

INTERVENTIONS EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

TABLE DES MATIÈRES

1. CONTEXTE D’AFFAIRES	5
2. INTERVENTIONS EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE	5
2.1. Résultats anticipés 2017	5
2.2. Interventions de 2018.....	6
3. INTERVENTIONS EN ÉCONOMIES D’ÉNERGIE	7
3.1. Marché Résidentiel.....	7
3.2. Marché Affaires	10
4. INTERVENTIONS EN GESTION DE LA DEMANDE EN PUISSANCE (GDP).....	11
4.1. Marché Résidentiel.....	11
4.2. Marché Affaires	13
5. INNOVATIONS TECHNOLOGIQUE ET COMMERCIALES	13
6. INTERVENTIONS EN RÉSEAUX AUTONOMES	14
7. ANALYSES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES	16
7.1. Analyses économiques.....	16
7.1.1. <i>Analyse de sensibilité</i>	17
7.2. Analyse financière	18
7.2.1. <i>Impact sur le coût de service</i>	18

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Résultats anticipés pour 2017	6
Tableau 2 : Répartition du budget 2018.....	7
Tableau 3 : Budgets et objectifs 2018 – Marché Résidentiel.....	8
Tableau 4 : Budgets et objectifs 2018 – Marché Affaires	10
Tableau 5 : Budgets et objectifs 2018 – Gestion de la demande en puissance.....	11
Tableau 6 : Résultats des analyses économiques	16
Tableau 7 : Résultats des analyses économiques Gestion de la demande en puissance....	17
Tableau 8 : Résultats des analyses de sensibilité.....	18
Tableau 9 : Analyse financière Impact net du budget 2018 sur les tarifs du Distributeur par marchés	18
Tableau 10 : Impact en 2018 des dépenses de mise en œuvre ¹ sur le coût de service du Distributeur	19
Tableau A-1 : Budgets annuels	23
Tableau A-2 : Impacts énergétiques	24
Tableau B-1 : Hypothèses de calcul 2018	26
Tableau C-1 : Analyses économiques (M\$ actualisés de 2018).....	28
Tableau C-2 : Analyses économiques (¢/kWh actualisés de 2018).....	29
Tableau C-3 : Analyses économiques – Gestion de la demande en puissance (\$/kW-hiver actualisés de 2018).....	30
Tableau C-4 : Impact net sur les tarifs du Distributeur	31

1. CONTEXTE D'AFFAIRES

1 Le contexte dans lequel évolue la vision commerciale du Distributeur en efficacité
2 énergétique est marqué par une croissance modeste de la demande, des besoins en
3 puissance, de même que l'adoption en 2016 de la Politique énergétique 2030 par le
4 gouvernement du Québec. Un premier pas dans la mise en œuvre de cette politique
5 énergétique a été la création de l'organisme Transition énergétique Québec (TEQ), lequel
6 sera responsable d'assurer la gouvernance intégrée de la transition énergétique. L'impact de
7 ce contexte sur les activités du Distributeur en matière d'efficacité énergétique se précisera
8 au cours de l'année.

2. INTERVENTIONS EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

2.1. Résultats anticipés 2017

9 Les efforts de 2017 devraient se traduire par des économies d'énergie d'environ 430 GWh et
10 près de 250 MW en gestion de la demande en puissance. Les dépenses reliées à ces
11 interventions totaliseront près de 85 M\$, un montant inférieur de 20 M\$ à celui autorisé par la
12 Régie dans sa décision D-2017-022. L'écart de budget découle essentiellement du report du
13 programme *Charges interruptibles résidentielles – Chauffe-eau* au marché Résidentiel.
14 Le tableau 1 présente les résultats anticipés pour 2017.

**TABLEAU 1 :
RÉSULTATS ANTICIPÉS POUR 2017⁽¹⁾**

Programmes et activités du Distributeur	D-2017-022		Résultats anticipés		Écart	
	Budget TOTAL	Économies d'énergie/ Puissance	Budget TOTAL	Économies d'énergie/ Puissance	Budget TOTAL	Économies d'énergie/ Puissance
<i>Efficacité énergétique</i>	(M\$)	(GWh)	(M\$)	(GWh)	(M\$)	(GWh)
Marché Résidentiel	17	138	18	138	1	-
Marché Affaires - Commercial et institutionnel	22	151	23	143	1	(9)
Marché Affaires - Industriel	18	135	15	144	(3)	9
Réseaux autonomes	9	8	9	8	0	-
Innovations technologiques et commerciales	8	1	7	1	(1)	-
Activités communes	6	-	5	-	(0)	-
Total - Efficacité énergétique - M\$ et GWh	80	433	78	433	(2)	(0)
<i>Gestion de la demande en puissance</i>	(M\$)	(MW)	(M\$)	(MW)	(M\$)	(MW)
Marché Résidentiel	25	86	6	16	(19)	(70)
Marché Affaires	1	165	1	238	0	73
Total - Gestion de la demande en puissance - M\$ et MW²	25	251³	7	253	(18)	3
TOTAL - Interventions du Distributeur - M\$	105		85		(20)	

¹ Le total et les sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison de l'arrondissement.

² Le budget (M\$) exclut la portion relative aux crédits d'interruption compris dans les coûts d'approvisionnement du Distributeur.

³ MW totaux présentés pour les programmes de charges interruptibles. Dans le dossier R-3980-2016, le Distributeur présentait les MW ajoutés.

2.2. Interventions de 2018

- 1 Les priorités du Distributeur à l'égard des interventions en efficacité énergétique visent le
- 2 maintien des économies d'énergie acquises depuis 2003, la compensation d'une partie de la
- 3 croissance par des mesures d'économies d'énergie et l'augmentation de la contribution de la
- 4 gestion de la demande en puissance au bilan de ses moyens de gestion.
- 5 Aux interventions ciblant les clients s'ajoutent celles en innovation technologique et
- 6 l'implication du Distributeur sur des comités dont le rôle est l'évolution des normes et de la
- 7 réglementation.
- 8 En 2018, le Distributeur prévoit un budget de 110 M\$ pour des impacts en économies
- 9 d'énergie d'environ 450 GWh et près de 400 MW en gestion de la demande en puissance.
- 10 Le tableau 2 présente les budgets pour l'année 2018.

**TABLEAU 2 :
RÉPARTITION DU BUDGET 2018**

	M \$
Marché Résidentiel	18
Marché Affaires - Commercial et institutionnel	24
Marché Affaires - Industriel	17
Gestion de la demande en puissance	27
Réseaux autonomes	9
Innovations technologiques et commerciales	8
Activités communes	7
	110

3. INTERVENTIONS EN ÉCONOMIES D'ÉNERGIE

1 En matière d'économies d'énergie, le Distributeur poursuit les activités visant à soutenir la
2 transformation du marché, à accompagner les clients dans leurs projets d'économie
3 d'énergie et à développer une culture de l'efficacité énergétique. Dans certains segments de
4 marché, le Distributeur maintient des appuis financiers là où ce levier est encore nécessaire.

5 Les interventions en économie d'énergie prévues en 2018 se traduiront par une réduction de
6 près de 60 MW des besoins en puissance du Distributeur.

3.1. Marché Résidentiel

7 Au fil des ans, les efforts du Distributeur au marché Résidentiel ont porté à la fois sur
8 l'adoption de produits éconergétiques, avec des aides financières lorsque le coût de ceux-ci
9 le justifiait, et sur la sensibilisation à l'économie d'énergie.

10 La sensibilisation visant à encourager les comportements durables en matière de choix
11 énergétiques et l'utilisation judicieuse de l'électricité se poursuivra en 2018. Des campagnes
12 seront déployées par le biais d'actions de communication sur divers canaux (web, médias
13 sociaux, publicités et commandites), de même que par des activités de commercialisation,
14 notamment auprès des détaillants.

15 En ce qui a trait aux produits éconergétiques, les activités du Distributeur s'adaptent selon
16 qu'il s'agit de produits pour lesquels il a contribué à rendre les choix des consommateurs
17 bien ancrés (par exemple, ampoules à DEL) ou de produits dont la notoriété reste à bâtir. La
18 promotion des premiers s'appuie sur des activités de communication par le biais de divers
19 canaux, lesquelles sont adaptées aux différents produits. Pour les produits dont la notoriété

- 1 demeure à bâtir, le Distributeur intervient non seulement auprès des clients, mais également
2 auprès des influenceurs du marché.
- 3 Le Distributeur est d'avis que certains segments de marché, comme les ménages à faible
4 revenu, les clients des réseaux autonomes et le développement urbain durable, doivent être
5 traités avec des approches spécifiques. Aussi, les interventions du Distributeur auprès de
6 ces différents segments continueront d'être adaptées pour chacun d'entre eux.
- 7 Les budgets consacrés aux interventions en efficacité énergétique pour l'année 2018 sont
8 présentés au tableau 3.

**TABLEAU 3 :
BUDGETS ET OBJECTIFS 2018 – MARCHÉ RÉSIDENTIEL**

	2018	
	M \$	GWh
Marché Résidentiel		
Initiatives Mieux consommer	18	153
Offre Ménages à faible revenu	8	5
	25	158

Initiatives Mieux consommer

- 9 En 2017, les activités de sensibilisation mettent l'accent sur les moyens de réduction de
10 consommation, dont l'abaissement de température et l'isolation. Ces produits et gestes sont
11 ceux dont les impacts énergétiques sont les plus importants lors des périodes de forte
12 consommation.
- 13 La campagne de sensibilisation *Mieux consommer* se poursuit en 2017 à la radio, sur le web
14 et les médias sociaux. De plus, le Distributeur est présent lors d'événements et festivals avec
15 le kiosque *Les bons réflexes*, qui se veut ludique et permet une interaction directe avec les
16 clients.
- 17 Un nouveau modèle d'affaires visant l'échange de visibilité avec un partenaire quincaillier est
18 présentement à l'essai dans le cadre d'un projet pilote de promotion de produits
19 éconergétiques. Selon les résultats obtenus par ce projet pilote, le modèle d'affaires pourrait
20 être étendu à d'autres partenaires.
- 21 Le Distributeur mise toujours sur le volet jeunesse de la sensibilisation à l'efficacité
22 énergétique avec la *Valise 00Watt*, modernisée en 2015. La centaine de *Valises 00Watt*
23 rejoint environ 18 000 élèves, et ce, chaque année.
- 24 Le *Portrait de ma consommation* est désormais disponible sur l'*Espace client*. L'outil permet
25 au client de prendre connaissance de sa consommation d'électricité quotidienne, mensuelle
26 ou annuelle, d'y associer le coût et la température extérieure de sa région, de même que
27 d'accéder à des conseils en efficacité énergétique. Par ailleurs, les fonctionnalités

1 dynamiques de comparaison intégrées à ce libre-service facilitent la compréhension de
2 l'impact du chauffage sur la consommation.

3 Lors de la refonte du site web *Mieux consommer*, le volet éclairage a notamment fait l'objet
4 d'une optimisation avec des contenus explicatifs. Un nouvel outil *Comment choisir ses*
5 *ampoules* sera mis en ligne en 2018 afin de faciliter l'achat en magasin, notamment des
6 ampoules à DEL.

7 La promotion de *Maisons efficaces* prend fin le 31 décembre 2017. Cette offre n'a pas
8 suscité l'intérêt escompté auprès des constructeurs et des consommateurs.

9 La promotion de *Fenêtres et portes-fenêtres* se poursuit. Une évaluation des interventions du
10 Distributeur dans ce marché est présentement en cours de réalisation afin de mesurer
11 l'influence du Distributeur pour ces produits.

12 En 2017, les thermopompes ont été ajoutées à la promotion des produits de *Piscines*
13 *efficaces*. Les résultats obtenus permettront d'orienter les activités de promotion en 2018.

14 L'impact positif des améliorations apportées au mode de déploiement des produits
15 économiseurs d'eau et d'énergie homologués WaterSense® depuis le lancement de l'offre
16 milite en faveur du maintien de ce modèle d'affaires. Le Distributeur procédera à un appel de
17 propositions d'ici la fin de 2017 afin de poursuivre le déploiement de trousse et de produits
18 individuels en 2018.

19 Le Distributeur maintient le programme *Développement urbain durable*. Il continue de
20 promouvoir ce programme lors de colloques et d'événements ciblés favorisant la création
21 d'éco-quartiers. Deux projets sont présentement en phase d'analyse.

Offre aux ménages à faible revenu

22 En 2017, le Distributeur a réalisé un projet pilote en collaboration avec le BEIÉ afin d'évaluer
23 le potentiel que représente l'intégration des mesures d'économie d'énergie complémentaires
24 à l'offre *Éconologis*. Toutes les mesures proposées ont été installées où cela était possible et
25 des conseils ont été prodigués aux participants.

26 Le projet s'est avéré concluant. Le taux de remplacement de l'éclairage à DEL a atteint 97 %
27 et celui du remplacement des réfrigérateurs, 27 %. Ce dernier taux s'explique, entre autres,
28 par l'âge des appareils, qui n'en justifie pas le remplacement, ainsi que par la pénétration du
29 programme *Remplacement de frigos MFR* du Distributeur, lequel a déjà rejoint plus de
30 30 000 ménages.

31 Le Distributeur poursuivra sa collaboration avec TEQ afin d'ajouter de nouvelles mesures
32 complémentaires à l'offre *Éconologis* et de définir les meilleurs moyens de rejoindre
33 l'ensemble de cette clientèle.

34 Les différents volets du programme *Rénovations énergétiques MFR* se poursuivent en 2018.

3.2. Marché Affaires

- 1 En 2017, le Distributeur a maintenu son offre de programmes d'aide à la mise en œuvre de
 2 projets en économies d'énergie à un niveau relativement stable. Par ces programmes, le
 3 Distributeur contribue à améliorer la compétitivité des entreprises.
- 4 Pour 2018, les interventions à ce marché devraient générer des économies d'énergie
 5 d'environ 300 GWh et le Distributeur prévoit y consacrer un budget de 41 M\$.

**TABLEAU 4 :
BUDGETS ET OBJECTIFS 2018 – MARCHÉ AFFAIRES**

	2018	
	M \$	GWh
Marché Affaires		
Commercial et institutionnel	24	154
OIEÉB	21	142
Produits efficaces	3	12
Industriel	17	139
OIEÉSI - Petites et moyennes entreprises	9	53
OIEÉSI - Grandes industries	8	86
	41	293

Offres intégrées en efficacité énergétique pour les bâtiments et les systèmes industriels (OIEÉB et OIEÉSI)

- 6 Les programmes d'offre intégrée Affaires contribuent de manière importante aux objectifs du
 7 Distributeur en matière d'efficacité énergétique. L'objectif de 2017 sera atteint, avec des
 8 gains anticipés de l'ordre de 272 GWh et un budget d'environ 33 M\$.
- 9 Pour 2018, l'offre actuelle du Distributeur demeure la même, avec un objectif d'économies
 10 d'énergie de 281 GWh, pour un budget de 38 M\$.

Produits efficaces

- 11 En 2017, le Distributeur anticipe des résultats supérieurs aux objectifs, notamment pour les
 12 produits du secteur agricole. Le budget anticipé pour 2017 s'établit à 3,8 M\$, pour un impact
 13 énergétique de 14,8 GWh, soit 5 GWh de plus que prévu.
- 14 Le programme est maintenu en 2018, avec un budget planifié de 3,4 M\$ et un impact
 15 énergétique de 12 GWh.

4. INTERVENTIONS EN GESTION DE LA DEMANDE EN PUISSANCE (GDP)

1 Le budget anticipé pour 2017 s'élève à 7,3 M\$. L'impact en puissance total anticipé des
2 programmes de GDP est évalué à 250 MW pour l'hiver 2017-2018.

3 Le Distributeur prévoit consacrer un peu plus de 27 M\$ en 2018 pour ses interventions en
4 GDP, lui permettant d'assurer près de 400 MW comme moyens à sa disposition pour
5 équilibrer son bilan en puissance à l'hiver 2018-2019, comme présenté au tableau 5.

TABLEAU 5 :
BUDGETS ET OBJECTIFS 2018 – GESTION DE LA DEMANDE EN PUISSANCE

	2018	
	M \$	MW
Gestion de la demande en puissance		
Chauffe-eau à trois éléments	2	3
Sensibilisation et biénergie DT	1	0
Charges interruptibles résidentielles	24	83
Charges interruptibles - Bâtiments	1	310
	27	396

¹ Le total et les sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison de l'arrondissement.

4.1. Marché Résidentiel

Chauffe-eau à trois éléments

6 En 2017, le Distributeur a mis en place un soutien promotionnel et financier à l'intention des
7 installateurs de chauffe-eau à trois éléments. Le Distributeur maintient le programme
8 *Chauffe-eau à trois éléments* en 2018. Ce programme est rentable et complémentaire à
9 toute autre offre en gestion de la demande en puissance que pourrait déployer le Distributeur
10 dans ce segment de marché¹.

Charges interruptibles résidentielles

11 Le Distributeur envisage toujours de mettre en œuvre un programme de *Charges*
12 *interruptibles résidentielle*. Il évalue différentes solutions qui lui permettraient d'obtenir le
13 soutien des parties-prenantes, tels que l'Institut national de la santé publique du Québec et la
14 Régie du bâtiment, pour la mise en œuvre d'une intervention avec les chauffe-eau.

15 Par ailleurs, selon les résultats du projet pilote de charges de chauffage central interruptibles,
16 le Distributeur pourrait lancer un programme à cet effet dans le courant de l'année 2018.

¹ Voir le suivi de la décision D-2017-022, à l'annexe D de la présente pièce.

1 À l'instar des années antérieures, le Distributeur demande un budget de 24 M\$ afin d'être en
2 mesure de lancer un programme de charges interruptibles en 2018. Lorsque le Distributeur
3 sera en maîtrise de tous les paramètres d'un programme de charges interruptibles
4 résidentielles, il s'assurera que celui-ci rencontre le critère habituel de rentabilité du point de
5 vue de la société.

6 *Projet pilote Charges de chauffage central interruptibles*

7 Le recrutement de participants pour le projet pilote est prévu pour l'automne 2017 afin de
8 réaliser des interruptions au cours de l'hiver 2017-2018. Le projet permettra aussi de valider
9 l'effacement de la pointe à diverses températures et la perception des clients à l'égard du
10 préchauffage des espaces lors d'événements de gestion de la demande en puissance, de
11 même que préciser la méthode de calcul pour la rémunération des clients.

12 *Projet de démonstration Charges de chauffage à plinthes interruptibles*

13 Le projet de démonstration se poursuivra au cours de l'hiver 2017-2018 dans les trente
14 résidences équipées de thermostats communicants pour plinthes électriques. Les travaux
15 réalisés à l'hiver 2016-2017 ont permis la calibration des équipements, l'évaluation des
16 stratégies de gestion de la demande en puissance et le recul nocturne de la température.

17 Le mesurage se poursuivra à l'hiver 2017-2018 afin d'évaluer les gains de diverses
18 stratégies de contrôle.

Biénergie

19 Le Distributeur a réalisé un projet pilote de biénergie interruptible au cours de l'hiver 2016-
20 2017. Un volet d'effacement volontaire a aussi été testé dans le cadre de ce projet pilote. Il
21 est décrit ci-après comme le *Projet pilote Mesures comportementales avec chauffage*
22 *d'appoint non électrique*. Par ailleurs, à l'hiver 2018-2019, le Distributeur évaluera les
23 bénéfices de la biénergie au gaz avec thermopompe en période de pointe dans le cadre d'un
24 projet de démonstration technologique et commerciale.

25 *Projet pilote biénergie interruptible*

26 Le projet de biénergie interruptible a permis de démontrer la faisabilité technique de
27 télécommander des systèmes de chauffage biénergie. L'effacement moyen évalué chez les
28 participants se situait entre 5,4 kW et 6,7 kW selon le type de système. Comme anticipé,
29 l'effacement observé dans le cadre du projet est similaire à celui estimé pour le tarif DT. Le
30 Distributeur poursuit ce projet afin de couvrir un cycle annuel de facturation.

31 Deux sondages sont prévus à l'automne 2017 concernant la biénergie. Un premier sera
32 réalisé auprès des participants au projet pilote. Le second vise les autres clients biénergie
33 afin d'évaluer leur intérêt pour une offre commerciale de biénergie interruptible et leur
34 satisfaction à l'égard du tarif. Ces deux sondages visent à identifier les conditions
35 nécessaires afin de minimiser l'effritement du parc biénergie du Distributeur.

1 *Projet pilote Mesures comportementales avec chauffage d'appoint non électrique*

2 Le projet pilote avait pour objectif d'évaluer l'abaissement de la demande électrique en
3 période de pointe de clients résidentiels utilisant l'électricité comme chauffage principal mais
4 possédant un chauffage d'appoint non électrique (foyer, propane, gaz, granules). Les
5 participants étaient incités à utiliser leur chauffage d'appoint non électrique lors de périodes
6 de pointe dont ils étaient informés à l'avance par le Distributeur. Le principal enjeu d'un volet
7 volontaire réside dans l'évaluation de l'effacement, puisque les clients possédant des
8 systèmes de chauffage d'appoint ont généralement l'habitude de les utiliser en période de
9 froid afin de réduire leurs coûts de chauffage, ce qui diminue les gains pour le Distributeur.

10 Le Distributeur envisage la possibilité de poursuivre ce projet pilote une seconde année dans
11 le but d'évaluer la persistance des gains si les participants sont sollicités pour un plus grand
12 nombre d'événements au cours de l'hiver, le nombre d'événements ayant été faible compte
13 tenu de l'hiver doux.

14 *Projet de démonstration technologique et commerciale de biénergie au gaz avec*
15 *thermopompe pour la nouvelle construction*

16 Le projet soumis par le partenaire ÉcoHabitation vise à quantifier les bénéfices d'une
17 utilisation judicieuse de diverses sources d'énergie en période de pointe hivernale, en
18 l'occurrence l'utilisation d'une thermopompe et d'un chauffage au gaz naturel. Une
19 campagne de mesurage est prévue à l'hiver 2017-2018, laquelle permettra une évaluation
20 comparative du coût d'utilisation de tels systèmes par rapport à des systèmes traditionnels.

4.2. **Marché Affaires**

21 Lancé en avril 2016, le programme *GDP Affaires* s'est avéré un vif succès auprès des clients
22 de ce segment. La participation des agrégateurs au programme a permis d'inscrire de plus
23 petits bâtiments parmi les projets. L'objectif global de 70 MW à l'hiver 2016-2017 a été
24 largement dépassé, avec des résultats de l'ordre de 183 MW.

25 Le Distributeur prévoit dépasser son objectif de 150 MW pour l'hiver 2017-2018 avec un
26 résultat anticipé de 230 MW. Le Distributeur anticipe une participation accrue des
27 agrégateurs à l'hiver 2017-2018.

28 Compte tenu des résultats obtenus à ce jour par ce programme, son impact en puissance
29 pour l'hiver 2018-2019 est estimé à 300 MW.

5. **INNOVATIONS TECHNOLOGIQUE ET COMMERCIALES**

30 En 2017, les activités du LTÉ en efficacité énergétique au marché Résidentiel, ont consisté
31 en la réalisation de projets de démonstration en gestion de la demande, de même qu'en la
32 fourniture d'expertise dans le cadre des projets pilotes en gestion de la demande en
33 puissance.

1 Au marché Affaires, le projet d'éclairage urbain intelligent est complété. L'analyse des
2 résultats permettra au Distributeur d'élaborer des recommandations pour les clients
3 intéressés par ce type d'installation.

4 Le budget 2018 consacré à ces activités s'élève à 8 M\$. Les travaux entamés en 2017 en
5 gestion de la demande en puissance se poursuivront, notamment avec des projets de
6 démonstration technologique et commerciale de biénergie pour la nouvelle construction et
7 les thermostats communicants pour plinthes électriques. L'expertise du LTÉ sera aussi mise
8 à contribution dans le cadre des projets pilotes de charges interruptibles de chauffage central
9 et de mesures comportementales avec chauffage d'appoint au combustible, lequel sera
10 élargi à un plus grand nombre de participants.

11 Divers travaux ont aussi cours dans les deux maisons d'expérimentation en énergétique du
12 bâtiment (MEÉB) installées à Shawinigan, notamment sur l'impact des panneaux solaires et
13 des équipements de domotique sur le profil énergétique résidentiel.

6. INTERVENTIONS EN RÉSEAUX AUTONOMES

14 La stratégie du Distributeur en réseaux autonomes visant à limiter la croissance de la
15 demande en électricité s'est poursuivie en 2017, de même qu'elle orientera les interventions
16 prévues au cours de l'année 2018. Le budget prévu pour ces interventions s'élève à 8 M\$,
17 pour des économies d'énergie de 5 GWh.

18 Les campagnes de sensibilisation et les approches intégrées continueront d'être favorisées
19 dans tous les réseaux autonomes en 2018.

Nunavik

20 Les travaux du comité de liaison réunissant des intervenants du Nunavik se poursuivent. Le
21 comité se réunit à intervalles réguliers pour assurer la concertation des interventions afin
22 d'encourager la population à mieux utiliser l'électricité, de même que pour accueillir les
23 préoccupations du milieu local quant aux moyens utilisés dans le cadre des interventions en
24 efficacité énergétique du Distributeur.

25 Un appel d'offres a été lancé afin de débiter l'installation d'éclairage efficace au marché
26 Affaires à l'automne 2017.

27 Les interventions du Distributeur en sensibilisation, tant à l'efficacité énergétique qu'à la
28 pointe hivernale, se poursuivront en 2018.

Projet pilote minuterie pour chauffe-moteur

30 Le projet pilote, réalisé en 2016, visant l'utilisation de la minuterie pour chauffe-moteur au
31 Nunavik n'a pas été concluant. Parmi les participants au projet pilote, plus de la moitié ont
32 éprouvé des problèmes de démarrage de leur véhicule lors de l'utilisation de la minuterie.

33 Selon le comité de liaison, les minuteries sont mal adaptées au climat nordique extrême du
34 Nunavik. Les conditions requises pour que ces appareils soient efficaces, à savoir que les

1 véhicules soient à l'abri du vent ou dans des abris et que leur batterie soit chargée à 100 %
2 en tout temps (neuves), sont rarement respectées dans les villages du Nunavik. Le
3 Distributeur n'offrira donc pas de programme pour les minuteriers pour chauffe-moteur dans
4 cette région.

5 *Projet pilote génératrices privées*

6 Le Distributeur a complété la réalisation du projet pilote visant l'utilisation des génératrices
7 privées à des fins de fiabilité. Le projet pilote visait à la fois la mise en place d'un processus
8 afin d'assurer le démarrage des génératrices au moment requis et l'évaluation de l'intérêt
9 des clients ayant un appel de puissance important à participer à un tel programme.

10 L'intérêt des clients ciblés par une éventuelle offre s'est avéré décevant. En effet, seulement
11 deux clients ont accepté de participer au projet pilote. La principale raison invoquée par les
12 clients ayant refusé de participer était à l'égard des inconvénients liés à l'utilisation des
13 génératrices et la disponibilité de personnel qualifié pour l'opérer au moment opportun.
14 Conséquemment, le Distributeur ne poursuivra pas cette initiative.

Îles-de-la-Madeleine

15 Le programme d'offre intégrée d'isolation des entretoits, d'installation de trousse de produits
16 économiseurs d'eau et d'énergie et de remplacement d'ampoules extérieures à DEL s'est
17 poursuivi en 2017. En date du mois de mai 2017, près de 600 bâtiments ont été isolés, plus
18 de 2 500 trousse ont été distribuées et plus de 8 000 ampoules à DEL pour l'éclairage
19 extérieur ont été installées.

20 Le programme d'*Offre intégrée* se termine en décembre 2017. Toutefois, le Distributeur
21 considère que le potentiel commercial pour le volet isolation des entretoits n'est pas
22 entièrement atteint et il pourrait prolonger ce volet en 2018.

23 Le volet propane du PUEÉ est maintenant offert aux clients Affaires de ce réseau. À l'hiver
24 2016-2017, ce volet comptait 343 clients au marché Résidentiel et 19 clients au marché
25 Affaires.

Schefferville

26 L'isolation des entretoits à Schefferville se poursuivra jusqu'en 2018, complétant ainsi l'*Offre*
27 *intégrée* au marché Résidentiel pour les villages de ce réseau. Le Distributeur maintient ses
28 efforts en sensibilisation à l'efficacité énergétique, notamment à la pointe hivernale.

Haute-Mauricie

29 Au marché Résidentiel, certains travaux d'isolation des entretoits qui devaient être complétés
30 en 2016 l'ont été en 2017, mettant ainsi fin à l'offre intégrée dans ce réseau. Pour le marché
31 Affaires, les travaux visant à réaliser deux projets d'efficacité énergétique sont en cours à
32 Opitciwan. Les projets consistent en l'installation d'éclairage à DEL à la scierie et à l'aréna,
33 de même qu'en une analyse énergétique de la scierie dans le but d'identifier des pistes
34 d'amélioration.

- 1 Une trousse éducative adaptée pour le réseau de la Haute-Mauricie sera livrée d'ici la fin de
2 l'année 2017 afin d'être utilisée dès le début de 2018.

Basse-Côte-Nord

- 3 L'appel d'offres pour les travaux d'isolation des entretoits dans ce réseau doit être complété
4 en 2017 afin de réaliser les travaux en 2018. Le remplacement de l'éclairage extérieur par
5 des ampoules à DEL et l'installation de produits économiseurs d'eau et d'énergie se
6 poursuivront en 2018 dans ce réseau. Les travaux qui n'auront pas été réalisés chez certains
7 clients résidentiels le seront en même temps que l'isolation de l'entretoit.
8 Une trousse éducative adaptée pour ce réseau sera développée en 2018.

7. ANALYSES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES

7.1. Analyses économiques

9 Les résultats des analyses économiques² confirment la rentabilité des interventions en
10 efficacité énergétique du Distributeur pour la société et justifient leur poursuite en 2018. Le
11 test du coût total en ressources (TCTR) indique une valeur de 338 M\$ alors que le test du
12 participant (TP) atteint 417 M\$. Par ailleurs, le test de neutralité tarifaire (TNT) présente une
13 valeur négative de -23 M\$, ce qui indique que les interventions en efficacité énergétique
14 exercent une pression à la hausse sur les tarifs du Distributeur.

15 Le tableau 6 présente les résultats des analyses économiques par marché et selon les
16 principales activités³.

**TABLEAU 6 :
RÉSULTATS DES ANALYSES ÉCONOMIQUES (M\$ ACTUALISÉS DE 2018)**

	TCTR	TP	TNT
Marché Résidentiel	68	128	-42
Marché Affaires - Commercial et institutionnel	119	172	-25
Marché Affaires - Industriel	73	87	1
Réseaux autonomes	32	8	19
Innovations technologiques et commerciales	-8	0	-8
Gestion de la demande en puissance	61	22	38
Activités communes	-6	0	-6
TOTAL - Interventions du Distributeur	338	417	-23

² Les analyses économiques reposent sur les coûts évités détaillés à la pièce HQD-4, document 4. Elles ont été effectuées selon la méthode retenue par la Régie dans la décision D-2012-024, au paragraphe 489.

³ Les résultats détaillés des analyses économiques en M\$, en ¢/kWh et en \$/kW-hiver sont présentés aux tableaux C-1, C-2 et C-3 de l'annexe C.

1 À la demande de la Régie dans la décision D-2015-018⁴, le Distributeur présente, au
2 tableau 7, le détail des résultats des analyses économiques pour les programmes de gestion
3 de la demande en puissance.

**TABLEAU 7 :
RÉSULTATS DES ANALYSES ÉCONOMIQUES
GESTION DE LA DEMANDE EN PUISSANCE (M\$ ACTUALISÉS DE 2018)**

	TCTR	TP	TNT
Chauffe-eau à trois éléments	3	0	3
Charges interruptibles - Bâtiments CI	59	22	36
Sensibilisation et biénergie DT	0	0	0
TOTAL - Interventions du Distributeur	62	22	39

4 Les analyses économiques ont été réalisées en prenant en compte l'indicateur de coût évité
5 en puissance de long terme (106 \$/kW-an [\$ 2015]). Ce choix a été fait en considérant le fait
6 que les programmes de gestion de la demande en puissance rendent un service équivalent à
7 celui obtenu par l'appel d'offres A/O 2015-01.

8 Les résultats détaillés sont présentés aux tableaux C-1, C-2 et C-3 de l'annexe C.

7.1.1. Analyse de sensibilité

9 L'analyse de sensibilité a pour but de mesurer la robustesse de la rentabilité des
10 interventions en efficacité énergétique face au changement de certaines variables.

11 Conformément à la demande de la Régie⁵, le Distributeur présente deux scénarios
12 (favorable et défavorable) dans lesquels les économies d'énergie anticipées, les coûts des
13 programmes et les coûts évités varient simultanément. Les deux scénarios se fondent sur le
14 taux de variation annuel moyen de chacune des variables. Ces taux sont revus chaque
15 année afin de refléter leur moyenne mobile sur 5 ans.

16 Dans le scénario « défavorable », les coûts des programmes pour le Distributeur sont
17 majorés de 31 %, tandis que les économies d'énergie et les coûts évités sont respectivement
18 réduits de 19 % et de 8 %. Les variations sont inversées dans le scénario « favorable ».

19 Les résultats de ces analyses sont présentés au tableau 8.

⁴ Décision D-2015-018, paragraphe 751.

⁵ Décision D-2010-022, paragraphe 444.

**TABLEAU 8 :
RÉSULTATS DES ANALYSES DE SENSIBILITÉ (M\$ ACTUALISÉS DE 2018)**

	TCTR	TP	TNT
Scénario de référence	338	417	-23
Scénario défavorable	172	328	-105
Scénario favorable	508	507	75

7.2. Analyse financière

1 Les interventions du Distributeur en efficacité énergétique exercent une pression sur les
 2 revenus requis, donc sur les tarifs d'électricité. L'impact net s'explique principalement par le
 3 fait que les économies d'énergie entraînent une perte de revenus pour le Distributeur qui
 4 n'est pas compensée par les coûts évités.

5 L'analyse financière mesure l'impact net du budget 2018 de ces interventions sur les revenus
 6 requis du Distributeur en supposant que tous les autres paramètres demeurent constants.

7 L'impact net des programmes et activités en efficacité énergétique par marchés est présenté
 8 au tableau 9.

**TABLEAU 9 :
ANALYSE FINANCIÈRE
IMPACT NET DU BUDGET 2018 SUR LES TARIFS DU DISTRIBUTEUR PAR MARCHÉS (M\$)**

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Résidentiel	8,6	6,5	6,6	6,4	6,2	6,3	4,4	4,4	4,5	4,6
Commercial et institutionnel	2,5	8,0	8,1	8,1	8,1	8,2	6,1	6,0	6,0	6,0
Industriel	2,2	4,1	4,1	4,0	4,0	3,9	2,0	1,9	1,8	1,7
Autres ¹	-7,3	-23,7	-24,4	-11,9	-12,4	1,0	0,7	0,5	0,3	0,0
TOTAL - Interventions du Distributeur	6,0	-5,0	-5,7	6,7	6,0	19,4	13,2	12,9	12,6	12,4

¹incluant les réseaux autonomes

7.2.1. Impact sur le coût de service

9 Les coûts admissibles et déjà encourus pour les interventions en efficacité énergétique sont
 10 comptabilisés dans la base de tarification du Distributeur. Le tableau 10 présente le détail de
 11 l'impact des investissements à ce jour en efficacité énergétique sur le coût de service de
 12 2018.

TABLEAU 10 :
IMPACT EN 2018 DES DÉPENSES DE MISE EN ŒUVRE¹ SUR LE COÛT DE SERVICE DU DISTRIBUTEUR
(M\$)

Coûts des IEÉ inclus dans la base de tarification (moyenne 13 mois)	HQD-09-01	489,0	(1)
Taux de rendement 2018 sur la base de tarification	HQD-04-3.1	6,938%	(2)
Rendement sur le compte de frais reportés (3) = (1)*(2)		33,9	(3)
Amortissement des IEÉ pour 2018	HQD-08-06	130,2	(4)
Sous-total (5) = (3)+(4)		164,1	(5)
Portion non capitalisable des IEÉ	HQD-08-01	25,0	(6)
Impact total sur le coût de service 2018 (5)+(6)		189,1	

¹ Excluant les dépenses relatives à Transition énergétique Québec « TEQ » (anc. BEIÉ)

**ANNEXE A :
BUDGET ET IMPACT ÉNERGÉTIQUE**

**TABLEAU A-1 :
BUDGETS ANNUELS (M\$)⁽¹⁾**

Programmes et activités du Distributeur	Budget Investissements		Budget Charges		Budget Total	
	2017A	2018	2017A	2018	2017A	2018
Efficacité énergétique						
Marché Résidentiel						
Initiatives Mieux Consommer	5	5	6	6	11	10
Offre Ménages à faible revenu	7	7	0	0	7	8
Sous-total marché Résidentiel	12	12	6	6	18	18
Marché Affaires - Commercial et institutionnel						
Produits efficaces	4	3	0	0	4	3
OIEÉB	19	20	0	0	19	21
<i>Commercial</i>	7	8	0	0	7	8
<i>Institutionnel</i>	5	5	0	0	5	5
<i>Nouvelle construction</i>	7	7	0	0	7	7
Bâtiments HQD	-	-	-	-	-	-
Sous-total marché Commercial et institutionnel	23	24	0	1	23	24
Marché Affaires - Industriel						
OIEÉSI	14	16	1	1	15	17
Petites et moyennes industries	5	8	0	0	6	9
Grandes industries	9	8	0	1	9	8
Sous-total marché Industriel	14	16	1	1	15	17
Réseaux autonomes	8	8	1	1	9	9
Innovations technologiques et commerciales	1	1	7	7	7	8
Activités communes	2	2	4	5	5	7
Total - Efficacité énergétique	59	62	19	21	78	83
Gestion de la demande en puissance						
Marché Résidentiel						
Chauffe-eau à trois éléments	2	2	0	0	2	2
Sensibilisation et biénergie DT	0	0	1	1	1	1
Charges interruptibles résidentielles	4	21	1	3	4	24
Sous-total marché Résidentiel	5	22	1	4	6	26
Marché Affaires						
Charges interruptibles - Bâtiments	1	1	0	0	1	1
<i>Commercial et institutionnel</i>	1	1	0	0	1	1
<i>Bâtiment HQ</i>	0	0	-	-	0	0
Sous-total marché Affaires	1	1	0	0	1	1
Total - Gestion de la demande en puissance	6	23	1	4	7	27
TOTAL - INTERVENTIONS DU DISTRIBUTEUR	65	85	20	25	85	110

¹ Le total et les sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison de l'arrondissement.

**TABLEAU A-2 :
IMPACTS ÉNERGÉTIQUES (GWH AJOUTÉS ET MW TOTAUX)⁽¹⁾**

Programmes et activités du Distributeur	2016R	2017A	2018
Économies d'énergie			
Marché Résidentiel			
Initiatives Mieux Consommer	198	133	148
Offre Ménages à faible revenu	2	5	5
Sous-total marché Résidentiel	201	138	153
Marché Affaires - Commercial et institutionnel			
Produits efficaces	23	15	12
OIEÉB	122	128	142
<i>Commercial</i>	64	60	67
<i>Institutionnel</i>	17	30	33
<i>Nouvelle construction</i>	40	37	42
Bâtiments HQD	1	-	-
Sous-total marché Commercial et Institutionnel	146	143	154
Marché Affaires - Industriel			
OIEÉSI	184	144	139
<i>Petites et moyennes industries</i>	71	32	53
<i>Grandes industries</i>	113	112	86
Sous-total marché Industriel	184	144	139
Réseaux autonomes	2	8	5
Innovations technologiques et commerciales	1	1	1
Total - Efficacité énergétique (GWh)	534	433	452
Gestion de la demande en puissance (MW totaux)			
Marché Résidentiel			
Chauffe-eau à trois éléments	2	3	3
Sensibilisation et biénergie DT	-	-	-
Charges interruptibles résidentielles ²	-	13	83
Sous-total marché Résidentiel	2	16	86
Marché Affaires			
Charges interruptibles - Bâtiments ²	191	238	310
<i>Commercial et institutionnel</i>	183	230	300
<i>Bâtiment HQ</i>	8	8	10
Charges interruptibles - PMI ²	-	-	-
Sous-total marché Industriel	191	238	310
Total - Gestion de la demande en puissance (MW)³	192	253	395

¹ Le total et les sous-totaux peuvent être différents de la somme des données en raison de l'arrondissement.

² Correspond à l'objectif atteint ou visé pour la période hivernale qui comprend le mois de décembre de l'année en cours et les mois janvier, février et mars de l'année suivante.

³ MW totaux présentés dans le tableau

**ANNEXE B :
HYPOTHÈSES DE CALCUL**

**TABLEAU B-1 :
HYPOTHÈSES DE CALCUL 2018**

Programmes et activités du Distributeur	Nombre * (unités/projets)	Gain unitaire moyen net ** (kWh/an)	Impact énergétique (GWh ajoutés nets)	Effet d'entraînement Participants	Bénévolat	Opportunisme
Marché Résidentiel						
Sensibilisation Mieux consommer	n/a	n/a	148	n/a	n/a	n/a
DRMC	9 000	184	2	n/a	n/a	n/a
Comparez-vous	50 000	132	7	n/a	n/a	n/a
Sensibilisation intégrée	1 449 172	57	82	n/a	n/a	n/a
Piscines efficaces	32 890	1 313	43	n/a	n/a	n/a
Produits économiseurs d'eau et d'énergie	143 356	94	14	n/a	n/a	n/a
Soutien aux projets DUD	1	1 503 300	2	n/a	n/a	n/a
Offre Ménages à faible revenu						
Rénovation énergétique - MFR	3 198	880	3	7%	4%	28%
Offre intégrée - MFR	5 000	424	2	n/a	n/a	n/a
Marché Affaires - Commercial et institutionnel						
Produits efficaces - Agricoles	38 568	307	12	0%	0%	7%
OIEÉB						
<i>Commercial</i>	333	201 532	67	2%	28%	17%
<i>Institutionnel</i>	94	352 553	33	2%	28%	17%
<i>Nouvelle construction</i>	113	370 265	42	2%	28%	17%
Marché Affaires - Industriel						
OIEÉSI						
Petites et moyennes industries	195	273 744	53	8%	6%	16%
Grandes industries	52	1 649 231	86	32%	0%	11%
Gestion de la demande en puissance						
Chauffe-eau à trois éléments	25 675	0,1 kW	3 MW	0%	0%	0%
Charges interruptibles - Bâtiments CI	n/a	n/a	70 MW	0%	0%	0%

Notes : * Nombre d'unités ou de projets net des effets de distorsion, lorsqu'applicable

** Gain unitaire moyen net des effets de distorsion et des effets croisés, lorsqu'applicable

ANNEXE C :
ANALYSES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES
TABLEAUX SUPPLÉMENTAIRES

**TABLEAU C-1 :
ANALYSES ÉCONOMIQUES
(M\$ ACTUALISÉS DE 2018)**

	TCTR	TP	TNT
Marché Résidentiel			
Initiatives Mieux consommer	69	122	(34)
Offre Ménages à faible revenu	(2)	6	(7)
Sous-total Marché résidentiel	68	128	(42)
Marché Affaires - Commercial et institutionnel			
Produits efficaces agricoles	(0)	8	(6)
OIEÉB	119	164	(19)
Sous-total Secteur commercial et institutionnel	119	172	(25)
Marché Affaires - Industriel			
OIEÉSI	73	87	1
Petites et moyennes industries	29	44	(8)
Grandes industries	44	43	8
Sous-total Secteur industriel	73	87	1
Réseaux autonomes	32	8	19
Innovations technologiques et commerciales	(8)	0	(8)
Gestion de la demande en puissance	61	22	38
Activités communes	(6)	-	(6)
TOTAL - Interventions du Distributeur	338	417	(23)

**TABLEAU C-2 :
ANALYSES ÉCONOMIQUES
(¢/KWH ACTUALISÉS DE 2018)
(ANNUITÉ CROISSANTE EN 2018)**

	TCTR	TP	TNT
Marché Résidentiel			
Initiatives Mieux consommer	6,93	9,61	(1,30)
Offre Ménages à faible revenu	(3,28)	10,82	(12,69)
Sous-total Marché résidentiel	4,90	9,32	(3,04)
Marché Affaires - Commercial et institutionnel			
Produits efficaces agricoles	(0,05)	7,50	(6,05)
OIEÉB	5,57	7,69	(0,91)
Sous-total Secteur commercial et institutionnel	5,29	7,65	(1,13)
Marché Affaires - Industriel			
OIEÉSI	4,34	5,18	0,05
Petites et moyennes industries	4,49	6,83	(1,17)
Grandes industries	4,24	4,15	0,81
Sous-total Secteur industriel	4,34	5,18	0,05
Réseaux autonomes	45,75	10,82	27,25
Innovations technologiques et commerciales	nil	nil	nil
Gestion de la demande en puissance	nil	nil	nil
Activités communes	nil	nil	nil
TOTAL - Interventions du Distributeur	6,25	7,71	(0,42)

**TABLEAU C-3 :
ANALYSES ÉCONOMIQUES
GESTION DE LA DEMANDE EN PUISSANCE
(\$/kW-HIVER ACTUALISÉS DE 2018)
(ANNUITÉ CROISSANTE EN 2018)**

	TCTR	TP	TNT
Chauffe-eau à trois éléments	115	0	115
Charges interruptibles - Bâtiments CI	177	67	110
TOTAL - Interventions du Distributeur	173	62	110

**TABLEAU C-4 :
IMPACT NET SUR LES TARIFS DU DISTRIBUTEUR (M\$)**

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
GLOBAL RÉSIDENTIEL										
Coûts évités par le Distributeur	-4,3	-8,8	-8,9	-8,8	-8,6	-8,7	-10,7	-10,8	-10,8	-10,8
Pertes de revenus	6,6	13,5	13,8	13,6	13,3	13,5	13,7	13,8	14,0	14,2
Charges d'exploitation	6,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Impact du compte de frais reportés	0,3	1,8	1,7	1,6	1,6	1,5	1,5	1,4	1,3	1,3
Impact net sur les tarifs du Distributeur	8,6	6,5	6,6	6,4	6,2	6,3	4,4	4,4	4,5	4,6
GLOBAL AFFAIRES										
Coûts évités par le Distributeur	-2,5	-8,1	-8,2	-8,4	-8,5	-8,7	-11,0	-11,2	-11,4	-11,7
Pertes de revenus	3,9	12,6	12,9	13,2	13,5	13,9	14,2	14,5	14,8	15,1
Charges d'exploitation	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Impact du compte de frais reportés	0,6	3,5	3,4	3,2	3,1	3,0	2,9	2,8	2,7	2,5
Impact net sur les tarifs du Distributeur	2,5	8,0	8,1	8,1	8,1	8,2	6,1	6,0	6,0	6,0
GLOBAL INDUSTRIEL										
Coûts évités par le Distributeur	-3,3	-6,8	-6,9	-7,0	-7,2	-7,3	-9,3	-9,5	-9,6	-9,8
Pertes de revenus	4,2	8,6	8,7	8,9	9,0	9,2	9,3	9,5	9,7	9,8
Charges d'exploitation	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Impact du compte de frais reportés	0,4	2,4	2,3	2,2	2,1	2,0	2,0	1,9	1,8	1,7
Impact net sur les tarifs du Distributeur	2,2	4,1	4,1	4,0	4,0	3,9	2,0	1,9	1,8	1,7
ACTIVITÉS COMMUNES & AUTRES										
Coûts évités par le Distributeur	-25,6	-26,1	-26,6	-13,8	-14,1	-0,5	-0,6	-0,6	-0,6	-0,6
Pertes de revenus	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Charges d'exploitation	17,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Impact du compte de frais reportés	0,6	3,7	3,6	3,5	3,3	3,2	3,1	3,0	2,8	2,7
Impact net sur les tarifs du Distributeur	-8,0	-22,4	-23,0	-10,4	-10,8	2,7	2,5	2,4	2,3	2,1
GRAND TOTAL (incluant R.A.)										
Coûts évités par le Distributeur	-36,0	-50,0	-50,9	-38,3	-38,7	-25,5	-31,9	-32,3	-32,7	-33,2
Pertes de revenus	15,0	35,0	35,7	35,9	36,1	36,8	37,4	38,1	38,7	39,4
Charges d'exploitation	25,0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Impact du compte de frais reportés	2,0	11,5	11,1	10,7	10,3	10,0	9,6	9,2	8,8	8,4
Impact net sur les tarifs du Distributeur (RI)	5,2	-3,7	-4,3	8,2	7,6	21,1	15,0	14,8	14,6	14,5
Impact net sur les tarifs du Distributeur (RA)	0,7	-1,3	-1,4	-1,5	-1,6	-1,7	-1,8	-1,9	-2,0	-2,1
Impact net sur les tarifs (M\$)	6,0	-5,0	-5,7	6,7	6,0	19,4	13,2	12,9	12,6	12,4

ANNEXE D :
SUIVI DES DEMANDES DE LA RÉGIE

Demandes de la Régie		Réponses/commentaires du Distributeur
D-2017-022 Pénétration commerciale du chauffe-eau à trois éléments	[538] Le Distributeur n'a pas convaincu la Régie que sa nouvelle approche visant les incitatifs aux installateurs donnera les résultats escomptés. Dans ce contexte, elle lui demande de présenter, lors du prochain dossier tarifaire, un bilan sur la pénétration commerciale de ces CE3É.	Voir la section suivante de la présente annexe.
D-2017-022 Déployer tous les efforts pour rejoindre plus de MFR avec le programme <i>Nouvelle offre intégrée MFR</i>	[788] La Régie invite le Distributeur à déployer tous les efforts possibles pour rejoindre un plus grand nombre de MFR dans le cadre du programme « <i>Nouvelle Offre intégrée MFR</i> ».	Voir la section <i>Offre ménages à faible revenu</i> , à la page 10 de la présente pièce, de même que la pièce HQD-14, document 1 aux pages 7 et 8.

Pénétration commerciale du chauffe-eau à trois éléments

- 1 Les chauffe-eau à trois éléments occupent environ 14 % du marché du remplacement des
 2 chauffe-eau de 270 litres. Malgré les efforts du Distributeur pour améliorer la notoriété de ce
 3 type d'appareil, le chauffe-eau à trois éléments est encore méconnu des clients.
- 4 Dans le marché du remplacement, qui occupe la part la plus importante du marché, les
 5 clients dépendent principalement des installateurs pour le choix du chauffe-eau. En effet,
 6 bien que certains clients planifient le remplacement de leur appareil, les remplacements sont
 7 majoritairement effectués à la suite d'un bris. Le choix du type de chauffe-eau, à l'exception
 8 de son volume, est donc laissé à l'installateur. C'est à la suite de ce constat que la stratégie
 9 du Distributeur a été adaptée afin d'inciter les installateurs à l'installation de chauffe-eau à
 10 trois éléments.
- 11 Le Distributeur rappelle que le gain associé au chauffe-eau à trois éléments est récurrent, et
 12 ce, pour une période d'au moins dix ans. Bien que le volume annuel de ce type de chauffe-
 13 eau soit modeste, le programme est toujours rentable pour le Distributeur, comme le
 14 démontrent les analyses économiques réalisées chaque année.
- 15 L'incitatif aux installateurs, fixé à 80 \$ par chauffe-eau installé, est entré en vigueur le 1^{er} mai
 16 2017 et son impact sur le taux de pénétration des chauffe-eau à trois éléments ne pourra
 17 être mesuré qu'au terme d'un an d'exploitation.