

**RÉPONSES D'HYDRO-QUÉBEC DISTRIBUTION  
AUX ENGAGEMENTS PRIS LORS DE  
LA SÉANCE DE TRAVAIL DU 27 AVRIL 2011**



## **Mieux Consommer – Volet Éclairage**

### **Engagement 1 :**

- 1.1 Indiquer si l'achat et l'installation d'un plus grand nombre de luminaires Energy Star et de LFC, sachant que ceux-ci consomment moins, est également considéré dans l'effet de ricochet. Sinon, expliquer pourquoi.

#### **Réponse :**

**Oui, l'achat et l'installation d'un plus grand nombre de luminaires ENERGY STAR et de LFC ont été considérés dans l'évaluation de l'effet de ricochet.**

**Lors du sondage *Population générale*, une question spécifique était posée aux répondants pour savoir combien de LFC étaient installées dans une nouvelle lampe ou un nouveau luminaire.**

**Tel que mentionné dans le rapport, 160 ménages ayant participé à la campagne de mesurage ont été sondés pour mieux quantifier l'effet de ricochet. Dans ce cas aussi, des questions spécifiques étaient posées pour savoir si les LFC et les luminaires ENERGY STAR remplaçaient une source lumineuse existante ou s'il s'agissait d'un ajout.**

- 1.2 Indiquer la manière dont l'évaluateur s'est assuré que les fabricants et détaillants ont pu distinguer le bénévolat et l'entraînement dans les données fournies.

#### **Réponse :**

**Lors des entrevues en profondeur avec les détaillants et les fabricants, un résumé de l'impact du programme en termes de participants et d'effet d'entraînement leur a été présenté pour les aider à bien comprendre l'impact direct du programme. Des efforts ont donc été faits pour bien expliquer, notamment, l'effet d'entraînement et le distinguer du phénomène de bénévolat.**

**De plus, une convergence appréciable des résultats a été observée entre les trois sources d'information indépendantes utilisées pour évaluer le bénévolat, soit un bénévolat de 23 % dans le cas des fabricants, de 29 % dans le cas des détaillants et de 28 % dans le cas des sondages auprès de la population générale. Cela vient renforcer le fait que les fabricants et les détaillants ont bien été en mesure d'estimer l'influence du Distributeur au-delà des participants au programme et de l'effet d'entraînement.**

Finale<sup>ment</sup>, le Distributeur souligne que l'entraînement a été estimé à partir d'un sondage auprès des participants (section 6.2.4 du rapport), lequel a démontré que ce phénomène est complètement marginal par rapport à celui du bénévolat. Dans le cas des LFC par exemple, les taux d'entraînement et de bénévolat, exprimés en pourcentage des participants, s'élèvent respectivement à 10,46 % et 906 % (Tableau 14, page 29). Du fait de sa marginalité, le phénomène d'entraînement n'a pu affecter significativement les réponses données par les fabricants et les détaillants sur l'effet de bénévolat.