

Régie de l'énergie

R-3980-2016

**Hydro-Québec - Demande relative à
l'établissement des tarifs d'électricité pour l'année tarifaire 2017-2018**

**Rapport d'analyse pour le
Regroupement des organismes environnementaux en énergie
(ROÉÉ)**

par

Jean-Pierre Finet, Consultant

Le 4 novembre 2016

4.0 CHAUFFE-EAU À TROIS ÉLÉMENTS

Le ROEE est inquiet de l'apparente méconnaissance par Hydro-Québec du marché des chauffe-eau et de son incompréhension vraisemblable quant aux causes de la stagnation des ventes de chauffe-eau à trois éléments dont il est question à la page 13 du document HQD-10, document 1 aux lignes 12 à 14.

En réponse à la question 2.3 quant aux taux de pénétration de la mesure entre les marchés de la nouvelle construction résidentielle et de la rénovation résidentielle, Hydro-Québec répond ne pas disposer de cette information, mais que le taux de pénétration globale du chauffe-eau à trois éléments serait de 4% seulement.⁹

En réponse à la question 2.2 du ROEE quant au sondage effectué auprès de la clientèle, Hydro-Québec indique que « *Les résultats du sondage démontrent que les clients possédant un chauffe-eau à trois éléments sont satisfaits. Le sondage a aussi permis de confirmer que le Distributeur doit maintenir la promotion de ce produit auprès de la clientèle et des influenceurs (par exemple, vendeurs et installateurs).* »¹⁰

En complément de réponse, Hydro-Québec indique que : « *Le sondage réalisé est présenté à l'annexe A de la présente pièce. Le Distributeur souligne que les informations concernant les parts de marché de certains détaillants et partenaires ont été retirées afin d'en préserver la confidentialité. Toutefois, le Distributeur souligne respectueusement qu'il ne juge pas qu'une analyse détaillée de ces résultats soit pertinente aux fins du présent dossier.* »¹¹

Or, tout aussi respectueusement, le ROEE est d'avis qu'au contraire, l'analyse du sondage pourrait expliquer la faible performance du programme en termes de transformation du marché des chauffe-eau.

En réponse à la question 2.4 du ROEE à savoir si Hydro-Québec considérerait la possibilité d'offrir un incitatif financier à la clientèle pour stimuler son taux de pénétration dans le marché, Hydro-Québec répondait que : « *Actuellement, le*

⁹ HQD16, Document 9, page 7.

¹⁰ HQD16, Document 9, page 7.

¹¹ HQD16, Document 9.1, page 5.

Distributeur paie le surcoût de fabrication au manufacturier. Le Distributeur analyse la possibilité d'offrir un soutien promotionnel et financier aux entrepreneurs membres de la Corporation des maîtres mécaniciens en tuyauterie du Québec (CMMTQ) pour l'installation des chauffe-eau à trois éléments. La stratégie du Distributeur d'agir à la fois sur la demande et sur l'offre devrait contribuer à augmenter le taux de pénétration de ces chauffe-eau. »

En complément de réponse, Hydro-Québec indiquait que : « *Dans le cadre de son programme Chauffe-eau à trois éléments (CE3E), le Distributeur a envisagé différentes solutions, dont celle d'offrir une aide financière aux clients. Toutefois, comme en font foi les résultats du sondage produits en réponse à la question 2.2, il est plus efficace pour le Distributeur de s'appuyer sur l'amélioration de la notoriété du CE3E ainsi que sur la participation accrue des partenaires commerciaux au programme.* »¹²

D'un point de vue méthodologique, le sondage a été effectué auprès de participants seulement, sans égard aux non-participants, c'est-à-dire les 96% des clients qui ont opté pour un chauffe-eau à deux éléments. Il semble qu'il aurait été davantage intéressant de connaître les raisons pour ne pas installer un chauffe-eau à trois éléments plutôt que de savoir pourquoi les clients ont participé.

Mais ce qui est davantage inquiétant dans le sondage, qui cherche pourtant à évaluer les raisons d'acquisition d'un chauffe-eau à trois éléments, c'est qu'il fait complètement abstraction du marché de remplacement d'urgence qui limite grandement la prise de décision par le client puisqu'ils ont tendance à choisir ce que le plombier a en stock. À en croire le sondage, aucun participant n'a remplacé son chauffe-eau d'urgence suite à une fuite ou à un bris.

En effet, le marché des chauffe-eau serait surtout motivé par le remplacement d'urgence lors d'un bris ou d'une fuite :

Emergency replacement. The majority of water heater replacements occur on failure. Since consumers are generally unwilling to be without hot water for more than a few hours, consumers put a premium on water heaters that can be delivered quickly. Also, since emergency replacements are unplanned

¹² HQD16, Document 9.1, page 5.

expenses, consumers also prefer low cost bids from plumbing contractors (VEEC 2006). This in turn may reinforce a notion among plumbers that all consumers value the lowest cost water heaters possible. This belief may mean that plumbers do not take the time or effort to try to sell consumers higher efficiency water heaters because they do not believe that consumers will buy them. (Nous soulignons)

Plusieurs autres incongruités parsèment le sondage. Par exemple, en réponse à la question 3 du sondage, on apprend que 15% des personnes sondées ont affirmé avoir fait installer leur chauffe-eau à trois éléments avant 2012, soit avant l'arrivée de cette technologie sur le marché. Le sondage révèle aussi qu'une proportion relativement élevée de clients ne sont pas en mesure d'expliquer spontanément leur choix.

Une majorité de clients affirment avoir préféré le chauffe-eau à trois éléments plutôt qu'un autre modèle de chauffe-eau, sans préciser toutefois si c'est des économies d'énergie qu'ils espèrent réaliser ou s'ils désirent contribuer à la réduction des besoins en puissance d'Hydro-Québec. À cet effet, il semblerait que la publicité du fabricant soit ambiguë et laisse croire à des économies d'énergie.¹³

Outre le marché de remplacement d'urgence par des plombiers pour lequel Hydro-Québec devrait travailler à la disponibilité des chauffe-eau à trois éléments, Hydro-Québec a l'opportunité d'agir sur l'offre notamment dans le marché de la nouvelle construction et avec le marché de la location de chauffe-eau. Une minorité de chauffe-eau seraient vendus dans les marchés à grande surface et quincailleries.

Tel que l'indique les résultats du test du participant de ce programme¹⁴, le client d'Hydro-Québec ne retire directement aucun bénéfice de cette technologie. Au contraire, il risque davantage de manquer d'eau chaude que s'il choisissait un chauffe-eau à deux éléments.

¹³ <http://aceee.org/files/proceedings/2010/data/papers/2200.pdf>

¹⁴ <http://www.guideperrier.com/article4082-1760/Chauffe-eau-Ecopeak-de-Giant-deux-avantages-et-une-indignation>

Le ROÉÉ est d'avis que l'absence de stratégie de commercialisation de cette technologie en fonction des spécificités de chaque segment de marché pourrait expliquer la faible performance de ce programme. Nous comprenons qu'Hydro-Québec doit agir sur l'offre si elle veut que les partenaires promeuvent cette mesure, mais il est raisonnable de croire qu'une aide financière au client final pourrait contribuer à améliorer son taux de pénétration non seulement dans le marché de détail, mais aussi via les installateurs.

- 5. Conséquemment, le ROÉÉ recommande à la Régie qu'elle demande à Hydro-Québec de procéder à une étude du marché québécois du chauffe-eau qui tient compte des remplacements d'urgence et des autres segments de marché identifiés préalablement et de reconsidérer la possibilité d'offrir une aide financière aux participants.**