

**PLAN GLOBAL EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE  
SUIVI DE LA DÉCISION D-2007-12**



---

**TABLES DES MATIÈRES**

<b>1. SUIVI DES DEMANDES DE LA RÉGIE .....</b>	<b>5</b>
<b>2. MÉNAGES À FAIBLE REVENU .....</b>	<b>7</b>
2.1. STRATÉGIE COMMERCIALE EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE POUR LA CLIENTÈLE EN DIFFICULTÉ DE PAIEMENT .....	7
2.2. RÉPARTITION DU BUDGET ALLOUÉ AU PROGRAMME <i>RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE – MFR</i> .....	7
<b>3. BONIFICATION DE L'AIDE FINANCIÈRE POUR LES RÉSEAUX AUTONOMES .....</b>	<b>8</b>
3.1. BONIFICATION POUR LE PROGRAMME <i>NOVOCLIMAT</i> .....	10
3.2. BONIFICATION POUR LE PROGRAMME <i>INITIATIVES – BÂTIMENTS</i> .....	10
3.3. CONCLUSION.....	11
<b>4. POTENTIEL TECHNICO-ÉCONOMIQUE (PTÉ).....</b>	<b>12</b>
<b>5. FINANCEMENT .....</b>	<b>13</b>
5.1. RAPPEL DES CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE .....	13
5.2. RAPPEL DE LA POSITION DU DISTRIBUTEUR .....	14
5.3. ACTIONS ENTREPRISES DEPUIS LE DÉPÔT DES ÉTUDES SUR LE FINANCEMENT .....	15
<b>6. RAPPORTS D'ÉVALUATION .....</b>	<b>16</b>
6.1. CONTEXTE .....	16
6.2. PORTÉE DE L'ÉVALUATION .....	17
6.3. APPROCHE DE L'ÉVALUATION.....	18
6.4. CONSTATS ET RECOMMANDATIONS .....	18
6.4.1. <i>Programme Initiatives – bâtiments</i> .....	19
6.4.2. <i>Programme Initiatives – systèmes industriels</i> .....	22
6.4.3. <i>Programme Produits efficaces</i> .....	25
6.5. ACTIONS ENTREPRISES PAR LE DISTRIBUTEUR .....	27
6.5.1. <i>Programmes Appui aux initiatives</i> .....	28
6.5.2. <i>Programme Produits efficaces</i> .....	33

**LISTE DES ANNEXES**

- Annexe A : Évaluation du programme Appui aux initiatives – Volet Optimisation énergétique des bâtiments du marché affaires
- Annexe B : Évaluation du programme Appui aux initiatives – Systèmes industriels, période 2004-2005
- Annexe C : Évaluation de deux programmes du marché affaires – Programme Produits efficaces – Volets Moteurs phase 1 et Éclairage phase 1
- Annexe D : Évaluation de deux programmes du marché affaires – Programme Produits efficaces – Volet Optimisation des feux de signalisation

## 1. SUIVI DES DEMANDES DE LA RÉGIE

1

**TABLEAU 1.1 : SUIVI DES DEMANDES DE LA RÉGIE**

Demandes de la Régie (D-2007-12)		Réponses / commentaires du Distributeur
<b>Ménages à faible revenu (MFR)</b>	Considérer les propositions de l'ACEF de Québec dans l'établissement de la stratégie commerciale en efficacité énergétique qui doit être développée pour rejoindre spécifiquement la clientèle en difficulté de paiement. (p. 120)  Faire état de cette stratégie lors de la demande de budget 2008 du PGEÉ. (p. 101)	Voir section 2.1 du présent document et section 3.7 de HQD-14, document 2.
	Tenir compte de la répartition des ménages entre les différents types de logements (communautaires, privés et sociaux) dans l'établissement des budgets de mise en œuvre du programme <i>Rénovation énergétique</i> . (p. 102)	Voir section 2.2 du présent document.
	Faire évoluer les programmes destinés aux MFR en tenant compte des réalités spécifiques de cette clientèle et en privilégiant si possible une approche d'intervention globale. (p. 102)	Voir section 5.1.3 de HQD-14, document 3.
<b>Clientèle affaires</b>	Poursuivre les efforts, de concert avec les partenaires de la clientèle affaires, afin de réduire les obstacles administratifs à la participation aux programmes, tel que mentionné dans les conclusions du rapport d'évaluation déposé dans le cadre du PGEÉ 2006. (p. 103)	Voir section 5.2.2 et 5.2.3 de HQD-14, document 3 et section 6.5 du présent document.
	Présenter distinctement, pour la clientèle institutionnelle et pour la clientèle commerciale, les économies d'énergie projetées et les budgets prévus. (pp. 103, 120)	Voir section 2 et sections 5.2.2 et 5.2.4 de HQD-14, document 3.
<b>Clientèle grandes entreprises</b>	Accentuer les efforts de sensibilisation destinés à cette clientèle afin d'accroître le taux de participation dans <i>PADIGE</i> et <i>PIBGE</i> . (p. 104)	Voir sections 2.4.3, 5.2.4 et 5.3.2 de HQD-14, document 3.

<b>Demandes de la Régie (D-2007-12)</b>		<b>Réponses / commentaires du Distributeur</b>
<b>Clientèle réseaux autonomes</b>	Présenter les résultats de l'approche communautaire dans les réseaux autonomes lors de la demande de budget 2008 du PGEÉ. (p. 105)	L'appel de proposition du programme <i>Visite conseils</i> aux Îles-de-la-Madeleine a été lancé en mai 2007. Le déploiement du programme qui inclut l'approche communautaire est prévu à l'automne 2007.  Voir également section 5.1.6 de HQD-14, document 3
	Déposer un mécanisme de calcul quantitatif plus élaboré aux fins d'établissement des bonifications de l'aide financière des programmes destinés aux réseaux autonomes. (p. 120)  Ce mécanisme doit notamment tenir compte des coûts évités associés au prix du mazout et résultant de la tarification dissuasive appliquée au nord du 53 <sup>e</sup> parallèle, et de toute autre considération jugée à propos par le Distributeur. (p. 106)	Voir section 3 du présent document.
<b>Études diverses</b>	Mettre à jour le potentiel technico-économique (PTÉ) du PGEÉ, tenir à cette fin une séance de travail et faire état des résultats de cette séance lors de la demande de budget 2008. (p. 120)	Voir section 4 du présent document et section 5.2.4.2 de HQD-14, document 3.
	Poursuivre l'analyse des rapports sur le financement de l'efficacité énergétique en vue d'en intégrer, dès 2007, les conclusions aux programmes. (p. 107)  Rendre compte de cette analyse et de l'application des conclusions de ces rapports à ses programmes dès la demande de budget 2008. (p. 108)	Voir section 5 du présent document.
<b>Coûts évités</b>	Présenter toute variation importante des principales composantes du coût évité, ainsi que l'impact des changements apportés à la méthodologie et au niveau des coûts évités, pour le réseau intégré et pour les réseaux autonomes. (pp. 107, 121)	Voir section 6.2 de HQD-14, document 3.

<b>Demandes de la Régie (D-2007-12)</b>		<b>Réponses / commentaires du Distributeur</b>
<b>Évaluation</b>	Déposer, lors de la demande de budget 2008, les premiers rapports d'évaluation des programmes, incluant les résultats du mesurage disponibles et les sondages relatifs à la satisfaction de la clientèle prévus au plan d'évaluation déposé. (pp. 107, 121)	Rapports d'évaluation : voir section 6 et annexes A à D du présent document.  Sondages relatifs à la satisfaction de la clientèle (distincts des activités d'évaluation) : voir section 2.4 de HQD-14, document 3.

## **2. MÉNAGES À FAIBLE REVENU**

### **2.1. Stratégie commerciale en efficacité énergétique pour la clientèle en difficulté de paiement**

1 Le Distributeur présente ses interventions en efficacité énergétique pour les  
2 ménages à faible revenu à la section 5.1.3 de la pièce HQD-14, document 3.

3 Par ailleurs, il est prévu que le Distributeur, via ses services de recouvrement,  
4 réfèrera, en 2007, environ 1 200 clients à faible revenu en difficulté de paiement  
5 au programme *Éconologis* de l'AEÉ, indépendamment du secteur dans lequel ils  
6 se trouvent. La possibilité d'accroître ce nombre annuel de références à  
7 *Éconologis* sera examinée pour l'année 2008.

### **2.2. Répartition du budget alloué au programme *Rénovation énergétique – MFR***

8 La conception du programme *Rénovation énergétique – MFR* se fait par volet de  
9 programme. La prévision budgétaire associée à chacun des secteurs se précise  
10 au fur et à mesure de la conception de chaque volet. C'est pourquoi le  
11 Distributeur présente maintenant une prévision budgétaire spécifique au volet  
12 *communautaire – coopératives d'habitation*, tout comme pour le volet *social*. Le  
13 Distributeur sera en mesure d'associer un budget spécifique à chacun des autres  
14 volets du programme (*OBNL d'habitation* et *privé*) lorsque leur conception sera

1 terminée. Les informations concernant les budgets sont présentées à la  
2 section 5.1.3 de la pièce HQD-14, document 3.

### **3. BONIFICATION DE L'AIDE FINANCIÈRE POUR LES RÉSEAUX AUTONOMES**

3 Bien que tous les programmes du Distributeur soient offerts à la clientèle des  
4 réseaux autonomes depuis le lancement de chacun d'eux, il peut y avoir des  
5 barrières d'ordre économique, commercial ou autres, affectant la pénétration des  
6 programmes d'économie d'énergie ou des programmes d'utilisation efficace de  
7 l'énergie favorisant le mazout<sup>1</sup>. C'est pour cette raison que le Distributeur, dans  
8 la demande R-3584-2005, évoquait la nécessité d'adapter certains programmes  
9 en efficacité énergétique pour cette clientèle, notamment en :

- 10 • intégrant les économies de mazout pour appuyer les programmes  
11 d'utilisation efficace de l'énergie ;
- 12 • adaptant la commercialisation pour tenir compte des spécificités  
13 culturelles, des ressources et des conditions locales ;
- 14 • bonifiant, lorsque les conditions le justifient, l'aide financière.

15 De façon générale, il est important de rappeler que le niveau d'aide financière  
16 d'un programme n'est pas directement tributaire du coût évité. Sa présence vise  
17 à éliminer une barrière financière pour le client afin d'encourager sa participation  
18 à un programme, en compensant par exemple le coût additionnel d'un  
19 équipement plus efficace. Cette approche est également vraie dans le cas des  
20 réseaux autonomes.

---

<sup>1</sup> Les programmes d'utilisation efficace de l'énergie, qui ne font pas partie du PGEÉ, visent à réduire les coûts de production de l'électricité du Distributeur dans les réseaux autonomes. Pour se faire, ils offrent divers incitatifs financiers encourageant l'utilisation du mazout pour les besoins de chauffage dans les réseaux autonomes. Ils ont d'abord été mis en place aux Îles-de-la-Madeleine en 1979, puis au cours des années suivantes dans les autres réseaux autonomes. La pertinence de maintenir ces programmes est réévaluée périodiquement par le Distributeur dans le cadre du plan d'approvisionnement.

1 De façon plus spécifique, le niveau d'aide financière est établi sur la base d'une  
2 analyse de nombreux facteurs, notamment :

- 3 • le gain unitaire de la mesure, pour le client et pour le Distributeur ;
- 4 • le risque estimé d'opportunisme, selon les différents niveaux d'aide ;
- 5 • le surcoût des mesures ;
- 6 • la période de retour sur l'investissement, pour le client ;
- 7 • le revenu disponible de la clientèle (capacité de contribuer aux mesures) ;
- 8 • les autres effets de distorsion (particulièrement la cannibalisation d'autres  
9 programmes) ;
- 10 • les coûts évités.

11 Le coût évité n'est donc pas le seul facteur influençant le niveau d'aide  
12 financière. Ainsi, sa bonification découle de la nécessité d'offrir un incitatif  
13 additionnel aux clients de ces réseaux afin d'accroître leur participation aux  
14 programmes.

15 Les coûts évités servent à réaliser les tests permettant de déterminer la viabilité  
16 économique des programmes, notamment de s'assurer que leurs coûts  
17 n'excèdent pas le bénéfice pour l'ensemble de la société. Dans ce contexte, on  
18 serait tenté de croire que plus les coûts évités sont élevés, plus la bonification de  
19 l'aide financière pourrait être importante. Cependant, cette dernière n'est qu'un  
20 paramètre parmi d'autres pour inciter les clients à adhérer aux programmes. Il  
21 faut considérer l'ensemble de ces paramètres quand vient le temps de bonifier  
22 l'aide financière. À cet effet, l'expérience et le jugement des concepteurs sont  
23 des éléments essentiels dans l'exercice de fixation du niveau approprié d'aide  
24 financière, à la lumière des informations recueillies pour chacun des paramètres.

25 En conclusion, il n'existe pas de mécanisme de calcul quantitatif aux fins  
26 d'établissement de la bonification de l'aide financière.

### **3.1. Bonification pour le programme *Novoclimat***

1 Comme mentionné à la pièce HQD-14, document 3<sup>2</sup>, plusieurs modalités de ce  
2 programme ont été adaptées aux besoins de la clientèle des réseaux  
3 autonomes. Ainsi, en 2006, l'aide financière a été bonifiée de 10 % pour les Îles-  
4 de-la-Madeleine afin de tenir compte de coûts plus élevés. En effet, dans le cas  
5 présent, cette bonification vise à contourner une barrière importante pour cette  
6 clientèle, à savoir les coûts de construction et d'inspection plus élevés dans ces  
7 régions, pour des raisons d'éloignement. Une analyse comparative du coût des  
8 matériaux et de la main-d'œuvre a permis de conclure que le coût additionnel,  
9 aux Îles-de-la-Madeleine, atteignait environ 10 % par rapport à la moyenne du  
10 Québec. C'est cette analyse qui a permis de déterminer la bonification requise.

11 Par ailleurs, il est important de noter que le Distributeur a aussi vu à enlever  
12 différents obstacles commerciaux afin d'augmenter la participation au  
13 programme, dont une formation aux constructeurs locaux et une  
14 commercialisation spécifique.

### **3.2. Bonification pour le programme *Initiatives – bâtiments***

15 Dans le cas de ce programme également, les coûts du programme pour le client  
16 justifient une majoration de l'aide financière, à cause notamment du coût du  
17 matériel (transport) et de la main-d'œuvre. L'écart avec le coût moyen provincial  
18 varie généralement entre 10 et 60 % selon les réseaux.

19 Comme il a été mentionné précédemment, les seuls critères économiques ne  
20 suffisent pas à déterminer le niveau adéquat d'aide financière. Des  
21 considérations commerciales entrent également en ligne de compte. Ainsi, afin  
22 d'encourager de façon substantielle la participation, le Distributeur a décidé de  
23 doubler l'aide financière accordée à la première tranche (de 10 à 20 ¢/kWh). Les

---

<sup>2</sup> Voir la section 5.1.6.

1 seconde et troisième tranches furent haussées d'environ 50 % (respectivement,  
2 de 30 à 45 ¢/kWh et de 55 à 85 ¢/kWh).

3 La hausse proportionnellement moins importante aux seconde et troisième  
4 tranches se justifie par un souci d'éviter de verser une aide plus élevée qu'il n'est  
5 nécessaire. En effet, en règle générale, l'économie d'énergie marginale tirée  
6 d'une augmentation de l'aide financière est décroissante. Passé un certain seuil,  
7 cette augmentation ne permet plus de générer des économies additionnelles  
8 significatives. Dans le cas présent, il a été jugé que bonifier davantage les  
9 seconde et troisième tranches ne se traduirait pas par des économies d'énergie  
10 plus importantes.

11 Le Distributeur est conscient que la bonification de l'aide financière pour ce  
12 programme n'est pas uniquement et directement la résultante d'un calcul précis,  
13 mais qu'elle intègre diverses considérations, ce dont il a été fait mention  
14 précédemment. Toutefois, ce type d'approche n'est pas inhabituel en matière de  
15 programmes commerciaux, y compris en efficacité énergétique. C'est une  
16 pratique courante ailleurs en Amérique du Nord.

### **3.3. Conclusion**

17 Ces deux exemples démontrent que les obstacles à franchir pour assurer le  
18 succès de ces programmes ne sont plus d'ordre financier mais commercial et  
19 que le Distributeur bonifie les programmes lorsque la situation le justifie. La  
20 bonification des programmes en réseaux autonomes passe par un examen des  
21 conditions commerciales et financières propres à chaque réseau dans le respect  
22 des critères d'acceptabilité et de viabilité économique.

23 Dans ce contexte, le Distributeur juge qu'il n'y a pas lieu, pour le moment, de  
24 bonifier davantage l'aide financière à ses programmes dans les réseaux  
25 autonomes. Il estime préférable d'attendre que les programmes aient un  
26 historique plus long avant de porter un jugement quant au niveau d'aide

1 financière. Pour le moment, les clients ne semblent pas juger que celle-ci soit  
2 insuffisante.

3 Le Distributeur rappelle qu'il n'existe pas de mécanisme de calcul quantitatif aux  
4 fins d'établissement de la bonification de l'aide financière et qu'à cette fin,  
5 l'expérience et le jugement des concepteurs jouent un rôle essentiel.

#### **4. POTENTIEL TECHNICO-ÉCONOMIQUE (PTÉ)**

6 En 2005, un groupe de travail a été formé pour évaluer le PTÉ des marchés  
7 résidentiel, commercial et institutionnel (CI), petite et moyenne industrie (PMI) et  
8 grande industrie (GI). Les résultats des travaux ont été déposés dans la  
9 demande R-3584-2005, HQD-3, document 1. Depuis, le Distributeur a révisé à  
10 une seule occasion le PTÉ de tous les marchés. Cette révision, présentée dans  
11 le cadre de la demande R-3610-2006, vise à refléter l'augmentation de l'ordre de  
12 25 % des coûts évités. Le tableau suivant présente l'impact de ces changements  
13 par marché.

14 **TABLEAU 4.1 : ÉVALUATION DU PTÉ 5 ANS PAR MARCHÉ (GWH CUMULATIFS)**

<b>Marchés</b>	<b>Avec les coûts évités de R-3584-2005</b>	<b>Avec les coûts évités de R-3610-2006</b>	<b>Écarts</b>
Résidentiel	8 013	9 407	+ 1 394 (+ 17 %)
CI	7 189	8 599	+ 1 410 (+ 20 %)
PMI	1 535	1 708	+ 173 (+ 11 %)
GI	3 420	3 544	+ 124 (+ 4 %)
<b>Total</b>	<b>20 157</b>	<b>23 258</b>	<b>+ 3 101 (+ 15 %)</b>

15

16 Globalement, l'augmentation des coûts évités de 25 % entraîne une  
17 augmentation de 15 % du PTÉ. Il est à noter que cette hausse provient de  
18 l'inclusion de nouveaux segments de marché associés à des mesures déjà

1 incluses dans le PTÉ de 2005. Ces segments de marché n'étaient pas rentables  
2 avec les coûts évités de 2005. Le changement de PTÉ ne provient donc pas de  
3 l'inclusion de nouvelles mesures, ni de la révision d'hypothèses autres que les  
4 coûts évités.

5 Dans le cadre de la mise en place du PEEÉNT, l'AEÉ entend mettre à jour  
6 l'évaluation du PTÉ des mesures d'économie d'énergie provenant de différentes  
7 sources d'énergie. Le Distributeur prévoit contribuer activement aux travaux de  
8 l'AEÉ et arrimer son processus à celui de l'AEÉ. Toutefois, si la mise à jour de  
9 certains programmes le requérait, le Distributeur procéderait ponctuellement à la  
10 révision du PTÉ associé à ses programmes de façon à tenir compte des  
11 paramètres les plus à jour et saisir toutes opportunités non considérées dans les  
12 évaluations précédentes.

## **5. FINANCEMENT**

13 À la demande de la Régie, le Distributeur a poursuivi l'analyse des rapports de  
14 financement réalisés par la firme Raymond Chabot Grant Thornton (RCGT).

### **5.1. Rappel des conclusions de l'étude**

15 Les conclusions qu'il retient de ces rapports sont :

- 16 • Les besoins en financement pour des projets en efficacité énergétique  
17 sont faibles :
  - 18 ○ La plupart des clients résidentiels, commerciaux et industriels  
19 financent les projets d'efficacité énergétique par leurs fonds propres.
  - 20 ○ Lorsqu'ils ont recours à du financement externe, les produits offerts  
21 sur le marché répondent à leurs besoins.
  - 22 ○ Les organisations du marché institutionnel sont limitées davantage par  
23 leur enveloppe budgétaire pour la réalisation de projets d'efficacité  
24 énergétique que par le manque de financement.

- 1       • L'offre de financement par les institutions financières traditionnelles et les  
2       entreprises de services éconergétiques sur les marchés est suffisante,  
3       compétitive et disponible pour les clients ayant un bon dossier de crédit.
- 4       o Un fois leur projet autorisé, les clients du marché institutionnel  
5       bénéficient de conditions d'emprunt comparables à celles du  
6       gouvernement.
- 7       • En général, le balisage des programmes d'efficacité énergétique  
8       démontre que le financement offert par les distributeurs d'énergie attire  
9       peu de participants.

10   Pour toutes ces raisons, RCGT a recommandé au Distributeur de ne pas  
11   intervenir dans le financement par emprunt de projets en efficacité énergétique. Il  
12   recommande plutôt au Distributeur d'augmenter, si nécessaire, les subventions  
13   qu'il offre déjà et de privilégier les interventions visant à réduire les barrières  
14   autres que le coût des mesures, telles que la promotion active des programmes,  
15   l'aide technique et l'accompagnement.

## **5.2. Rappel de la position du Distributeur**

16   Dans un tel contexte, une offre de financement d'Hydro-Québec Distribution  
17   pourrait difficilement être compétitive étant donné :

- 18       • le développement de l'expertise et de l'infrastructure requises ;  
19       • la gestion des risques pour un volume de prêts limité ;  
20       • l'approche du Distributeur qui limiterait le financement au surcoût des  
21       mesures d'efficacité énergétique de projets de plus grande envergure.

22   Le Distributeur réitère sa position présentée à la Régie au cours de l'audience du  
23   dossier R-3610-2006, de ne pas intervenir dans le marché du financement par  
24   emprunt. Il privilégie plutôt de poursuivre et ajuster les subventions le cas  
25   échéant, et tenter de réduire les barrières autres que le coût des mesures.

1 Diverses activités sont menées par le Distributeur, telles que la promotion active  
2 des programmes auprès des clients et d'autres organismes, et pour certains  
3 segments de clients, l'aide technique et l'accompagnement pour des projets  
4 d'efficacité énergétique.

5 Le Distributeur est d'avis que le marché du financement au Québec est  
6 suffisamment important pour ne pas constituer pas une barrière sur laquelle il  
7 devrait agir pour améliorer l'accessibilité aux programmes.

### **5.3. Actions entreprises depuis le dépôt des études sur le financement**

8 Au cours de la dernière année, le Distributeur a initié plusieurs des  
9 recommandations de la firme RCGT. Entre autres :

- 10 • Il a augmenté l'aide financière accordée aux ménages à faible revenu  
11 dans le cadre des programmes *Rénovation énergétique - MFR* et  
12 *Novoclimat – volet logements sociaux et communautaires*. Il a accentué la  
13 promotion des programmes actuels pour faire connaître leur existence et  
14 leurs bénéfices.
- 15 • Il a lancé une nouvelle campagne médias imprimés et radio visant la  
16 clientèle affaires dans laquelle l'accent est donné à l'accessibilité aux  
17 programmes, à la liste des mesures admissibles et à la disponibilité de  
18 ressources financières et techniques pour la réalisation de projets  
19 d'efficacité énergétique. Des témoignages de clients de tous les marchés  
20 viennent appuyer cette campagne.
- 21 • Il a poursuivi ses projets-pilotes avec les concessionnaires automobiles,  
22 les dépanneurs et l'Association des manufacturiers d'équipements de  
23 transport et de véhicules spéciaux (AMETVS) en parallèle aux  
24 discussions qu'il mène avec l'AEÉ pour élaborer et développer des  
25 approches particulières pour les petits clients commerciaux et  
26 institutionnels (CI) afin de les inciter à inclure l'efficacité énergétique dans  
27 leurs projets de construction, d'agrandissement ou de rénovation.

- 1       • Il a entrepris plusieurs autres actions pour augmenter la pénétration des  
2       programmes *Initiatives – bâtiments* et *Initiatives – systèmes industriels*.  
3       Ces actions sont décrites à la section 6.5 du présent document et aux  
4       sections 5.2.2 et 5.2.3 de la pièce HQD-14, document 3.

5       Finalement, dans le cadre du PEEÉNT, le Distributeur travaille avec l'AEÉ et les  
6       autres distributeurs d'énergie au développement d'un guichet unique pour  
7       encourager et faciliter la réalisation de projets visant plus d'une forme d'énergie.

## **6. RAPPORTS D'ÉVALUATION**

### **6.1. Contexte**

8       En lançant le PGEÉ en 2003, le Distributeur a mis à la disposition de ses clients  
9       une série de programmes visant à stimuler l'efficacité énergétique au Québec. Le  
10       premier exercice d'évaluation de ces programmes était plus limité, compte tenu  
11       de la courte période d'exploitation initialement prévue. Réalisé en 2004, il  
12       reposait essentiellement sur des sondages couvrant des thèmes importants,  
13       telles que la notoriété des programmes et la satisfaction des participants.

14       Après quelques années de rodage et considérant la portée croissante des  
15       programmes, il était requis de procéder à une évaluation plus en profondeur. Les  
16       évaluations à réaliser ont été définies et priorisées selon le degré d'avancement  
17       et le niveau de difficulté rencontré dans la livraison des programmes. En 2006, le  
18       Distributeur a donc entrepris l'évaluation des programmes d'efficacité  
19       énergétique du marché affaires. Les programmes évalués sont :

- 20       • *Initiatives – bâtiments* ;  
21       • *Initiatives – systèmes industriels* ;  
22       • *Produits efficaces, volets Moteurs, Éclairage et Feux de signalisation*.

23       Les rapports d'évaluation de ces programmes, finalisés en décembre 2006 et  
24       janvier 2007, se trouvent aux annexes A à D du présent document.

## **6.2. Portée de l'évaluation**

1 L'objet premier des rapports d'évaluation est d'abord de relever les éléments des  
2 programmes qui gagneraient à être améliorés. De tels ajustements sont normaux  
3 et inévitables après le lancement de nouveaux programmes et favorisent un  
4 raffinement et une efficacité des interventions. Ils ne doivent pas être perçus  
5 comme un jugement sur la pertinence des programmes.

6 Dans cet ordre d'idées, avec un souci d'amélioration continue de ses activités, le  
7 Distributeur a mis en place un nouveau cadre de gestion spécifique aux activités  
8 reliées à l'efficacité énergétique. Ce dernier répond à bon nombre des  
9 préoccupations soulevées par les évaluateurs. À cet égard, il faut noter que le  
10 rapport d'évaluation d'*Initiatives – systèmes industriels* considère cet effort  
11 comme un pas dans la bonne direction.

12 Trois types d'évaluation de programmes ont été utilisés par le Distributeur :

- 13 • l'évaluation de processus ;
- 14 • l'évaluation de marché ;
- 15 • l'évaluation de l'impact énergétique.

16 Pour les programmes *Initiatives*, une évaluation de processus, de marché et de  
17 l'impact énergétique a été réalisée, pour la période 2004-2005 uniquement. Ces  
18 programmes avaient un historique suffisamment long pour appuyer la réalisation  
19 des trois types d'évaluation. Les évaluations ne tiennent pas compte des  
20 nombreuses améliorations apportées aux programmes depuis 2005 et dont  
21 l'impact s'est fait sentir ultérieurement.

22 Pour le programme *Produits efficaces*, seule une évaluation du processus a été  
23 réalisée pour les volets *Moteurs* et *Éclairage* étant donné le court historique de  
24 ces volets, lancés à l'automne 2005. L'évaluation a porté uniquement sur la

1 théorie du programme<sup>3</sup> développée en 2005. Le volet *Feux de signalisation* a fait  
2 l'objet d'une évaluation de processus et de marché, sur la période 2003 à 2006.

### 6.3. Approche de l'évaluation

3 Les évaluations des programmes du marché affaires ont été réalisées par des  
4 firmes externes afin d'assurer l'objectivité de la démarche. À la suite de deux  
5 appels de propositions, l'un pour le programme *Initiatives – systèmes industriels*  
6 et l'autre pour les programmes *Initiatives – bâtiments* et *Produits efficaces*, des  
7 consortiums regroupant des firmes spécialisées dans les domaines de  
8 l'évaluation, du marketing, de la statistique et de l'ingénierie se sont formés.  
9 Étant donné l'absence d'expertise au Québec en évaluation de programmes  
10 d'efficacité énergétique, des firmes américaines spécialisées dans le domaine  
11 ont été recrutées par des firmes québécoises pour former ces consortiums et  
12 assurer un transfert d'expertise, conformément aux exigences des appels de  
13 propositions.

14 Les consortiums sélectionnés par le processus d'appels de propositions sont :

- 15 • SOM, Génivar, RLW Analytics et TecMarket Works pour le programme  
16 *Initiatives – systèmes industriels* ;
- 17 • ADEC, CIMA+, Shel Feldman et SBW Consulting inc. pour les  
18 programmes *Initiatives – bâtiments* et *Produits efficaces*.

### 6.4. Constats et recommandations

19 Les principaux constats et recommandations des évaluateurs sont présentés ci-  
20 après par programme. Ils sont regroupés selon des thèmes correspondant aux  
21 grandes activités et enjeux des programmes du marché affaires.

22 D'emblée, il faut rappeler, comme le font les évaluateurs, que le PGEÉ initial ne

---

<sup>3</sup> La théorie du programme comprend l'ensemble des hypothèses et prémisses soutenant la conception de ce programme, par exemple les caractéristiques du marché ciblé (clients, partenaires, produits), les obstacles potentiels et les objectifs d'économies d'énergie.

1 couvrait qu'une période de trois ans. De plus, les efforts consentis pour le  
2 développement des programmes (notamment la vérification de la base de  
3 référence dans le cas d'*Initiatives – bâtiments*) étaient proportionnels à l'objectif,  
4 à l'origine plus modeste, du PGEÉ (750 GWh en 2006).

5 Depuis la mise en place des programmes, le Distributeur a constamment déployé  
6 des efforts afin de les améliorer et les adapter aux objectifs croissants qui leurs  
7 sont associés. Ces efforts d'amélioration sont détaillés à la section 6.5.

#### ***6.4.1. Programme Initiatives – bâtiments***

8 Les évaluateurs soulignent qu'un travail considérable a été accompli en peu de  
9 temps et avec beaucoup de professionnalisme par l'équipe responsable du  
10 programme. En outre, ils sont d'avis qu'au-delà des problèmes relevés, ce  
11 programme continue d'avoir un grand potentiel en matière d'économie  
12 d'électricité. Les objectifs demeurent atteignables en apportant certaines  
13 modifications, comme à titre d'exemples, l'ajustement de la base de référence et  
14 l'exclusion de projets en cours ou complétés au moment du dépôt d'une  
15 demande d'aide financière. À cet effet, soulignons que le Distributeur a déjà pris  
16 des mesures permettant de répondre à ces préoccupations considérées  
17 importantes, tel que décrites à la section 6.5.1.

18 Les évaluateurs reconnaissent que ce programme n'était pas, à l'origine, conçu  
19 en fonction de l'ampleur actuelle. En outre, le contexte de l'époque exigeait une  
20 courte période de conception et de mise en place, car un démarrage rapide était  
21 souhaité. Les ajustements nécessaires sont, en partie du moins, le reflet de ces  
22 contraintes et de la portée originale plus limitée du programme.

23 Pour la période 2004-2005, les évaluateurs jugent que les principales  
24 améliorations requises étaient les suivantes :

- 25 • *Mieux documenter et revoir la théorie de programme pour la rendre moins*  
26 *fragmentaire.*

1 Une théorie de programme bien établie devrait documenter,  
2 notamment, le choix des concepts et des stratégies, la structure du  
3 marché, les moyens d'interventions et les hypothèses soutenant les  
4 prévisions d'économies (par exemple, le nombre de projets acceptés  
5 ou les économies par projet).

6 Dans le cas présent, les évaluateurs relèvent que plusieurs  
7 hypothèses ont varié de façon importante depuis la mise en place du  
8 programme, sans que ces variations soient adéquatement  
9 documentées. D'autres hypothèses sont manquantes. Les objectifs du  
10 programme ne sont pas précis.

11 *Recommandation*

12 Les évaluateurs recommandent de mieux documenter et de revoir la  
13 théorie du programme.

- 14 • *Diminuer les effets distorsion, notamment le taux d'opportunisme.*

15 Les évaluateurs estiment que les bases de référence du programme  
16 ne sont pas représentatives des pratiques courantes, particulièrement  
17 au niveau de la nouvelle construction et des supermarchés  
18 d'alimentation. De plus, le programme acceptait des projets déjà  
19 réalisés. En conséquence, le taux d'opportunisme se situerait entre  
20 50 % et 75 % en 2004 et 2005, selon l'enquête téléphonique sur les  
21 participants réalisée par les évaluateurs. En outre, l'analyse des  
22 dossiers déposés en 2004 et 2005, également réalisée par les  
23 évaluateurs, indiquerait un taux global des effets de distorsion de  
24 61,5 %. Ce taux a été utilisé par le Distributeur pour ajuster les  
25 résultats de 2004 et 2005, soit une réduction des économies d'énergie  
26 d'environ 25 GWh. Il faut toutefois souligner que malgré cet  
27 ajustement, les résultats sont, à ce jour, supérieurs aux objectifs  
28 présentés au dossier R-3584-2005.

1 Les évaluateurs soulignent que l'opportunisme demeure une notion  
2 imprécise et relativement subjective, son évaluation relevant  
3 davantage de l'art que de la science. Par ailleurs, ils rappellent qu'il  
4 n'est pas rare de trouver des taux d'opportunisme de l'ordre de 25 % à  
5 30 % dans des programmes similaires et considérés comme des  
6 succès aux États-Unis. Il faut donc, selon eux, interpréter avec  
7 prudence les résultats obtenus et se garder de toute conclusion  
8 précipitée.

9 *Recommandations*

10 Les évaluateurs recommandent de mieux identifier les pratiques  
11 courantes afin de revoir les bases de référence déterminant l'appui  
12 financier. En outre, aucun projet déjà complété ne devrait plus être  
13 accepté. Enfin, ils recommandent d'assurer une meilleure  
14 compréhension de la notion d'économie d'énergie nette auprès des  
15 différents intervenants chargés de la livraison du programme.

16 • *Optimiser le traitement des dossiers, considéré long et complexe.*

17 Selon les évaluateurs, il y a un trop grand nombre d'intervenants dans  
18 le traitement des dossiers. Les rôles de ces intervenants sont imprécis  
19 et l'expertise est déficiente. Les procédures administratives pour le  
20 montage d'un dossier sont aussi complexes et parfois incomprises.

21 *Recommandation*

22 Les évaluateurs recommandent d'optimiser les procédures de  
23 traitement des dossiers. Ceci est en accord avec les conclusions de la  
24 Régie qui, dans le cadre de sa décision D-2007-12<sup>4</sup>, invitait le  
25 Distributeur à réduire les obstacles administratifs à la participation au  
26 programme.

---

<sup>4</sup> D-2007-12, R-3610-2006, 2007-02-07, page 103 de 121.

1       • *Améliorer la stratégie de commercialisation.*

2           Les évaluateurs jugent que les caractéristiques de la clientèle visée  
3           sont mal précisées et que la recherche commerciale n'est pas assez  
4           poussée.

5           *Recommandation*

6           Les évaluateurs recommandent de développer un plan de  
7           commercialisation concret qui mettra l'accent sur le démarchage direct  
8           auprès des clients (intervention en amont des projets) et sur  
9           l'accompagnement durant la réalisation du projet.

10       • *Miser sur le potentiel des partenaires.*

11           Les évaluateurs estiment que les partenaires professionnels (bureaux  
12           d'architectes et d'ingénieurs, par exemple) ne se considèrent pas  
13           comme les vendeurs du programme et disent ne pas être traités  
14           comme de vrais partenaires. Toujours selon eux, les partenaires  
15           reprochent au programme sa lourdeur et sa complexité.

16           *Recommandations*

17           Les évaluateurs insistent sur la nécessité de bâtir un meilleur lien de  
18           confiance avec les partenaires. Ils recommandent en outre de  
19           compléter leur formation, tant sur l'efficacité énergétique en général  
20           que sur les outils et les exigences du programme. De plus, ils notent le  
21           besoin d'une nouvelle accréditation plus exigeante.

#### **6.4.2. Programme Initiatives – systèmes industriels**

22       Les évaluateurs notent que les efforts initiaux de conception étaient établis en  
23       fonction d'un programme d'envergure beaucoup plus limitée. Ces efforts ne sont  
24       plus nécessairement adaptés à un programme plus ambitieux. La hausse des  
25       objectifs appelle donc des ajustements au programme.

26       Pour la période 2004-2005, les évaluateurs jugent que les principales

1 améliorations requises étaient les suivantes :

- 2 • *Mieux documenter et revoir la théorie de programme pour la rendre moins*  
3 *fragmentaire.*

4 En plus d'une documentation déficiente (incluant le plan d'évaluation),  
5 les évaluateurs ont relevé l'absence d'un modèle logique illustrant les  
6 liens entre les activités de livraison du programme qui permettent  
7 d'atteindre les objectifs. De ceci découlerait un manque de clarté des  
8 objectifs et des orientations.

9 *Recommandation*

10 Les évaluateurs recommandent de revoir la théorie du programme et  
11 de documenter les orientations critiques.

- 12 • *Réduire les effets de distorsion.*

13 L'évaluation de marché a révélé un taux d'opportunisme d'au moins  
14 32,9 %. Ainsi, 19 GWh des économies enregistrées dans le système  
15 de suivi ne peuvent être crédités au programme. Les évaluateurs  
16 jugent que la rentabilité des mesures d'économie d'énergie ne semble  
17 pas être une préoccupation du personnel du Distributeur chargé d'en  
18 faire la promotion auprès des clients.

19 Toutefois, les évaluateurs soulignent la rigueur dans l'analyse des  
20 dossiers et considèrent que les scénarios de référence sont  
21 appropriés.

22 *Recommandations*

23 Les évaluateurs recommandent de mettre en place des encadrements  
24 qui permettront de réduire le taux d'opportunisme aux environs de  
25 15 %. Il est primordial, selon eux, d'assurer une bonne maîtrise du  
26 concept d'économie d'énergie nette de la part du personnel du  
27 Distributeur, des partenaires professionnels et des clients. De plus, les

1           évaluateurs indiquent qu'aucun projet réalisé ne devrait plus être  
2           admissible au programme.

- 3           • *Améliorer le traitement des dossiers, considéré long et complexe.*

4           Les longs délais et la complexité du programme nuisent à la  
5           participation des clients. Les participants ne recommandent pas le  
6           programme de façon enthousiaste et se plaignent de la lourdeur du  
7           processus. Le délai requis pour la réception de l'aide financière est  
8           également jugé beaucoup trop long.

9           *Recommandation*

10          Les évaluateurs recommandent de revoir le processus administratif et  
11          de validation technique des projets.

- 12          • *Améliorer la stratégie de commercialisation.*

13          Bien que la stratégie de commercialisation individualisée soit efficace,  
14          les évaluateurs estiment qu'elle ne cible pas suffisamment les clients  
15          et les organisations présentant un bon potentiel de participation.

16          *Recommandation*

17          Les évaluateurs recommandent de poursuivre une approche très  
18          ciblée des entreprises et d'utiliser de façon plus coordonnée le  
19          personnel en territoire et les partenaires professionnels. Ils suggèrent  
20          également de poursuivre l'amélioration du site Internet.

- 21          • *Miser sur le potentiel des partenaires.*

22          Les évaluateurs jugent que les partenaires professionnels ne sont pas  
23          suffisamment mis à contribution.

1                    *Recommandations*

2                    Les évaluateurs recommandent de mettre sur pied des sessions de  
3                    formation et d'information pour les partenaires professionnels et de  
4                    sensibiliser ces derniers aux objectifs du programme. Ils  
5                    recommandent également de consulter les partenaires lorsque des  
6                    ajustements doivent être apportés au programme.

7                    • *Réviser la structure organisationnelle et décisionnelle.*

8                    Les évaluateurs sont d'avis que la structure organisationnelle (en  
9                    cheminée) ne favorise pas la bonne marche du programme et  
10                    l'imputabilité est diffuse.

11                    *Recommandation*

12                    Les évaluateurs recommandent au Distributeur de se doter d'un centre  
13                    de décision unique, responsable de toutes les décisions relatives au  
14                    programme.

### ***6.4.3. Programme Produits efficaces***

#### ***6.4.3.1 Volets Moteurs et Éclairage***

15                    Ces volets n'ont pas fait l'objet d'une évaluation d'impact énergétique, ni de  
16                    marché, puisqu'ils ont été lancés seulement à l'automne 2005. Seule l'évaluation  
17                    de processus, qui vise à identifier les forces et faiblesses en matière de  
18                    conception du programme, a été effectuée. Les principaux constats des  
19                    évaluateurs sont les suivants :

- 20                    • La théorie du programme est fragmentaire, résultant d'un manque de  
21                    temps à l'étape de la conception.
- 22                    • Le programme est lent à démarrer en 2006.
- 23                    • Il n'y a pas de provision pour les effets de distorsion.
- 24                    • Le versement de l'appui financier est fait avant l'installation du produit.

1 Les évaluateurs recommandent :

- 2 • d'améliorer la documentation à l'appui des prévisions ;
- 3 • d'établir une provision pour les effets de distorsion (15 à 20 %) ;
- 4 • d'effectuer une recherche commerciale plus poussée à l'étape de la
- 5 conception, notamment une caractérisation plus précise de la clientèle
- 6 visée ;
- 7 • de revoir le versement de la remise avant l'installation des produits ;
- 8 • d'améliorer la commercialisation, notamment la représentation directe
- 9 auprès des partenaires, et de réfléchir à l'opportunité d'une intervention
- 10 plus en amont ;
- 11 • de viser une plus grande imputabilité de résultats des responsables de la
- 12 mise en marché.

#### ***6.4.3.2 Volet Feux de signalisation***

13 Le volet a fait l'objet d'une évaluation de processus et d'une évaluation de  
14 marché, pour la période de 2003 à 2006. Il ne couvre pas les résultats obtenus.

15 Les principaux constats des évaluateurs sont les suivants :

- 16 • Dans l'ensemble, les municipalités et les fournisseurs se disent satisfaits
- 17 du programme.
- 18 • La théorie du programme est fragmentaire et mal documentée,
- 19 probablement dû au manque de temps pour la conception.
- 20 • La stratégie de commercialisation n'est pas assez approfondie. De plus, il
- 21 existe un certain vide au niveau de la représentation commerciale directe
- 22 auprès des municipalités.
- 23 • Il n'y a pas de plan d'intervention détaillé pour les plus gros clients.
- 24 • La gestion de la base de données devrait être améliorée.

1 Les évaluateurs recommandent :

- 2 • d'alléger, si possible, certains processus ;
- 3 • d'intervenir rapidement pour améliorer le service à la clientèle et le suivi
- 4 de la progression des conversions, notamment chez les plus gros clients
- 5 (ville de Montréal) ;
- 6 • de raffermir les relations avec les partenaires ;
- 7 • de mettre en place un outil de suivi des efforts de représentation ;
- 8 • d'effectuer un suivi des conversions, municipalité par municipalité.

#### **6.5. Actions entreprises par le Distributeur**

9 Le Distributeur a établi un plan d'action visant à répondre à chacune des  
10 principales recommandations des évaluateurs. La réalisation des actions prévues  
11 à ce plan, résumé au tableau 6.1, constitue une priorité pour le Distributeur. Une  
12 multitude de mesures répondant en partie aux préoccupations soulevées par les  
13 évaluateurs ont déjà été mises en place.

14 Les conclusions et recommandations des rapports d'évaluation sont abordées  
15 par des équipes dédiées à chaque domaine d'intervention. Les échéances  
16 varient de l'été 2007 au printemps 2008, selon la complexité des améliorations à  
17 apporter.

18 Tel que précisé précédemment, le Distributeur a mis en place un cadre de  
19 gestion rigoureux relatif à ses activités en efficacité énergétique. Des mesures  
20 correctives sont mises en place dès l'identification des pistes d'amélioration.

1  
2

**TABLEAU 6.1 – PLAN D'ACTION DÉCOULANT DES RECOMMANDATIONS  
DES RAPPORTS D'ÉVALUATION**

PROGRAMMES	DOMAINES D'INTERVENTION
<b>Initiatives</b>	<p><i>Théorie du programme :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ documenter et revoir la théorie des programmes</li> </ul> <p><i>Effets de distorsion :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ diminuer le taux d'opportunisme</li> <li>▪ tenir compte de l'effet tendanciel</li> </ul> <p><i>Traitement des dossiers :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ revoir les modalités des programmes</li> <li>▪ améliorer le processus administratif</li> <li>▪ améliorer le processus de validation technique</li> <li>▪ développer des outils référentiels</li> </ul> <p><i>Commercialisation :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ revoir la stratégie de commercialisation</li> </ul> <p><i>Animation des intervenants internes et externes :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ accroître la connaissance et l'adhésion des intervenants aux programmes affaires</li> </ul>
<b>Produits efficaces (volets Moteurs et Éclairage)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ parfaire les études de marché et revoir les principaux paramètres du programme</li> <li>▪ améliorer la documentation des étapes de la conception du programme</li> </ul>
<b>Produits efficaces (volet Feux de signalisation)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ alléger certains processus</li> <li>▪ instaurer un service personnalisé pour les grands clients</li> <li>▪ mettre en place des activités de représentation</li> </ul>

3

### **6.5.1. Programmes Appui aux initiatives**

4  
5  
6

Les pistes d'amélioration relevées par les évaluateurs sont comparables pour les deux programmes *Initiatives*. Les nombreuses améliorations mises en place depuis 2006 par le Distributeur permettront :

7

- *de mieux documenter et revoir la théorie de programme :*

8  
9  
10

Ainsi que le rappelle le rapport d'évaluation d'*Initiatives – systèmes industriels*, le temps imparti pour la mise en place des programmes était relativement court (incluant *Initiatives – bâtiments*). Le

1 Distributeur a déjà entrepris un exercice afin de compléter cette  
2 documentation, ce qui permettra, par exemple, de mieux comprendre  
3 l'évolution des programmes depuis leur création.

4 Par ailleurs, le cadre de gestion des programmes identifie l'ensemble  
5 des informations requises à l'étape de la conception, ce qui assurera  
6 dorénavant une meilleure documentation.

7 • *de réduire les effets distorsion, notamment le taux d'opportunisme :*

8 Le taux élevé d'opportunisme est un des principaux aspects relevés  
9 par les évaluateurs. Conscient de ce problème, le Distributeur a pris  
10 toutes les mesures nécessaires afin de le corriger rapidement.

11 D'emblée, il faut se rappeler que la décision d'accepter des projets  
12 déjà réalisés était justifiée par les ajustements liés à la mise en place  
13 des programmes. Afin d'éviter de prolonger indûment les délais pour  
14 les clients souhaitant participer, les demandes d'aide financière  
15 pouvaient être acheminées après le démarrage des travaux.

16 Toutefois, les programmes *Initiatives* du marché affaires étant à  
17 présent bien établis, les modalités d'admissibilité ont été resserrées,  
18 notamment l'obligation de présenter un document d'avant-projet au  
19 Distributeur avant d'entreprendre des travaux, et ce, depuis le 1<sup>er</sup> juillet  
20 2007.

21 Par ailleurs, dans le cas d'*Initiatives – bâtiments*, le bâtiment-type  
22 utilisé pour l'analyse des projets est régulièrement ajusté afin de se  
23 rapprocher davantage des pratiques courantes. Une révision  
24 importante a notamment été effectuée en avril 2007 et d'autres  
25 ajustements sont prévus en 2008.

26 Pour établir le taux d'opportunisme applicable pour 2006, 2007 et  
27 2008, le Distributeur a révisé la méthode d'évaluation de ce taux et les  
28 hypothèses sous-jacentes. Le Distributeur a, par la suite, obtenu un  
29 avis favorable des évaluateurs sur la méthode retenue. Les taux fixés

1 pour ces années sont inférieurs au taux de 2004-2005 pour tenir  
2 compte des modifications déjà apportées aux programmes ou devant  
3 l'être en 2007 et 2008. Les taux révisés, intégrés aux économies  
4 d'énergie présentées à l'annexe A de la pièce HQD-14, document 3,  
5 sont présentés au tableau 6.2.

6 **TABLEAU 6.2 – TAUX D'OPPORTUNISME RÉVISÉS**

<b>PROGRAMME</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Initiatives – bâtiments	40 %	25 %	20 %
Initiatives – systèmes industriels	20 %	20 %	20 %

- 7
- 8 • *de simplifier et accélérer le traitement des dossiers :*

9 Dès 2006, le Distributeur a entrepris une simplification des procédures  
10 de révision technique des dossiers. Cet exercice s'est poursuivi en  
11 2007 et les impacts devraient être ressentis dès cette année par la  
12 clientèle et les partenaires. Cette simplification s'est accompagnée  
13 d'une augmentation des ressources allouées à l'évaluation technique,  
14 ce qui devrait encore accélérer le processus.

15 En outre, le Distributeur a procédé à un allègement de la  
16 documentation administrative requise pour le traitement des projets.  
17 Ceci permet de simplifier la tâche de tous les intervenants.

18 Le *Système d'information des projets en efficacité énergétique*  
19 (SIPEÉ), mis en place par le Distributeur au printemps 2007, permet  
20 une amélioration notable de l'efficacité dans le traitement des  
21 dossiers. Accessible au personnel du Distributeur, notamment en  
22 territoire, il permet un partage en temps réel de toute l'information

1 relative aux dossiers. De plus, ce système constitue un outil précieux  
2 pour le suivi des projets.

3 De même, depuis 2006, le Distributeur offre à ses clients, sur son site  
4 Internet, des outils d'analyse pour les systèmes de compression et  
5 d'éclairage. Un troisième outil, visant les procédés de réfrigération, est  
6 en développement et sera mis en ligne en 2008. Ces outils constituent  
7 un atout appréciable pour les clients lors d'une demande d'aide  
8 financière. De plus, ils facilitent et accélèrent le traitement du dossier  
9 chez le Distributeur.

10 Par ailleurs, en juillet 2007, le Distributeur a mis en place une nouvelle  
11 approche d'accompagnement des clients et des partenaires.  
12 Dorénavant, ceux-ci bénéficient de l'assistance technique du  
13 Distributeur dès le début d'un projet. Grâce à cet appui, la soumission  
14 d'une demande se fera de façon beaucoup plus efficiente. Il permettra  
15 notamment de réduire les délais fréquents imputables à des  
16 demandes incomplètes ou mal préparées.

17 Enfin, le Distributeur prévoit mettre en place, pour le début de l'année  
18 2008, des outils qui permettront de confirmer plus rapidement l'aide  
19 financière accordée. La réduction du temps requis pour l'obtention  
20 d'une confirmation de l'aide financière représentait une amélioration  
21 souhaitée par les participants.

22 • *d'améliorer la stratégie de commercialisation :*

23 Au cours des dernières années, et grâce en partie à l'expérience  
24 acquise dans le cadre des programmes, le Distributeur a amélioré de  
25 façon notable la connaissance de sa clientèle. Dès novembre 2006, il  
26 a implanté un plan robuste de recherche commerciale. La mise en  
27 place d'une base de données plus étoffée permet une meilleure  
28 segmentation de la clientèle et de cibler les segments présentant le

1 meilleur potentiel. Ceci permettra une stratégie de commercialisation  
2 plus efficiente.

3 Par ailleurs, comme il a été mentionné, le Distributeur offre depuis  
4 juillet 2007 un meilleur accompagnement technique aux clients  
5 affaires et aux partenaires, dès le début d'un projet et tout au long du  
6 processus.

7 Enfin, il faut rappeler que le Distributeur anime, depuis 2005, des  
8 tables de consultation permanente auxquelles participent différents  
9 intervenants du milieu, incluant des représentants des clients visés.  
10 Ces tables constituent un forum privilégié pour des échanges  
11 constructifs sur les programmes offerts.

12 • *d'utiliser davantage le potentiel des partenaires :*

13 Dès 2006, le Distributeur a augmenté les ressources allouées à  
14 l'assistance technique des partenaires professionnels. Il a également  
15 intensifié ses activités de formation auprès de ceux-ci et cette  
16 intensification a pris davantage d'ampleur en 2007.

17 De plus, une nouvelle table de consultation pour les partenaires  
18 professionnels devrait voir le jour en 2007. Elle constituera un forum  
19 privilégié pour tenir des échanges qui permettront d'apporter d'autres  
20 améliorations aux programmes.

21 Ces mesures permettront d'assurer une meilleure compréhension du  
22 programme et une plus grande efficience dans la soumission des  
23 projets. Cet accompagnement bonifié permettra d'accroître la  
24 satisfaction des partenaires et leur adhésion au programme.

- 1       • *d'optimiser la structure organisationnelle :*

2           L'organisation des activités en efficacité énergétique a évolué depuis  
3           la réalisation des rapports d'évaluation. Le Distributeur a notamment  
4           centralisé davantage les activités de commercialisation. Il a créé une  
5           nouvelle unité administrative dont la mission est de concevoir et gérer  
6           les activités de marketing et de développement des marchés afin de  
7           susciter davantage l'intérêt des partenaires et des intervenants. Cette  
8           action contribuera à améliorer les relations avec les partenaires  
9           professionnels qui supportent ses clients.

10          En outre, le cadre de gestion mis en place par le Distributeur favorise  
11          les échanges et le support entre les unités administratives.

#### ***6.5.2. Programme Produits efficaces***

12       À l'instar des programmes *Initiatives*, le Distributeur a déjà pris des mesures afin  
13       de répondre, au moins en partie, aux préoccupations des évaluateurs concernant  
14       ce programme.

- 15       • *Temps consacré à la conception, au développement et à l'implantation*  
16       *des volets :*

17           Les évaluateurs relèvent que le personnel du Distributeur a réussi un  
18           tour de force en respectant les échéances très serrées du programme,  
19           dans des conditions difficiles. Néanmoins, conscient des améliorations  
20           potentielles, le Distributeur a déjà entrepris un exercice qui permettra  
21           de mieux documenter la théorie de programme.

22           Par ailleurs, le cadre de gestion des programmes identifie l'ensemble  
23           des informations requises à l'étape de la conception, ce qui assurera  
24           dorénavant une meilleure documentation.

1       • *Considération des effets de distorsion :*

2               Dans le cadre de la présente demande, le Distributeur a inclus un effet  
3               de distorsion pour tous les *Produits efficaces*. Le taux de 20 % utilisé  
4               est conforme à celui suggéré par les évaluateurs.

5       • *Prise en compte des plus gros clients visés par le volet Feux de*  
6               *signalisation :*

7               Conscient des contraintes auxquelles font face plusieurs municipalités,  
8               notamment la ville de Montréal, le Distributeur a décidé de prolonger  
9               le programme jusqu'en 2010 afin de leur permettre de compléter leurs  
10              projets de conversion.

11             Cette prolongation est accompagnée d'un ajustement des modalités<sup>5</sup>,  
12             notamment l'exclusion de certains types de feux et la réduction de  
13             l'aide financière après 2009, afin d'encourager les municipalités à  
14             réaliser leurs projets plus rapidement. L'ajustement des modalités vise  
15             également à refléter la baisse du coût des feux à DEL depuis la mise  
16             en place du volet.

17      • *Améliorer la commercialisation :*

18             Le Distributeur a augmenté la représentation directe auprès des  
19             partenaires d'affaires. Il a fait appel à des experts dans le domaine de  
20             l'éclairage et des moteurs ayant une connaissance approfondie de  
21             l'industrie. Une tournée de l'ensemble des partenaires a permis de  
22             mousser les volets et d'offrir une formation sur les outils et le  
23             processus de participation. Elle a également permis la collecte  
24             d'informations précieuses qui permettront de bonifier davantage les  
25             programmes.

---

<sup>5</sup> Pour plus de détails concernant l'ajustement des modalités, voir la section 5.2.1 de HQD-14, document 3.