
DEMANDE DE RENSEIGNEMENT NO 1 DE LA FCEI À GAZIFÈRE
DOSSIER R-4043-2018

Participation des petits clients commerciaux aux programmes d'efficacité énergétique

Question 1

Références :

- (i) https://aceee.org/files/proceedings/2016/data/papers/4_727.pdf
- (ii) D-2011-028
- (iii) C-GI-0006, p. 14

Préambule :

(i)
“Small businesses are an elusive target for many commercial energy efficiency programs. This segment represents the inverse of the 80/20 Pareto principle – small businesses use a small percentage of energy but represent a large percentage of commercial accounts. A range of barriers prevents small businesses from engaging in energy efficiency. Their heterogeneity complicates the choice of targeting and messaging approaches. Yet, as energy efficiency programs mature, the potential of small businesses is an increasingly attractive savings opportunity. But how do we find customers with the greatest program potential and target them with most relevant offerings?”

(ii)

« [458] Compte tenu d'un taux de participation d'à peine 1 % pour les petits clients d'affaires, le Distributeur s'est engagé, dans le dossier tarifaire R-3708-2010, à mettre en marché un programme adapté à cette clientèle.

[459] L'Approche clés en main, destinée aux clients d'affaires du tarif G, a ainsi été lancée à la fin du mois de septembre 2010. Ce programme offre l'installation, sans frais pour le participant, de mesures d'efficacité énergétique rentables. Ces mesures visent l'éclairage (60 %), les contrôles (24 %) et un ensemble d'autres usages (16 %) ¹⁹⁹. Le déploiement et l'exploitation du programme sont assurés par Lumen. » (Note omise)

Questions :

- 1.1 Veuillez confirmer la compréhension de la FCEI que la clientèle dans le marché des petits clients affaires est historiquement une clientèle qui participe peu aux programmes d'efficacité énergétique et notamment à ceux de Gazifère.
- 1.2 Veuillez indiquer si Gazifère a constaté une évolution dans la participation des petits clients affaires aux programmes d'efficacité énergétique au cours des dernières années. Le cas échéant, veuillez élaborer sur les facteurs sous-jacents à cette évolution.
- 1.3 Pour chacun des programmes destinés à la clientèle affaires dont ceux mentionnés à la référence (iii), mais également ceux ayant été en vigueur auparavant, veuillez ventiler les participants et les aides financières pour les années historiques 2010 à 2017 en fonction des catégories de consommation suivantes :
- moins de 10 000 m³/an;
 - 10 000 m³/an à 30 000 m³/an;
 - 30 000 m³/an à 100 000 m³/an;
 - plus de 100 000 m³/an.
- 1.4 Veuillez confirmer que l'accompagnement dans le cadre du programme Étude de faisabilité (iii) est la seule mesure disponible chez Gazifère qui finance l'accompagnement des clients dans l'évaluation de leur potentiel d'efficacité énergétique.
- 1.5 Veuillez indiquer si des clients ont été référés aux programmes d'efficacité énergétique de Gazifère suite à la participation au volet Analyse du programme Écoperformance de TEQ ou à d'autres programmes d'analyse de potentiel. Le cas échéant, veuillez ventiler ces clients en fonction des catégories de consommation suivantes :
- moins de 10 000 m³/an;
 - 10 000 m³/an à 30 000 m³/an;
 - 30 000 m³/an à 100 000 m³/an;
 - plus de 100 000 m³/an.
- 1.6 En 2018, Gazifère a mis en place un incitatif financier (iii) destiné aux installateurs qui accompagnent les clients qui soumettent une demande de participation dans le cadre des programmes Aérotherme à condensation, Unité de chauffage infrarouge et Combo Hotte à débit variable et générateur d'air tempéré à condensation. Veuillez indiquer si, à ce jour, Gazifère est en mesure d'identifier un effet de cet incitatif sur la participation à ces programmes.
- 1.7 Pour les cas où un incitatif a été versé, veuillez ventiler les clients visés par les mesures en fonction des catégories de consommation suivantes :
- moins de 10 000 m³/an;
 - 10 000 m³/an à 30 000 m³/an;
 - 30 000 m³/an à 100 000 m³/an;

- plus de 100 000 m³/an.

1.8 Veuillez ventiler l'ensemble de la clientèle affaires (tarif 1) de Gazifère en fonction des catégories de consommation suivantes :

- moins de 10 000 m³/an;
- 10 000 m³/an à 30 000 m³/an;
- 30 000 m³/an à 100 000 m³/an;
- plus de 100 000 m³/an.

Mesures visant à favoriser la participation des petits clients affaires aux programmes d'efficacité énergétique

Question 2 :

Références:

- (i) B-0005, pp. 102 et 103
- (ii) B-0010, p. 39
- (iii) <https://enbridgesmartsavings.com/business-energy-management/energy-solutions-consultants/rocky-mancini>
- (iv) <https://enbridgesmartsavings.com/business-energy-management/retail>
- (v) <https://bgesmartenergy.com/business/small-business-energy-solutions>
- (vi) <http://www.ourenergypolicy.org/wp-content/uploads/2016/11/u1607.pdf>
- (vii) <https://www.mncee.org/getattachment/News/July-2017/One-Stop-Efficiency-Shop-2017-Annual-Program-Report/2017-One-Stop-Report-Final.pdf.aspx>
- (viii) R-374-2010, A-35-6, notes sténographiques du 14 décembre 2010
- (ix) D-2011-028

Préambule:

(i)

« Mettre en place des programmes de subvention pour la conversion et l'efficacité énergétique adaptés à la clientèle des petits bâtiments CI

Simplifier le processus de demande d'aide pour en faciliter l'accès aux petites entreprises. Des programmes d'aide à l'achat d'équipement ou des modèles de calcul préapprouvés pourraient faire partie des solutions.

[...]

Poursuivre et faire évoluer les programmes selon les besoins de la clientèle

Maintenir l'offre de programmes d'aide et l'améliorer en fonction des besoins de la clientèle et de la progression du Québec dans sa transition énergétique.»

(ii)

« **ANALYSE**

L'expérience tirée d'ailleurs illustre à la fois les bonnes pratiques à suivre et, au contraire, les pièges et erreurs à éviter. Certaines d'entre elles sont déjà largement utilisées et mises en œuvre par TEQ et ses partenaires, tandis que d'autres ajouteraient de la valeur aux programmes et initiatives contenues dans le plan directeur. Les éléments essentiels recommandés par la Table sont résumés ici :

Connaissance du marché

La première étape de l'élaboration d'un programme consiste à s'assurer de connaître et caractériser le marché visé (la clientèle cible, ses caractéristiques, les barrières de marché, les leviers de motivation, etc.). Cela passe, entre autres, par la réalisation d'études de marché et du potentiel technicoéconomique et réalisable, ainsi que par la caractérisation des mesures d'efficacité et transition énergétiques, incluant leurs coûts et bénéfices (généralement regroupées dans un manuel de référencement technique, utilisable par tous les administrateurs de programmes d'une même juridiction). Sans ces données de base, les programmes peuvent se révéler inefficaces et générer un important gaspillage de fonds.

Conception de programmes

Une fois le marché bien compris, il importe de personnaliser les programmes en fonction des besoins particuliers du marché.

Différents outils peuvent être utilisés, tels que la sensibilisation et l'éducation, l'offre de rabais (au consommateur ou par l'entremise des acteurs de marché en amont – distributeurs, détaillants, manufacturiers, etc.), la formation (technique ou commerciale), ou encore des initiatives d'installation directe visant certains segments de marché plus difficiles à rejoindre. » (Nous soulignons)

(iii)

“Rocky Mancini joined the Enbridge Gas Distribution DSM team in 2007 as an Energy Solutions Consultant (ESC) and currently leads the small commercial and small industrial team of ESCs.” (Nous soulignons)

(iv)

“Our Energy Solutions Consultant will work with you, free of charge, to identify energy efficiency opportunities that save natural gas and in return save you money. If you implement any of our recommendations, we will cover up to 50% of the project cost.” (Nous soulignons)

(v)

“Small Business Energy Solutions

If you're looking for an easy way to boost your bottom line, BGE's Small Business Energy Solutions Program can help. We offer a complimentary on-site

energy analysis that includes easy-to-follow recommendations to help small businesses save energy and money.

Save up to 70% when you upgrade to energy-efficient lighting or refrigeration controls. BGE's prequalified contractors make the installation process fast and easy. After your upgrades are installed, you pay only your share of the project and we'll cover the rest!

Get Started Today!

1. **Get an on-site energy analysis.** Connect with your area's approved BGE participating contractor, who will visit your facility and conduct a detailed analysis of your energy use.
2. **Review the recommendations.** You'll receive a comprehensive evaluation of your energy efficiency, noting the costs, incentives and payback period for the recommended upgrades.
3. **Install the upgrades.** Have your participating contractor install the recommended measures.
4. **Enjoy the savings.** Watch your energy and maintenance cost savings grow over the lifetime of the installed products, leading to substantial long-term savings.

You'll also see a fast return on investment, thanks to financial incentives that cover up to 70% of retrofit project costs. And you have the ability to spread your 30% cost of qualifying projects over 12 monthly payments through a no-interest BGE Small Business Energy Advance." (Nous soulignons)

(vi)

« RECOMMENDED SUCCESSFUL PRACTICES FOR SMALL BUSINESS ENERGY EFFICIENCY We interviewed experts and reviewed program reports and research literature in order to identify successful program design elements and effective practices for addressing barriers to participation. We recommend the following practices for utility small business programs.

Provide streamlined installation and lighting measures. Lighting delivers cost-effective savings through a small set of efficiency measures to a variety of businesses in most industries and customer subsegments. Use direct install or another program delivery method that makes participation simple, easy, and convenient. Employing preferred or contracted vendors also reduces costs through volume replication of similar installations.

Segment the market. Classify the small business customer base into subsegments with common characteristics and energy needs, and then offer customized approaches tailored to each in order to improve participation, customer satisfaction, and depth of savings. Design program structure and services

(measures, incentive levels, and delivery pathways) appropriate to each customer type.

Tailor and target marketing and communications to customer needs. In concert with segmentation, craft marketing messages for each industry subsector and present them in a customized, personalized way. Generic messages may not be perceived as relevant. Use customer and market data analytics to segment and target potential high-savings customers in order to increase participation and reduce marketing cost per business.

Offer financing to encourage comprehensive retrofits and deeper savings. Address the up-front cost barrier and provide needed project funds by offering loans to program participants. We found a high correlation between the largest, best-performing small business programs and those that offer financing, especially on-bill financing and on-bill repayment. The highest correlation was with programs that offer 0% financing. Participation drops off dramatically when any interest rate at all is charged. Zero-interest loans avoid numerous lending and credit law entanglements as, technically, these are not loans at all, but rather scheduled payments of the customer's copay over time. Pairing convenient low- or no-interest financing with high measure rebates can reduce customers' share of project costs and provide them with an instant positive cash flow. This can be important for businesses with low profit margins and high energy use.

Offer a wide set of eligible measures. For many industry segments, lighting is not the greatest user of energy, and for some it is less than one-quarter of the total. Deep savings are not possible unless programs offer non-lighting measures. Many programs offer programmable thermostats, refrigeration, and natural gas saving measures that are a natural fit for the direct install model. Effective advance market segmentation research will reveal appropriate measure packages by customer type.

Provide dedicated project process managers. Expand program participation by providing direct technical assistance and support on energy efficiency, perhaps in collaboration with local organizations. Conducting energy assessments and walking customers through the program and measure installation process can help reach underserved market segments.

Establish partnerships. Chambers of commerce, small business advocacy organizations, and community groups can provide access to more commercial customers and engage them as trusted local partners in ways that utilities on their own generally cannot. This paves the way for increased program awareness and participation.”

(vii)

“The One-Stop Efficiency Shop® is a full-service rebate program available to small businesses in Xcel Energy's Minnesota service territory with an electric

demand of 400 kW or less. The program is designed to save business owners energy and money through the installation of energy efficient lighting by specifically targeting barriers that prevent small businesses from investing in energy efficiency products: limited financial resources and time, limited knowledge of lighting products and lack of access to quality contractors. To address these issues the program offers:

Substantial incentives combined with convenient and attractive financing

Intensive marketing to bring the service to the customer, rather than relying on the customer to seek it out

Objective recommendations backed by the credibility of Xcel Energy service

A simple, one-stop service that holds customer time requirements to a minimum

A computerized audit/data communication and reporting system that generates all site-specific paperwork

Evaluation of customers' eligibility for Xcel Energy's Saver's Switch™ for Business project and survey of customers' motors, heating/air conditioning equipment and compressed air systems to determine if they are eligible for other Xcel Energy programs"

(viii)

« Je vous dirais que ce programme-là est bon pour trois raisons et que sur le terrain il est très, très bien accueilli et que les entrepreneurs n'hésitent pas à y recourir pour trois raisons principalement.

La première parce que l'équipement dont il est question dans ce programme-là est très simple, on parle généralement en majorité de thermostat et d'équipement d'éclairage, thermostat électronique et d'équipement d'éclairage.

Deuxièmement parce qu'Hydro-Québec ou son mandataire s'occupe de tout. Il n'y a pas de formulaire à remplir. Il n'y a pas de paperasserie à remplir pour ce programme-là.

Et troisièmement, Hydro-Québec paie cent pour cent (100 %) des coûts de la facture et non seulement ça, mais il paie directement à l'entrepreneur qui fait les travaux et donc, le petit commerçant n'a pas à déboursier des liquidités et attendre un remboursement pendant une longue période de temps. »

(ix)

« [458] Compte tenu d'un taux de participation d'à peine 1 % pour les petits clients d'affaires, le Distributeur s'est engagé, dans le dossier tarifaire R-3708-2010, à mettre en marché un programme adapté à cette clientèle.

[459] L'Approche clés en main, destinée aux clients d'affaires du tarif G, a ainsi été lancée à la fin du mois de septembre 2010. Ce programme offre l'installation, sans frais pour le participant, de mesures d'efficacité énergétique rentables. Ces mesures visent l'éclairage (60 %), les contrôles (24 %) et un ensemble d'autres usages (16 %) ¹⁹⁹. Le déploiement et l'exploitation du programme sont assurés par Lumen. » (note omise)

Questions :

- 2.1** Veuillez indiquer si, par le passé, Gazifère a mis en place des mesures afin de favoriser spécifiquement la participation des petits clients commerciaux à ses programmes d'efficacité énergétique. Le cas échéant veuillez décrire ces mesures et leurs impacts. Veuillez indiquer si elles sont toujours en place et sinon pourquoi.
- 2.2** Relativement aux références (i) et (ii), veuillez indiquer si, selon Gazifère, son offre actuelle de programmes répond aux besoins de la clientèle des petits bâtiments CI.
- 2.3** Veuillez indiquer si Gazifère prévoit des modifications à son offre de programmes afin de la simplifier ou de la rendre plus adaptée aux besoins de sa clientèle affaires et en particulier à la clientèle des petits bâtiments CI.
- 2.4** Le cas échéant, veuillez indiquer les modifications que Gazifère prévoit mettre en oeuvre afin d'augmenter la participation des petits clients affaires à ses programmes d'efficacité énergétique.
- 2.5** Relativement aux références (iii) et (iv), Enbridge semble avoir des employés dédiés spécifiquement aux solutions énergétiques pour les petits clients commerciaux et industriels. Veuillez indiquer et quoi consiste le rôle du « Small Commercial Energy Solutions Manager » et de son équipe chez Enbridge.
- 2.6** Veuillez indiquer si Gazifère est au fait de mesures existantes chez d'autres distributeurs gaziers afin de favoriser la participation des petits clients affaires ou commerciaux. Si oui, veuillez élaborer sur ces mesures.

Harmonisation des programmes

Question 3

Références :

- (i) B-0005, p. 160
- (ii) B-0005, p. 221
- (iii) Loi sur la Régie de l'énergie

Préambule :

(i)

« La première orientation du plan directeur 2018-2023 est de reconnaître l'efficacité énergétique comme première filière d'offre d'énergie. »

(ii)

« 64. Moduler les aides financières selon les émissions de GES calculées par une analyse du cycle de vie de différentes formes d'énergie (TEQ).

65. Intégrer des clauses d'exclusivité aux volets Étude de faisabilité et Remise au point d'ÉcoPerformance (TEQ)

66. Harmoniser les paramètres des programmes d'efficacité énergétique avec les distributeurs (TEQ) »

« **85.41.** Le plan directeur prévu par la Loi sur Transition énergétique Québec (chapitre T-11.02) est soumis à la Régie afin qu'elle approuve les programmes et les mesures qui sont sous la responsabilité des distributeurs d'énergie ainsi que l'apport financier nécessaire, réparti par forme d'énergie, à la réalisation de ceux-ci. La Régie peut approuver ces éléments avec ou sans modifications. Il en est de même pour toute révision de ce plan. » (Nous soulignons)

Questions :

- 3.1 Relativement à la référence (i), veuillez indiquer si, et le cas échéant comment, l'orientation du plan consistant à prioriser l'efficacité énergétique comme première filière d'offre énergétique affectera l'offre de programmes d'efficacité énergétique de Gazifère.
- 3.2 Selon Gazifère, quelle est l'implication de cette orientation sur l'interprétation des critères de rentabilité et sur leur caractère déterminant dans les choix des programmes?
- 3.3 Selon Gazifère, quelle est l'implication de cette orientation sur l'interprétation des critères de rentabilité et sur leur caractère déterminant dans les choix des programmes devant être mis en place?
- 3.4 Quelles sont les implications de la mesure 64 pour Gazifère? Gazifère prévoit-elle des modifications aux paramètres d'aide financière de ses programmes, notamment les programmes du marché affaires, en lien avec cette mesure?
- 3.5 Quelles sont les implications de la mesure 66 pour Gazifère? Gazifère prévoit-elle des modifications aux paramètres d'aide financière de ses programmes, notamment les programmes du marché affaires, en lien avec cette mesure?

3.6 Si des modifications sont à venir en lien avec ces deux mesures ou pour toute autre raison, le Distributeur entend-t-il faire approuver ces modifications par la Régie en vertu de la référence (iii) et si oui dans quel cadre.