
Contingence et frais d'emprunt capitalisés	17,6	27,5	+9,9	+56,4
TOTAL	173,4	245,0	+71,6	+41,3

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

 4
 5

TABLEAU 4.3
ÉCONOMIES D'ÉNERGIE POUR L'ANNÉE 2007 (GWH AJOUTÉS)

	R-3584-2005	R-3610-2006	Écart	Écart en %
Résidentiel	253,0	300,6	+47,6	+18,8
Affaires	160,9	190,5	+29,6	+18,4
Grandes entreprises	116,4	169,7	+53,3	+45,8
Tronc commun	20,0	0	-20,0	-100,0
TOTAL	550,3	660,9	+110,6	+20,1

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

7 L'accroissement budgétaire s'explique principalement par :

- 8 • la hausse des incitatifs et l'approche personnalisée pour les programmes
-
- 9
- Diagnostic*
- dans les marchés résidentiel (+ 9,6 M\$) et affaires (+ 3 M\$) ;

- 1 • l'ajout de coûts de gestion et d'un appui financier pour les inspections
2 (+ 6,7 M\$) suite au retrait du gouvernement fédéral du programme
3 *ÉnerGuide – volet général* ;
- 4 • l'introduction du nouveau volet *Rénovation – logements communautaires*
5 *et privés* (+ 7,8 M\$) ;
- 6 • l'implantation de nouveaux produits, telles que les portes et fenêtres
7 (+ 3,3 M\$), la révision de l'aide financière pour le volet *thermostats -*
8 *marché existant* pour les plex et multilogements (+ 2,3 M\$) et le
9 prolongement du volet *thermostats - nouvelle construction* (+ 5,6 M\$)
10 dans le cadre du programme *Mieux consommer – résidentiel* ;
- 11 • l'accroissement du nombre de projets et la révision des taux
12 d'opportunité du marché affaires dans les programmes *Initiatives –*
13 *bâtiments* (+ 11,6 M\$) *et Initiatives – systèmes industriels* (+ 4,0 M\$) ;
- 14 • l'augmentation du nombre de projets dans le cadre du *PIIGE* du marché
15 grandes entreprises (+ 5,2 M\$).

5. PROGRAMMES ET ACTIVITÉS DU PGEÉ 2007

16 Les principaux ajustements apportés aux objectifs énergétiques, aux éléments
17 opérationnels et budgétaires et aux modalités des programmes et des activités¹
18 pour 2007 sont décrits aux sections indiquées ci-contre :

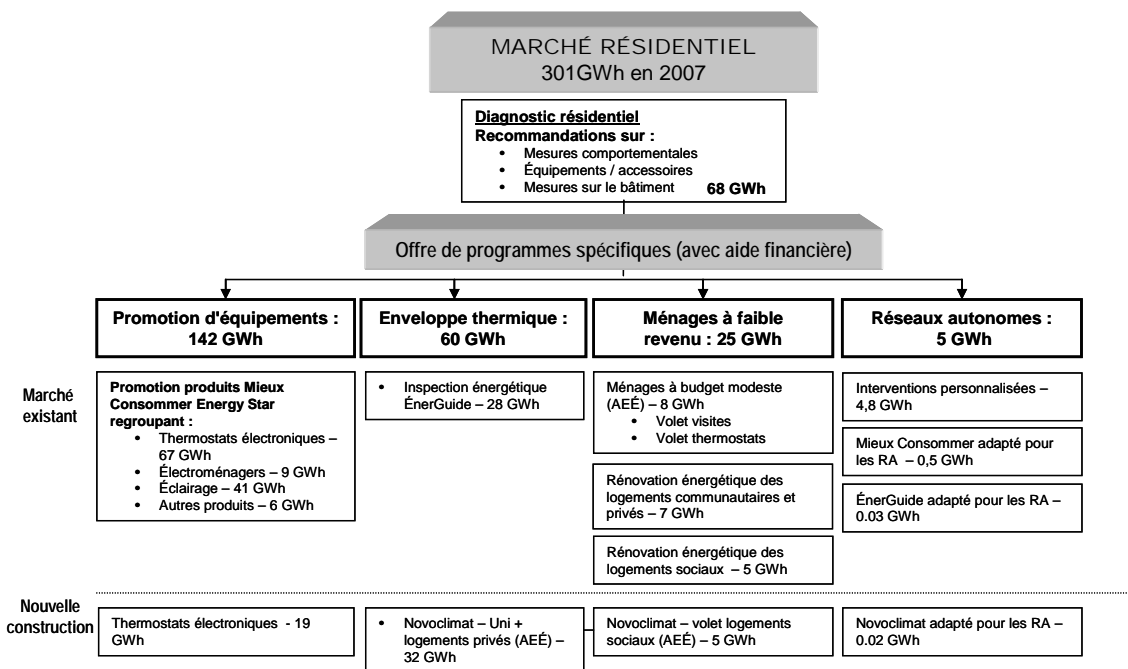
- 19 • les programmes du marché résidentiel (section 5.1) ;
- 20 • les programmes du marché affaires (section 5.2) ;
- 21 • les programmes du marché grandes entreprises (section 5.3) ;

¹ La description détaillée des programmes et des activités se retrouve à la pièce HQD-1, document 1, Annexe A, de la demande budgétaire 2006, R-3584-2005.

- 1 • l'approche commerciale pour la géothermie pour tous les marchés
- 2 (section 5.4) ;
- 3 • les activités du tronc commun (section 5.5).

5.1. Marché résidentiel

FIGURE 5.1 : PROGRAMMES DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL



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

5.1.1. Diagnostic résidentiel

7 Modalités du programme

8 Aucun changement n'est apporté.

1 Objectif d'économies d'énergie

2 Les ajustements envisagés à la stratégie de commercialisation du programme,
3 tel que présentés ci-dessous, devraient permettre au Distributeur de maintenir
4 l'objectif commercial de 220 000 diagnostics complétés en 2007. Par ailleurs, le
5 Distributeur a décidé de maintenir pour 2007 le gain unitaire retenu pour l'année
6 2005, contrairement à une diminution prévue dans la demande R-3584-2005.
7 Ainsi, l'objectif d'économies d'énergie est fixé à 68 GWh en 2007, soit une
8 hausse de 7 GWh par rapport au précédent objectif.

9 **TABLEAU 5.1 : HYPOTHÈSES DE CALCUL 2007**

	Gain unitaire moyen (kWh/an)	Volume	Impact énergétique (GWh ajoutés)
Questionnaires traités	309	220 000	68

10 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

11 Le Distributeur adaptera d'ici l'automne 2006 sa stratégie de commercialisation
12 du programme en fonction des conclusions du comité de travail auquel ont
13 participé entre autres Négawatts Productions inc. et l'Association des
14 propriétaires du Québec (APQ) et, également, de l'expérience acquise dans le
15 cadre des projets pilotes avec ces dernières. Les conclusions du comité de
16 travail et du projet pilote avec l'APQ sont présentées, respectivement, à l'annexe
17 B du présent document et à la section 4 de HQD-15, document 2.

18 Les ajustements proposés ont pour but de rallier les segments plus difficiles à
19 atteindre (ex. locataires, aînés, clients grands consommateurs) et d'appliquer
20 une approche plus personnalisée dans le déploiement du *Diagnostic résidentiel*.
21 Les diverses actions ciblées permettront de compléter l'approche de masse
22 présentement retenue pour commercialiser le programme. Parmi les actions
23 potentielles, on retrouve :

- 1 • *thermostats électroniques – nouvelle construction* : maintien de l'aide
2 financière à l'installation de ces thermostats jusqu'à l'adoption au Québec
3 de la norme CSA-828 ;
- 4 • *fenêtres ENERGY STAR®* : les résultats de l'étude de marché, menée
5 conjointement avec l'AIPVFQ en 2005 (voir la section 6, HQD-15,
6 document 2), alimentent actuellement les travaux de conception qui
7 mèneront à une intervention en partenariat avec l'AIPVFQ dès 2007. Les
8 actions, définies de façon conjointe avec cette association d'ici l'automne
9 2006, viseront à stimuler à la fois l'offre et la demande de fenêtres
10 ENERGY STAR®. Afin d'augmenter la notoriété de cette gamme de
11 produits à haut rendement énergétique, les actions incluront la
12 sensibilisation, la formation et de l'aide financière pour les créneaux de
13 marché où une plus faible pénétration est constatée. Les modalités de ce
14 volet ne seront rendues publiques que lors de son lancement afin d'éviter
15 de déstabiliser le marché.

16 Objectif d'économies d'énergie

17 L'objectif d'économies d'énergie pour ce programme en 2007 augmente de près
18 de 29 GWh passant de 111 à 142 GWh. Cet écart s'explique principalement
19 comme suit :

- 20 • *thermostats électroniques – marché existant (+ 15 GWh), nouvelle*
21 *construction (+ 19 GWh)* : participation plus forte que prévue ;
- 22 • *éclairage efficace ENERGY STAR® (- 3 GWh)*, révision à la baisse du
23 gain unitaire annuel.

24 Malgré l'arrêt de la promotion des minuteriers de piscines à la fin 2006, tel
25 qu'indiqué dans la demande R-3584-2005, le Distributeur prévoit le
26 remboursement d'un nombre limité de minuteriers au début de l'année 2007,
27 expliquant ainsi les impacts énergétiques présentés dans le tableau ci-dessous.

1 Il est important de souligner que les travaux d'évaluation de ce produit,
2 présentement en cours, pourraient amener le Distributeur à poursuivre cette
3 promotion s'il est démontré que la transformation de marché envisagée n'est pas
4 encore complétée.

5 **TABLEAU 5.3 : HYPOTHÈSES DE CALCUL 2007**

Équipement	Gain unitaire moyen (kWh/an)	Volume (net des opportunistes)	Impact énergétique (GWh ajoutés)
Thermostats – marché existant	163	415 000	67,5
Thermostats – nouvelle construction	160	118 000	18,9
Minuteriers de piscines	944	4 000	3,8
Électroménagers *	101	85 000	8,6
Éclairage **	20	2 100 000	41,2
Fenêtres	49	38 500	1,9
Total			142

6 Notes : * Laveuse à linge, réfrigérateur, congélateur, lave-vaisselle, distributeur d'eau
7 ** Fluo compacts 10, 15, 25 W, luminaires, DEL saisonniers

8 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

9 La mise à jour des prévisions budgétaires pour 2007 reliées aux activités
10 opérationnelles des promotions actuelles du programme *Mieux Consommer -*
11 *résidentiel* révèle une hausse budgétaire pour le Distributeur de 10,9 M\$. Celle-ci
12 s'explique et se répartit principalement comme suit :

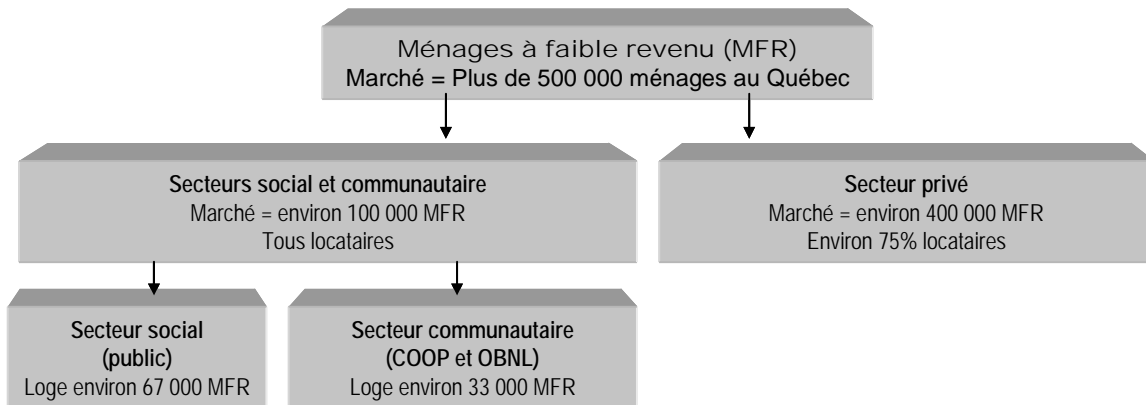
- 13 • *thermostats – marché existant* pour les plex et multilogements : + 2,3 M\$
14 qui s'explique par une augmentation de 40 % du nombre de thermostats
15 subventionnés basés sur la tendance observée des résultats réels, ainsi
16 que sur un incitatif accru, tel que prévu au budget ;

1 **Portrait des ménages à faible revenu**

2 Selon les seuils de faible revenu (SFR) utilisés par Statistique Canada², il y aurait
3 au Québec environ 500 000 ménages à faible revenu, tel qu'établi à la pièce
4 HQD-13, document 1.

5 Par ailleurs, selon les informations obtenues par le Distributeur, il y aurait au
6 Québec environ 100 000 ménages à faible revenu résidant dans des logements
7 sociaux (ou publics) et communautaires (coopératives d'habitation et organismes
8 à but non lucratif). Cela signifie qu'environ 400 000 ménages à faible revenu, soit
9 environ 80 % de leur ensemble, seraient logés dans le secteur privé. Les
10 ménages à faible revenu logés dans les secteurs social et communautaire sont
11 tous locataires et environ 75 % de ceux logés dans le secteur privé seraient
12 locataires. Les ménages à faible revenu locataires seraient davantage
13 concentrés dans les régions urbaines tandis que ceux qui sont propriétaires se
14 retrouveraient en plus forte proportion en milieu rural.

15 **FIGURE 5.2 : MÉNAGES À FAIBLE REVENU**



² Source : *Les seuils de faible revenu de 2005 et les mesures de faible revenu de 2004*, Statistique Canada, Cat. # 75F0002MIF, vol. 4, 2006.

1 Principes directeurs

2 Une fois ce constat établi, il apparaît impératif pour le Distributeur d'agir là où
3 cela peut avoir le plus d'impact, guidé par certains principes :

- 4 • agir auprès des plus démunis ;
- 5 • agir là où il y a des potentiels significatifs en efficacité énergétique ;
- 6 • agir dans des secteurs où une intervention peut être rapide ;
- 7 • agir en concertation avec des acteurs externes pour optimiser l'offre en
8 créant un effet de synergie ;
- 9 • offrir une aide financière calibrée de manière à couvrir 100 % du surcoût
10 des mesures d'efficacité énergétique parce que cette clientèle n'a pas ou
11 très peu de marge de manœuvre financière pour effectuer de tels
12 investissements.

13 La section qui suit décrit l'ensemble des programmes d'efficacité énergétique
14 actuellement offerts ou supportés par le Distributeur et s'adressant aux ménages
15 à faible revenu, les bonifications prévues à court terme et les actions que le
16 Distributeur compte mettre en place pour optimiser son offre à cette clientèle au
17 cours des mois à venir. De plus, en collaboration avec les services de
18 recouvrement du Distributeur, une stratégie commerciale en efficacité
19 énergétique sera développée en 2006 visant spécifiquement la clientèle en
20 difficulté de paiement qui totalisent près de 40 000 ménages au Québec (voir
21 *Activités à venir* de la section 5.1.3.3.). Cette stratégie sera développée en
22 concertation avec des groupes d'intérêt actifs auprès de cette clientèle. Par
23 ailleurs, au cours de l'année, le Distributeur participera aux travaux sous la
24 responsabilité de l'AEÉ dans le cadre du Plan d'ensemble en efficacité
25 énergétique et, s'il y a lieu, il ajustera son action pour tenir compte des résultats
26 de ces travaux.

1 ***Programmes actuellement offerts ou supportés par Hydro-Québec***
2 ***Distribution***

3 Tel que présenté dans la demande R-3584-2005, trois programmes sont déjà
4 offerts ou supportés par le Distributeur et visent spécifiquement la clientèle à
5 faible revenu :

- 6 • *Programme d'efficacité énergétique chez les ménages à budget modeste*
7 *de l'AEÉ ;*
- 8 • *Novoclimat (AEÉ) - Volet logements sociaux et communautaires ;*
- 9 • *Le volet social du programme « Rénovation énergétique pour les*
10 *ménages à faible revenu (MFR) » - appelé, dans la demande*
11 *R-3584-2005, Rénovation énergétique de logements sociaux et*
12 *communautaires.*

5.1.3.1. Budget modeste

13 Modalités du programme

14 Dans sa lettre adressée à la Régie en date du 19 avril 2006 dans le cadre de la
15 demande R-3584-2005, le Distributeur souligne, entre autres, que l'ordonnance
16 de la Régie de modifier les modalités de ce programme en s'inspirant des
17 recommandations d'Option consommateurs relève de la responsabilité de l'AEÉ
18 et est administrée de manière indépendante par cette dernière. À cet effet, l'AEÉ
19 a informé le Distributeur que les recommandations formulées par Option
20 consommateurs dans la décision D-2006-56 de la Régie sont significativement
21 différentes de celles discutées dans le cadre du comité de travail piloté par l'AEÉ
22 et composé d'agents livreurs, particulièrement à l'égard de la durée et du
23 montant de la visite. L'AEÉ compte appliquer les recommandations de son
24 comité consultatif.

1 L'AEÉ n'envisage pas, du moins à court terme, mettre en oeuvre les
2 recommandations formulées par Option consommateurs portant sur le montant
3 alloué à l'achat d'équipements économiseurs et sur la durée de la visite pour les
4 raisons suivantes :

- 5 • la valeur moyenne des produits installés chez les clients a été inférieure
6 au montant prescrit (60 \$) due à la formation de regroupements d'achat
7 permettant l'obtention de prix rabais ;
- 8 • la durée des visites (90 minutes) est jugée satisfaisante par les principaux
9 agents livreurs.

10 Quant à la recommandation touchant le *Diagnostic - résidentiel*, l'AEÉ et le
11 Distributeur souhaite à très court terme et cela, en collaboration avec les
12 agents livreurs, examiner les améliorations opérationnelles permettant à ces
13 derniers de fournir aux clients les formulaires requis, lors de leurs visites à
14 domicile. De plus, l'AEÉ demandera aux agents livreurs d'utiliser le formulaire
15 qu'elle a développé pour saisir les principales caractéristiques du logement et
16 faire la synthèse des mesures d'économie d'énergie recommandées.

17 Objectif d'économies d'énergie

18 L'objectif de 8 GWh pour l'année 2007 est maintenu.

19 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

20 Il est prévu que le projet pilote, intitulé «Volet 1 amélioré» avec l'ACEF de l'Estrie
21 soit terminé à l'automne 2006. À la lumière des résultats, le Distributeur
22 examinera, s'il y a lieu, les pistes de solutions permettant d'accroître les
23 économies d'énergie chez la clientèle visée par le programme.

24 Quant au budget pour l'année 2007, aucun ajustement n'est apporté pour
25 l'instant.

1

TABLEAU 5.5 : BUDGET 2007 (M\$)

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
3,9	3,9	0

2

5.1.3.2. Novoclimat - volet logements sociaux et communautaires

Modalités du programme

4 D'ici l'automne 2006, le Distributeur compte effectuer une mise à jour de l'aide
5 financière pour les logements sociaux et communautaires dans le but de tenir
6 compte des surcoûts de construction constatés dans les différents segments du
7 marché. Dans le cadre de ces travaux, le Distributeur visera à ce que l'appui
8 financier pour la construction des logements sociaux et communautaires
9 représente non plus 75 %, mais plutôt 100 % des surcoûts liés à l'implantation
10 des mesures *Novoclimat*. En contrepartie de cette bonification de l'aide
11 financière, le Distributeur s'attendra à ce que la totalité sinon une forte majorité
12 des nouveaux logements abordables chauffés tout à l'électricité soient produits
13 selon le concept *Novoclimat*. Il a déjà entrepris des pourparlers avec la Société
14 d'habitation du Québec (SHQ) et l'AEÉ pour que le concept *Novoclimat* ne soit
15 plus une option, mais devienne obligatoire dans les secteurs social et
16 communautaire, à tout le moins lorsqu'il s'agit d'une nouvelle construction
17 chauffée à l'électricité³.

Objectif d'économies d'énergie

19 Aucun changement n'est apporté aux gains unitaires associés aux logements,
20 pour l'instant. L'objectif est maintenu à 5 GWh pour ce volet logement de
21 *Novoclimat*.

³ L'implantation de toutes les mesures *Novoclimat* peut ne pas être possible s'il s'agit de recycler un immeuble existant.

1 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

2 En 2007, le Distributeur poursuivra ses activités de promotion et de
3 sensibilisation auprès des consommateurs et l'AEÉ fera de même auprès des
4 constructeurs, afin de soutenir la pénétration du concept *Novoclimat* et de
5 préparer le marché au rehaussement de la réglementation en 2008 au niveau de
6 la performance énergétique de *Novoclimat*.

7 Les budgets requis pour l'année 2007 sont évalués à environ 2,9 M\$, tels que
8 prévus dans la demande R-3584-2005.

9 **TABLEAU 5.6 : BUDGET 2007 (M\$)**

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
2,9*	2,9*	0

10 Note : * Approximation car les coûts fixes du volet logements sociaux et communautaires et du volet
11 logements privés sont fusionnés.

5.1.3.3. Rénovation énergétique pour les ménages à faible revenu

12 Ce programme est composé de trois volets : volet social, volet communautaire et
13 volet privé.

14 Le Distributeur tient à rappeler, d'entrée de jeu, comme mentionné
15 précédemment, qu'il n'a pas la capacité, à lui seul, d'optimiser la consommation
16 énergétique des bâtiments qui abritent les quelques 500 000 ménages à faible
17 revenu répertoriés au Québec et qui sont, en très forte proportion, locataires. Les
18 mesures visant l'enveloppe thermique que le Distributeur souhaite promouvoir se
19 justifient dans le cadre de travaux de rénovation et ne pourront être appliquées
20 qu'aux bâtiments dont l'état est satisfaisant au chapitre de la sécurité et de la
21 salubrité. L'amélioration des bâtiments impliquera nécessairement la
22 responsabilité et la participation de leurs propriétaires.

1 ***Volet social***

2 Modalités du programme

3 Suite aux plus récents échanges entre le Distributeur et la SHQ, il a été convenu
4 de limiter le programme qui était appelé, dans la demande R-3584-2005,
5 « Rénovation énergétique de logements sociaux et communautaires », au parc
6 de logements sociaux (c.-à-d. publics), excluant donc les logements
7 communautaires qui seront couverts par un autre volet du programme
8 *Rénovation énergétique pour les MFR.*

9 Sur le plan des mesures traitées, le Distributeur avait déjà convenu avec la SHQ
10 de retenir les mesures de type « général » touchant l'installation de produits
11 efficaces plutôt que de recourir à des mesures de type « rénovation » qui
12 toucheraient l'isolation des murs et des toits.

13 Rappelons qu'une première entente avait été conclue en décembre 2005 avec la
14 SHQ pour une phase pilote qui visait l'installation de 5 000 thermostats
15 électroniques. Une seconde entente sera signée entre le Distributeur et la SHQ
16 pour la réalisation de la Phase 2 du programme, laquelle vise l'élargissement de
17 la mesure « thermostats électroniques » à l'ensemble du parc social (ou public)
18 ainsi que l'implantation des autres mesures générales (éclairage des espaces
19 communs et laveuses à linge appartenant aux propriétaires des bâtiments).

20 Pour les mesures lors de rénovations, le Distributeur et la SHQ souhaitent
21 attendre l'arrimage qui devait être fait entre la SHQ et la SCHL dans le cadre du
22 programme *ÉnerGuide pour les ménages à faible revenu*. Cependant, avec le
23 retrait du gouvernement fédéral du programme *ÉnerGuide*, le Distributeur
24 réévalue actuellement la façon dont il pourra intégrer des mesures d'enveloppe
25 thermique à ce volet social. Ces mesures seront probablement abordées dans un
26 mode « prescriptif » et réalisées dans le cadre de travaux identifiés et encadrés
27 par des professionnels de la SHQ ou des offices d'habitation. Le Distributeur vise
28 à intégrer ces mesures au programme à l'automne 2006.

1 Enfin, pour toutes les mesures, le niveau d'aide financière a été révisé de
2 manière à couvrir non plus 75 %, mais 100 % du surcoût associé à l'implantation
3 de la mesure, en conformité avec l'un des principes déjà mentionnés.

4 Objectif d'économies d'énergie

5 Ainsi, aux fins de prévision, les mesures d'économie d'énergie suivantes ont été
6 retenues :

- 7 • le remplacement de thermostats biméalliques muraux par des
8 thermostats électroniques muraux (pour plinthes ou convecteurs
9 électriques) ;
- 10 • le remplacement de l'éclairage des espaces communs et extérieurs par
11 des technologies plus efficaces ;
- 12 • le remplacement de laveuses à linge appartenant aux propriétaires ou aux
13 gestionnaires d'immeubles par des modèles ENERGY STAR® ;
- 14 • certaines mesures d'enveloppe thermique dont l'implantation est prévue
15 débiter en 2007 (isolation lors de travaux de rénovation, choix de
16 fenêtres ENERGY STAR® lors de leur remplacement).

17 L'ensemble de ces mesures permettra d'engendrer des économies d'énergie de
18 5,5 GWh en 2007, soit une hausse de 0,7 GWh par rapport à la prévision
19 déposée dans le cadre de la demande R-3584-2005.

1

TABLEAU 5.7 : HYPOTHÈSES DE CALCUL 2007

	Gain unitaire moyen (kWh/an)	Objectif (unités)	Impact énergétique (GWh ajoutés)
Mesures générales*	111**	37 900	4,2
Mesures lors de rénovation	N/A	N/A	1,3
Total			5,5

2 Notes : * Thermostats électroniques, Fluos compacts, T8 en remplacement des T12, Indicateurs de sortie
 3 DEL, SHP extérieur, Laveuse à linge *ENERGY STAR*®.
 4 ** Gain moyen pondéré associé à chaque produit.

5 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

6 La révision à la hausse du niveau d'aide financière pour l'ensemble du
 7 programme et l'ajout d'une contribution pour les mesures visant l'enveloppe
 8 thermique amènent une augmentation du budget 2007 de 1,5 M\$.

9

TABLEAU 5.8 : BUDGET 2007 (M\$)

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
2,0	3,5	+1,5

10 ***Volets logements communautaires et privés***

11 Modalités du programme

12 Tel que mentionné dans la demande R-3584-2005, le Distributeur souhaite
 13 développer une intervention commerciale, en partenariat avec le milieu
 14 communautaire, les municipalités et tout autre intervenant approprié, permettant
 15 de supporter les propriétaires et locataires à faible revenu des parcs de
 16 bâtiments communautaires et privés au chapitre des mesures plus lourdes, soit
 17 des mesures qui ne sont pas couvertes actuellement par le *Programme Budget*
 18 *modeste* de l'AEÉ. Il s'agirait en fait des deux autres volets du programme

1 *Rénovation énergétique pour les MFR* : un volet s'adressant au secteur
2 communautaire offert en collaboration avec les associations regroupant et
3 représentant les organismes communautaires, telles la Confédération
4 québécoise des coopératives d'habitations, et un autre volet visant le secteur
5 privé dans le cadre duquel le Distributeur envisagera la possibilité de travailler
6 avec le milieu municipal. Le volet s'adressant au secteur communautaire pourrait
7 être global, c'est-à-dire intégrer toutes les mesures (comportementales, produits
8 et enveloppe thermique).

9 Au cours de l'été et de l'automne 2006, des discussions se tiendront avec les
10 partenaires potentiels du Distributeur aux fins de ces volets du programme afin
11 d'en développer les modalités, tels que les critères d'admissibilité et les
12 stratégies de commercialisation et d'opération. Tout comme pour les autres
13 programmes visant la clientèle à faible revenu, le Distributeur visera à couvrir
14 100 % des surcoûts associés à l'implantation des mesures d'économie d'énergie
15 lors de travaux de rénovation et, si des inspections sont requises, 100 % des
16 coûts d'inspection.

17 Objectif d'économies d'énergie

18 Il est prévu que 5 000 logements seront visités au cours de l'année 2007, dont
19 80 % avec des travaux générant 7,0 GWh.

20 **TABLEAU 5.9 : HYPOTHÈSES DE CALCUL 2007**

Gain unitaire moyen (kWh/an)	Nombre de travaux	Impact énergétique (GWh ajoutés)
1 750	4 000	7,0

1 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

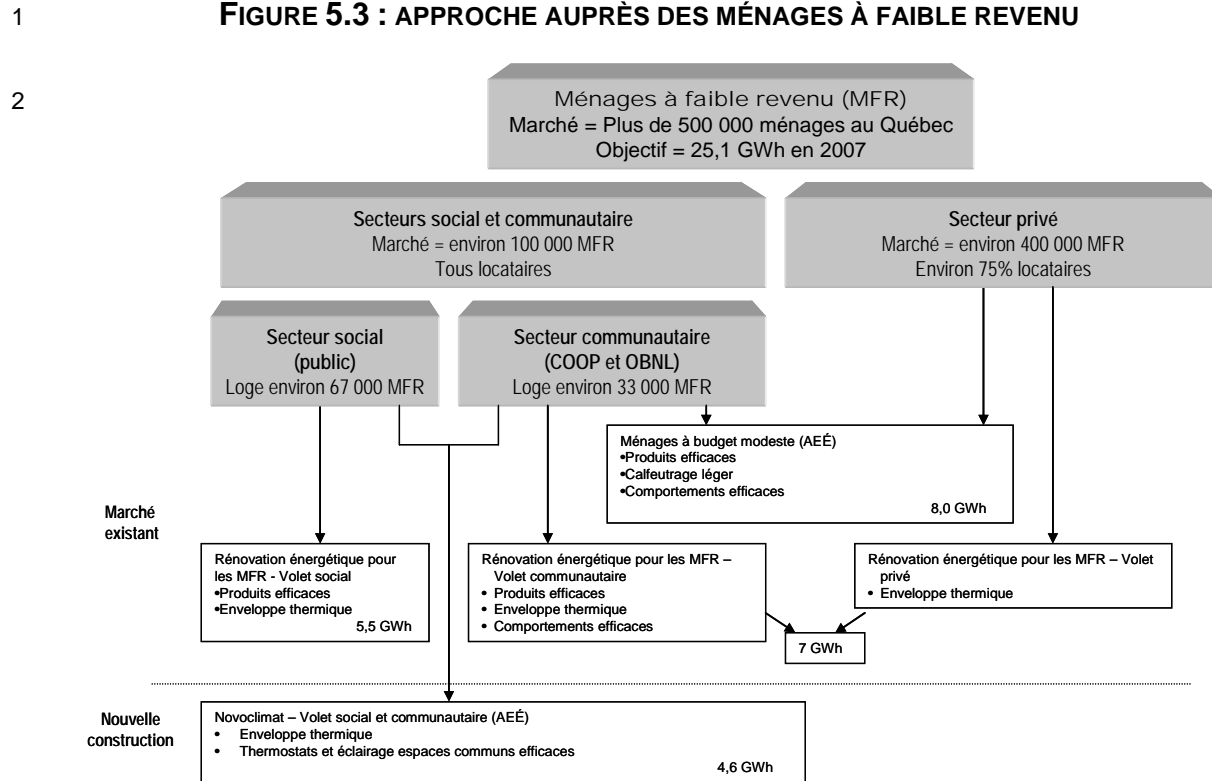
2 Dans la demande R-3584-2005, le Distributeur n'avait budgétisé aucun montant
3 pour ce programme. Les budgets requis pour l'année 2007 sont estimés à
4 8,7 M\$, dont 6,0 M\$ en aide financière.

5 **TABLEAU 5.10 : BUDGET 2007 (M\$)**

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
0	8,7	+ 8,7

6 La figure 5.3 illustre l'approche globale en efficacité énergétique envisagée par le
7 Distributeur pour les ménages à faible revenu. L'approche tient compte de la
8 segmentation observée chez cette clientèle, visant à intervenir de manière
9 adaptée et avec les intervenants appropriés dans chacun des trois segments ou
10 secteurs identifiés.

FIGURE 5.3 : APPROCHE AUPRÈS DES MÉNAGES À FAIBLE REVENU



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

Activités à venir

Comme mentionné, le Distributeur compte, au-delà des bonifications à être apportées à court terme aux programmes existants, examiner très rapidement d'autres pistes d'actions. Le Distributeur concrétisera le tout dans un plan d'action d'ici la fin de l'année 2006.

De façon non exhaustive, le Distributeur pourrait examiner les options suivantes :

- la possibilité d'établir des partenariats avec certaines municipalités du Québec afin d'agir plus directement et plus intensément auprès des propriétaires et gestionnaires du parc privé multilocatif ;

- 1 • la mise sur pied d'actions de communication concertées et ciblées pour
2 rejoindre davantage la clientèle à faible revenu et les organismes qui la
3 supportent, afin de les informer et de les sensibiliser à l'importance de
4 bénéficier de tous les moyens mis à leur disposition par le Distributeur et
5 par le gouvernement du Québec pour les aider.

6 Sous un autre angle, le Distributeur veut concrétiser son action de façon adaptée
7 mais plus intensive pour les ménages à faible revenu ayant des difficultés de
8 paiement de leur facture d'électricité. Il compte définir son action en collaboration
9 avec un comité de travail en continuité de celui déjà constitué par ses services
10 de recouvrement et de groupes actifs auprès de cette clientèle particulière.

11 Le comité proposera des pistes d'intervention auprès de cette clientèle à très
12 faible revenu notamment en efficacité énergétique. Ce faisant, le Distributeur
13 souhaite améliorer, avec ses partenaires, les programmes déjà en place et
14 élargir son offre commerciale de manière à aider le mieux possible cette clientèle
15 spécifique et les organismes qui la supportent, à réduire sa consommation
16 d'électricité.

17 ***Synthèse sur les ménages à faible revenu***

18 Par le truchement de trois programmes (sections 5.1.3.1 à 5.1.3.3), le
19 Distributeur prévoit investir 19,1 M\$ en 2007 auprès de la clientèle à faible
20 revenu, ce qui représente 18 % des investissements totaux du marché résidentiel
21 (13 % dans la demande R-3485-2005). Quant aux impacts énergétiques, il est
22 estimé que ces activités généreront 25,1 GWh au cours de cette même année,
23 soit 8 % des économies d'énergie prévues pour l'ensemble du marché résidentiel
24 (10 % dans la demande R-3485-2005). Rappelons que la clientèle à faible
25 revenu représente au Québec environ 15 % de la population totale.

5.1.4. Service ÉnerGuide pour les maisons

1 **Volet général**

2 Modalités du programme

3 Le Distributeur, de concert avec l'AEÉ et le FEÉ, a rapidement convenu
4 d'absorber les coûts d'évaluation auparavant assumés par l'OEÉ et de maintenir
5 son aide financière à la réalisation des travaux. Cette collaboration fait du
6 Québec l'une des deux seules provinces à maintenir l'action de ce programme
7 amorcée depuis plusieurs années et qui connaît un essor important depuis 2005.

8 **TABLEAU 5.11**
9 **RÉPARTITION DES COÛTS PRÉVUS DES INSPECTIONS POUR 2007**
10 **ENTRE LES CLIENTS, L'OEÉ ET LE DISTRIBUTEUR**

Type d'inspection	Coût total de l'inspection (\$)	Contribution du Distributeur (\$)	Contribution de l'OEÉ (\$)	Contribution du client (\$)
Type A				
• Unifamiliales	300	150	0	150
• Duplex	500	200	0	300
• Triplex	700	250	0	450
Type B				
• Unifamiliales	150	150	0	0
• Duplex	225	225	0	0
• Triplex	300	300	0	0

11 Objectif d'économies d'énergie

12 La géothermie étant promue via *ÉnerGuide* pour les bâtiments existants (voir la
13 section 5.4), l'objectif pour l'année 2007 est légèrement revu à la hausse
14 (+1,1 GWh). Par ailleurs, il est difficile à ce stade-ci de mesurer l'impact
15 énergétique du retrait de l'aide financière versée par le gouvernement fédéral
16 pour la réalisation de travaux (en moyenne 650 \$). Le cas échéant, le

1 Distributeur évaluera des mesures de mitigation pour limiter cet impact en
2 collaboration avec l'AEÉ.

3 **TABLEAU 5.12 : HYPOTHÈSES DE CALCUL 2007**

Type de participants	Gain unitaire moyen (kWh/an)	Volume (net des opportunistes)	Impact énergétique (GWh ajoutés)
Bâtiments avec travaux (évaluation B complétée)	2 890	9 800	28,3

4 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

5 Le budget du Distributeur pour ce programme augmente de 6,7 M\$. Cet
6 ajustement provient essentiellement de l'augmentation des coûts d'inspection et
7 des frais de gestion (+4,4 M\$) suite au retrait de l'OEÉ.

8 **TABLEAU 5.13 : BUDGET 2007 (M\$)**

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
12,3	19,0	+ 6,7

9 ***Volet ménages à budget modeste***

10 Compte tenu de la décision de l'AEÉ de ne pas concevoir, développer et mettre
11 en œuvre un programme suite à l'expérience négative du projet pilote *ÉnerGuide*
12 *pour les ménages à budget modeste*, le Distributeur ne peut maintenir ce volet.
13 Les résultats de l'expérience pilote se trouvent à l'annexe C du présent
14 document. Toutefois, le Distributeur a présenté à la section 5.1.3 son approche
15 commerciale renouvelée pour cette clientèle.

5.1.5. Novoclimat de l'AEÉ – volets unifamilial et logements privés

1 Modalités du programme

2 D'ici l'automne 2006, en même temps que pour le volet social et communautaire
3 du programme, le Distributeur compte effectuer une mise à jour des surcoûts de
4 construction constatés dans les différents segments du marché pour ajuster, si
5 nécessaire, son aide financière.

6 Objectif d'économies d'énergie

7 L'objectif est maintenu à 24 GWh pour les unifamiliales et à 8 GWh pour les
8 logements privés.

9 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

10 Le Distributeur poursuivra ses activités de promotion et de sensibilisation auprès
11 des consommateurs, tandis que l'AEÉ fera de même auprès des constructeurs
12 afin de soutenir la pénétration du concept *Novoclimat*. Ces activités permettent
13 de préparer le marché au rehaussement de la réglementation en 2008 au niveau
14 de la performance énergétique de *Novoclimat*.

15 Des efforts plus importants en promotion dans le segment des logements privés
16 ainsi que des ajustements mineurs liés à la gestion courante du programme
17 feront augmenter les besoins budgétaires de 2007 de 1,0 M\$ pour l'ensemble
18 des deux segments de marché.

19 **TABLEAU 5.14 : BUDGET 2007 (M\$)**

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
15,0	16,0	+ 1,0

5.1.6. Réseaux autonomes

1 Tel que mentionné dans la demande R-3584-2005, le Distributeur entreprend au
 2 cours de l'année 2006 la mise en place des adaptations pour les réseaux
 3 autonomes de quatre (4) programmes du PGEÉ pour le marché résidentiel.
 4 L'année 2007 est la première année complète d'opération de ces programmes
 5 aux Îles-de-la-Madeleine et à l'île d'Anticosti. Dans les communautés
 6 autochtones, des démarches sont entreprises en 2006 avec les leaders et
 7 organismes locaux afin de déterminer les approches gagnantes pour offrir les
 8 programmes dans leur communauté et obtenir leur collaboration dans le
 9 déploiement de ces programmes. Le rythme d'évolution de ces démarches
 10 déterminera l'échéancier du déploiement des programmes.

11 Les programmes du PGEÉ adaptés pour les réseaux autonomes généreront des
 12 économies d'énergie de 5,3 GWh équivalents en 2007. Les investissements
 13 requis en 2007 pour réaliser ces économies d'énergie sont de 1,5 M\$ de la part
 14 du Distributeur et de 0,1 M\$ de la part des partenaires et des clients participants.
 15 Ces données sont identiques à celles présentées dans la demande R-3584-2005
 16 car aucun nouvel intrant n'est disponible.

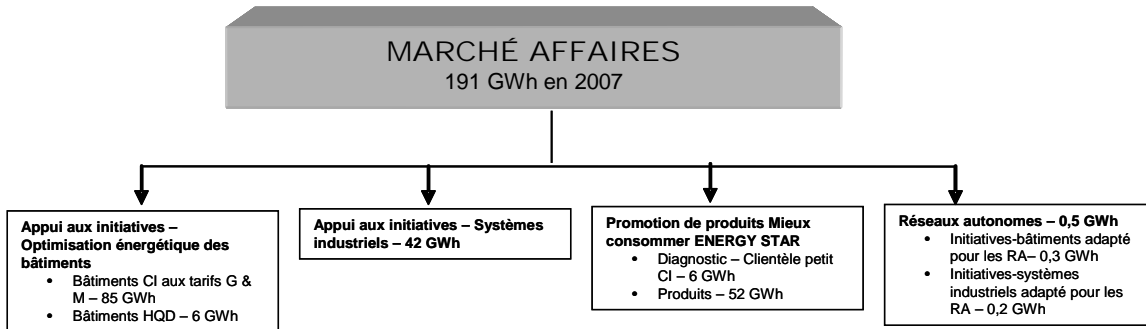
17 **TABLEAU 5.15 : BUDGET ET IMPACT ÉNERGÉTIQUE DES PROGRAMMES DU PGEÉ**
 18 **ADAPTÉS POUR LES RÉSEAUX AUTONOMES - 2007**

Programme	Budget du Distributeur* (k\$)	Budget des partenaires et clients participants (k\$)	Impact énergétique (MWh équivalents)
Interventions personnalisées	1 150	0	4 776
Mieux consommer	268	74	470
ÉnerGuide	42	23	35
Novoclimat	17	8	23
TOTAL	1 476	105	5 304

19 Notes : * Chaque programme inclut une contingence de 10%.
 20 ** Le total peut être différent de la somme des données en raison des arrondis.

1 **5.2. Marché affaires**

2 **FIGURE 5.4 : PROGRAMMES DU MARCHÉ AFFAIRES**



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

5.2.1. Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments

5 Modalités du programme

6 Aucun changement n'est apporté.

7 Objectif d'économies d'énergie

8 Les économies d'énergie prévues pour l'année 2007 sont accrues de 55 %,
9 passant de 58 à 91 GWh, soit 28 GWh de plus pour la clientèle commerciale et
10 5 GWh pour la clientèle institutionnelle. Deux éléments expliquent cette
11 augmentation :

- 12 • le nombre plus important de projets soumis au cours des six derniers
13 mois ;
- 14 • l'établissement d'un objectif d'économies d'énergie par le gouvernement
15 du Québec pour ses bâtiments, tel que présenté dans la *stratégie*
16 *énergétique du Québec 2006-2015*.

1

TABLEAU 5.16 : HYPOTHÈSES DE CALCUL 2007

	Gain unitaire moyen (GWh/an)	Nombre de projets	Impact énergétique (GWh ajoutés) *
Bâtiments commerciaux	0,30	200	60
Bâtiments institutionnels	0,25	100	25
Bâtiments HQD	1,50	4	6
Total			91

2 Note : * Net des opportunistes

3 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

4 Le Distributeur poursuivra ses actions, initiées en 2006, pour rejoindre davantage
5 la clientèle d'affaires, notamment la clientèle institutionnelle. À titre d'exemple, les
6 actions suivantes ont été initiées pour le marché institutionnel :

- 7 • appuyer les ministères de l'Éducation et de la Santé et des services
8 sociaux dans le développement de leur plan d'action pour rencontrer
9 l'objectif d'économies d'énergie fixé par le gouvernement du Québec ;
- 10 • informer le gouvernement du Québec des aides financières disponibles
11 par le Distributeur afin de soutenir l'implantation d'une politique
12 gouvernementale d'achat de produits éconergétiques ;
- 13 • développer des ententes de partenariat avec des associations du milieu
14 institutionnel afin de mettre en œuvre conjointement des stratégies
15 d'intervention ciblées ;
- 16 • accompagner les ministères et les organismes parapublics dans la
17 définition, le développement et l'implantation de projets d'économie
18 d'énergie par le biais, entre autres, de soutien technique offert par la force
19 de vente du Distributeur.

1 Ces interventions pour le secteur institutionnel visent principalement à atténuer
2 les obstacles freinant ce secteur à implanter des projets d'économie d'énergie.
3 Ces obstacles se trouvent au niveau de la planification et du développement des
4 projets, plus spécifiquement au niveau du montage financier et technique, tel
5 qu'identifié dans les conclusions de l'étude sur le financement dans le secteur
6 institutionnel présentées à la section 7 de HQD-15, document 2. Basé sur cette
7 étude, l'accès au financement pour cette clientèle ne constitue pas un réel
8 problème. C'est donc en amont de l'étape du financement que réside les
9 barrières à l'implantation de mesures d'économie d'énergie.

10 Les budgets requis pour l'année 2007 sont rehaussés de 11,6 M\$, dont 10,3 M\$
11 sont associés aux versements additionnels d'aide financière découlant d'une
12 augmentation du nombre de projets et à une révision du taux d'opportunité.

13 **TABLEAU 5.17 : BUDGET 2007 (M\$)**

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
17,3	28,9	+11,6

5.2.2. Appui aux initiatives – Systèmes industriels

14 Modalités du programme

15 Aucun changement n'est apporté.

16 Objectif d'économies d'énergie

17 La réponse positive de la clientèle PMI au cours des derniers mois amène le
18 Distributeur à réviser à la hausse l'objectif d'économies d'énergie pour l'année
19 2007. Cet objectif est bonifié de plus de 40 %, passant de 30 à 42 GWh, et ce
20 malgré une réduction de 50 % du gain unitaire moyen, qui découle d'une
21 nouvelle estimation basée sur les résultats de l'année 2005.

1

TABLEAU 5.18 : HYPOTHÈSES DE CALCUL 2007

Gain unitaire moyen (GWh/an)	Nombre de projets	Impact énergétique (GWh ajoutés) *
0,3	140	42

2

Note : * Net des opportunistes

3

Éléments opérationnels et budgétaires 2007

4

Les principaux objectifs de la stratégie d'intervention du Distributeur pour l'année 2006 sont les mêmes que ceux du programme *Initiatives – bâtiments*, et 2007 sera en continuité avec cette stratégie.

7

Les budgets requis pour l'année 2007 sont accrus de 4,1 M\$. De ce montant, 2,8 M\$ découlent des versements additionnels d'aide financière suite à l'augmentation du nombre de projets, de même que de la révision du taux d'opportunisme. Les sommes restantes, soit 1,3 M\$, s'expliquent principalement par le développement de divers outils facilitant le développement de mesures d'économie d'énergie et par des activités promotionnelles plus importantes que prévues.

14

TABLEAU 5.19 : BUDGET 2007 (M\$)

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
8,4	12,5	+4,1

**5.2.3. Promotion des produits Mieux consommer – ENERGY STAR -
marché affaires**

5.2.3.1. Volet produits efficaces

1 Modalités du programme

2 Aucun changement n'est apporté pour les produits suivants bénéficiant
3 actuellement d'un appui financier du Distributeur : feux de signalisation, moteurs
4 NEMA Premium de 1 à 75 HP, fluorescents Super T-8, fluorescents T-5, sodium
5 à haute pression, indicateurs de sortie à DEL, halogénures métalliques,
6 fluorescents compacts et halogénures métalliques à démarrage assisté.

7 À l'automne 2006, le Distributeur offrira une contribution financière pour l'achat
8 d'équipements éconergétiques dans le secteur agricole et pour l'installation de
9 transformateurs d'ordinateur efficaces. Les modalités ne seront rendues
10 publiques que lors du lancement de ces nouveaux volets.

11 Il est important de souligner que le Distributeur travaille en étroite collaboration
12 avec le milieu agricole pour définir les produits et les diverses modalités afin
13 d'assurer un succès commercial pour cette initiative. Quant aux transformateurs
14 d'ordinateur efficaces, le Distributeur a retenu les services de la firme Ecos
15 Consulting à titre d'agent livreur pour ce volet puisque cette firme offre
16 présentement un programme clé en main pour les leaders en efficacité
17 énergétique en Amérique du nord.

18 Objectif d'économies d'énergie

19 L'objectif est réduit de 66 à 52 GWh pour les raisons suivantes :

- 20 • le report d'un an du lancement d'une nouvelle promotion portant sur les
21 transformateurs d'ordinateur efficaces, initialement prévu à l'automne
22 2005, entraîne une diminution de 7 GWh ;

1

TABLEAU 5.21 : BUDGET 2007 (M\$)

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
16,6	14,7	-1,9

5.2.3.2. Volet Diagnostic énergétique personnalisé – Clientèle petits CI

2 Modalités du programme

3 Le Distributeur reverra en profondeur ce volet au cours de l'année 2006, tel que
4 mentionné au cours de l'audience publique de la demande R-3584-2005⁴.

5 À l'aide de ce volet, la clientèle petits CI a présentement accès à l'information
6 personnalisée par le biais d'un rapport du diagnostic énergétique. Le Distributeur
7 constate que cette clientèle a besoin non seulement d'un niveau d'information
8 adéquat, mais également d'un appui technique et financier ciblé et soutenu, afin
9 que les mesures les plus prometteuses identifiées dans le rapport du diagnostic
10 énergétique soient implantées. De nouvelles modalités seront ainsi développées
11 pour combler ces lacunes.

12 Objectif d'économies d'énergie

13 Selon le Distributeur, les modalités actuelles de ce volet ne permettent pas
14 d'atteindre l'objectif de 6 GWh en 2007 initialement prévu. Toutefois, puisque le
15 Distributeur intensifiera ses interventions dans ce marché, l'objectif initial est
16 maintenu.

17 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

18 Au cours de l'année 2007, le Distributeur développera et mettra en œuvre une
19 stratégie commerciale ciblée pour les secteurs les plus prometteurs en

⁴ R-3584-2005, notes sténographiques, 20 février 2006, pages 51 et 52.

1 partenariat avec les collaborateurs professionnels (ingénieurs, architectes et
2 technologues) et les entreprises de services éconergétiques.

3 Le Distributeur estime à 3,8 M\$ le budget requis pour l'année 2007, soit une
4 augmentation de 3,0 M\$ par rapport au montant prévu initialement. Cette
5 augmentation s'explique principalement par l'introduction d'une aide financière et
6 par l'intensification des services techniques d'accompagnement.

7 **TABLEAU 5.22 : BUDGET 2007 (M\$)**

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
0,8	3,8	+3,0

5.2.4. Réseaux autonomes

8 Tout comme pour le marché résidentiel, le Distributeur poursuit la mise en place
9 des adaptations des programmes du PGEÉ pour les réseaux autonomes
10 destinés au marché affaires. Le tableau 5.23 présente le budget et l'impact
11 énergétique des programmes affaires en réseaux autonomes. Ces données sont
12 identiques à celles présentées dans la demande R-3584-2005 car aucun nouvel
13 intrant n'est disponible.

14 **TABLEAU 5.23 : BUDGET ET IMPACT ÉNERGÉTIQUE DES PROGRAMMES DU PGEÉ**
15 **ADAPTÉS POUR LES RÉSEAUX AUTONOMES - 2007**

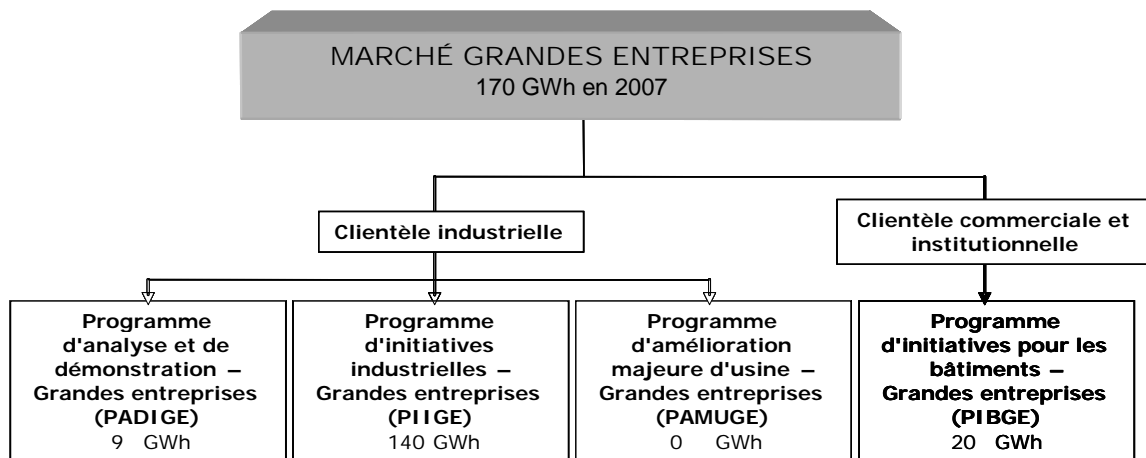
Programme	Budget du Distributeur* (k\$)	Budget des partenaires et clients participants (k\$)	Impact énergétique (MWh équivalents)
Initiatives - bâtiments	153	103	271
Initiatives - systèmes industriels	42	34	224
TOTAL	195	137	495

16 Notes : * Chaque programme inclut une contingence de 10%.

17 ** Le total peut être différent de la somme des données en raison des arrondis.

5.3. Marché grandes entreprises

FIGURE 5.5 : PROGRAMMES AU MARCHÉ GRANDES ENTREPRISES



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

5.3.1. PADIGE

Modalités du programme

Pour le volet analyse, le Distributeur maintient le maximum d'aide financière par analyse à 25 000 \$ mais augmente le plafond d'aide financière cumulée pour un site industriel de 25 000 \$ à 50 000 \$. Vingt-deux (22) sites industriels ont déjà atteint le plafond de 25 000\$ en date du 30 avril 2006. Le Distributeur juge cette augmentation du plafond requise afin de permettre aux clients de faire de nouvelles analyses globales ou spécifiques qui permettront de générer des économies d'électricité additionnelles.

Les autres modalités des deux volets du PADIGE sont identiques à celles présentées lors de la demande budgétaire R-3584-2005.

1 Objectif d'économies d'énergie

2 Les économies d'énergie prévues en 2007 demeurent identiques aux prévisions
3 de R-3584-2005 pour les deux volets du programme.

4 **TABLEAU 5.24 : HYPOTHÈSES DE CALCUL - 2007**

Volet	Gain unitaire moyen (GWh/an)	Nombre de projets	Impact énergétique (GWh)
Analyse	0,5	12	6
Démonstration	1,7	2	3,4
Total			9,4

5 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

6 Le budget du *PADIGE* demeure sensiblement le même que celui de la demande
7 R-3584-2005. L'augmentation de 0,1 M\$ s'explique principalement par
8 l'augmentation des dépenses d'administration requises, particulièrement pour le
9 suivi des implantations des analyses énergétiques.

10 **TABLEAU 5.25 : BUDGET 2007 (M\$)**

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
0,9	1,0	+0,1

5.3.2. PIIGE

11 Modalités du programme

12 Aucun changement n'est apporté.

1 Objectif d'économies d'énergie

2 Le Distributeur prévoit un dépassement de l'objectif 2007 qui s'établit maintenant
3 à 140 GWh, soit une augmentation de 48 GWh. Cette augmentation s'explique
4 par un devancement des implantations des projets déjà prévues lors de la
5 dernière demande budgétaire, un volume important de projets reçus depuis le 30
6 juin 2005 et une amélioration de la justesse des prévisions. Celles-ci tiennent
7 compte du taux d'opportunisme évalué par un expert. Le Distributeur rappelle
8 que les projets *PIIGE* se réalisent sur un horizon pouvant s'échelonner sur plus
9 de trois (3) ans à partir de la réception d'une proposition par le Distributeur. En
10 effet, l'échéancier de réalisation des projets est tributaire de plusieurs facteurs
11 sous le contrôle du client. Le gain unitaire moyen demeure inchangé.

12 **TABLEAU 5.26 : HYPOTHÈSES DE CALCUL - 2007**

Gain unitaire moyen (GWh/an)	Nombre de projets	Impact énergétique (GWh) *
2	70	140

13 Note : * Net des opportunistes

14 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

15 En fonction des nouvelles prévisions d'implantation, le budget s'établit à 17 M\$,
16 soit une hausse de 5,8 M\$ dont 4,8 M\$ en aide financière.

17 **TABLEAU 5.27 : BUDGET 2007 (M\$)**

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
11,2	17,0	+5,8

5.3.3. PIBGE

1 Modalités du programme

2 Pour le *volet analyse*, le Distributeur maintient le maximum d'aide financière par
 3 analyse à 25 000 \$ mais augmente le plafond d'aide financière cumulée pour un
 4 abonnement de 25 000 \$ à 50 000 \$. Cette augmentation du plafond permet
 5 d'avoir une approche commerciale plus uniforme pour l'ensemble de la clientèle
 6 grandes entreprises. Six (6) abonnements ont déjà atteint le plafond de 25 000\$
 7 en date du 30 avril 2006. Les clients pourront ainsi faire de nouvelles analyses
 8 globales ou spécifiques qui permettront de générer des économies d'électricité
 9 additionnelles. Les autres modalités du *PIBGE* sont identiques à celles
 10 présentées dans la demande budgétaire R-3584-2005.

11 Objectif d'économies d'énergie

12 Le Distributeur prévoit un dépassement de l'objectif 2007 qui s'établit maintenant
 13 à 20 GWh, soit une augmentation de 5 GWh. Cette prévision tient compte du
 14 taux d'opportunité évalué par un expert à la demande du Distributeur. Le gain
 15 unitaire moyen demeure inchangé.

16 **TABLEAU 5.28 : HYPOTHÈSES DE CALCUL - 2007**

Volet	Gain unitaire moyen (GWh/an)	Nombre de projets	Impact énergétique (GWh) *
Analyse	0,1	2	0,2
Optimisation – bâtiments commerciaux	1	15	15
Optimisation – bâtiments institutionnels	1	5	5
Total			20,3

17 Note : * Net des opportunistes

1 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

2 En fonction des nouvelles prévisions d'implantation, le budget s'établit à 3,6 M\$,
3 soit une hausse de 0,9 M\$ dont 0,7 M\$ en aide financière.

4 **TABLEAU 5.29 : BUDGET 2007 (M\$)**

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
2,7	3,6	+0,9

5.3.4. PAMUGE

5 Modalités du programme

6 Aucun changement n'est apporté.

7 Objectif d'économies d'énergie

8 Le Distributeur maintient les prévisions de la demande R-3584-2005. Puisque
9 *PAMUGE* vise des projets dont la réalisation s'échelonne sur plusieurs années,
10 les projets signés en 2006 ne devraient s'implanter qu'à compter de 2009.
11 Aucune économie d'énergie n'est donc prévue pour *PAMUGE* en 2007.

12 Éléments opérationnels et budgétaires 2007

13 Le budget s'établit à 3,4 M\$, soit une hausse de 0,5 M\$. Cette hausse est
14 attribuable aux activités de développement et d'analyse nécessaires pour des
15 projets de cette envergure.

1

TABLEAU 5.30 : BUDGET 2007 (M\$)

R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
2,9	3,4	+0,5

5.3.5. Activités de suivi, évaluation et communication – Grandes entreprises

5.3.5.1. Suivi et évaluation des projets

2 Les projets soumis par les clients dans le cadre des programmes d'économie
3 d'électricité du marché grandes entreprises font l'objet d'un suivi systématique
4 quant au mesurage avant et après de la consommation d'électricité et au respect
5 des coûts.

6 Si les économies d'électricité réelles diffèrent des estimations ou que les coûts
7 du projet ne sont pas respectés, l'aide financière peut être révisée à la baisse
8 selon les critères propres à chaque programme. Dans le cas des analyses
9 énergétiques, le Distributeur s'est doté d'un plan de suivi des GWh implantés. Ce
10 suivi est basé sur les plans d'implantation des mesures d'économie d'électricité
11 fournis par les clients ayant complété une analyse énergétique. Un plan
12 d'implantation doit comporter un échéancier de réalisation des mesures
13 préconisées par l'analyse et une évaluation des économies d'électricité qui
14 seront implantées.

15 Enfin, tous les dossiers soumis par les clients sont analysés au cas par cas par
16 un ingénieur assigné et ce dès la réception d'une proposition de projet jusqu'au
17 dernier versement d'aide financière. De plus, une fiche d'évaluation est envoyée
18 au client à la fin de chaque projet.

19 Le tableau suivant présente les principaux indicateurs pour les programmes du
20 marché grandes entreprises.

1
2
3

TABLEAU 5.31
SUIVI DES INDICATEURS – MARCHÉ GRANDES ENTREPRISES
AU 30 AVRIL 2006

Programme	Indicateurs	Cumulatif 2003–2006	Annuel à ce jour
PADIGE	Nombre de projets acceptés ¹	80	9
	Taux de satisfaction de la clientèle ²	8,9	9,1
	Taux de participation ³	30%	n/a
	GWh engagés ¹	31,3	11,6
PIIGE	Nombre de projets acceptés ¹	255	16
	Taux de satisfaction de la clientèle ²	9,0	9,3
	Taux de participation ³	40%	n/a
	GWh engagés ¹	442,2	29,0
PIBGE	Nombre de projets acceptés ¹	48	12
	Taux de satisfaction de la clientèle ²	9,0	9,0
	Taux de participation ³	47%	n/a
	GWh engagés ¹	37,0	6,5
PAMUGE	Nombre de projets acceptés ¹	s/o	s/o
	Taux de satisfaction de la clientèle ²	s/o	n/a
	Taux de participation ³	s/o	s/o
	GWh engagés ¹	s/o	s/o

4 Sources : (1) Tableaux de bord ; (2) Fiches de satisfaction ; (3) Calcul

5 Taux de participation

6 Le taux de participation des clients du marché grandes entreprises est de 49 %
7 pour l'ensemble des programmes. Les taux de participation ont augmenté depuis
8 la dernière demande budgétaire soit de 25 % à 30 % pour PADIGE, de 33 % à
9 40 % pour PIIGE et de 10 % à 47 % pour PIBGE, implanté en avril 2005.

10 Notoriété des programmes

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

1 entreprises ont rencontré chacun de leur client à ce sujet. De plus, des
2 présentations des programmes sont réalisées à chaque année, notamment lors
3 de la tournée provinciale des clients grandes entreprises et lors d'événements
4 spécifiques à chacun de leurs secteurs d'activité.

5.3.5.2. Communication

5 Les objectifs de l'activité communication sont d'accroître le taux de participation
6 aux programmes d'efficacité énergétique du marché grandes entreprises et le
7 nombre de GWh économisés par client.

8 Réseau Écolectrique

9 Le réseau Écolectrique est une mention d'honneur visant à reconnaître les efforts
10 des clients grandes entreprises particulièrement proactifs en matière d'efficacité
11 énergétique. Le Distributeur vise à faire du réseau Écolectrique une référence
12 dans le milieu des clients grandes entreprises.

13 Déjà en 2005, trois (3) clients se sont qualifiés et sont devenus membres du
14 réseau Écolectrique. La nomination de nouveaux membres et la campagne de
15 notoriété entreprise en 2006 permettront la tenue d'activités de réseautage parmi
16 les clients membres en 2007.

17 Promotion des programmes

18 La promotion des programmes se fait notamment par des rencontres de clients,
19 d'associations industrielles et de firmes de génie-conseil. Des présentations et
20 conférences sont également effectuées lors de colloques et de congrès
21 spécialisés. De plus, la participation à des foires commerciales et industrielles, la
22 publicité ciblée dans les magazines et journaux spécialisés ainsi que le site
23 Internet permettent de rejoindre l'ensemble de la clientèle grandes entreprises.

5.4. Géothermie

5.4.1. Contexte

1 Depuis 2003, la géothermie est une mesure éligible à un appui financier dans
2 tous les secteurs : *ÉnerGuide* au marché résidentiel, *Initiatives – bâtiments* aux
3 secteurs commercial et institutionnel, *Initiatives - systèmes industriels* au marché
4 des petites et moyennes entreprises et *PIBGE* et *PIIGE* pour les grandes
5 entreprises.

6 Tel qu'indiqué dans la demande R-3584-2005, le Distributeur a initié en 2005 une
7 étude de marché et un balisage des programmes afin d'optimiser sa stratégie
8 d'intervention. Les principales conclusions de ces études sont présentées à la
9 section 5 de HQD-15, document 2.

10 Dans le cadre de la demande R-3584-2005, le Distributeur a indiqué également
11 que la promotion de la géothermie s'effectuerait par le biais des programmes
12 *Produits* des marchés résidentiel et affaires. À la lumière de ses récents travaux,
13 et du positionnement du Distributeur sur la géothermie en faveur d'une approche
14 performance, la stratégie d'intervention du Distributeur s'appuiera maintenant
15 exclusivement sur les autres programmes existants.

16 Les paramètres d'intervention détaillés sont actuellement en phase de
17 conception. Des ententes avec des partenaires sont en négociation et d'ici
18 l'automne, le Distributeur pourra préciser les modalités de son intervention. Les
19 impacts énergétiques découlant de ce positionnement viendront appuyer les
20 objectifs d'économies d'énergie des programmes existants.

5.4.2. Positionnement de la géothermie

21 Les deux axes d'intervention du Distributeur consistent toujours à contribuer à
22 structurer le marché et à augmenter le nombre de systèmes géothermiques. Les
23 travaux réalisés en 2005 permettent maintenant d'en préciser les moyens. Les

1 firmes externes responsables du mandat, le comité d'experts ayant collaboré aux
2 aspects techniques, de même que les intervenants consultés tout au long du
3 mandat, ont mis en lumière les principaux enjeux commerciaux. Ils ont émis
4 plusieurs recommandations pour assurer la viabilité à long terme de cette
5 industrie. Le Distributeur s'est donc fortement inspiré de ces recommandations
6 pour baser sa stratégie d'intervention.

7 La géothermie est une mesure procurant des économies d'énergie appréciables
8 (de 30 à 60 %) et ayant un potentiel technico-économique (PTÉ) notable de
9 940 GWh à l'horizon 2010 (voir la section 5.2.2 de HQD-15, document 2).

10 Le Distributeur entend contribuer à développer le potentiel commercial de cette
11 technologie dans tous les marchés par le biais de diverses actions visant à
12 atténuer les barrières commerciales, tout en s'assurant de respecter les critères
13 de rentabilité exigés par la Régie. Cependant, le Distributeur fait face notamment
14 à deux barrières importantes :

- 15 • Au secteur résidentiel, cette technologie a un coût unitaire moyen (environ
16 12,2 cents/kWh) qui est très près du coût évité de long terme ; ce qui lui
17 laisse peu de marge de manœuvre pour investir dans sa promotion.
- 18 • Pour l'ensemble des marchés, près de 80 % du PTÉ provient de
19 segments dont la PRI est supérieure à 20 ans, ce qui est très long sur la
20 base des critères de décision des clients. Le potentiel commercial de
21 cette technologie se retrouve donc dans les segments de marché ciblés et
22 ne vise donc pas un marché de masse.

23 L'intervention du Distributeur doit tenir compte également des autres enjeux
24 identifiés dans l'étude de marché :

- 25 • Chaque installation est unique (types de système, coûts, économies), ce
26 qui augmente la perception du risque et le besoin d'information.

- 1 • L'expertise des concepteurs et des installateurs est déterminante pour
2 assurer le rendement des systèmes et le respect de l'environnement. Un
3 appui financier en échange d'exigences de qualité constitue une voie à
4 privilegier.
- 5 • La géothermie n'est pas un produit mais bien un système ayant
6 différentes composantes et faisant appel à des expertises diverses
7 (frigoriste, puisatier, entrepreneur, etc.). Il est généralement conseillé de
8 ne pas considérer la géothermie comme «une pompe à chaleur haut de
9 gamme», car envoyer ce signal aux clients risque d'augmenter le nombre
10 d'installations déficientes.

11 La stratégie du Distributeur s'inspire des pratiques gagnantes soulevées dans
12 l'étude de balisage en préconisant une approche intégrée d'initiatives s'adressant
13 à la fois à la demande et à l'offre. Elle se base sur les principes suivants :

- 14 • Approche performance plutôt que prescriptive (produits).

15 L'approche performance favorise l'optimisation de la consommation
16 globale d'un bâtiment, laissant au client le choix des mesures utilisées
17 pour réduire sa consommation. La géothermie est une mesure
18 fournissant d'importantes économies d'énergie mais dont le coût
19 unitaire est élevé par rapport à d'autres mesures de réduction des
20 coûts de chauffage. Par contre, une maison bien isolée, par exemple,
21 nécessitera une installation géothermique de moindre envergure tout
22 en fournissant des économies d'énergie appréciables. Dans un
23 programme performance comme *Énerguidé* ou *Initiatives*, l'aide
24 financière est accordée en fonction de l'ampleur des économies
25 d'énergie générées, favorisant, mais de façon efficiente, le recours à la
26 géothermie.

27 De plus, tel que mentionné précédemment, les programmes produits
28 ne sont pas adaptés à la technologie des systèmes géothermiques.

1 Enfin, le Distributeur privilégie le recours à des programmes existants
2 afin de minimiser les coûts de programmes.

- 3 • Gestion du risque technique et environnemental par un processus de
4 contrôle de la qualité.

5 Les groupes de discussion ont fait ressortir que l'appui du Distributeur
6 est perçu par les clients comme un cautionnement de la technologie.
7 L'octroi d'un appui financier peut générer une croissance déréglée (ex.
8 augmentation des *profiteurs* et hausse de prix). Pour protéger les
9 clients et pour s'assurer que les kWh économisés soient au rendez-
10 vous, l'industrie doit se doter d'un processus sérieux de contrôle de
11 qualité que le Distributeur va appuyer.

- 12 • Encouragement des leaders et appui à l'innovation.

13 Le développement actuel de la géothermie s'est réalisé grâce à
14 l'initiative d'individus convaincus. En effet, quelques firmes de génie-
15 conseil, architectes, gestionnaires d'immeubles, particulièrement ceux
16 du milieu scolaire et associations diverses ont contribué à
17 l'avancement de l'expertise québécoise en géothermie. Le Distributeur
18 veut appuyer ces initiatives en encourageant, par exemple, les
19 approches commerciales innovatrices (activité *PISTE*) et le
20 développement technique (travaux du LTÉ, études de cas). Enfin, une
21 portion des surcoûts reliés aux études de faisabilité continuera d'être
22 supportée par le Distributeur.

- 23 • Partenariat avec les intervenants.

24 Plusieurs firmes et associations ont été consultées et ont apporté leur
25 appui durant les travaux de planification des programmes de
26 géothermie. De même, au cours de la dernière année, de nombreuses
27 activités d'informations et d'échanges techniques se sont déroulées en
28 partenariat avec l'industrie ce qui constitue un facteur de réussite de

1 toute intervention commerciale. Le Distributeur poursuivra donc dans
2 cette voie et travaillera conjointement avec les intervenants de
3 l'industrie.

5.4.3. Orientations par marché

4 La poursuite des interventions du Distributeur pour promouvoir la géothermie
5 dans chacun des marchés se concrétisera de la façon suivante :

6 Marché résidentiel

7 • Stimuler la demande

8 ○ Par un appui financier sous forme de « prime géothermie » (réduction
9 du coût initial de capital et diminution de la PRI) en échange
10 d'exigences de qualité des installations via les programmes suivants :

11 - *ÉnerGuide* pour les bâtiments existants ;

12 - *Novoclimat* pour la construction neuve.

13 ○ Par la diffusion d'informations sur la géothermie s'adressant au grand
14 public (site Internet d'Hydro-Québec, médias, salons, etc.) et par la
15 mise en œuvre d'un plan de promotion auprès de clientèles ciblées,
16 tels que les promoteurs immobiliers et les segments plus rentables
17 comme les propriétaires disposant d'un système central électrique à
18 air chaud.

19 • Structurer l'offre

20 ○ Par le soutien du processus de qualité.

21 De concert avec l'industrie, les entreprises de services publics
22 canadiennes et les instances gouvernementales, la Coalition
23 canadienne de l'énergie géothermique (CCÉG) travaille activement à
24 la mise sur pied, dès cet automne, d'un programme national de
25 certification en technologie géothermique. Ce projet couvre tous les

1 volets d'un programme qualité : formation des concepteurs et des
2 installateurs, accréditation des professionnels et des entrepreneurs,
3 qualification des entreprises, certification des installations (incluant
4 l'inspection par un tiers indépendant), registre national, plan de
5 garantie et processus d'arbitrage.

6 Pour bénéficier de l'appui financier à l'intérieur de ses programmes, le
7 Distributeur préconise actuellement que les installations soient
8 certifiées par la CCÉG. Le Distributeur désire contribuer au succès de
9 la démarche qualité et s'engage à financer une portion des frais
10 engendrés pour supporter ce processus de certification.

11 ○ Par la promotion et la diffusion d'information technique.

12 La promotion par la force de vente du Distributeur et par les agents
13 livreurs, en collaboration avec les différentes associations (CCÉG,
14 CMMTQ, AQME, AESEQ, APPQ, CETAF, etc.), sera poursuivie. Des
15 études de cas et des fiches techniques sont également prévues.

16 ○ Par le soutien à l'innovation.

17 Le Distributeur encourage les approches commerciales innovatrices
18 dans le cadre de l'activité *PISTE*. À cet effet, un appel d'offres sera
19 lancé visant des projets novateurs (ex. : les nouveaux lotissements
20 résidentiels avec puits communs).

21 **Marchés affaires et grandes entreprises**

22 • Stimuler la demande

23 ○ Par la consolidation des efforts de promotion.

24 Considérant l'accueil favorable des programmes *Initiatives – bâtiments*
25 et *systèmes industriels* lors des consultations, le Distributeur
26 consolidera ses efforts de promotion de la géothermie en offrant un
27 appui financier dans le cadre de ces programmes. La géothermie

- 1 demeure également éligible à un appui financier dans le cadre des
2 programmes *PIBGE* et *PIIGE*.
- 3 ○ Par la diffusion d'informations et la mise en oeuvre d'un plan de
4 promotion de la géothermie auprès des décideurs.
- 5 • Structurer l'offre
- 6 ○ Par le soutien du processus de qualité (voir le détail dans la section du
7 marché résidentiel).
- 8 ○ Par la poursuite des efforts de promotion et la diffusion d'informations
9 techniques, particulièrement auprès des ingénieurs, architectes et
10 technologues.
- 11 ○ En étudiant l'opportunité de bonifier le supplément déjà offert pour les
12 études de faisabilité.

5.4.4. Activités à venir et échéancier

13 Les volets géothermie à l'intérieur des programmes ci-haut mentionnés sont
14 présentement en phase de conception (échéance automne 2006).

15 Le tableau 5.32 présente les hypothèses pour l'année 2007 utilisées dans le
16 cadre des travaux de planification. Les économies d'énergie prévues sont
17 intégrées à l'intérieur des programmes et activités du PGEÉ.

1

TABLEAU 5.32 : HYPOTHÈSES 2007 (PRÉLIMINAIRE)

Marchés	Gain unitaire moyen (kWh/an)	Projets (nets du tendanciel)	Impact énergétique (GWh ajoutés)
Résidentiel	10 765	100	1,1
Affaires	282 400	14	4,0
Grandes entreprises	À l'étude	À l'étude	
Total			5,5

2 Des rencontres sont en cours avec le ministère des Ressources naturelles et de
3 la Faune et l'AEÉ afin d'arrimer la démarche du Distributeur avec le programme
4 de promotion de la géothermie qui sera développé par l'AEÉ. Au cours des
5 prochains mois, le Distributeur finalisera les consultations avec les différentes
6 parties prenantes, principalement avec la CCÉG.

7 La signature des ententes avec les parties impliquées dans le processus de
8 qualité constitue un élément essentiel à la stratégie d'intervention du Distributeur.
9 C'est pourquoi la mise en œuvre, quoique prévue pour le début 2007, est
10 conditionnelle à cette démarche.

11 Entre temps, les modalités des interventions incluant l'aide financière, les
12 budgets et les tests de rentabilité seront finalisées et dès que le processus de
13 qualité sera implanté, le Distributeur procèdera au déploiement des nouvelles
14 activités.

5.5. Tronc commun

15 Le tableau suivant présente les principales activités prévues au tronc commun
16 pour l'année 2007 et les budgets qui y sont associés. Dans l'ensemble, le
17 Distributeur poursuit toutes les activités telles que prévues dans la demande
18 R-3584-2005 et ne modifie pas les budgets associés, à l'exception de l'évaluation
19 et de la réglementation.

1

TABLEAU 5.33 : BUDGET 2007 (M\$)

Activités	R-3584-2005	R-3610-2006	Écart
Planification et conception	4,7	4,7	-
Communication	8,4	8,4	-
Suivi	3,4	3,4	-
Évaluation	2,9	1,9	-1,0
IDÉE	1,5	1,5	-
PISTE	5,4	5,4	-
Consultation permanente	0,5	0,5	-
Réglementation	0,2	0,4	+0,2
Réseaux autonomes	0,2	0,2	-
TOTAL	27,1	26,4	-0,8

2

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

3 Le Distributeur tient toutefois à préciser que, dans le cadre des activités de
 4 planification et conception pour l'année 2007, il s'assura d'un arrimage avec le
 5 plan d'ensemble d'économies d'énergie de l'AEÉ, il effectuera divers travaux de
 6 conception d'interventions commerciales potentielles et il mettra à jour le
 7 potentiel technico-économique par le biais d'un comité de travail, tel qu'indiqué
 8 dans la demande R-3584-2005. Le Distributeur désire initier les travaux du
 9 comité à la fin 2006 ou au début 2007.

10 Le Distributeur travaille également à intégrer à son PGEÉ un programme de
 11 reconnaissance pour les clientèles résidentielle et affaires. L'objectif de ce
 12 programme est de créer un *momentum* autour de l'efficacité énergétique et des
 13 programmes qui s'y rattachent en soulignant les efforts des clients et partenaires.

14 Par ailleurs, les activités d'évaluation du Distributeur se poursuivront en 2007
 15 avec l'évaluation des programmes *ÉnerGuide*, *Novoclimat - volet unifamiliales*,

1 *Thermostats – nouvelle construction, Ménages à budget modeste et Novoclimat -*
2 *volet logements.*

6. ANALYSES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRE

3 Les tests économiques habituels, soit le test du coût total en ressources (CTR),
4 le test du client participant (TP) et le test de neutralité tarifaire (TNT), sont
5 réalisés sur l'horizon 2007-2010. Les coûts évités ont été mis à jour selon la
6 méthodologie approuvée par la Régie dans la décision D-2004-96 et sont
7 présentés à l'annexe A.

8 Les résultats des analyses économiques confirment la rentabilité des
9 programmes du PGEÉ pour la période 2007-2010, dans un contexte où les
10 projections énergétiques et budgétaires du PGEÉ pour les années subséquentes
11 à 2007 sont établies en continuité avec les activités de 2007 et sont
12 indépendantes des réflexions et discussions à venir avec l'AEÉ. Le CTR est de
13 1 598 M\$ (actualisés de 2007), le TP de 1 306 M\$ (actualisés de 2007) et le TNT
14 indique un surplus de 554 M\$ (actualisés de 2007).

15 L'analyse financière permet d'illustrer l'impact à venir du PGEÉ, soit la période
16 2007 à 2010, sur les revenus requis du Distributeur, en supposant tous les autres
17 paramètres constants. L'impact maximal sur les revenus requis de 15,7 M\$ arrive
18 en 2011. Cet impact est très peu significatif et représente 0,18 % du revenu
19 requis du Distributeur pour l'année 2006. La hausse des coûts évités limite ainsi
20 l'impact sur le revenu requis du Distributeur.

21 Notons toutefois que les dépenses admissibles du PGEÉ déjà réalisées, ainsi
22 que celles présentées dans cette demande budgétaire sont portées au compte
23 de frais reportés autorisés par la Régie et inscrites à la base de tarification du
24 Distributeur. Elles sont amorties à partir de l'année suivant celle où elles ont été
25 encourues sur une période de 5 ans pour les dépenses de 2003 à 2005 et sur
26 une période de 10 ans pour les dépenses encourues à partir du 1^{er} janvier 2006.

1 Le tableau suivant présente le détail de l'impact associé aux dépenses de mise
2 en œuvre du PGEÉ sur le coût de service 2007 du Distributeur de 67 M\$:

3 **TABLEAU 6.1 : IMPACT EN 2007 ASSOCIÉ AUX DÉPENSES DE MISE EN ŒUVRE DU PGEÉ**
4 **SUR LE COÛT DE SERVICE DU DISTRIBUTEUR (M\$)**

		M\$
Frais reportés du PGEÉ inclut dans la base de tarification (moyenne 13 mois)	HQD-08-01	269,0
Taux de rendement 2007 sur la base de tarification	HQD-10-02	7,99 %
		21,5
Amortissement du PGEÉ pour 2007	HQD-07-09	45,8
Impact total sur le coût de service 2007		67,3

5