

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

ANNEXE N

APPEL DE PROPOSITIONS NUMÉRO 40510-18007

Suivi du programme Piscines efficaces 2018

ANNEXE 3 : Devis

1 Contexte

Le programme *Piscines efficaces* vise à inciter les clients du marché résidentiel, via une campagne d'information et de sensibilisation, à acheter des produits efficaces et à adopter des comportements éco-énergétiques pour diminuer la consommation d'énergie des piscines et les aider à réaliser des économies d'énergie. Ce programme d'Hydro-Québec a aussi comme particularité de ne pas offrir d'aide financière aux clients pour encourager l'achat, l'installation et l'utilisation des produits ciblés. Il s'agit donc essentiellement d'une approche de sensibilisation auprès des propriétaires de résidence au Québec ayant une piscine.

Description du programme

L'approche intégrée du programme *Piscines efficaces* a comme principal objectif d'augmenter l'achat, l'installation et l'utilisation des produits suivants :

- Minuteries pour la pompe de la piscine
- Toiles solaires
- Pompes à 2 vitesses, modèle certifié Energy Star
- Pompes à vitesse variable, modèle certifié Energy Star
- Thermopompe pour le chauffage de l'eau de la piscine (au lieu du chauffe-eau à résistance électrique pour piscine)

Le programme vise également à favoriser l'adoption de comportements qui favorisent les économies d'énergie, à savoir :

- L'abaissement de la température de consigne du chauffe-eau de la piscine
- L'arrêt manuel de la pompe de piscine (en l'absence de minuterie)

Pour plus d'informations sur le programme et la campagne 2018, veuillez consulter le site internet (hyperliens) suivants :

- [Site web d'Hydro-Québec](http://www.hydroquebec.com/residentiel/mieux-consommer/piscines/)
<http://www.hydroquebec.com/residentiel/mieux-consommer/piscines/>

Description de la campagne 2018

La campagne promotionnelle 2018 se déroule de la mi-avril à la mi-septembre (Facebook seulement en sept.), c'est-à-dire durant la haute saison pour les détaillants pisciniers du Québec. Cette campagne s'est déclinée selon les activités promotionnelles suivantes :

1. Signature d'une entente annuelle avec les détaillants partenaires tels que : TRÉVI, Club Piscine, SIMA, Maître Piscinier.
2. Publicités d'Hydro-Québec dans plusieurs sites d'information Web.
3. Publicités imprimées dans les quotidiens, les hebdomadaires et de nombreux journaux locaux.
 - Ces publicités invitent le client à se rendre sur le site internet d'Hydro-Québec afin d'obtenir des conseils pour réduire la consommation énergétique de leur piscine.
4. Parution d'une publicité dans l'infolettre électronique du mois d'avril touchant 1 900 000 clients.
5. Publicité dans la facture d'électricité (papier) du printemps 2018 avec l'ajout d'un encart rejoignant environ 2 000 000 clients.

6. Médias sociaux : page Facebook d'Hydro-Québec s'adressant à 80 000 clients.
7. Production et diffusion chez les détaillants (pisciniers) de matériel promotionnel (publicité sur les lieux de ventes (PLV)).
8. Élaboration et distribution d'outils d'aide à la vente (dépliants sur les produits) offerts gratuitement aux détaillants partenaires.
9. Mise à jour du site internet d'Hydro-Québec « Mieux consommer / conseils Piscines ».
10. Utilisation de capsules promotionnelles produite par Hydro-Québec dans les circulaires, les info-courriels et sur le site internet des détaillants partenaires.
11. Présence d'un hyperlien entre le site web d'Hydro-Québec et la page d'accueil des sites web des détaillants partenaires.

La campagne 2018 inclut des nouveautés et améliorations depuis la dernière campagne évaluée (2016). Notamment, un nouveau visuel est utilisé depuis la campagne 2017 (qui n'a pas fait l'objet d'un suivi).

2 Nature du mandat

Hydro-Québec recherche un fournisseur de services pour effectuer un suivi de son programme Piscines efficaces pour l'année 2018. Plus précisément, le mandat consiste à :

1. Calculer les économies d'électricité (GWH) attribuables à Hydro-Québec en 2018 et décliner ces économies selon les différents types de produit achetés, selon l'utilisation des produits ou l'amélioration des comportements, le tout selon les différentes sources d'influence auxquelles les clients ont pu être exposés.
2. Mesurer distinctement et de façon approfondie et détaillée, l'influence de la campagne Piscines efficaces en 2018, ainsi que des communications générales (efficacité énergétique) d'Hydro-Québec.
3. Fournir des recommandations pour améliorer la performance générale du programme.
4. Développer une approche simple pour modéliser et projeter sur cinq (5) années les économies futures du programme, en s'appuyant sur une prise en considération de quelques paramètres clés à définir dans le cadre de l'étude.

2.1 Thèmes de recherche

Pour y parvenir, le fournisseur de services devra approfondir et conclure sur les thèmes de recherche suivants :

- la notoriété de la campagne Piscines efficaces 2018 et de ses principaux éléments ;
- l'appréciation de la campagne Piscines efficaces 2018, la rétention des messages etc. ;
- la notoriété des communications générales d'Hydro-Québec sur l'efficacité énergétique ;
- le volume d'achat et l'utilisation des produits efficaces, en distinguant les nouveaux ajouts du remplacement (notamment pour les minuteries et les pompes efficaces) ;

- le taux d'adoption des comportements « économiseurs » ;
- l'influence d'Hydro-Québec, selon ses principales composantes de communication (Campagne piscine, Communications générales en efficacité énergétique, Éléments ou message ressortant comme particulièrement remarqués), sur l'achat et l'utilisation de produits éco-énergétiques, ainsi que sur l'adoption de comportements économiseurs ;
- l'identification des barrières à l'acquisition ou l'utilisation des produits éco-énergétiques, ainsi que les freins à l'adoption des comportements économiseurs proposés ;
- les raisons d'abandon des produits efficaces et des bons comportements ou leur adoption plus restreinte ;
- le taux de pénétration des différents produits efficaces par rapport au parc total ;
- le calcul des économies (GWh) attribuables à Hydro-Québec au total, par produit, utilisation, ou comportement, et selon les différentes sources d'influence.

2.1.1 Sources d'influence

Dans cette évaluation, il faut poursuivre la compréhension des différentes sources d'influence qui peuvent amener l'utilisateur de piscine à agir. La firme retenue devra donc quantifier l'apport spécifique sur l'adoption de produits éco-énergétiques, ou de comportements économiseurs des différentes sources d'influence suivantes :

- i. Les annonces dans les encarts avec la facture papier, et dans l'infolettre électronique.
- ii. Les publicités d'Hydro-Québec sur le WEB, dans les journaux et magazines.
- iii. Les médias sociaux : page Facebook d'Hydro-Québec.
- iv. Le site internet Mieux consommer / Piscine.
- v. Les publicités des détaillants partenaires.
- vi. Le diagnostic résidentiel Mieux consommer (**DRMC**) et le Comparez-vous (**CV**).

Le tableau suivant présente une répartition préliminaire (à finaliser en cours d'étude) des catégories d'influence :

Catégorie d'influence	Source
1. Influence spécifique de la campagne d'Hydro-Québec (HQ) <i>Piscines efficaces</i> <ul style="list-style-type: none"> • Courante = 2018 (12 derniers mois) • Cumulative = 2018 et / ou avant 	a. Encart facture et infolettre b. Publicités HQ sur les lieux de ventes c. Publicités des détaillants partenaires avec capsule promo HQ d. Publicités imprimées HQ : journaux / hebdomadaires et sites web
2. Influence Hydro-Québec - Outils permanents <ul style="list-style-type: none"> • Courante = <ul style="list-style-type: none"> i) consultation 2018 (12 derniers mois) ii) nouvelle page ou annonce 2018 incluse dans campagne <i>Piscines efficaces</i> • Cumulative= 2017 ou avant : incluse dans Communications générales HQ en efficacité énergétique 	e. Site Internet HQ/conseils piscine f. DRMC et Comparez-vous
3. Communications générales d'HQ en efficacité énergétique <ul style="list-style-type: none"> • Courante et Cumulative 	g. Site internet HQ Mieux consommer h. Communications, Sensibilisation intégrée i. Communications passées en efficacité énergétique

L'objectif de connaître l'impact des différentes sources d'influence, est d'en arriver à mieux départager les communications générales d'Hydro-Québec en efficacité énergétique, de l'effet de la campagne *Piscines efficaces* proprement dite.

Ainsi, dans l'esprit de cet objectif et selon le tableau montré ci-haut, la mesure de l'influence et les algorithmes d'attribution devraient être ajustés par rapport aux études passées (ajout possible de questions dans le sondage) de manière à bien saisir distinctement et de façon rigoureuse, l'influence la plus réelle possible des activités ponctuelles de la campagne et des outils permanents, en distinguant le cumulatif du courant, et ce en déterminant leur interrelation.

Une autre raison pour départager les sources d'influence et leurs impacts respectifs sur les économies est de pouvoir statuer ultimement sur les coûts/bénéfices propres à chaque source d'influence.

2.1.2 Thermopompe vs Chauffe-eau à résistance électrique pour le chauffage de l'eau de piscine

Les réponses au sondage du Suivi *Piscines efficaces 2016*, de même que des discussions avec les pisciniers, laissent à penser qu'il pourrait y avoir une certaine confusion chez les clients entre la thermopompe pour piscine et le chauffe-eau électrique, pour le chauffage de l'eau de la piscine.

Ainsi, on devra apporter plus de précision dans le sondage pour mesurer et distinguer de manière plus certaine le type de système de chauffage de l'eau de piscine et l'influence d'Hydro-Québec et des comportements associés, notamment en :

- illustrant dans le sondage les types de système de chauffage pour l'eau de piscine ;

- mesurant auprès des clients : la température de l'eau maintenue, la période et la durée d'utilisation du chauffage de l'eau de piscine ;
- établissant les raisons du choix du type de système pour le chauffage de l'eau de piscine ;
- déterminant l'influence d'Hydro-Québec sur le choix de la thermopompe vs le chauffe-eau à résistance électrique (en somme, ce dernier s'avère-t-il une alternative véritable).

2.1.3 Appréciation / rétention de la campagne

Nouvel aspect par rapport aux suivis précédents, on désire connaître succinctement :

- l'appréciation des propriétaires de piscines sur les annonces et matériel publicitaire d'Hydro-Québec (publicité sur les lieux de ventes (PLV) entre autres) ;
- ce que les clients retiennent de la campagne.

2.1.4 Économies unitaires (kWh) :

Les économies unitaires des différentes mesures et comportements évalués proviendront presque entièrement de la dernière évaluation du programme réalisée en 2016. Toutefois, le fournisseur retenu devra vérifier et mettre à jour les économies unitaires associées à l'utilisation d'une thermopompe vs un chauffe-eau à résistance électrique pour le chauffage de l'eau de piscine. L'impact de la température de l'eau maintenue et de l'utilisation ou non de la toile solaire devra être pris en considération.

2.1.5 Projection des économies (GWh) sur cinq années

Dans son offre de services, le soumissionnaire devra indiquer comment il entend construire un modèle, et effectuer une projection annuelle des résultats sur un horizon de cinq années (2019 – 2023) en prenant en considération certains paramètres clés.

2.2 Liste de propriétaires de piscines

Dans les évaluations passées, Hydro-Québec a utilisé l'un ou l'autre des deux types de listes suivantes, qui avaient été fournies à l'attributaire pour fin de sondage :

- Clients identifiés comme propriétaire de piscine : environ 180 000 clients avec adresse courriel.
- Clients, propriétaires de leur résidence, situés dans des RTA postaux (trois premières position du code postal) ayant un taux de diffusion de piscine (dans les ménages) de 35% ou plus : environ 300 000 clients avec adresse courriel.

Ces deux listes sont basées sur les clients ayant réalisé le DMRC ou le Comparez-vous (CV) en 2016 ou avant (soit un total 1 500 000 clients). Nous tenterons de mettre la liste à jour en 2018, dans la mesure du temps disponible, surtout si le volume à ajouter s'avère significatif.

NOTE : Dans le cas, où des contraintes de confidentialité touchant les données personnelles des clients rendraient difficile le transfert des listes à l'attributaire, Hydro-Québec pourrait considérer envoyer directement aux clients une invitation à répondre à un sondage, dans laquelle, un hyperlien (à créer) permettrait aux clients désireux de répondre, d'être transféré sur le site de sondage de l'attributaire.

3 Méthodologie

Dans leur proposition respective, le soumissionnaire devra présenter toutes les méthodologies qu'il juge nécessaires pour répondre aux thèmes de recherche décrits dans la section 2. Il devra aussi démontrer dans sa soumission de quelle manière il entend trianguler ses sources pour présenter les résultats les plus probants.

Références :

- Rapport d'évaluation : Offre intégrée piscine (2013) disponible sur le site de la Régie de l'énergie du Québec :

http://www.regie-energie.qc.ca/audiences/Suivis/Suivi_PGEE_HQD/HQD_SuiviPGEE2015_RappEval_Piscines_25fev2015.pdf

- Rapport de suivi du programme Piscines efficaces pour l'année 2016 (sera remis à l'attributaire par le représentant d'Hydro-Québec lors du début des services)

4 Livrables

- un document d'analyse préparatoire présentant (et précisant) la méthodologie détaillée suite au démarrage de l'étude ;
- les guides d'entrevue, les questionnaires de sondage et tous les autres outils de collecte de données ou d'informations ;
- un rapport de la collecte de données effectuée (déroulement, couverture, taux de réponse, etc.) ;
- une présentation des résultats d'environ 40 pages (excluant les annexes) traitant des principaux thèmes de recherche déclinés à la section 2 ;
- un fichier Excel des calculs et analyses effectués ;
- les tabulations croisées des principales variables du sondage ;
- un rapport d'un maximum de 25 pages. Ce rapport pourrait être déposé à la Régie de l'énergie du Québec ;
- la banque de données des collectes réalisées. Celle-ci devra être de format SAS dans la mesure du possible ou en format SPSS (version 11.5 ou antérieure) ou en format TXT fixe avec la description des variables (position et longueur) ;
- un bilan présentant les principaux tests et validation faites au cours de la période de traitement de la banque de données, ainsi que les manœuvres qui auront permis la création de nouvelles variables (dans la perspective de comparaison des résultats dans les études futures).

Est joint à l'annexe 6 le «Manuel de normalisation informatique» concernant les banques de données provenant des firmes externes, qui inclut plus de détails concernant les livrables.

Le soumissionnaire devra aussi prévoir trois (3) rencontres de travail avec Hydro-Québec, d'une durée approximative de 90 minutes chacune.

5 Échéancier

Le soumissionnaire devra fournir un échéancier de réalisation détaillé en fonction des dates suivantes :

- Réalisation de la campagne Piscines efficaces : mi-avril à la mi-septembre 2018
- Présentation des résultats préliminaires : mi-novembre 2018
- Présentation des résultats finaux : fin novembre 2018
- Rapport final : mi-décembre 2018

6 Solutions infonuagiques ou hébergées

Dans le cadre du présent mandat, il y aura une externalisation et hébergement de données confidentielles des clients d'Hydro-Québec.

Hydro-Québec utilisera des standards reconnus par l'entreprise pour le transfert des données à l'attributaire, soit la Solution MoveIT-DMZ.

Hydro-Québec exige que pour tout site d'hébergement impliqué dans la Solution, l'attributaire utilise des standards reconnus par l'industrie des TIC et conforme aux meilleures pratiques applicables afin d'assurer des mesures et des contrôles standardisés du service et que les niveaux atteints soient attestés par un organisme indépendant reconnu.

Afin de s'assurer que les fournisseurs répondent aux exigences de sécurité TI soit l'utilisation de standards reconnus et sécuritaires pour l'échange et l'hébergement des données confidentielles, le soumissionnaire doit compléter le « **Questionnaire de sécurité TI additionnel** » à l'annexe 4 et le « Questionnaire de sécurité TI » à l'annexe 5.