

**RÉPONSES D'HYDRO-QUÉBEC DISTRIBUTION
À LA DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS N° 1
DU FCEI**

DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS NO 1 DE LA FCEI À HQD

DOSSIER R-4043-2018

1

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) B-0068

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 du Distributeur.

Réponse :

1 **Les petits clients d'affaires (bâtiment au tarif G avec une facture annuelle de**
2 **moins de 50 k\$, soit la définition utilisée dans l'Approche clés en main citée**
3 **en référence) participant aux programmes du Distributeur sont relativement**
4 **peu nombreux par rapport au nombre total de clients de ce segment.**

5 **Cependant, par rapport à l'ensemble des participants au programme**
6 **Bâtiments (OIEÉB), le taux de participation des petits clients d'affaires était de**
7 **16 % en 2016 et 2017.**

1.2 Outre l'impact passager de l'Approche clé en main, veuillez indiquer si le Distributeur a constaté une évolution dans la participation des petits clients affaires aux programmes d'efficacité énergétique depuis 2010. Le cas échéant, veuillez élaborer sur les facteurs sous-jacents à cette évolution.

Réponse :

8 **Voir les réponses aux questions 1.1 et 2.1.**

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 tarifaires suivantes :

- tarif G (si possible non lié à des abonnements à des tarifs de plus grande puissance d'un même client)
- tarif M, G-9
- tarif LG
- tarif L

Réponse :

9 **Le Distributeur juge que l'effort requis pour obtenir cette information est**
10 **disproportionné par rapport à sa valeur dans l'examen du présent dossier.**
11 **Cette information n'a jamais été requise du Distributeur dans le cadre de**
12 **l'examen par la Régie de ses interventions en efficacité énergétique au cours**
13 **de la période visée.**

1.4 Veuillez indiquer si le Distributeur offre une aide financière pour l'accompagnement personnalisé visant à identifier les opportunités d'économie d'énergie chez ses clients. Le cas échéant veuillez décrire les critères d'admissibilité, les modalités d'adhésion et les aides financières associées à cette mesure.

Réponse :

1 **Le Distributeur offre une aide financière (maximum 50 % de 50 k\$) pour**
2 **réaliser une analyse énergétique dans le cadre d'une démarche visant la mise**
3 **en œuvre de système d'amélioration continue en énergie électrique en usine.**

4 **Pour les autres clientèles, le Distributeur offre de l'accompagnement pour**
5 **orienter les clients dans ses programmes et facilite les interventions des**
6 **forces de marché pour aider les clients à profiter de l'offre du Distributeur.**

7 **Voir également la réponse à la question 2.1.**

1.5 Veuillez ventiler les participants et les aides financières versée dans le cadre de la ou des mesures identifiées en 1.4 pour les années historiques 2010 à 2017 en fonction des catégories de consommation suivantes :

- tarif G (si possible non lié à des abonnements à des tarifs de plus grande puissance d'un même client)
- tarif M, G-9
- tarif LG
- tarif L

Réponse :

8 **Voir la réponse à la question 1.3.**

1.6 Veuillez indiquer si des clients ont été référés aux programmes d'efficacité énergétique d'Énergir 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 :

- tarif G (si possible non lié à des abonnements à des tarifs de plus grande puissance d'un même client)
- tarif M, G-9
- tarif LG
- tarif L

Réponse :

9 **Le Distributeur ne dispose pas de l'information demandée.**

Mesures visant à favoriser la participation des petits clients 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 bénéfiques (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 débours 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)

1

Questions :

2.1 Depuis le retrait de l'Approche clé en main, veuillez indiquer si le Distributeur 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.

Réponse :

1 **Oui, le Distributeur a mis en place des mesures afin de favoriser**
2 **spécifiquement la participation des petits clients commerciaux à ses**
3 **programmes d'efficacité énergétique à l'intérieur des programmes Bâtiments**
4 **(OIEÉB mesure 67.17 du Plan directeur) et Systèmes industriels (OIEÉSI**
5 **mesure 38.2).**

6 **À la suite de la décision D-2011-028 (ix), le Distributeur a abaissé la taille des**
7 **bâtiments admissibles au programme Bâtiments à moins de 1 000 m². Les**
8 **modalités de ce programme correspondent aux principes d'appui financier**
9 **énoncés par la Régie dans cette décision.**

10 **Depuis le 19 novembre 2018, le Distributeur offre la possibilité à des**
11 **agrégateurs de regrouper et de soumettre des projets de divers clients des**
12 **secteurs commercial, institutionnel et industriel à l'intérieur d'un même projet**
13 **pour atteindre le minimum d'appui de 2 500\$ requis à la participation. Ainsi,**
14 **toute entreprise enregistrée au Québec (telle que la FCEI) peut jouer ce rôle de**
15 **facilitateur pour les clients qui veulent participer. L'outil OSE (Outil solution**
16 **efficaces) développé par le Distributeur présente plus de 200 mesures**
17 **admissibles prédéfinies permettant aux participants ou à leur agrégateur de**
18 **faire une demande facilement. Le Distributeur compte sur le soutien des**
19 **partenaires et spécialistes de l'efficacité énergétique pour aider les clients à**
20 **identifier les mesures admissibles dans leurs installations et à participer au**
21 **programme.**

2.2 Relativement aux références (i) et (ii), veuillez indiquer si, selon le Distributeur, son offre actuelle de programmes répond aux besoins de la clientèle des petits bâtiments CI.

Réponse :

22 **Considérant les allègements et l'élargissement des critères d'admissibilité**
23 **aux programmes affaires décrits en réponse à la question 2.1, le Distributeur**
24 **est d'avis que l'offre répond maintenant aux besoins de la clientèle des petits**
25 **bâtiments CI et industriels en matière d'appui financier tout en demeurant**
26 **rentable selon les tests de rentabilité usuels (voir l'annexe C de la pièce**
27 **A-0049).**

2.3 Veuillez indiquer si, sur l'horizon du plan directeur, le Distributeur prévoit des modifications à son offre de programmes afin de la simplifier et/ou de la rendre plus

adaptée aux besoins de ses petits clients affaires et en particulier à la clientèle des petits bâtiments CI.

Réponse :

1 **Non, le Distributeur ne compte pas faire de modifications à son offre de**
2 **programmes considérant les améliorations faites en 2018 aux programmes**
3 **Bâtiments (OIEÉB mesure 67.17 du Plan directeur) et Systèmes industriels**
4 **(OIEÉSI mesure 38.2).**

5 **Voir également les réponses aux questions 2.1 et 2.2.**

2.4 Le cas échéant, veuillez indiquer les modifications que le Distributeur prévoit mettre en oeuvre afin d'augmenter la participation des petits clients affaires à ses programmes d'efficacité énergétique.

Réponse :

6 **Voir la réponse à la question 2.3.**

2.5 Veuillez commenter sur la possibilité de remettre en place une approche semblable à l'Approche clé en main afin de répondre aux orientations du plan (i) et aux recommandations de la Table des parties prenantes (ii).

Réponse :

7 **Le Distributeur n'envisage pas mettre en place une approche clés en main. Il a**
8 **plutôt opté pour l'approche décrite en réponse à la question 2.1 qui, selon lui,**
9 **devrait répondre aux besoins de ce marché en assurant la rentabilité des**
10 **interventions.**

2.6 Veuillez commenter quant à la possibilité de mettre en place une approche d'installation directe ciblant des segments de marchés bien définis selon les principes discutés aux références (v) à (vii) dont notamment, des aides financières significatives, une mise en marché spécifique, du financement sans intérêt, des ressources dédiées spécifiquement à cette clientèle.

Réponse :

11 **Le Distributeur ne planifie pas mettre en place une approche d'installation**
12 **directe.**

2.7 Veuillez indiquer si le Distributeur est au fait de mesures existantes chez d'autres distributeurs d'électricité afin de favoriser la participation des petits clients affaires ou commerciaux. Si oui, veuillez élaborer sur ces mesures.

Réponse :

1 **Le Distributeur est au fait que diverses mesures existent chez d'autres**
2 **distributeurs d'électricité pour favoriser la participation des petits clients**
3 **d'affaires. Le Distributeur souligne que l'offre de chacun des distributeurs doit**
4 **notamment être considérée dans leur contexte énergétique particulier, celui-ci**
5 **ayant une incidence sur la rentabilité des interventions.**

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)
« 63. Intégrer le principe d'efficacité énergétique aux programmes de conversion (TEQ)

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, la première orientation du plan directeur consistant à prioriser l'efficacité énergétique comme première filière d'offre énergétique affectera l'offre de programmes d'efficacité énergétique du Distributeur.

Réponse :

1 **Le Distributeur a toujours priorisé l'efficacité énergétique comme filière**
2 **d'offre énergétique. Toutefois, ses programmes en efficacité énergétique sont**
3 **bien rôdés et les mesures les plus rentables pour le client et la société (selon**
4 **les critères reconnus utilisés par la Régie pour l'autorisation des**
5 **programmes) dans un contexte de surplus énergétiques ont été exploitées.**
6 **Par conséquent, les cibles d'économies d'énergie électrique et les budgets**
7 **prévus au Plan directeur pour les programmes et mesures du Distributeur**
8 **sont maintenus stables sur l'horizon 2018-2023.**

3.2 Veuillez indiquer si le Distributeur prévoit autoriser les soumissions offrant de l'efficacité énergétique dans ses appels d'offre futurs en énergie et en puissance.

Réponse :

9 **Le Distributeur rappelle qu'il n'a pas d'appel d'offre en cours ni pour acquérir**
10 **de l'énergie ni pour de la puissance.**

3.3 Selon le Distributeur, quelle est l'implication de cette orientation sur le choix et l'interprétation des critères de rentabilité et sur leur caractère déterminant dans les choix des programmes?

Réponse :

11 **Le Plan directeur n'affectera pas la façon de calculer la rentabilité des**
12 **programmes du Distributeur.**

3.4 Quelles sont les implications de la mesure 64 pour le Distributeur? Le Distributeur prévoit-il des modifications aux paramètres d'aide financière de ses programmes, notamment les programmes du marché affaires, en lien avec cette mesure?

Réponse :

13 **Actuellement, aucune modification aux paramètres d'aide financière aux**
14 **programmes du Distributeur n'est prévue en lien avec cette mesure. Celle-ci**
15 **étant sous la responsabilité de TEQ, le Distributeur ne peut, à ce stade, en**
16 **anticiper la portée.**

3.5 Quelles sont les implications de la mesure 66 pour le Distributeur? Le Distributeur prévoit-il des modifications aux paramètres d'aide financière de ses programmes, notamment les programmes du marché affaires, en lien avec cette mesure?

Réponse :

1 **Voir la réponse à la question 3.4.**

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.

Réponse :

2 **Voir la réponse à la question 1.5 de l'ACEFO à la pièce HQD-2, document 2.**