

Révision des méthodologies d'évaluation des effets de distorsion des programmes du PGEÉ de Gaz Métro

Par : Sohél Zariffa, Bureau d'Études Zariffa Inc.
Christian Dupuis, Extract recherche marketing

7 avril 2010



Table des matières

1	MISE EN CONTEXTE	5
2	OBJECTIFS.....	6
3	TAUX D’OPPORTUNISME	6
3.1	DÉFINITION	6
3.2	CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES	6
3.3	LES MÉTHODOLOGIES RETENUES POUR GAZ MÉTRO	8
3.4	DESCRIPTION DES VARIABLES UTILISÉES.....	9
3.4.1	<i>La cohérence.....</i>	9
3.4.2	<i>La planification</i>	9
3.4.3	<i>La période.....</i>	10
3.4.4	<i>L’efficacité.....</i>	10
3.4.5	<i>Les coûts</i>	10
3.4.6	<i>La quantité.....</i>	10
3.4.7	<i>L’influence passée des programmes et activités en efficacité énergétique (PAEE) de Gaz Métro.....</i>	10
3.5	DES MODÈLES AJUSTÉS AUX TYPES DE PROGRAMME ET AUX MARCHÉS	11
3.5.1	<i>Les programmes d’équipements - marché résidentiel.....</i>	11
3.5.2	<i>Les programmes d’équipements - marché CII.....</i>	11
3.5.3	<i>Les programmes d’études de faisabilité</i>	12
3.5.4	<i>Les programmes d’encouragement à l’implantation de mesures</i>	12
3.5.5	<i>Les modèles schématisés</i>	13
3.6	LES PRÉTESTS	13
4	EFFET D’ENTRAÎNEMENT	13
4.1	DÉFINITION	13
4.2	CONSIDÉRATION GÉNÉRALE	14
4.3	LES MÉTHODOLOGIES RETENUES	14
4.3.1	<i>Les modèles schématisés</i>	15
4.4	LES PRÉTESTS	15
5	TAUX DE BÉNÉVOLAT.....	15
5.1	DÉFINITION	15
5.2	CONSIDÉRATION GÉNÉRALE	15
5.3	LES PRÉTESTS	16
5.4	DESCRIPTION DE LA MÉTHODE D’EXTRAPOLATION POUR L’EFFET DE BÉNÉVOLAT.....	17
6	LES EFFETS DE DISTORSION POUR LES PROGRAMMES QUI VISENT LES MÉNAGES À FAIBLES REVENUS (MFR).....	20
7	LES EFFETS DE DISTORSION POUR LES PROGRAMMES QUI VISENT DES INNOVATIONS	21
8	VALIDATION DES ÉCHELLES DE MESURE	22
8.1	MÉTHODOLOGIE	23
8.2	RAPPORTS MÉTHODOLOGIQUES DES PRÉTESTS RÉALISÉS	25
8.2.1	<i>PEE-111 : Chaudières à condensation – résidentiels (Modèle 1.2)</i>	<i>25</i>
8.2.1.1	<i>Rapport du prétest</i>	<i>25</i>
8.2.1.2	<i>Questionnaire</i>	<i>25</i>
8.2.1.3	<i>Évaluation du prétest</i>	<i>27</i>
8.2.2	<i>PEE-202 : Chaudières à efficacité intermédiaire – affaires (Modèles 4.2 et 7.2).....</i>	<i>28</i>
8.2.2.1	<i>Rapport du prétest</i>	<i>28</i>
8.2.2.2	<i>Questionnaire</i>	<i>28</i>
8.2.2.3	<i>Évaluation du prétest</i>	<i>31</i>
8.2.3	<i>PEE-208 : Aide à l’implantation – affaires (Modèles 5 et 8)</i>	<i>32</i>

8.2.3.1 Rapport du prétest	32
8.2.3.2 Questionnaire	32
8.2.3.3 Évaluation du prétest	35
8.2.4 PEE-210 : Chaudières à condensation – affaires (Modèles 4.1 et 7.1).....	36
8.2.4.1 Rapport du prétest	36
8.2.4.2 Questionnaire	36
8.2.4.3 Évaluation du prétest	39
8.2.5 Perceptions et comportements : Bénévoles appareils résidentiels (Modèle 16)	40
8.2.5.1 Rapport du prétest	40
8.2.5.2 Questionnaire	40
8.2.5.3 Évaluation du prétest	42
8.2.6 Perceptions et comportements : Bénévoles affaires (Modèles 12, 14 et 15).....	43
8.2.6.1 Rapport du prétest	43
8.2.6.2 Questionnaire	43
8.2.6.3 Évaluation du prétest	47
8.2.7 PEE-113 : Chauffe-eau instantanés – marché de la nouvelle construction (Modèle 3.1)	48
8.2.7.1 Rapport du prétest	48
8.2.7.2 Questionnaire	48
8.2.7.3 Évaluation du prétest	50
9 CONCLUSION	51
ANNEXE I : QUESTIONNAIRES PRÉTESTÉS	52
PEE-111	52
PEE-202	56
PEE-208	61
PEE-210	66
PERCEPTIONS ET COMPORTEMENTS (BÉNÉVOLES APPAREILS RÉSIDENTIELS)	71
PERCEPTIONS ET COMPORTEMENTS (AFFAIRES)	75
PEE-113	83
ANNEXE II : VERSIONS FINALES DES MODÈLES.....	86
Modèle 1.1 - Opportunistes - appareils résidentiels (générateurs)	86
Modèle 1.2 - Opportunistes - appareils résidentiels (chaudières)	87
Modèle 2 - Opportunistes - appareils résidentiels (thermostats)	88
Modèle 3.1 - Opportunistes - appareils résidentiels NC (chauffe-eau instantanés) (Cible : Constructeurs)	89
Modèle 3.2 - Opportunistes - appareils résidentiels NC (générateurs d'air chaud (Cible : Constructeurs)	90
Modèle 4.1 - Opportunistes - appareils CII et VGE (chaudières à condensation)	91
Modèle 4.2 - Opportunistes - appareils CII et VGE (chaudières à efficacité intermédiaire).....	92
Modèle 4.3 - Opportunistes - appareils CII et VGE (infrarouge)	93
Modèle 5 - Opportunistes - encouragement à l'implantation CII et VGE	94
Modèle 6 - Opportunistes - Études de faisabilité CII et VGE	95
Modèle 7.1 - Entraînement CII et VGE (chaudières à condensation)	96
Modèle 7.2 - Entraînement CII et VGE (chaudières à efficacité intermédiaire)	97
Modèle 7.3 - Entraînement CII et VGE (infrarouge)	98
Modèle 8 - Entraînement CII et VGE (encouragement à l'implantation - mesure)	99
Modèle 9 - Entraînement études de faisabilité VGE	100
Modèle 10 - Entraînement études de faisabilité CII.....	101
Modèle 11 - Bénévoles appareils résidentiels NC.....	102
Modèle 12 - Bénévoles appareils CII.....	103

Modèle 13 - Bénévoles appareils VGE	104
Modèle 14.1 - Bénévoles études de faisabilité CII	105
Modèle 14.2 - Bénévoles études de faisabilité VGE.....	106
Modèle 15 - Bénévoles CII et VGE (encouragement à l'implantation - mesures).....	107
Modèle 16 - Bénévoles appareils résidentiels	108

Table des illustrations

1. Relation entre les six variables utilisées	9
2. Le modèle de diffusion d'une innovation	22

Liste des tableaux

1. Les variables utilisées pour calculer l'effet d'opportunisme par programme et leur poids (%)	12
2. Exemple d'extrapolation de l'effet de bénévolat	17

1 Mise en contexte

Dans son dossier tarifaire 2010, Gaz Métro précisait que :

« Gaz Métro entend réaliser un étalonnage des méthodologies utilisées pour déterminer le taux d'opportunisme ainsi que pour le taux de bénévolat. Les activités de recherche AR211 et AR212 prévues vont permettre de réaliser cet étalonnage. Gaz Métro désire comparer les méthodologies et les questions utilisées par les autres distributeurs pour identifier les opportunistes et les bénévoles. Cet étalonnage permettra à Gaz Métro de raffiner la nouvelle méthodologie de calcul du taux d'opportunisme et de développer une méthodologie de calcul du taux de bénévolat »¹.

À cet effet, Gaz Métro a réalisé une étude d'étalonnage des méthodologies utilisées par différents distributeurs d'énergie pour déterminer les taux d'opportunisme, d'entraînement et de bénévolat, communément appelés "effets de distorsion" associés aux programmes d'efficacité énergétique².

Cette étude conclue que les méthodologies pour évaluer ces effets de distorsion varient d'un distributeur à l'autre, que ce soit au niveau de leur contenu ou de leur complexité. Par ailleurs, la comparaison a permis d'identifier les différents concepts de questions à privilégier dans les questionnaires méthodologiques.

Pour faire suite à l'étalonnage, Gaz Métro a mandaté le consortium Bureau d'Études Zariffa Inc. et Extract recherche marketing afin de raffiner, développer et tester les méthodologies de calcul du taux d'opportunisme, de l'effet d'entraînement et du taux de bénévolat.

Plus précisément, le mandat du Bureau d'Études Zariffa Inc. est de réviser, s'il y a lieu, la méthodologie de calcul du taux d'opportunisme utilisée par Gaz Métro et de développer la méthodologie de calcul du taux de bénévolat et de l'effet d'entraînement associés aux programmes du PGEÉ. Gaz Métro a mandaté également Extract recherche marketing afin de tester et raffiner les nouveaux questionnaires développés par le Bureau d'Études Zariffa.

L'analyse préliminaire a permis de constater que la méthodologie de calcul du taux d'opportunisme utilisée jusqu'à date par Gaz Métro devait être révisée. Ainsi, vingt-trois modèles de calcul ont été développés par le Bureau d'Études Zariffa Inc dont dix pour l'effet d'opportunisme, six pour l'effet d'entraînement et sept pour le bénévolat. Les sections trois, quatre et cinq de ce document traitent respectivement de ces trois effets de distorsion. Par ailleurs, des explications concernant les effets de

¹ Société en commandite Gaz Métro, Cause tarifaire 2010, R-3690-2009, Gaz Métro - 9, Document 1, p.12

² Balisage – Opportunistes & Bénévoles, Gaz Métro décembre 2009

distorsion pour les programmes qui visent les ménages à faibles revenus et les innovations sont présentés respectivement aux sections six et sept du présent document. La section huit expose la validation des échelles de mesure qui a été réalisée par Extract recherche marketing.

2 Objectifs

L'objectif principal de ce rapport est de présenter les méthodologies développées pour le calcul du taux d'opportunisme, de l'effet de bénévolat et de l'effet d'entraînement qui s'appliqueraient aux divers programmes du PGEÉ de Gaz Métro, suite aux ajustements apportés lors des différents tests de compréhension, de fluidité et des calculs.

3 Effet d'opportunisme

Gaz Métro évalue le taux d'opportunisme de ces programmes depuis 2003. Elle utilisait, jusqu'à 2008, une méthodologie comprenant trois questions. Dans sa Cause tarifaire 2010, Gaz Métro a proposé à la Régie de l'énergie une nouvelle méthodologie comprenant six questions qui a été utilisée pour évaluer certains programmes. Tel que mentionné dans la section 1 « Mise en contexte », l'analyse préliminaire a permis de constater que la méthodologie de calcul du taux d'opportunisme comprenant six questions devait être révisée.

Nous retrouvons donc dans cette section une définition et des considérations générales concernant l'effet d'opportunisme, des informations relatives aux méthodologies retenues, les variables utilisées dans les différentes méthodologies, des explications concernant les ajustements des méthodologies aux types de programme et aux marchés, ainsi que des précisions sur les programmes d'efficacité énergétique prétestés.

3.1 DÉFINITION

Un opportuniste est un individu ou une entreprise qui se prévaut d'une aide (financière, technique ou autre) offerte par un programme d'efficacité alors qu'il aurait ou avait l'intention d'implanter la mesure d'efficacité énergétique visée par le programme de toute façon, sans participer au programme.

3.2 CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES

Parmi les différents effets de distorsions qui affectent les économies brutes générées par un programme, l'effet d'opportunisme est probablement le plus notoire, car il reflète l'état d'un marché durant la période où le programme est en vigueur. En effet, l'effet d'opportunisme provient la plupart du temps, de ce qu'on qualifie de marché naturel ou encore le tendanciel.

Si la mesure ou la technologie promue par un programme n'existait pas encore sur le marché, l'effet d'opportunisme serait peu probable ou très faible, provenant très certainement de ce qu'on désigne dans les modèles de diffusion comme les « innovants ».

L'effet d'opportunisme ne s'applique pas pour des programmes de type sensibilisation, car le concept de participant qui bénéficie d'une forme d'aide, qu'elle soit technique, financière ou éducationnelle, n'existe pas.

Théoriquement, l'effet d'opportunisme ne peut que croître dans le temps et le taux qu'il représente, lorsque la même méthodologie de calcul est utilisée, sert d'indicateur aux gestionnaires de programme pour les aider à prendre une décision concernant les suites à donner à un programme. Par ailleurs, il est possible que l'effet d'opportunisme puisse être ajusté à la hausse ou à la baisse lorsque les méthodologies de calcul évoluent ou sont modifiées d'un passage d'évaluation à l'autre.

L'effet d'opportunisme, comme tous les autres effets de type comportemental, n'est pas facile à établir, car il fait appel à la mémoire des individus et les questions qui y sont associées sont souvent hypothétiques (qu'auriez-vous fait si...). Il arrive souvent que les personnes interrogées soient incapables de répondre, qu'elles veulent bien paraître (concept de désirabilité sociale), ce qui peut introduire un biais d'auto-sélection important.

Au fil du temps, de nombreuses méthodologies ont été développées pour quantifier cet effet qui ajuste à la baisse les économies accréditées à un programme donné. En réalité, il n'y en a aucune qui soit parfaite et, dans le marché, aucune n'est appliquée de manière similaire. Par contre, il est de plus en plus fréquent de calculer un niveau d'opportunisme pour chaque participant, appliqué sur les économies d'énergie générées par sa participation au lieu de le qualifier tout simplement d'opportuniste ou de non opportuniste.

Concernant les nouvelles méthodologies présentées dans ce rapport, le participant se situe n'importe où dans une échelle de 0 % à 100 %. Pour ce faire, on lui pose plusieurs questions et des poids différents sont attribués pour chaque type de réponse par thème mesuré. Concrètement, dans le développement de ces nouvelles méthodologies de calcul, le taux d'opportunisme a été appliqué aux économies présumées du programme pour les programmes d'appareils. Par ailleurs, pour les programmes d'encouragement à l'implantation et d'études de faisabilité de Gaz Métro, qui génèrent des économies différentes d'un client à l'autre, le taux d'opportunisme a été pondéré en fonction des économies de chacun des répondants. Ainsi, un participant aux programmes d'encouragement à l'implantation ou d'études de faisabilité qui par exemple économise 100 000 m³ a un poids dix fois supérieur à un participant qui économise 10 000 m³. Une fois que le pourcentage de volume d'opportunisme des participants interrogés est déterminé, on l'extrapole sur les économies totales des participants au programme, en s'assurant toutefois que la taille de l'échantillon est représentative de la population des participants.

Lors de la conception d'un nouveau programme, l'effet d'opportunisme est assez difficile à prévoir. Des études de caractérisation de marché sont souvent la source de ces prévisions. Également, la progression des taux d'opportunisme peut servir à établir le tendancier dans un marché donné une fois que le programme est implanté.

Enfin, l'effet d'opportunisme peut se manifester de façon plus soutenue lorsque le niveau d'efficacité des appareils couverts par le programme est inférieure (cas rarissimes) ou égale à l'efficacité majoritairement diffusée dans le marché ou encore que la subvention soit jugée comme trop attrayante et facile à obtenir.

La méthodologie retenue pour quantifier cet effet a été développée à partir de quatre éléments :

- L'étude de balisage réalisée par Gaz Métro;
 - Une étude³ portant sur une méthode standardisée qui a déjà été appliquée pour l'évaluation du taux d'opportunisme d'un programme d'efficacité énergétique du marché VGE de Gaz Métro.
- Les connaissances et l'expérience d'un évaluateur professionnel;
- La nature des programmes de Gaz Métro;

3.3 LES MÉTHODOLOGIES RETENUES POUR GAZ MÉTRO

Au total, dix modèles ont été développés pour mesurer le taux d'opportunisme des programmes de Gaz Métro. Ces modèles calculent les taux d'opportunisme à partir d'une série de questions et de plusieurs variables d'attribution associées aux réponses. La méthode fait appel au principe de déversement et des pourcentages progressifs. Le déversement réfère à la façon dont les réponses aux questions sont considérées comme une caractéristique d'opportunisme ou de non-opportunisme. Les pourcentages progressifs réfèrent à la méthode de calcul des volumes économisés qui seront retranchés des économies brutes pour obtenir les économies nettes d'opportunisme. Les pourcentages sont donc toujours appliqués sur le total des économies de chaque individu.

Plusieurs simulations ont été faites pour tester les poids des différentes variables et les résultats obtenus en termes de pourcentage d'opportunistes. Ces tests ont démontré que deux facteurs affectent sensiblement les résultats finaux. Plus précisément, il s'agit de la logique de l'ordonnement des questions et la relation logique entre les différentes variables.

Premier facteur - La logique de l'ordonnement des questions.

Étant donné que le nombre de répondants potentiellement qualifiés d'opportunistes est dégressif, la première réponse, quel que soit le poids qu'on lui accorde, est associée au plus grand nombre de répondants, alors que la dernière réponse est associée au plus petit nombre de répondants de la série.

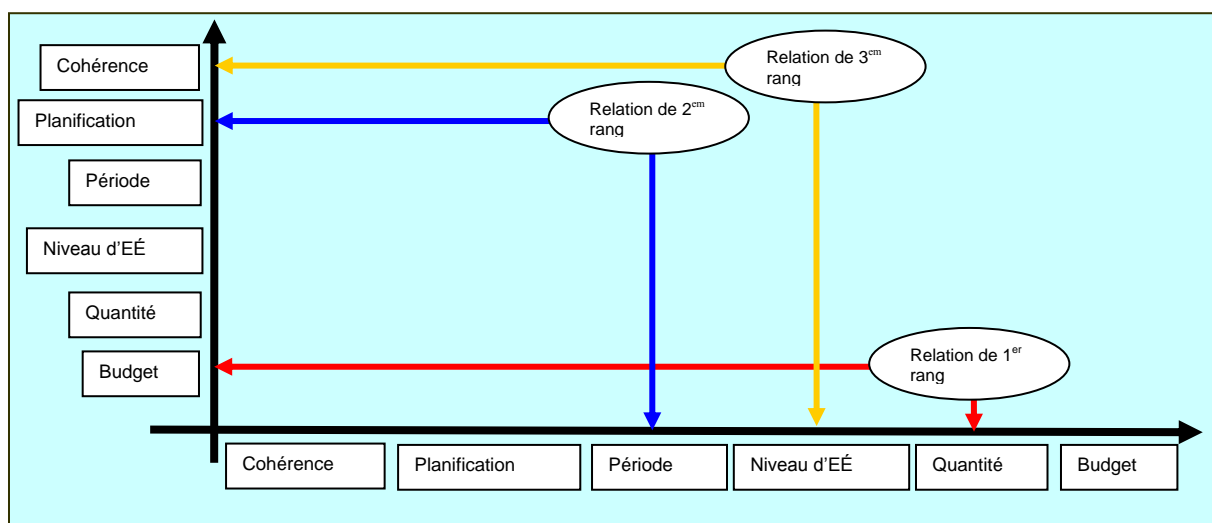
³ National Grid, NSTAR Electric, Northeast Utilities – Task 5 Final Report, June 16, 2003. Pamela Rathbun, Carol Sabo, Bryan Zent. PA Government Services.

Deuxième facteur - La relation logique entre les différentes variables.

La méthode d'attribution des poids à chaque variable peut faire l'objet de bien des débats. Toutefois, la méthode est basée sur le niveau de relation logique entre les variables. Plus la relation est jugée forte, plus le poids qu'on accorde à ces variables est important.

L'illustration qui suit présente trois niveaux de relation entre les six variables utilisées. Les niveaux de force de ces relations ont fait l'objet d'un consensus par l'équipe multidisciplinaire impliquée dans le dossier.

Illustration 1 - Relation entre les six variables utilisées



Les rangs entre les variables dictent le poids de ces variables dans les modèles de calcul des méthodologies. Ainsi, la relation de 1^{er} rang « budget » et « quantité » aura un poids plus important que les deux autres relations.

Toutes les variables décrites ci-après ne s'appliquent pas nécessairement à tous les programmes. Le tableau 1 à la section 3.5.4 présente les différentes variables utilisées ainsi que leurs poids relatifs pour calculer l'effet d'opportunité pour chaque programme.

3.4.1 La cohérence

Après avoir posé une question sur le niveau de connaissance d'une technologie ou d'une mesure de haute efficacité visée par le programme, on pose une sous-question à ceux qui prétendent connaître cette technologie pour savoir s'ils savent vraiment de quoi il s'agit. S'il s'avère qu'ils savent effectivement de quoi il s'agit, il y a cohérence et on poursuit le questionnement, sinon il y a incohérence et on termine.

3.4.2 La planification

Cette variable fait référence à l'intention (la planification) d'acquérir l'appareil visé par le programme avant de connaître l'existence du programme.

3.4.3 La période

Cette variable fait référence à la période, en termes de mois, durant laquelle la personne aurait fait l'acquisition de l'appareil si le programme n'avait pas existé. La majorité des méthodologies trace la ligne à 12 mois. Si la personne n'avait pas l'intention d'acquérir l'appareil dans les 12 mois précédant sa participation au programme, elle n'est pas considérée comme un opportuniste alors que si elle avait l'intention d'acquérir l'appareil dans les 12 mois précédant sa participation au programme, elle est considérée comme opportuniste.

3.4.4 L'efficacité

Cette variable fait référence au niveau d'efficacité de l'appareil que le participant avait prévu acquérir. Elle s'applique seulement s'il existe des niveaux d'efficacité intermédiaire (pratique standard ou norme réglementaire) entre la base de référence du participant (efficacité de l'ancien appareil du participant) et le niveau d'efficacité supérieur promu par le programme.

3.4.5 Les coûts

Cette variable mesure le degré d'influence de la subvention offerte par le programme sur la décision d'acquisition de la technologie par le participant. L'échelle proposée va de 0 à 10 où 0 représente aucun effet et 10 beaucoup d'effet. Pour des fins de calcul, l'échelle est inversée. Plus précisément, un résultat de 0 signifie 100 % d'opportunisme tandis que 1 signifie 90 %, etc.

3.4.6 La quantité

Cette variable fait référence à la quantité d'équipements visés par le programme que le participant aurait acquis en l'absence du programme. Cette variable ne s'applique pas au marché résidentiel où généralement, par définition, on installe un seul équipement de chauffage ou d'eau chaude dans la résidence. En effet, il est très peu probable de penser qu'une résidence puisse compter plus d'un équipement pour la même fonction, que ce soit le chauffage ou l'eau chaude.

Les schémas des questionnaires utilisés pour déterminer le taux d'opportunisme dans le marché résidentiel sont présentés à la section 8 du présent document.

3.4.7 L'influence passée des programmes et activités en efficacité énergétique (PAEE) de Gaz Métro

Une fois le taux d'opportunisme établi avec les différentes variables et leur poids, un facteur d'ajustement est appliqué afin de tenir compte de l'influence des programmes et activités en efficacité énergétique de Gaz Métro qui auraient pu être la source d'une déclaration d'opportunisme. Ce phénomène a des chances de se manifester chez les distributeurs qui offrent des PAEE depuis un certain temps dans des marchés où ils sont en situation de monopole ou quasi-monopole.

Ainsi, si un participant déclare qu'il aurait implanté une mesure d'efficacité énergétique de toute façon, mais que la source de sa connaissance ou motivation était un autre programme ou activité de Gaz Métro auquel il a soit participé, soit été influencé, ce n'est pas un opportuniste au vrai sens du terme. Une fois qu'on établit que le participant a été exposé à ces autres PAEE, on lui propose trois énoncés portant sur l'influence des PAEE sur sa participation. Voici les trois énoncés :

- Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, a été la principale cause de votre décision d'installer « nommer la mesure d'efficacité énergétique ».
- Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour « nommer le type d'appareil » avant votre participation au programme « nommer le programme d'efficacité énergétique ».
- Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'un « nommer le type d'appareil » en évaluant les différentes options avant votre participation au programme « nommer le programme d'efficacité énergétique ».

Le participant a le choix de répondre par l'affirmative ou la négative aux trois énoncés. Trois réponses affirmatives réduisent le taux d'opportunisme calculé dans les étapes précédentes de 75 %, deux réponses affirmatives le réduisent de 37,5 % et une seule réponse affirmative n'affecte nullement le taux d'opportunisme. Ces pourcentages sont issus de l'étude⁴ portant sur une méthode standardisée.

3.5 DES MODÈLES AJUSTÉS AUX TYPES DE PROGRAMMES ET AUX MARCHÉS

3.5.1 Les programmes d'équipements - marché résidentiel

Les méthodologies utilisées sont légèrement différentes au niveau des variables qu'elles utilisent et leur poids. Le choix de ces variables est fonction de la nature du programme. À titre d'exemple, le programme PE111 chaudière haute efficacité utilise les variables cohérence (15 %), planification (20 %), période (20 %), niveau d'efficacité énergétique (15 %) et coût (30 %).

3.5.2 Les programmes d'équipements - marché CII

La même méthodologie que celle pour les appareils du marché résidentiel a été appliquée au marché CII à l'exception de l'ajout d'une variable qui est la quantité d'appareils. À titre d'exemple, le

⁴ National Grid, NSTAR Electric, Northeast Utilities – Task 5 Final Report, June 16, 2003. Pamela Rathbun, Carol Sabo, Bryan Zent. PA Government Services.

programme PE202 chaudière intermédiaire utilise les variables cohérence (7,5 %), planification (15 %), période (15 %), niveau d'efficacité énergétique (7,5 %), quantité (27,5 %) et coût (27,5 %).

3.5.3 Les programmes d'études de faisabilité

Les programmes d'études de faisabilité incluent souvent l'analyse complète de systèmes énergétiques ou étudient plusieurs mesures d'efficacité énergétique. L'analyse du taux d'opportunité doit se faire sur la globalité des mesures étudiées et non par mesures spécifiques. Les variables à considérer pour les études de faisabilité sont la planification, l'envergure de l'étude et le coût. On a donc utilisé la même échelle d'influence de 0 à 10, appliquée sur les économies de 3 % de la consommation annuelle pour des clients CII et de 3 % de la consommation des mesures spécifiques étudiées pour les clients VGE. Ces pourcentages correspondent aux pourcentages d'économie que s'accorde Gaz Métro dans ses programmes d'études de faisabilité CII et VGE.

3.5.4 Les programmes d'encouragement à l'implantation de mesures

La méthode d'évaluation des opportunités pour les mesures d'efficacité énergétique promues dans le cadre des programmes d'encouragement à l'implantation suit la même logique que celle utilisée pour les appareils avec les mêmes variables. La différence, c'est que les questions sont posées pour chaque mesure réalisée. Le taux d'opportunité est donc calculé d'abord pour chaque mesure et ensuite pour le total des mesures subventionnées.

3.5.5 Les variables

Le tableau suivant présente les variables utilisées pour calculer l'effet d'opportunité et leur poids (%) pour les programmes du PGEÉ de Gaz Métro.

Tableau 1 - Les variables utilisées pour calculer l'effet d'opportunité par programme et leur poids (%)

Programme (PE)	C %	PI %	Pé %	EE %	Q %	\$ %	Total %
103- Thermostat électronique programmable (R)		25	25			50	100
111- Chaudière haute efficacité (R)	15	20	20	15		30	100
113- Chauffe-eau instantané R (NC)		25	25	15		35	100
200- Chauffe-eau à efficacité intermédiaire (CII)	7,5	15	15	7,5	27,5	27,5	100
202- Chaudière intermédiaire (CII)	7,5	15	15	7,5	27,5	27,5	100
207- Études de faisabilité (CII)		25			20	55	100
208- Encouragement à l'implantation (CII)		15	15	15	27,5	27,5	100
210- Chaudière à condensation (CII)	7,5	15	15	7,5	27,5	27,5	100
211- Études de faisabilité (VGE)		25			20	55	100
212- Chauffe-eau à condensation (CII)	7,5	15	15	7,5	27,5	27,5	100
213- Chaudières / chauffe-eau efficace (VGE)	7,5	15	15	7,5	27,5	27,5	100
215- Infrarouge (CII)	7,5	15	15	7,5	27,5	27,5	100
217- Infrarouge (VGE)	7,5	15	15	7,5	27,5	27,5	100
218- Encouragement à l'implantation industriel (CII)		15	15	15	27,5	27,5	100
219- Encouragement à l'implantation institut. (CII)		15	15	15	27,5	27,5	100

Voici la légende du tableau 1.

- C = Cohérence

- PI = Planification
- Pé = Période
- EÉ = Niveau d'efficacité énergétique
- Q = Quantités
- \$ = Coûts

Il est à noter que l'influence de participation passée n'apparaît pas dans le tableau 1. De plus, les cellules en gris signifient que la variable est non applicable.

Le tableau 1 présente quinze programmes. Toutefois cinq de ces programmes qui s'adressent autant au marché CII que VGE, utilisent le même modèle pour un total de dix modèles.

3.5.6 Les modèles schématisés

Les schémas des questionnaires utilisés pour déterminer le taux d'opportunité sont présentés dans la section huit du présent document.

3.6 LES PRÉTESTS

Les méthodologies ont été testées sur cinq programmes par la firme Extract recherche marketing. Plus précisément, il s'agit des programmes :

- PE111 Chaudière haute efficacité (R);
- PE113 Chauffe-eau instantané R (NC);
- PE202 Chaudière intermédiaire (CII);
- PE210 Chaudière à condensation (CII);
- PE208 Encouragement à l'implantation (CII).

Suite aux prétests, les commentaires et recommandations du Bureau d'études Zariffa Inc. et de la firme Extract recherche marketing ont été colligés et intégrés dans les versions finales des modèles qui sont détaillés en annexe II du présent document.

4 Effet d'entraînement

Par le passé, Gaz Métro n'évaluait pas l'effet d'entraînement de ces programmes d'efficacité énergétique. Le Bureau d'études Zariffa Inc. a donc développé six méthodologies permettant de calculer l'effet d'entraînement des programmes de Gaz Métro. Cette section traite précisément de l'effet d'entraînement. Nous y retrouvons une définition, des considérations générales, des informations relatives aux méthodologies retenues ainsi qu'aux prétests.

4.1 DÉFINITION

L'effet d'entraînement désigne un participant à un programme qui implante d'autres mesures visées par le programme sans se prévaloir à nouveau de l'aide offerte par le programme. Cet effet ne se manifeste que pour les programmes qui offrent quelque chose de tangible et non seulement de la promotion ou de la sensibilisation.

4.2 CONSIDÉRATION GÉNÉRALE

L'entraînement se manifeste généralement lorsque les conditions d'admissibilité à un programme sont limitatives, lorsque les procédures de participation sont trop complexes ou encore lorsque la nature de l'aide est jugée, par le client, non significative pour l'effort d'y participer à nouveau. Aussi, la probabilité d'occurrence de ce phénomène est plus faible dans des marchés homogènes et de masse comme le marché résidentiel. Par contre, dans les marchés CII, des conditions d'admissibilité limitatives peuvent générer un effet d'entraînement, ce qui a pour effet de générer des économies supplémentaires à peu de frais pour le distributeur. Par ailleurs, dans le marché CII, il y a de fortes probabilités d'avoir besoin d'installer plusieurs mesures ou équipements de même nature.

4.3 LES MÉTHODOLOGIES RETENUES

Six modèles ont été développés pour mesurer l'effet d'entraînement :

1. Appareils pour les marchés CII & VGE (trois modèles);
2. Encouragement à l'implantation pour les marchés CII & VGE;
3. Études de faisabilité pour le marché CII;
4. Études de faisabilité pour le marché VGE.

Aucun modèle n'a été développé pour le marché résidentiel, les probabilités d'occurrence de ce type de phénomène pour les équipements visés par les programmes résidentiels étant très faibles. En effet, rares sont les clients du marché résidentiel qui possèdent plus d'un appareil pour le même usage final.

Tous les modèles visent à estimer le niveau d'influence d'un programme sur la décision d'installer des équipements ou mesures d'efficacité énergétique supplémentaires grâce à ce programme. Le lien causal est donc établi en utilisant une échelle de 0 à 10. Par la suite, une question est posée pour connaître les raisons de ce comportement.

Trois variables sont mesurées pour calculer l'effet d'entraînement :

- 1- L'acquisition et l'installation d'appareils identiques à ceux promus par le programme au cours des trois dernières années ;
- 2- Le nombre d'appareils acquis et installés identiques à ceux promus par le programme au cours des trois dernières années ;
- 3- Le niveau d'influence de la participation passée au programme d'efficacité énergétique de Gaz Métro sur la décision d'acquisition sans participer au programme d'efficacité énergétique.

Par ailleurs, les raisons de la non-participation aux programmes d'efficacité énergétique sont demandées au répondant. Il est à noter que pour les programmes d'études de faisabilité ou d'encouragement à l'implantation, une question supplémentaire est posée au répondant. Cette question supplémentaire permet de calculer les économies de gaz naturel.

4.3.1 Les modèles schématisés

Les schémas des questionnaires utilisés pour déterminer l'effet d'entraînement sont présentés à la section huit du présent document.

4.4 LES PRÉTESTS

Les méthodologies ont été testées sur trois programmes par la firme Extract recherche marketing. Les entrevues ont été réalisées par Ténor marketing, un partenaire d'Extract en collecte de données. Il s'agit des programmes :

- PE202 Chaudière intermédiaire (CII);
- PE210 Chaudière à condensation (CII);
- PE208 Encouragement à l'implantation (CII).

Suite aux prétests, les commentaires et recommandations du Bureau d'études Zariffa Inc. et de la firme Extract recherche marketing ont été colligés et intégrés dans les versions finales des modèles qui sont détaillés en annexe II du présent document.

5 Effet de bénévolat

Par le passé, Gaz Métro n'évaluait pas le taux de bénévolat de ces programmes d'efficacité énergétique, Le Bureau d'études Zariffa Inc. a donc développé des méthodologies permettant de calculer l'effet de bénévolat des programmes de Gaz Métro. Nous retrouvons donc dans cette section une définition, des considérations générales, des informations relatives aux prétests, une description de la méthode d'extrapolation de l'effet de bénévolat.

5.1 DÉFINITION

L'effet de bénévolat désigne une personne ou entreprise qui, influencée par un programme d'efficacité énergétique de son distributeur d'énergie, décide d'implanter la mesure visée par le programme sans y participer.

5.2 CONSIDÉRATION GÉNÉRALE

Cet effet se manifeste à peu près dans les mêmes conditions que l'effet d'entraînement à l'exception qu'il n'y a pas eu de première participation. Les clients sont donc influencés par le programme mais jugent, pour des raisons qui leur sont propres, de ne pas participer au programme.

Ce phénomène est toutefois difficile à identifier, ne connaissant pas l'identité de ces clients. Il faut donc procéder par hasard avec un taux d'incidence qui peut être assez faible et qui nécessite des échantillons beaucoup plus importants que l'effet d'entraînement. On peut également procéder par pairage, une technique qui permet, à l'aide de certaines variables, d'identifier des clients qui ont à peu près le même profil que les participants admissibles au programme d'efficacité énergétique.

Une fois l'individu ou l'entreprise identifiée, il importe d'établir le lien causal entre le programme d'efficacité énergétique et l'implantation de la même mesure que le programme par le client. En effet, il faut établir que le client ait été influencé par le programme du PGEÉ de Gaz Métro pour le qualifier de bénévole.

Nous pensons que dans le marché affaires, les bénévoles seront plus rares que dans le marché résidentiel de masse. Toutefois, quelle que soit l'ampleur du nombre trouvé, il est primordial de s'assurer que la taille de l'échantillon est suffisante pour permettre d'extrapoler cet effet à l'ensemble de la population admissible. En effet, l'extrapolation d'un petit nombre de bénévoles sur la population totale non participante pourrait se traduire par des économies très importantes. La section 5.4 décrit la méthode de calcul de l'effet de bénévolat avec un exemple à l'appui.

De plus, l'avantage de réaliser cet exercice est de découvrir la ou les raisons de la non-participation au programme, ce qui offre des pistes d'amélioration du programme.

Finalement, l'effet de bénévolat permet aussi d'identifier la base de référence ou la tendance naturelle de marché afin de mieux calculer les économies incrémentales.

Quatre variables sont généralement mesurées pour calculer l'effet de bénévolat :

1. L'acquisition et l'installation d'appareils identiques à ceux promus par le programme d'efficacité énergétique au cours des trois dernières années;
2. Le nombre d'appareils acquis et installés identiques à ceux promus par le programme au cours des trois dernières années;
3. La connaissance de l'existence des programmes d'efficacité énergétique de Gaz Métro;
4. Le niveau d'influence de la connaissance des programmes d'efficacité énergétique de Gaz Métro sur la décision d'acquisition des appareils visés aux points 1 et 2.

Par ailleurs, les raisons de la non-participation aux programmes d'efficacité énergétique sont demandées au répondant. Il est à noter que pour les programmes d'études de faisabilité ou d'encouragement à l'implantation, une question supplémentaire est posée au répondant. Cette question supplémentaire permet de calculer les économies de gaz naturel.

5.3 LES PRÉTESTS

Les méthodologies ont été testées sur 11 programmes par la firme Extract recherche marketing. Il s'agit des programmes :

- PE101 Générateur d'air chaud (R);
- PE103 Thermostat électronique programmable (R);
- PE111 Chaudière efficace (R);
- PE200 Chauffe-eau à efficacité intermédiaire (CII);
- PE201 Générateur d'air chaud (CII);
- PE202 Chaudière à efficacité intermédiaire (CII);

- PE207 Étude de faisabilité (CII);
- PE208 Encouragement à l'implantation (CII);
- PE210 Chaudière à condensation (CII);
- PE212 Chauffe-eau à condensation (CII);
- PE215 Infrarouge (CII).

Il est à préciser que pour mesurer l'effet de bénévolat, on interroge uniquement des non-participants. Pour les identifier, Extract recherche marketing a inséré les questions reliées à l'effet de bénévolat au sondage « Perceptions et Comportements⁵ » de Gaz Métro. Pour le marché résidentiel, la base de données provient de Gaz Métro et 450 clients non-participants ont été interrogés. Par ailleurs, la base de données du marché affaires provient de Dun & Bradstreet et 340 clients non-participants ont été interrogés.

5.4 DESCRIPTION DE LA MÉTHODE D'EXTRAPOLATION POUR L'EFFET DE BÉNÉVOLAT

L'extrapolation des résultats de l'effet de bénévolat comprend 11 étapes. Les explications qui suivent sont illustrées à partir d'un exemple de calcul de l'effet de bénévolat pour le programme PE111 chaudière efficace du marché résidentiel.

Le tableau 2 résume les 11 étapes permettant l'extrapolation de l'effet de bénévolat pour le programme PE111 chaudière efficace du marché résidentiel. Le détail des différentes étapes est présenté à la suite de ce tableau.

Tableau 2 : Exemple d'extrapolation de l'effet de bénévolat

Étape	Description des étapes	Données
1	Déterminer le nombre de clients pour un marché donné	121 859
2	Retrancher le nombre de participants historique au programme	- 2 575
3	Retrancher les clients non éligibles au programme	- 31 753
4	Établir la proportion de clients qui chauffent à l'aide d'une chaudière	x 24,4 %
5	Déterminer les clients admissibles au programme	= 21 371
6	Établir la proportion des répondants sur le total des personnes interrogées	x 4,20 %
7	Déterminer le potentiel de clients bénévoles	= 897
8	Identifier les économies associées au programme	x 400 m ³
9	Établir la proportion des économies des bénévoles	x 27,65 %

⁵ Sondage sur les perceptions et comportements de la clientèle résidentielle actuelle et potentielle de *Gaz Métro* en matière de choix énergétiques. Extract recherche marketing, décembre 2009.
Sondage 2009 sur les perceptions et comportements de la clientèle affaires actuelle et potentielle de *Gaz Métro* en matière de choix énergétiques. Sylvain Laroche, en collaboration avec Extract recherche marketing, février 2010.

10	Déterminer les économies des bénévoles pour une période de 3 ans	= 99 216 m ³
11	Déterminer les économies annuelles des bénévoles	÷ 3 ans
		= 33 072 m ³

Première étape : Déterminer le nombre de clients pour le marché

Étape	Description des étapes	Données
1	Déterminer le nombre de clients pour un marché donné	121 859

À l'aide de la base de données de Gaz Métro, le nombre de clients du marché résidentiel peut être obtenu. Au 30 septembre 2009, Gaz Métro avait **121 859 clients résidentiels**⁶.

Deuxième étape : Retrancher le nombre de participants au programme

Étape	Description des étapes	Données
2	Retrancher le nombre de participants historique au programme	- 2 575

À l'aide de la base de données du PGEÉ de Gaz Métro, le nombre de participants au programme PE111 chaudière efficace du marché résidentiel peut être obtenu. Au 17 février 2010, le programme avait atteint **2 575 participants** depuis ses débuts.

Troisième étape : Retrancher les clients non éligibles au programme

Étape	Description des étapes	Données
3	Retrancher les clients non éligibles au programme	- 31 753

À l'aide de la base de données du PGEÉ de Gaz Métro, il est possible de retrancher les clients qui, de par leur niveau de consommation inférieur à 500 m³ par année, nous indiquent qu'ils n'utilisent pas le gaz naturel pour des fins de chauffage de l'espace, soit **31 753 clients**.

Quatrième étape : Établir la proportion de clients qui utilisent une chaudière pour des fins de chauffage

Étape	Description des étapes	Données
4	Établir la proportion de clients qui chauffent à l'aide d'une chaudière	x 24,4 %

Le sondage « Perceptions et Comportements » de Gaz Métro comprend une question concernant le type de chauffage utilisé par les clients. Les résultats indiquent que **24,4 %** des clients résidentiels utilisent une chaudière à des fins de chauffage de leur habitation.

Cinquième étape : Déterminer les clients admissibles au programme

Étape	Description des étapes	Données
5	Déterminer les clients admissibles au programme	= 21 371

⁶ Base de données de Gaz Métro au 30 septembre 2009.

Cette étape consiste à déterminer le solde des clients admissibles au terme des quatre premières étapes.

Le calcul suivant est effectué : $(121\ 859 - 2\ 575 - 31\ 753) \times 24,4\ \% = 21\ 371$ clients admissibles.

Sixième étape : Établir la proportion des répondants sur le total des personnes interrogées

Étape	Description des étapes	Données
6	Établir la proportion des répondants sur le total des personnes interrogées	x 4,20 %

Dans le sondage « Perceptions et Comportement » du marché résidentiel, 405 clients n'avaient pas participé au programme de chaudière de Gaz Métro sur un total de 450. Dans ce même sondage, 17 clients non-participant au programme ont mentionné avoir installé une chaudière efficace au cours des trois (3) dernières années sur un total interrogé de 405, on obtient ainsi **4,20 %** (17 / 405).

Septième étape : Déterminer le potentiel de clients bénévoles

Étape	Description des étapes	Données
7	Déterminer le potentiel de clients bénévoles	= 897

Cette étape consiste à réaliser le produit du nombre de clients admissibles par la proportion de clients non-participants qui ont mentionné avoir installé une chaudière efficace. Le calcul suivant est effectué : $21\ 371 \times 4,20\ \% = 897$ clients bénévoles potentiels.

Huitième étape : Identifier les économies associées au programme

Étape	Description des étapes	Données
8	Identifier les économies associées au programme	x 400 m ³

Les économies unitaires des programmes sont disponibles dans le tableau de bord des programmes tangibles qui se retrouve dans le document de la cause tarifaire⁷. Pour PE111 chaudière efficace, les économies associées au programme sont de **400 m³**.

Neuvième étape : Établir la proportion des économies des bénévoles

Étape	Description des étapes	Données
9	Établir la proportion des économies des bénévoles	x 27,65 %

À l'aide du prétest auprès des non-participants au programme, on détermine ceux qui déclarent avoir été influencés par un programme d'efficacité énergétique de Gaz Métro lors de leur décision d'installer la mesure ou l'équipement visé, sans y avoir participé. Un ratio d'économies est établi à partir du degré d'influence déclaré par le client sur une échelle de 0 à 10.

⁷ Société en commandite Gaz Métro, Cause tarifaire 2011. R-3720-2010

Pour les 17 répondants, on applique le score d'influence qui varie de 0 à 10 sur les économies associées au programme (400 m³). À titre d'exemple, un participant qui répond 5 sur l'échelle de 0 à 10 obtient 200 m³ ((5÷10) x 400m³). Le somme des produits des 17 répondants totalise 1 880 m³. Afin d'obtenir un ratio, ce total est ensuite divisé par le maximum d'économies possibles pour ces répondants, soit 17 répondants à 400 m³ d'économies présumées soit 6 800 m³. Le ratio est donc de **27,65 %** (1 880 / 6 800) pour le prétest.

Dixième étape : Déterminer les économies des bénévoles

Étape	Description des étapes	Données
10	Déterminer les économies des bénévoles pour une période de 3 ans	= 99 216 m ³

Cette étape consiste simplement à déterminer les économies des bénévoles en réalisant le produit des étapes sept à neuf . Le calcul suivant est effectué : 897 clients x 400 m³ x 27,65 % = **99 216 m³**. Il est à noter que ce chiffre correspond aux m³ économisés sur une période de trois ans. En effet, dans le cadre du sondage, le répondant devait mentionner s'il avait installé une chaudière efficace au cours des trois dernières années.

Onzième étape : Déterminer les économies annuelles des bénévoles

Étape	Description des étapes	Données
11	Déterminer les économies annuelles des bénévoles	÷ 3 ans = 33 072 m ³

Cette étape consiste à ramener sur une base annuelle les économies obtenues à la dixième étape sur une base annuelle. Le calcul suivant est effectué : 99 216 m³ ÷ 3 = **33 072 m³**.

Il est à noter que les économies des bénévoles seront ajoutées aux économies nettes déclarées du programme. La somme des économies des bénévoles et des économies nettes sera présentée dans le rapport annuel de Gaz Métro. Par ailleurs, le détail des économies provenant des bénévoles sera présenté dans le tableau de bord des programmes tangibles inclus dans le rapport annuel. Compte tenu de l'évolution de certaines données des onze étapes présentées préalablement, il est suggéré de recalculer annuellement les économies de bénévolat des programmes.

6 Les effets de distorsion pour les programmes qui visent les ménages à faibles revenus (MFR)

Trois programmes d'efficacité énergétique de Gaz Métro n'ont pas été touchés par la présente étude. Plus précisément, il s'agit des programmes s'adressant à la clientèle à faible revenu soit :

1. PE102 Générateur d'air chaud (MFR);
2. PE141 Chaudière efficace (MFR);

3. PE133 Thermostat électronique programmable (MFR).

Par définition, les ménages à faibles revenus (MFR) ont un revenu disponible limité qui suffit à peine à payer l'essentiel de leurs besoins. Pour les programmes visant les MFR, le coût incrémental est absorbé totalement par les programmes. C'est la raison pour laquelle la plupart de ces programmes, disons à caractères sociaux, ne passent pas la plupart des tests de rentabilité ou nécessitent l'inclusion de bénéfices non énergétiques pour passer certains tests.

Il est donc futile de chercher à quantifier des effets de distorsion pour les programmes qui visent les MFR puisque la plupart d'entre eux n'ont tout simplement pas le niveau de revenu disponible nécessaire pour ce type de comportement.

7 Les effets de distorsion pour les programmes qui visent des innovations

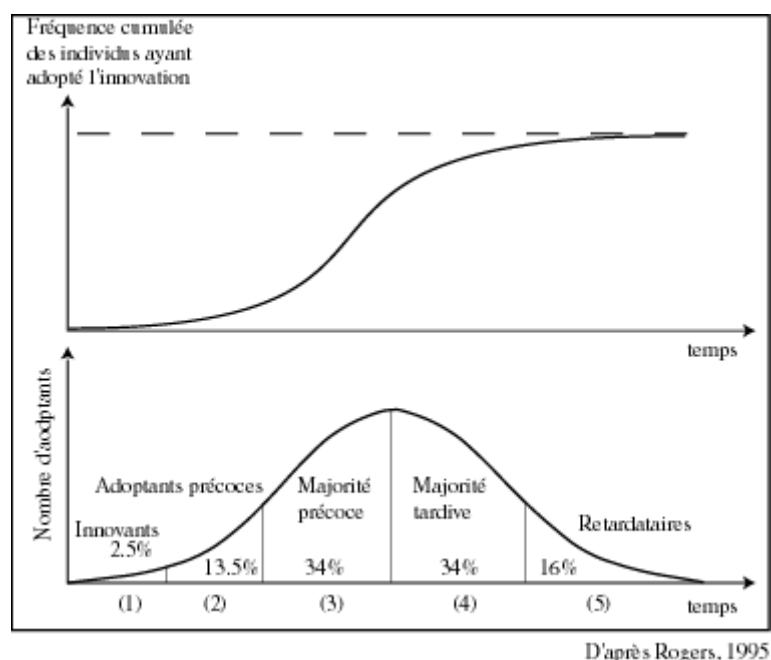
Le programme PE220 innovation technologique de Gaz Métro a été créé durant l'année financière 2008-2009 de Gaz Métro. Ce programme vise à favoriser l'innovation au niveau des technologies gazières. Il permet de dépister des projets d'innovation technologique et de démonstration dont l'origine vient directement de l'initiative de certains clients ou d'associations professionnelles. Ce programme vise à valider tant la rentabilité que l'acceptabilité commerciale d'opportunités proposées pour les clientèles de Gaz Métro. Cette section traite des effets de distorsion pour les programmes qui visent des innovations.

Le processus de diffusion d'une innovation a été défini par Everett M. Rogers en 1962 et mis à jour continuellement jusqu'à la dernière édition de 2003. Le modèle décrit les cinq étapes de l'adoption d'une innovation, soit :

1. La notoriété;
2. La persuasion;
3. La décision;
4. L'implantation;
5. La confirmation.

Ces étapes sont ensuite transposées sur une courbe d'adoption qui illustre les cinq catégories d'adoption dans le temps, soit :

1. Les innovants 2,5 %;
2. Les adoptants précoces 13,5 %;
3. La majorité précoce 34 %;
4. La majorité tardive 34 %;
5. Les retardataires 16 %.

Illustration 2 - Le modèle de diffusion d'une innovation⁸

Lorsqu'un programme fait la promotion d'une technologie ou d'un produit innovateur, par définition, ce produit n'est pas très connu, n'est pas largement disponible dans le marché et sa viabilité technico-économique n'a pas encore été démontrée. Par le fait même, il peut difficilement faire l'objet d'un effet d'opportunité, d'entraînement ou de bénévolat qui sont généralement issus d'une tendance naturelle d'un marché où la technologie est bien connue, abordable, largement disponible, efficace, etc.

Dans le pire scénario, tous les participants à ce genre de programme seraient des innovateurs qui ne représentent que 2,5 % de la population. Il est donc inutile de calculer un taux d'opportunité, d'entraînement ou de bénévolat lorsqu'une innovation est à ses premiers stades d'adoption. En conclusion, nous devons utiliser 0 % d'effet de distorsion pour le programme d'innovation technologique de Gaz Métro.

8 Validation des échelles de mesure

La validation des échelles de mesure a été réalisée par Extract recherche marketing. Cette section précise la méthodologie utilisée pour valider les échelles de mesure développées par le Bureau d'études Zariffa Inc. et contient les rapports méthodologiques des prétests effectués.

⁸ http://strategies4innovation.files.wordpress.com/2009/02/rogers_2_courbes.png

8.1 Méthodologie

Les prochains paragraphes précisent la méthodologie qui a permis de valider les échelles de mesure. Les quatre étapes de travail qui ont été utilisées sont présentées.

1) Mise en forme des échelles dans un document WORD

Dans un premier temps, les documents produits par le Bureau d'études Zariffa Inc. ont été remis en forme dans un document WORD utilisable pour le document de référence officiel sur le sujet.

2) Révision des 16 modèles de questionnaires

Par la suite, tous les questionnaires ont été validés par trois professionnels de la recherche de la firme Extract recherche marketing (Christian Dupuis, Éric Tanguay et Nathalie Robin) pour éprouver la fluidité, la logique et la compréhension des questions.

3) Prétest téléphonique

Taux d'opportunisme et effet d'entraînement

Pour ce qui est de la mesure du taux d'opportunisme et de l'effet d'entraînement, cinq (5) modèles ont été prétestés à l'aide de sondages téléphoniques. Ces modèles ont été prétestés auprès des participants aux programmes suivants :

PRÉTESTS TAUX D'OPPORTUNISME + EFFET D'ENTRAÎNEMENT			
Numéro programme	Programme	n (échantillon)	N (population) Liste épurée ⁹
PEE-111	Chaudière efficace – Résidentiel	40	202
PEE-202	Chaudière à efficacité intermédiaire - Affaires	12	20
PEE-210	Chaudière à condensation – Affaires	40	164
PEE-208	Encouragement à l'implantation – Affaires	13	15
PEE-113	Chauffe-eau instantané – Résidentiel marché de la nouvelle construction (taux d'opportunisme seulement)	4	8
TOTAL		109	409

Taux de bénévolat

Pour ce qui est du taux de bénévolat, l'utilisation des sondages *Perceptions et Comportements 2009* (affaires & résidentiels) ont été préconisés comme véhicules pour tester les modèles 12, 14, 15 et 16. Ces modèles sont présentés plus loin dans cette section.

4) Écoute des enregistrements

⁹ La liste d'origine a été épurée en supprimant les doublons au niveau des noms de contact ainsi que des numéros de téléphone.

La dernière étape a consisté à faire l'écoute des enregistrements des entrevues des prétests. En tout, environ 50 % des entrevues ont été écoutées en détail afin d'évaluer la bonne compréhension des questions par les répondants et leurs réactions.

8.2 Rapports méthodologiques des prétests réalisés

8.2.1 PEE-111 : Chaudière efficace – résidentiel (Modèle 1.2)

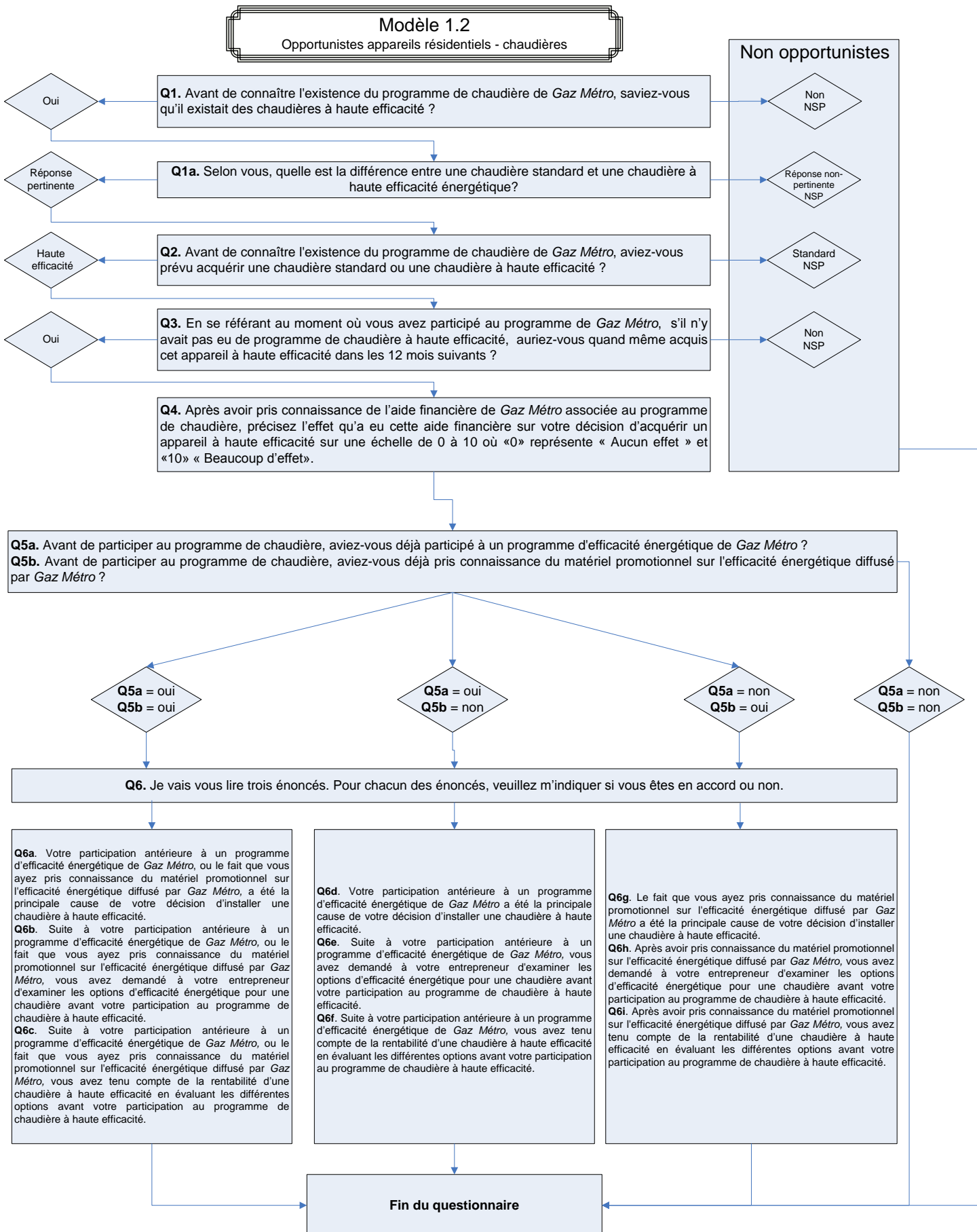
8.2.1.1 Rapport du prétest

Liste originale	204 participants dans les 12 derniers mois
Liste épurée	202
Nombre d'entrevues complétées	40
Marge d'erreur maximale*	± 14 %, 19 fois sur 20
Taux de réponse	47 %
Durée moyenne des entrevues	2 min. 17
Période de réalisation du sondage	10 décembre au 17 décembre 2009

*La marge d'erreur maximale est l'écart entre une valeur observée de l'échantillon équivalente à 50 % et la valeur réelle de la population. Plus concrètement, une marge d'erreur de 14 % signifie que le résultat sera plus ou moins précis de 14 %, 95 % du temps (19 fois sur 20).

8.2.1.2 Questionnaire

La page suivante présente un schéma illustrant chacune des questions pour le questionnaire sur les chaudières (résidentiel). Ce questionnaire est établi à partir du modèle 1.2 (appareils résidentiels opportunistes).



8.2.1.3 Évaluation du prétest

CRITÈRES	INADÉQUAT	ADÉQUAT
Compréhension des questions		✓
Fluidité du questionnaire		✓
<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puisque certaines des questions sont plus complexes ou d'autres plus longues, il est primordial que les interviewers parlent lentement et clairement pour que tous les éléments des questions soient bien compris. Il faut aussi que ceux-ci s'en tiennent au texte du questionnaire pour s'assurer qu'il n'y ait pas déformation du sens des questions. • Il est recommandé que la question 1a soit totalement ouverte, c'est-à-dire qu'elle ne contienne aucun choix préalablement défini afin que l'interviewer n'ait pas à catégoriser ce que disent les répondants. En effet, il ne faut pas que ce dernier se contraigne aux choix de réponse qui sont inscrits et qu'il tente de catégoriser automatiquement les réponses. Au contraire, il faudrait que celui-ci écrive intégralement les réponses pour ne pas altérer le sens de la mention de la personne en question. • De plus, dans l'introduction, certains répondants ne savent pas toujours ce que signifie le mot « chaudière». Il faudrait ajouter une définition pouvant être utilisée par les interviewers lorsqu'ils s'aperçoivent que le répondant ne comprend pas bien ce terme (ex. : fournaise et/ou bouilloire). • Il est recommandé de scinder la question 2 en deux questions distinctes pour obtenir plus de précision dans les analyses : <ul style="list-style-type: none"> • Q2a) Avant de connaître l'existence du programme de chaudière de Gaz Métro, aviez-vous prévu acquérir une nouvelle chaudière? • Q2b) Aviez-vous prévu acquérir une chaudière standard ou une chaudière à haute efficacité? 		

8.2.2 PEE-202 : Chaudières à efficacité intermédiaire – affaires (Modèles 4.2 et 7.2)

8.2.2.1 Rapport du prétest

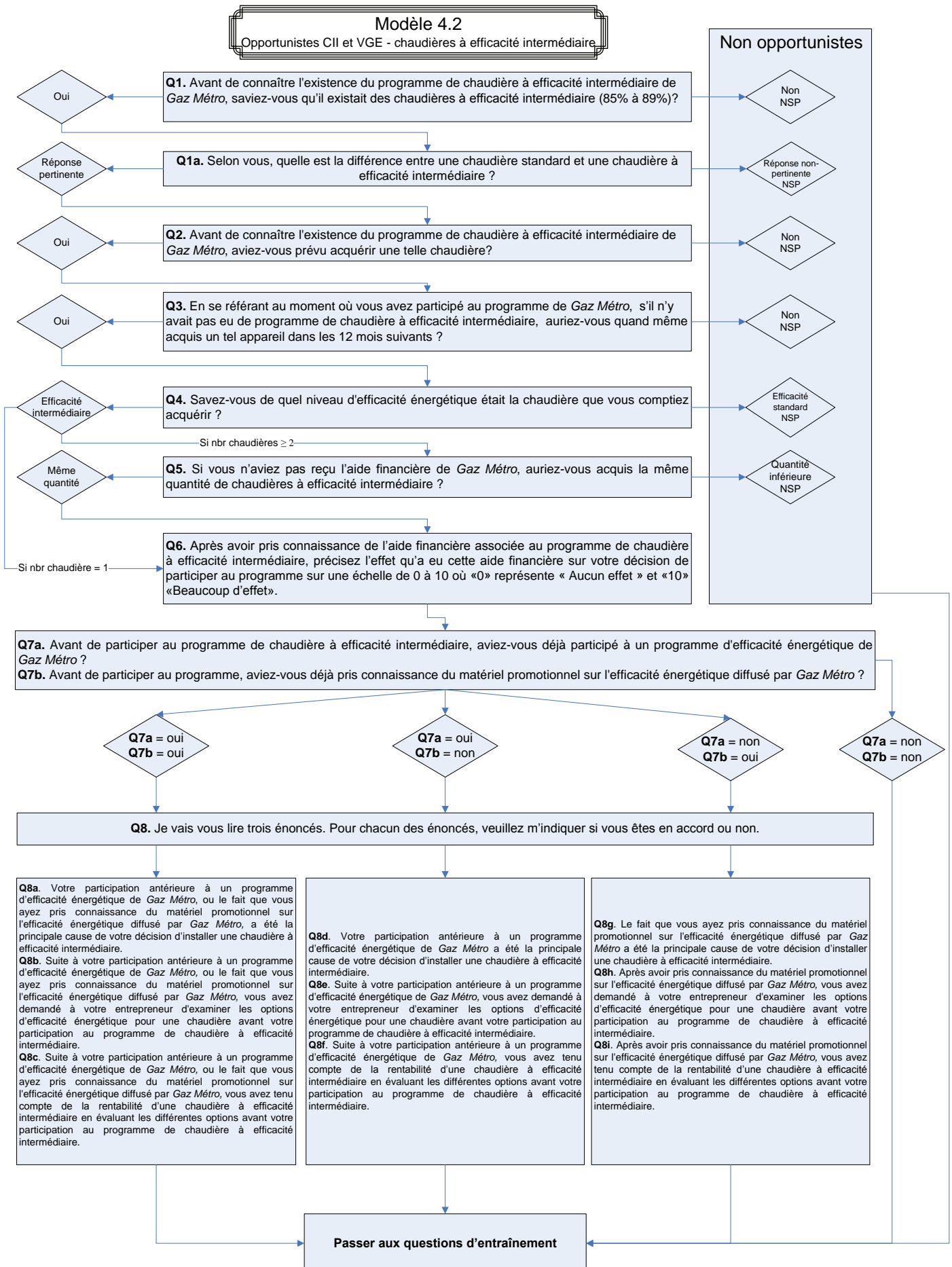
Liste originale	25 participants dans les 12 derniers mois
Liste épurée	20
Nombre d'entrevues complétées	12
Marge d'erreur maximale*	± 18 %, 19 fois sur 20
Taux de réponse	68 %
Durée moyenne des entrevues	4 min. 38
Période de réalisation du sondage	10 décembre au 7 janvier 2010

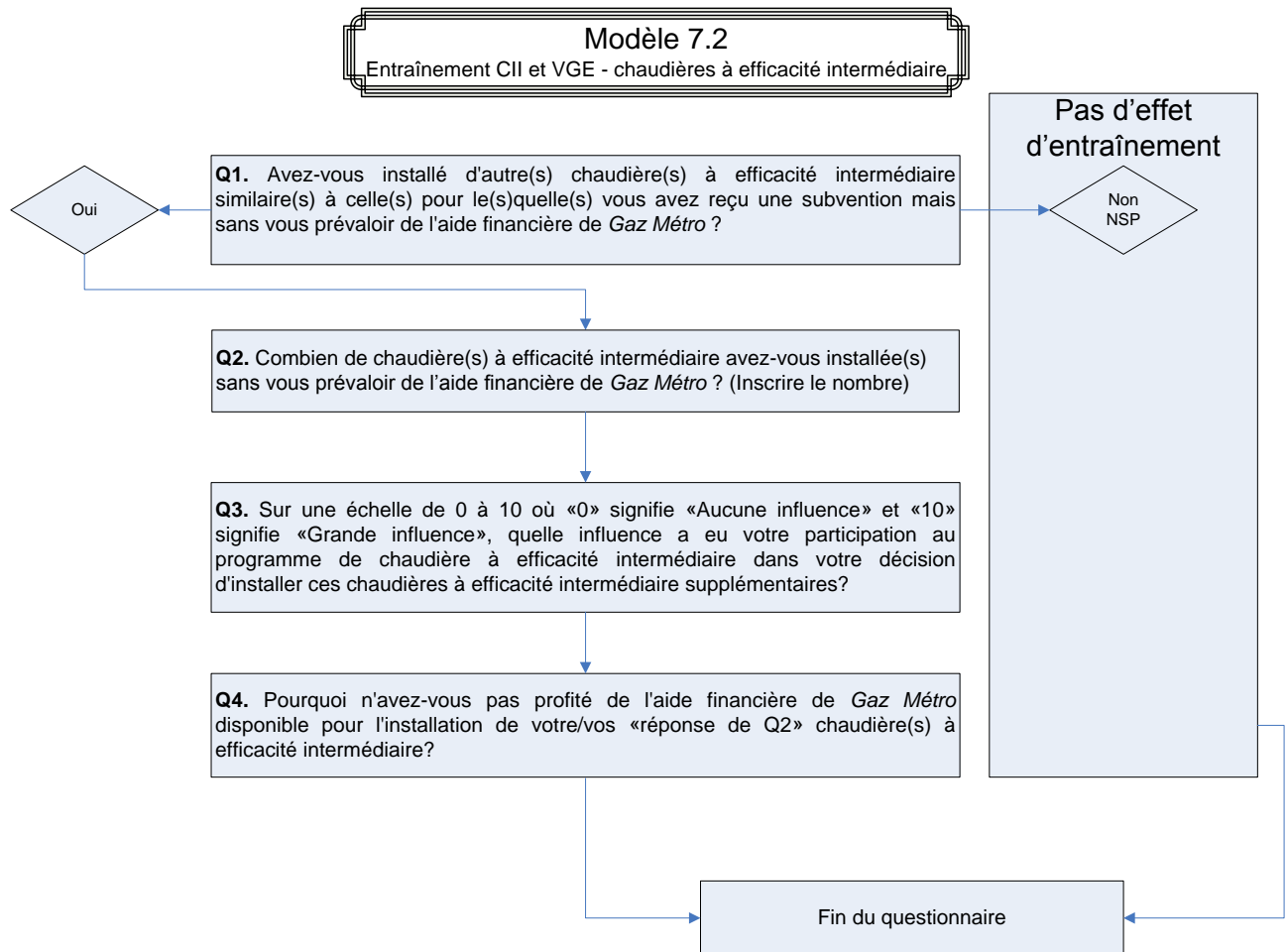
*La marge d'erreur maximale est l'écart entre une valeur observée de l'échantillon équivalente à 50 % et la valeur réelle de la population. Plus concrètement, une marge d'erreur de 18 % signifie que le résultat sera plus ou moins précis de 18 %, 95 % du temps (19 fois sur 20).

8.2.2.2 Questionnaire

Les pages suivantes présentent des schémas illustrant les questions pour le questionnaire sur les chaudières à efficacité intermédiaire (affaires).

Il est à noter que ce prétest combine deux modèles, soit le modèle calculant l'effet d'opportunisme (modèle 4.2) ainsi que celui calculant l'effet d'entraînement (modèle 7.2).





8.2.2.3 Évaluation du prétest

CRITÈRES	INADÉQUAT	ADÉQUAT
Compréhension des questions		✓
Fluidité du questionnaire		✓
<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puisque certaines des questions sont plus complexes ou d'autres plus longues, il est primordial que les interviewers parlent lentement et clairement pour que tous les éléments des questions soient bien compris. Il faut aussi que ceux-ci s'en tiennent au texte du questionnaire pour s'assurer qu'il n'y ait pas déformation du sens des questions. • Une attention particulière doit être portée à la question 1 du modèle 4.2 lorsque les interviewers nomment le pourcentage d'efficacité des chaudières (85% à 89%). En effet, une erreur dans la mention de ces chiffres peut entraîner une toute autre signification au niveau de l'efficacité de l'appareil (ex. : dire 95 % au lieu de 85 %). • Il est recommandé que la question 1a du modèle 4.2 soit totalement ouverte. • Dans le modèle 4.2, il faudrait changer l'énoncé de la question 2 pour : « Avant de connaître l'existence du programme de chaudière à efficacité intermédiaire de Gaz Métro, aviez-vous prévu acquérir une chaudière pour le chauffage de l'espace? » • Il est recommandé d'inverser l'ordre de la question 3 et de la question 4 dans le modèle 4.2. • Dans l'introduction du questionnaire, certains répondants ne savent pas toujours ce que signifie « chaudière ». Il faudrait ajouter une définition pouvant être utilisée par les interviewers lorsqu'ils s'aperçoivent que le répondant ne comprend pas bien ce terme (ex. : fournaise et/ou bouilloire). 		

8.2.3 PEE-208 : Encouragement à l'implantation – affaires (Modèles 5 et 8)

8.2.3.1 Rapport du prétest

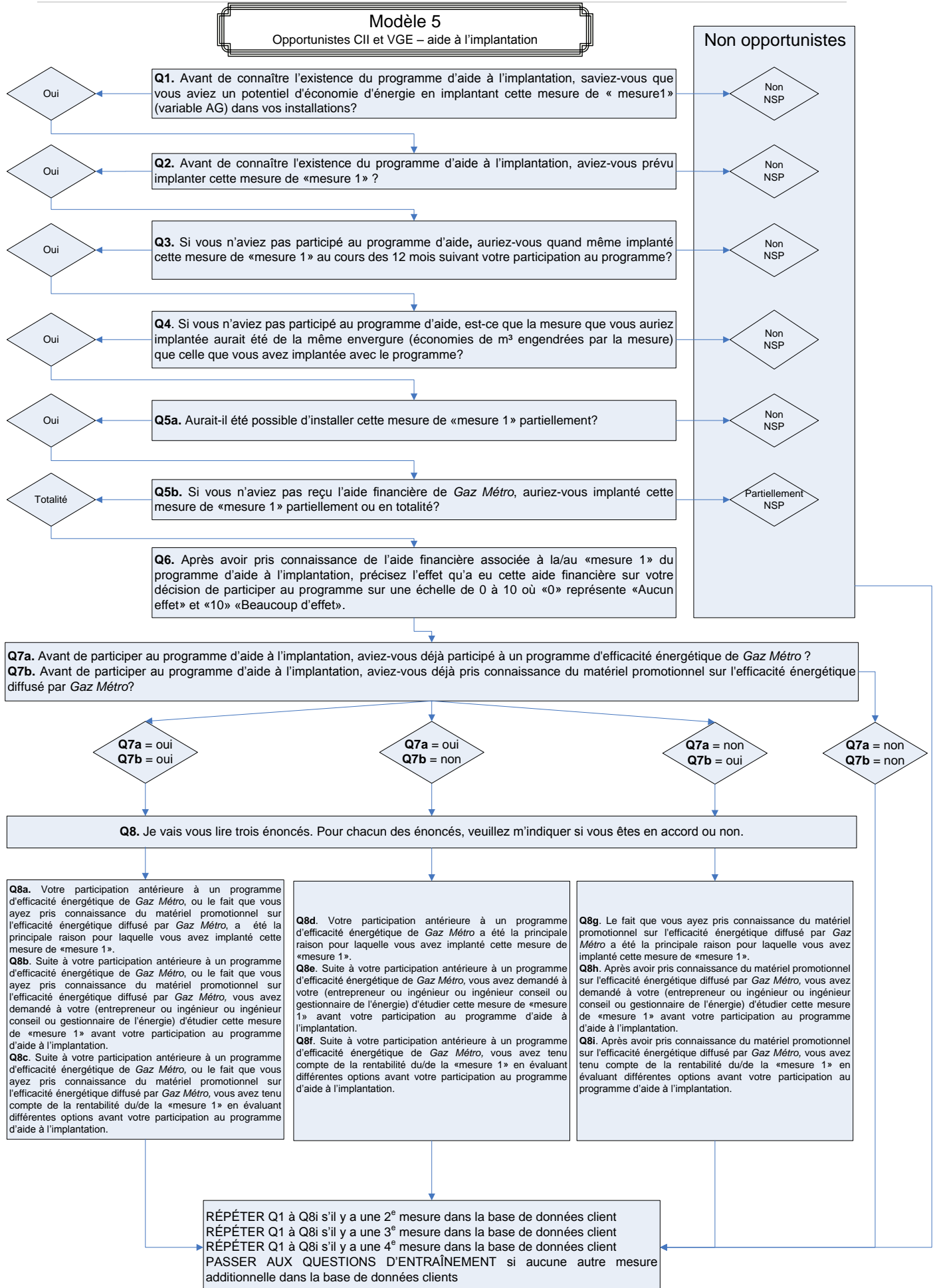
Liste originale	20 participants dans les 12 derniers mois
Liste épurée	15
Nombre d'entrevues complétées	13
Marge d'erreur maximale*	± 10 %, 19 fois sur 20
Taux de réponse	88 %
Durée moyenne des entrevues	3 min. 14
Période de réalisation du sondage	10 décembre au 17 décembre 2009

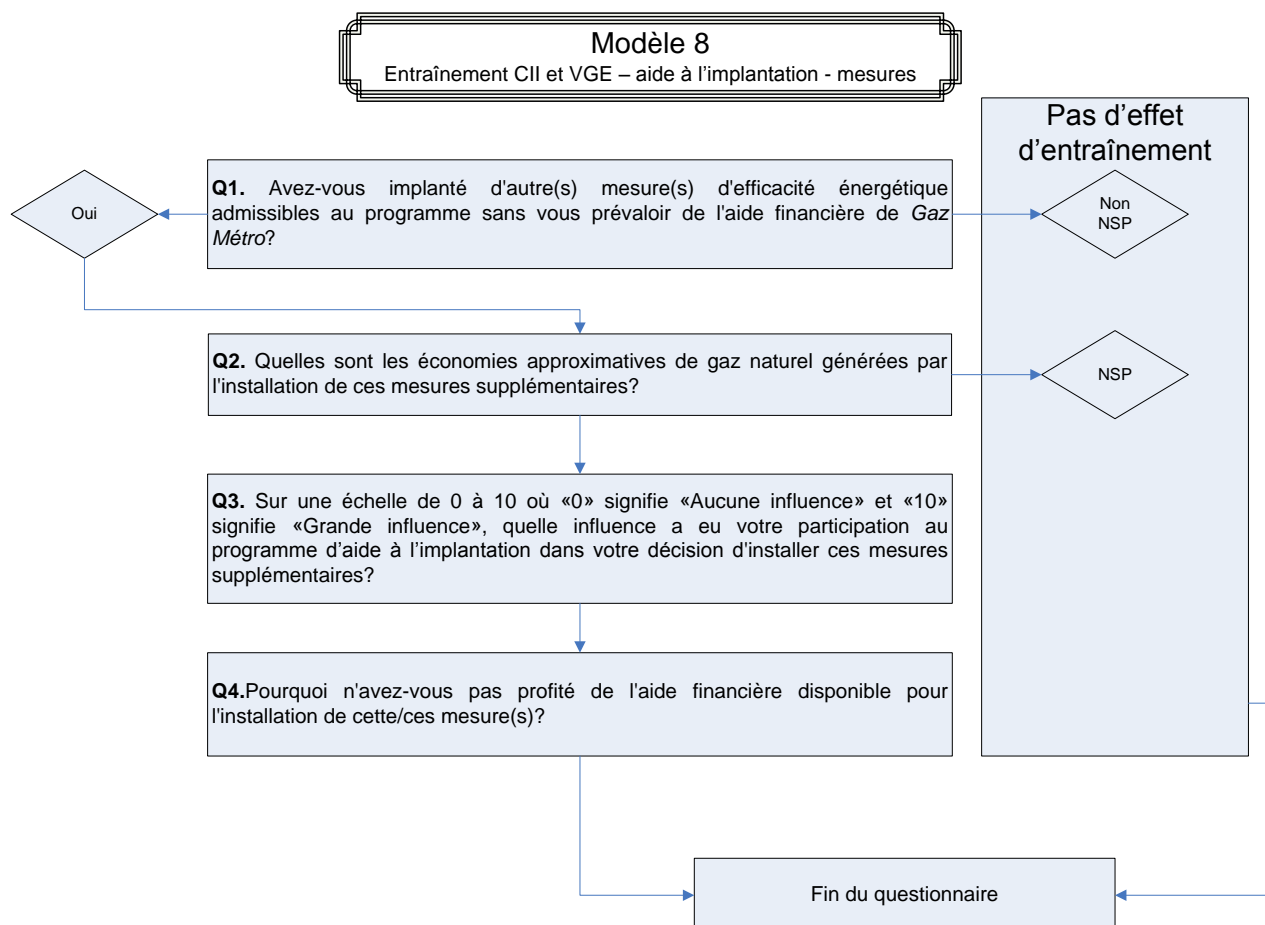
*La marge d'erreur maximale est l'écart entre une valeur observée de l'échantillon équivalente à 50 % et la valeur réelle de la population. Plus concrètement, une marge d'erreur de 10 % signifie que le résultat sera plus ou moins précis de 10 %, 95 % du temps (19 fois sur 20).

8.2.3.2 Questionnaire

Les pages suivantes présentent des schémas illustrant les questions pour le questionnaire sur le programme d'aide à l'implantation.

Il est à noter que ce prétest combine deux modèles, soit le modèle calculant le taux d'opportunisme (modèle 5) ainsi que celui calculant l'effet d'entraînement (modèle 8).





8.2.3.3 Évaluation du prétest

CRITÈRES	INADÉQUAT	ADÉQUAT
Compréhension des questions		✓
Fluidité du questionnaire		✓
<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puisque certaines des questions sont plus complexes ou d'autres plus longues, il est primordial que les interviewers parlent lentement et clairement pour que tous les éléments des questions soient bien compris. Il faut aussi que ceux-ci s'en tiennent au texte du questionnaire pour s'assurer qu'il n'y ait pas déformation du sens des questions. • Il est recommandé que dans la question 2 du modèle 8, le choix de réponse soit également possible en valeur monétaire. En effet, dans l'un des prétests effectués, le répondant ne savait pas la quantité en mètres cubes ni en pourcentage de volume, mais il était en mesure de dire les économies (en argent) générées par l'installation de ses mesures supplémentaires. 		

8.2.4 PEE-210 : Chaudières à condensation – affaires (Modèles 4.1 et 7.1)

8.2.4.1 Rapport du prétest

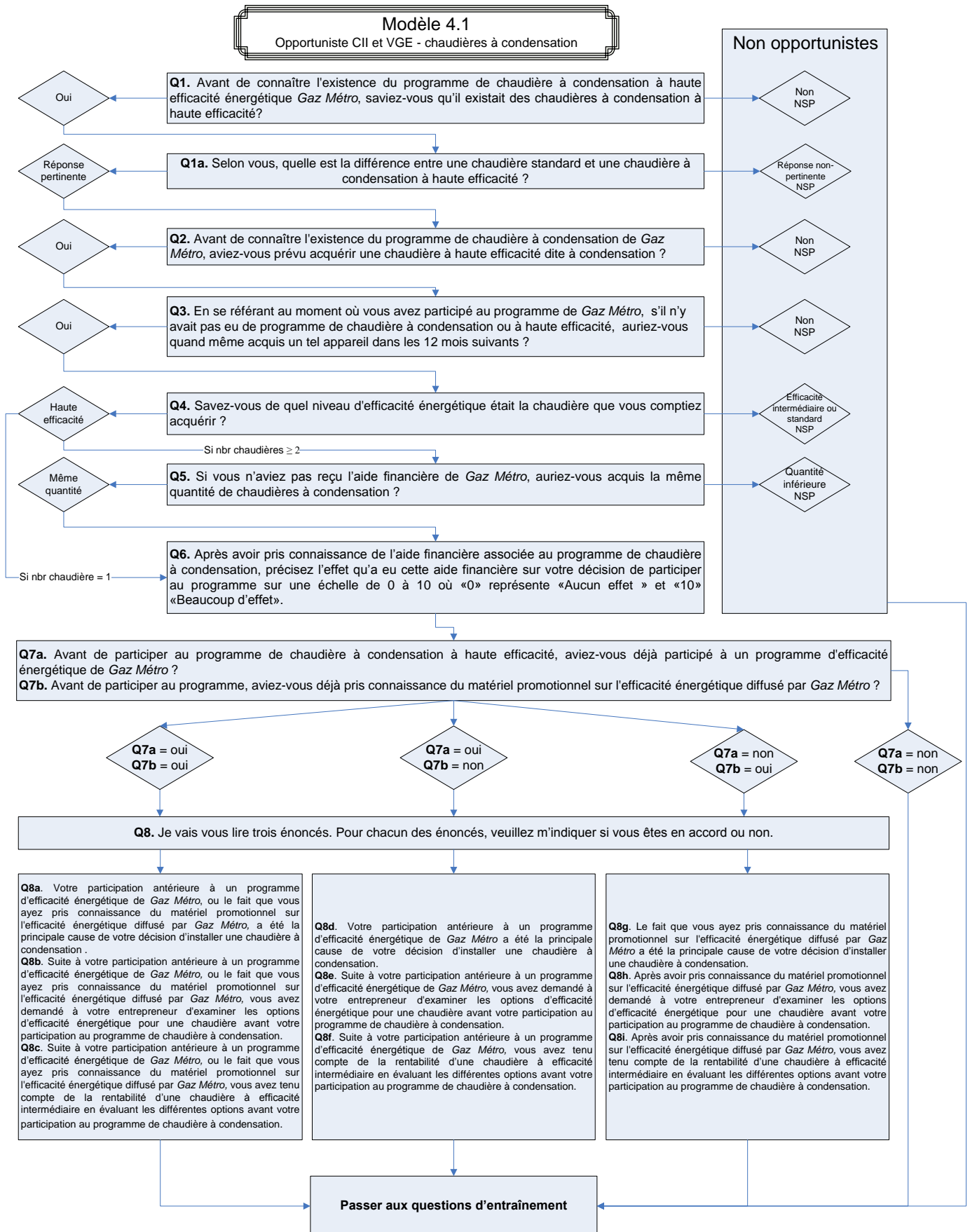
Liste originale	211 participants dans les 12 derniers mois
Liste épurée	164
Nombre d'entrevues complétées	40
Marge d'erreur maximale*	± 14 %, 19 fois sur 20
Taux de réponse	52 %
Durée moyenne des entrevues	2 min. 11
Période de réalisation du sondage	10 décembre au 17 décembre 2009

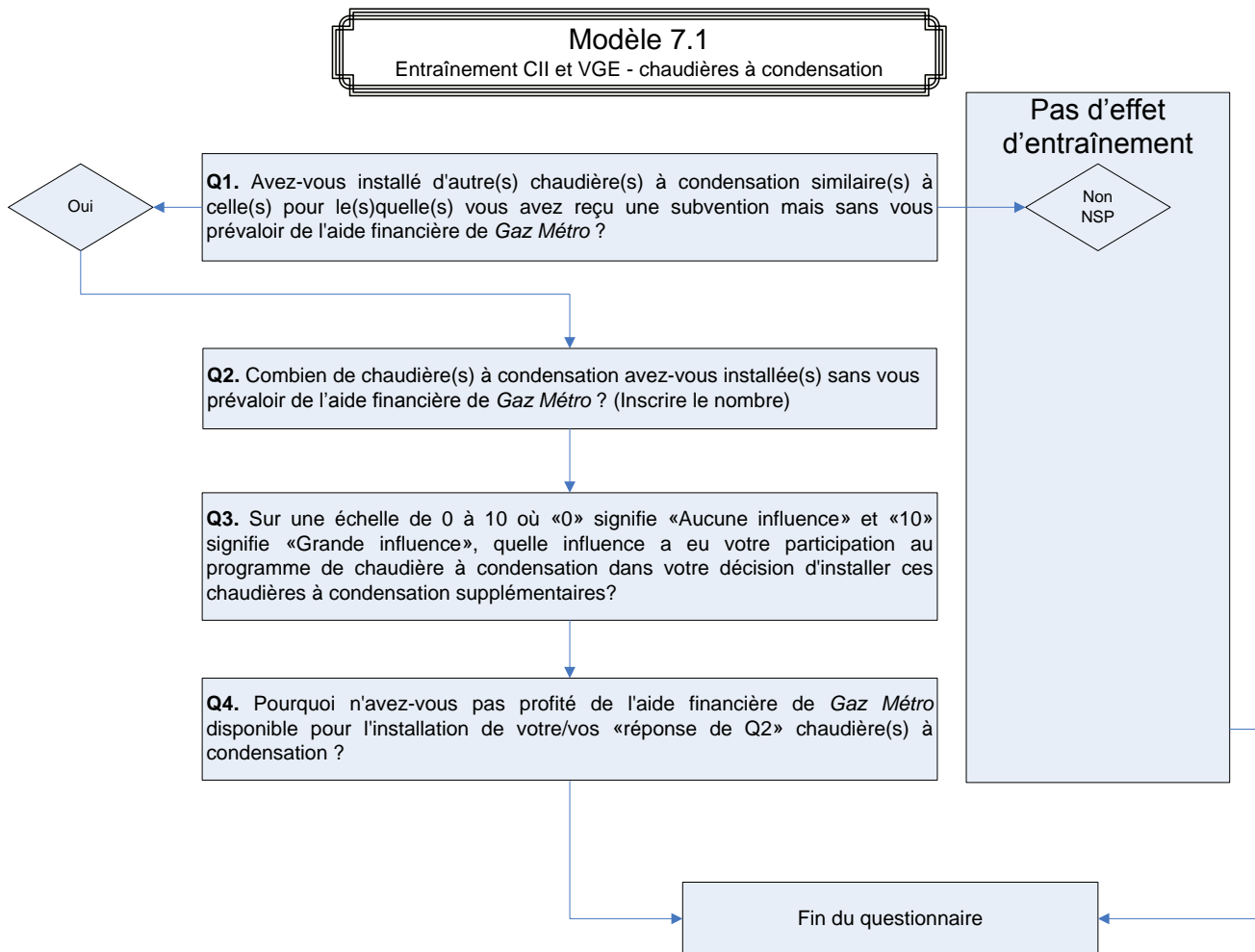
*La marge d'erreur maximale est l'écart entre une valeur observée de l'échantillon équivalente à 50 % et la valeur réelle de la population. Plus concrètement, une marge d'erreur de 14 % signifie que le résultat sera plus ou moins précis de 14 %, 95 % du temps (19 fois sur 20).

8.2.4.2 Questionnaire

Les pages suivantes présentent des schémas illustrant les questions pour le questionnaire sur les chaudières à condensation (affaires).

Il est à noter que ce prétest combine deux modèles, soit le modèle calculant le taux d'opportunisme (modèle 4.1) ainsi que celui calculant l'effet d'entraînement (modèle 7.1).





8.2.4.3 Évaluation du prétest

CRITÈRES	INADÉQUAT	ADÉQUAT
Compréhension des questions		✓
Fluidité du questionnaire		✓
<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puisque certaines des questions sont plus complexes ou d'autres plus longues, il est primordial que les interviewers parlent lentement et clairement pour que tous les éléments des questions soient bien compris. Il faut aussi que ceux-ci s'en tiennent au texte du questionnaire pour s'assurer qu'il n'y ait pas déformation du sens des questions. • Il est recommandé que la question 1a du modèle 4.1 soit totalement ouverte. • Dans le modèle 4.1, il faudrait changer l'énoncé de la question 2 pour : « Avant de connaître l'existence du programme de chaudière à condensation de <i>Gaz Métro</i>, aviez-vous prévu acquérir une chaudière pour le chauffage de l'espace? » • Il est recommandé d'inverser l'ordre de la question 3 et de la question 4 dans le modèle 4.1. • De plus, dans l'introduction, certains répondants ne savent pas toujours ce que signifie « chaudière à condensation ». Il faudrait ajouter une définition pouvant être utilisée par les interviewers lorsqu'ils s'aperçoivent que le répondant ne comprend pas bien ce terme (ex. : fournaise et/ou bouilloire). 		

8.2.5 Perceptions et comportements : Bénévoles appareils résidentiels (Modèle 16)

Le questionnaire des bénévoles appareils résidentiels a été intégré à un autre sondage de *Gaz Métro* (*Perceptions et comportements résidentiels*) qui a lieu sur une base annuelle. Cette option a été choisie afin de rejoindre plus efficacement une grande population à faible coût.

8.2.5.1 Rapport du prétest

Liste originale	Non applicable*
Liste épurée	Non applicable*
Nombre d'entrevues complétées	431 (générateurs d'air chaud) ¹⁰ 405 (chaudières) ¹¹ 425 (thermostats électroniques programmables) ¹²
Marge d'erreur maximale**	± 5 %, 19 fois sur 20
Taux de réponse	60 % pour le questionnaire <i>Perceptions et comportements</i> ¹³
Durée moyenne des entrevues	Non applicable*
Période de réalisation du sondage	23 novembre au 15 décembre 2009

* Le sondage *Perceptions et comportements résidentiels* couvre plusieurs thèmes dont celui du bénévolat.

**La marge d'erreur maximale est l'écart entre une valeur observée de l'échantillon équivalente à 50 % et la valeur réelle de la population. Plus concrètement, une marge d'erreur de 5 % signifie que le résultat sera plus ou moins précis de 5 %, 95 % du temps (19 fois sur 20).

8.2.5.2 Questionnaire

La page suivante présente un schéma illustrant les questions pour le questionnaire sur l'effet de bénévolat pour les appareils résidentiels.

Il est à noter que ce prétest est composé du modèle 16.

¹⁰ Sur les 450 répondants du sondage *Perceptions et comportements résidentiels*, 431 d'entre eux n'avaient pas participé au programme de générateur d'air chaud de *Gaz Métro*.

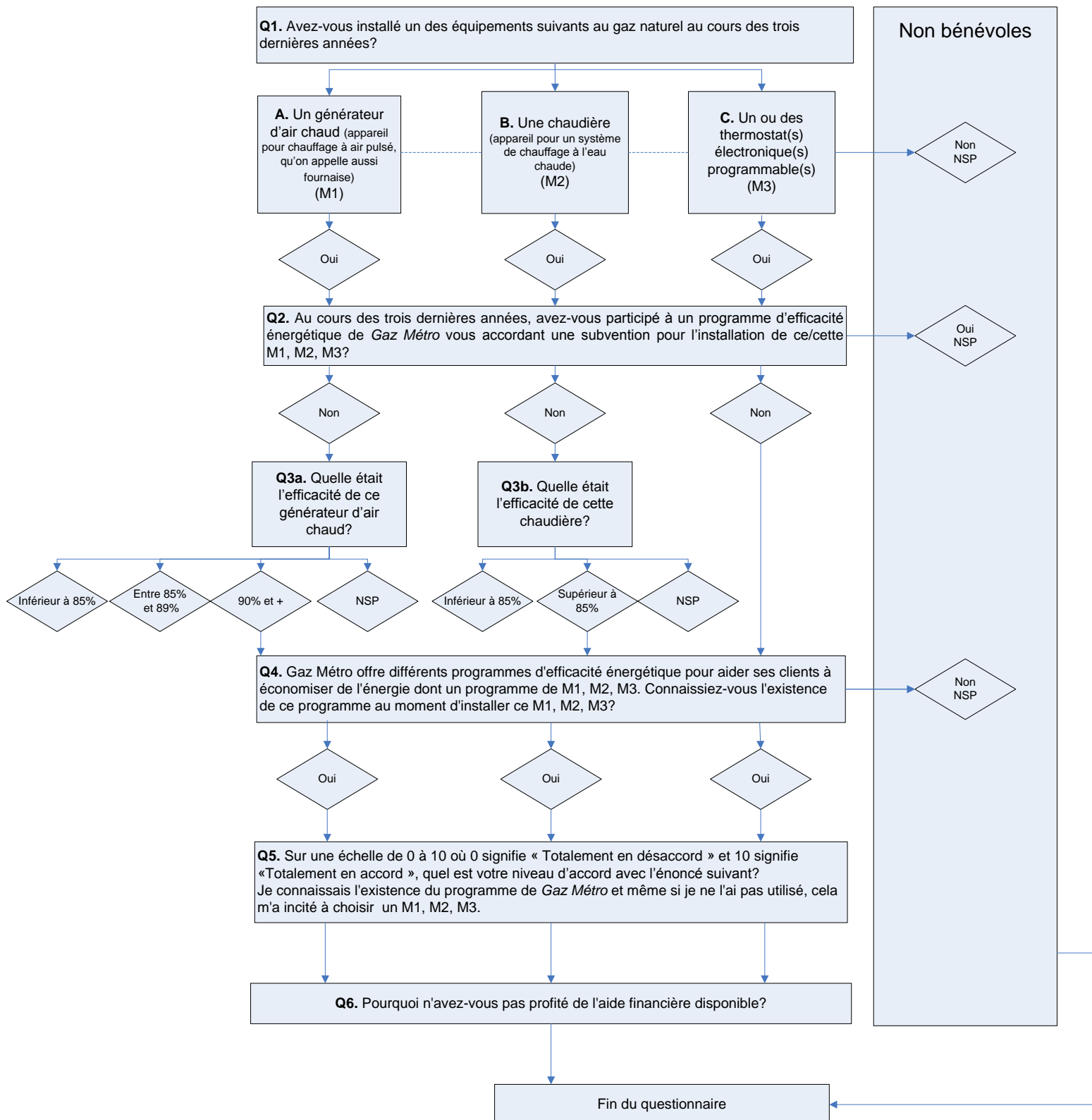
¹¹ Sur les 450 répondants du sondage *Perceptions et comportements résidentiels*, 405 d'entre eux n'avaient pas participé au programme de chaudière de *Gaz Métro*.

¹² Sur les 450 répondants du sondage *Perceptions et comportements résidentiels*, 425 d'entre eux n'avaient pas participé au programme de thermostat électronique programmable de *Gaz Métro*.

¹³ Sondage sur les perceptions et comportements de la clientèle résidentielle actuelle et potentielle de *Gaz Métro* en matière de choix énergétiques. Extract recherche marketing, décembre 2009.

Modèle 16

Bénévoles appareils résidentiels



8.2.5.3 Évaluation du prétest

CRITÈRES	INADÉQUAT	ADÉQUAT
Compréhension des questions		✓
Fluidité du questionnaire		✓
<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puisque certaines des questions sont plus complexes ou d'autres plus longues, il est primordial que les interviewers parlent lentement et clairement pour que tous les éléments des questions soient bien compris. Il faut aussi que ceux-ci s'en tiennent au texte du questionnaire pour s'assurer qu'il n'y ait pas déformation du sens des questions. • Puisque la question 1 est posée sur les trois (3) dernières années, il est important que l'interviewer s'assure que le répondant soit bien la personne ayant pris la décision d'installer l'appareil (générateur d'air chaud, chaudière ou thermostat électronique programmable). Il ne faut pas confondre avec une maison achetée qui avait déjà ces équipements installés avant son arrivée. • À la question 6, il faudrait ajouter à la fin de la question « Gaz Métro » pour que la question devienne : « Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière disponible de Gaz Métro? ». En effet, quelques répondants ne savent pas trop quoi répondre à cette question puisque certains d'entre eux ont profité d'une aide financière pour leur thermostat électronique programmable, mais celle-ci était d'Hydro-Québec. C'est pourquoi il faudrait ajouter une précision disant qu'il s'agit de l'aide financière de Gaz Métro. 		

8.2.6 Perceptions et comportements : Bénévoles affaires (Modèles 12, 14 et 15)

(Appareils / étude de faisabilité / encouragement à l'implantation)

Les questionnaires des bénévoles adressés à la clientèle affaires ont été intégrés à un autre sondage de *Gaz Métro* (Perceptions et comportements affaires) qui a lieu sur une base annuelle. Cette option a été choisie afin de rejoindre plus efficacement une grande population à faible coût.

8.2.6.1 Rapport du prétest

Liste originale	Non applicable*
Liste épurée	Non applicable*
Nombre d'entrevues complétées	340 (appareils / étude de faisabilité / aide à l'implantation)
Marge d'erreur maximale**	± 5 %, 19 fois sur 20
Taux de réponse	33 % pour le questionnaire <i>Perceptions et comportements</i>
Durée moyenne des entrevues	Non applicable*
Période de réalisation du sondage	17 novembre 2009 au 15 janvier 2010

* Le sondage *Perceptions et comportements affaires*¹⁴ couvre plusieurs thèmes dont celui du bénévolat.

**La marge d'erreur maximale est l'écart entre une valeur observée de l'échantillon équivalente à 50 % et la valeur réelle de la population. Plus concrètement, une marge d'erreur de 5 % signifie que le résultat sera plus ou moins précis de 5 %, 95 % du temps (19 fois sur 20).

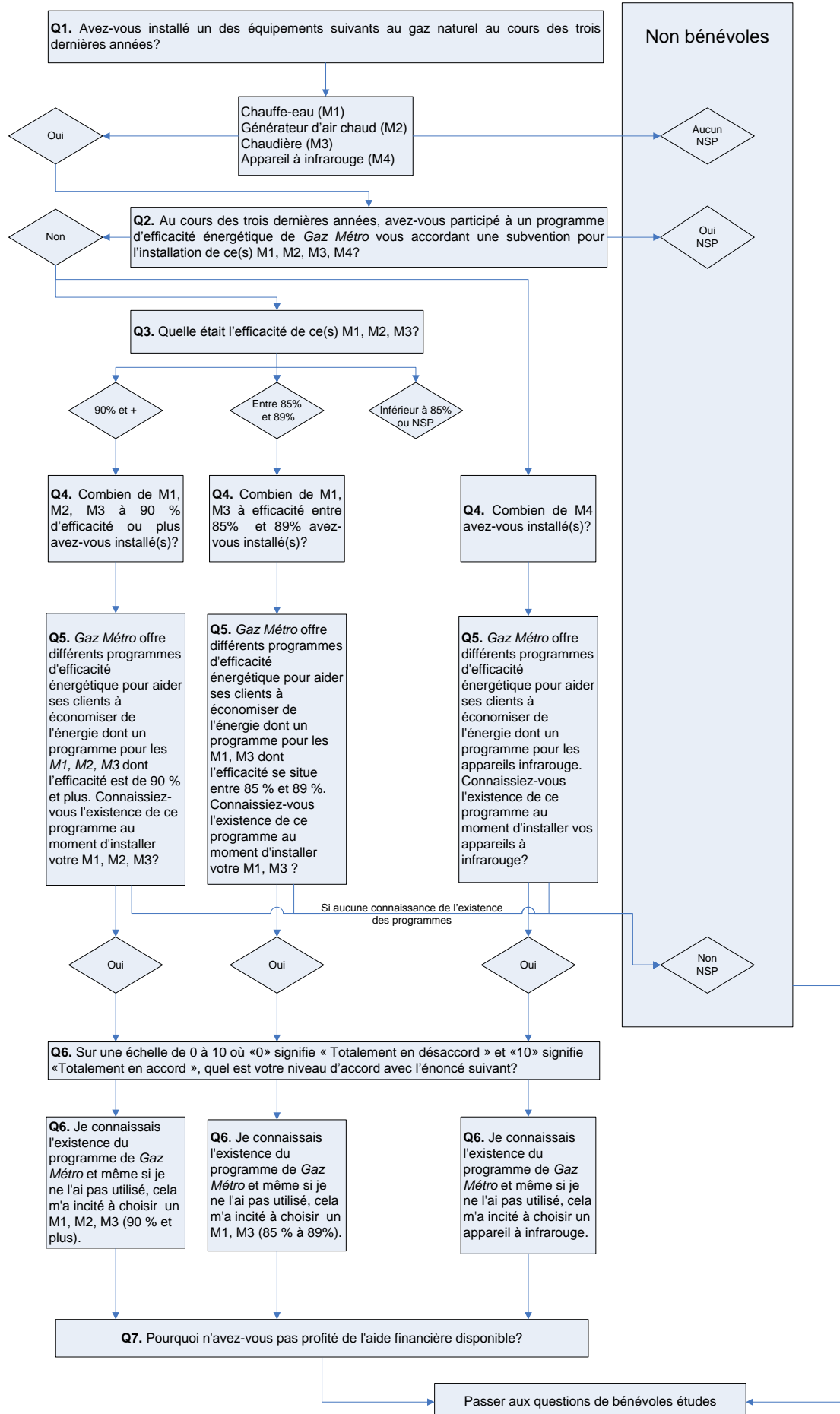
8.2.6.2 Questionnaire

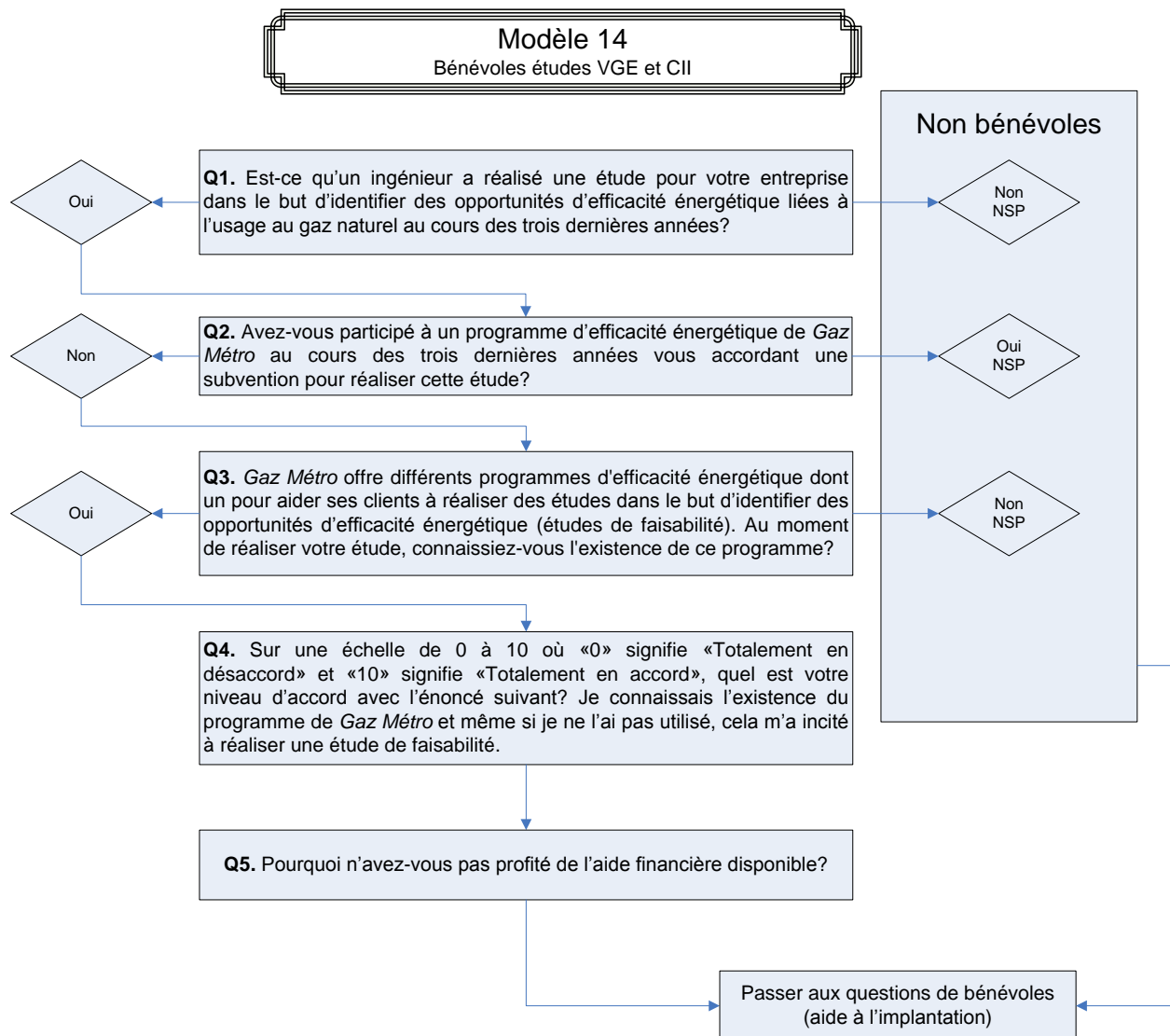
Les pages suivantes présentent des schémas illustrant les questions pour les questionnaires sur l'effet de bénévolat (appareils / aide à l'implantation / étude de faisabilité).

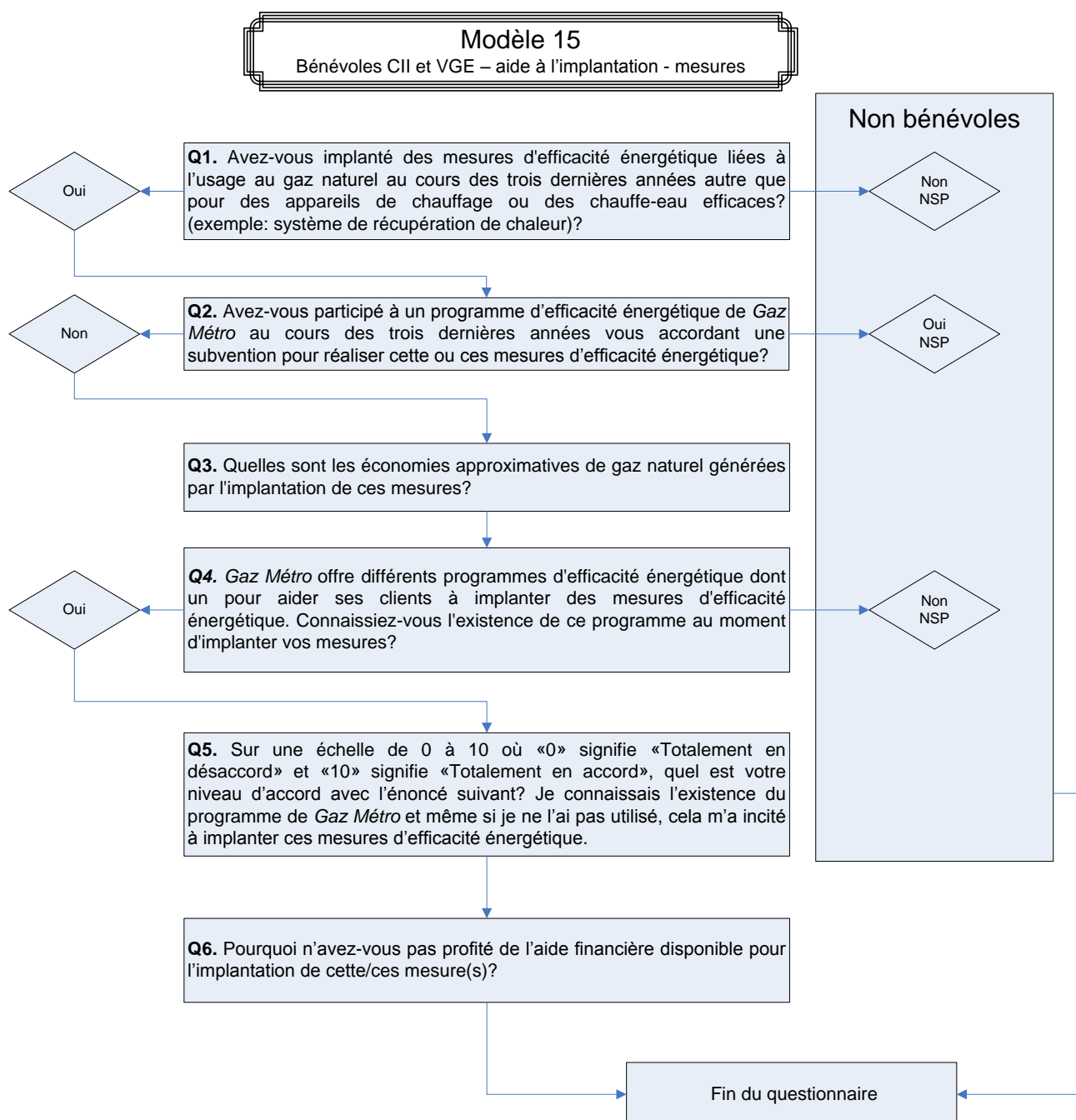
Il est à noter que ce prétest est composé du modèle 12 (Bénévoles appareils CII), du modèle 14 (Bénévoles études de faisabilité) et du modèle 15 (Bénévoles encouragement à l'implantation).

¹⁴ Sondage 2009 sur les perceptions et comportements de la clientèle affaires actuelle et potentielle de *Gaz Métro* en matière de choix énergétiques. Sylvain Laroche, en collaboration avec Extract recherche marketing, février 2010.

Modèle 12
Bénévoles appareils CII







8.2.6.3 Évaluation du prétest

CRITÈRES	INADÉQUAT	ADÉQUAT
Compréhension des questions		✓
Fluidité du questionnaire		✓
<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puisque certaines des questions sont plus complexes ou d'autres plus longues, il est primordial que les interviewers parlent lentement et clairement pour que tous les éléments des questions soient bien compris. Il faut aussi que ceux-ci s'en tiennent au texte du questionnaire pour s'assurer qu'il n'y ait pas déformation du sens des questions. • Dans le modèle 14, il est suggéré d'ajouter une question 2a (demandée uniquement à la clientèle VGE) : <ul style="list-style-type: none"> • Quel était le niveau de consommation visé par cette étude (m³/an)? • À la question 3 du modèle 15, il serait également suggéré d'accepter comme choix de réponse les valeurs monétaires au cas où les répondants ne soient pas en mesure de répondre en mètres cubes ou en pourcentage de consommation totale (comme dans le PEE-208). • Dans la question 7 du modèle 12 et la question 5 du modèle 14, modifier la question pour : « Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière disponible de Gaz Métro ? ». La question 6 du modèle 15 devrait devenir : « Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière disponible de Gaz Métro pour l'implantation de cette/ces mesure(s)? ». 		

8.2.7 PEE-113 : Chauffe-eau instantanés – marché de la nouvelle construction (Modèle 3.1)

8.2.7.1 Rapport du prétest

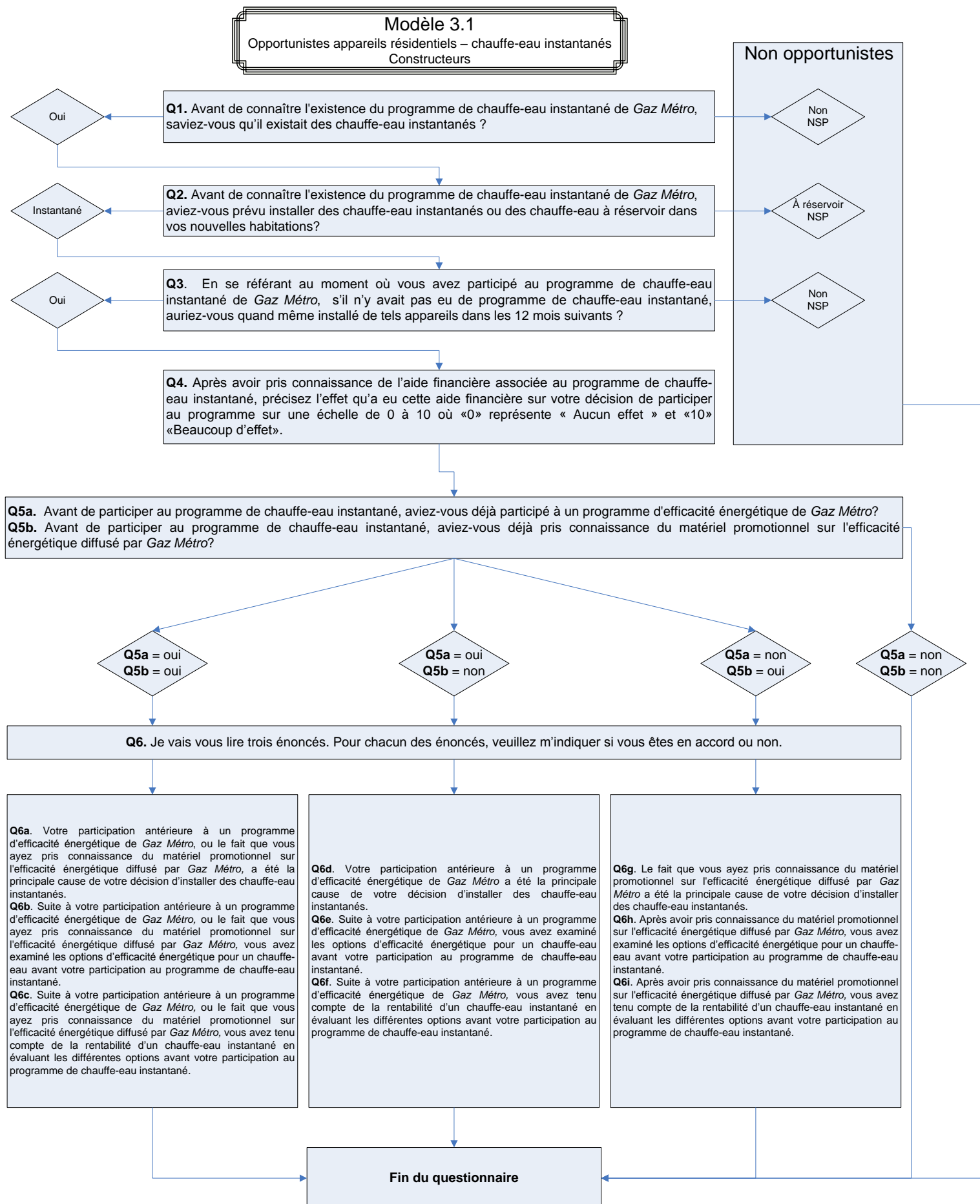
Liste originale	8 participants dans les 12 derniers mois
Liste épurée	8
Nombre d'entrevues complétées	4
Marge d'erreur maximale*	± 37 %, 19 fois sur 20
Taux de réponse	50 %
Durée moyenne des entrevues	1 min. 08
Période de réalisation du sondage	13 janvier au 29 janvier 2010

*La marge d'erreur maximale est l'écart entre une valeur observée de l'échantillon équivalente à 50 % et la valeur réelle de la population. Plus concrètement, une marge d'erreur de 37 % signifie que le résultat sera plus ou moins précis de 37 %, 95 % du temps (19 fois sur 20).

8.2.7.2 Questionnaire

La page suivante présente un schéma illustrant les questions pour le questionnaire sur les chauffe-eau instantanés marché de la nouvelle construction.

Il est à noter que ce prétest est composé du modèle 3.1.



8.2.7.3 Évaluation du prétest

CRITÈRES	INADÉQUAT	ADÉQUAT
Compréhension des questions		✓
Fluidité du questionnaire		✓
<p>Commentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il est recommandé de scinder la question 2 en deux questions distinctes pour obtenir plus de précision dans les analyses : <ul style="list-style-type: none"> • Q2a) Avant de connaître l'existence du programme de chauffe-eau instantané de Gaz Métro, aviez-vous prévu installer de nouveaux chauffe-eau dans vos nouvelles habitations? • Q2b) Aviez-vous prévu installer des chauffe-eau instantanés ou des chauffe-eau à réservoir dans vos nouvelles habitations? 		

9 Conclusion

La méthodologie de calcul du taux d'opportunisme a été raffinée et les méthodologies de l'effet d'entraînement et du taux de bénévolat ont été développées. Ce rapport a permis de définir, présenter les méthodologies, préciser les variables utilisées, prétester et valider les échelles de mesure pour les différents effets de distorsion.

Au terme de cet exercice, Gaz Métro possède de solides méthodologies pour le calcul des effets d'opportunisme, d'entraînement et de bénévolat.

Annexe I : Questionnaires prétestés

QUESTIONNAIRE TÉLÉPHONIQUE

PEE-111

Bonjour monsieur/madame _____. Mon nom est _____ de la firme Ténor Marketing. Nous avons été mandatés par Gaz Métro afin de réaliser une consultation téléphonique auprès des clients ayant utilisé des programmes d'efficacité énergétique au cours de la dernière année.

Nos informations nous disent que vous êtes la personne en charge des décisions en matière d'efficacité énergétique liées au gaz naturel au sein de votre foyer. Est-ce exact ?

Oui	01	→	Débuter l'entrevue
Non	02	→	Demander les coordonnées de la personne

Est-il exact que vous avez participé à un programme de chaudière de Gaz Métro au cours de la dernière année?

Oui	
Non	→ Terminer le questionnaire
Ne sait pas	→ Terminer le questionnaire

J'aurais quelques questions à vous poser à propos de votre expérience de participation à ce programme.

Q1. Avant de connaître l'existence du programme de chaudière de Gaz Métro, saviez-vous qu'il existait des chaudières à haute efficacité ?

Oui	01
Non	02 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q1a. Selon vous, quelle est la différence entre une chaudière standard et une chaudière à haute efficacité énergétique? (*NE PAS LIRE*) (Écrire la réponse en détail)

Consomme moins de gaz naturel	01
Pollue moins	02
Coûte plus cher	03
Dure plus longtemps	04
Autres	96
Ne sait pas	99

Q2. Avant de connaître l'existence du programme de chaudière de Gaz Métro, aviez-vous prévu acquérir une chaudière standard ou une chaudière à haute efficacité ?

Une chaudière à haute efficacité	01
Une chaudière standard	02 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q3. En se référant au moment où vous avez participé au programme de Gaz Métro, s'il n'y avait pas eu de programme de chaudière à haute efficacité, auriez-vous quand même acquis cet appareil à haute efficacité dans les 12 mois suivants ?

Oui	01
Non	02 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q4. Après avoir pris connaissance de l'aide financière de *Gaz Métro* associée au programme de chaudière, précisez l'effet qu'a eu cette aide financière sur votre décision d'acquérir un appareil à haute efficacité sur une échelle de 0 à 10 où « 0 » représente « Aucun effet » et « 10 » « Beaucoup d'effet ».

00 (Aucun effet)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Beaucoup d'effet)	10
Ne sait pas	99

Q5a. Avant de participer au programme de chaudière, aviez-vous déjà participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* ?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Q5b. Avant de participer au programme de chaudière, aviez-vous déjà pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro* ?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Si Q5a et Q5b = 02 ou 99, TERMINER.

Q6. Je vais vous lire trois énoncés. Pour chacun des énoncés, veuillez m'indiquer si vous êtes en accord ou non.

POSER Q6a, Q6b et Q6c si Q5a= 01 et Q5b = 01

Q6a. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, a été la principale cause de votre décision d'installer une chaudière à haute efficacité.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6b. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour une chaudière avant votre participation au programme de chaudière à haute efficacité.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6c. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'une chaudière à haute efficacité en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chaudière à haute efficacité.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q6d, Q6e et Q6f si Q5a=1 et Q5b = 02 ou 99

Q6d. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* a été la principale cause de votre décision d'installer une chaudière à haute efficacité.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6e. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour une chaudière avant votre participation au programme de chaudière à haute efficacité.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6f. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'une chaudière à haute efficacité en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chaudière à haute efficacité.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q6g, Q6h et Q6i si Q5a=02 ou 99 et Q5b = 01

Q6g. Le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro* a été la principale cause de votre décision d'installer une chaudière à haute efficacité.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6h. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour une chaudière avant votre participation au programme de chaudière à haute efficacité.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6i. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'une chaudière à haute efficacité en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chaudière à haute efficacité.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Je vous remercie de votre collaboration, l'entrevue est déjà terminée!

Bonne fin de journée/soirée!

QUESTIONNAIRE TÉLÉPHONIQUE

PEE-202

Bonjour monsieur/madame _____. Mon nom est _____ de la firme Ténor Marketing. Nous avons été mandatés par *Gaz Métro* afin de réaliser une consultation téléphonique auprès des entreprises ayant utilisé des programmes d'efficacité énergétique au cours de la dernière année.

Nos informations nous disent que vous êtes la personne contact responsable de la participation à ces programmes ou mesures d'efficacité énergétique liés au gaz naturel pour votre organisation. Est-ce exact ?

Oui	01	→	Débuter l'entrevue
Non	02	→	Demander les coordonnées de la personne

Est-il exact que vous avez participé à un programme de chaudière à efficacité intermédiaire au cours de la dernière année?

Oui	
Non	→ Terminer le questionnaire
Ne sait pas	→ Terminer le questionnaire

J'aurais quelques questions à vous poser à propos de votre expérience de participation à ce programme.

Q1. Avant de connaître l'existence du programme de chaudière à efficacité intermédiaire de *Gaz Métro*, saviez-vous qu'il existait des chaudières à efficacité intermédiaire (85% à 89%)?

Oui	01
Non	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q1a. Selon vous, quelle est la différence entre une chaudière standard et une chaudière à efficacité intermédiaire ? (*NE PAS LIRE*) (Écrire la réponse en détail)

Consomme moins de gaz naturel	01
Pollue moins	02
Coûte plus cher	03
Dure plus longtemps	04
Autres	96
Ne sait pas	99

Q2. Avant de connaître l'existence du programme de chaudière à efficacité intermédiaire de *Gaz Métro*, aviez-vous prévu acquérir une telle chaudière?

Oui	01
Non	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q3. En se référant au moment où vous avez participé au programme de *Gaz Métro*, s'il n'y avait pas eu de programme de chaudière à efficacité intermédiaire, auriez-vous quand même acquis un tel appareil dans les 12 mois suivants ?

Oui	01
Non	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q4. Savez-vous de quel niveau d'efficacité énergétique était la chaudière que vous comptiez acquérir? (LIRE LES CHOIX)

Efficacité intermédiaire (85-89%)	01
Efficacité standard (80-84%)	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

POSER Q5 Si le nombre de chaudières à efficacité intermédiaire dans la BD est ≥ 2

Q5. Si vous n'aviez pas reçu l'aide financière de *Gaz Métro*, auriez-vous acquis la même quantité de chaudières à efficacité intermédiaire ?

La même quantité	01
Une quantité inférieure	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q6. Après avoir pris connaissance de l'aide financière associée au programme de chaudière à efficacité intermédiaire, précisez l'effet qu'a eu cette aide financière sur votre décision de participer au programme sur une échelle de 0 à 10 où «0» représente «Aucun effet» et «10» «Beaucoup d'effet».

00 (Aucun effet)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Beaucoup d'effet)	10
Ne sait pas	99

Q7a. Avant de participer au programme de chaudière à efficacité intermédiaire, aviez-vous déjà participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* ?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Q7b. Avant de participer au programme, aviez-vous déjà pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro* ?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Si q7a et Q7b = 02 ou 99, SAUT À Q9

Q8. Je vais vous lire trois énoncés. Pour chacun des énoncés, veuillez m'indiquer si vous êtes en accord ou non.

POSER Q8a, Q8b et Q8c si Q7a= 01 et Q7b = 01

Q8a. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, a été la principale cause de votre décision d'installer une chaudière à efficacité intermédiaire.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8b. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour une chaudière avant votre participation au programme de chaudière à efficacité intermédiaire.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8c. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'une chaudière à efficacité intermédiaire en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chaudière à efficacité intermédiaire.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q8d, Q8e et Q8f si Q7a=1 et Q7b = 02 ou 99

Q8d. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* a été la principale cause de votre décision d'installer une chaudière à efficacité intermédiaire

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8e. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour une chaudière avant votre participation au programme de chaudière à efficacité intermédiaire.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8f. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'une chaudière à efficacité intermédiaire en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chaudière à efficacité intermédiaire.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q8g, Q8h et Q8i si Q7a=02 ou 99 et Q7b = 01

Q8g. Le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro* a été la principale cause de votre décision d'installer une chaudière à efficacité intermédiaire.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8h. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour une chaudière avant votre participation au programme de chaudière à efficacité intermédiaire.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8i. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'une chaudière à efficacité intermédiaire en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chaudière à efficacité intermédiaire.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q9. Avez-vous installé d'autre(s) chaudière(s) à efficacité intermédiaire similaire(s) à celle(s) pour le(s)quelle(s) vous avez reçu une subvention mais sans vous prévaloir de l'aide financière de *Gaz Métro* ?

Oui	01
Non	02 → TERMINER ET CODER PAS D'EFFET D'ENTRAÎNEMENT
Ne sait pas	99 → TERMINER ET CODER PAS D'EFFET D'ENTRAÎNEMENT

Q10. Combien de chaudière(s) à efficacité intermédiaire avez-vous installée(s) sans vous prévaloir de l'aide financière de *Gaz Métro* ? (Inscrire le nombre)

_____ chaudière(s) à efficacité intermédiaire
Ne sait pas 99

Q11. Sur une échelle de 0 à 10 où «0» signifie «Aucune influence» et «10» signifie «Grande influence», quelle influence a eu votre participation au programme de chaudière à efficacité intermédiaire dans votre décision d'installer ces chaudières à efficacité intermédiaire supplémentaires?

00 (Aucune influence)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Grande influence)	10
Ne sait pas	99

Q12. Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière de *Gaz Métro* disponible pour l'installation de votre/vos «réponse de Q10» chaudière(s) à efficacité intermédiaire? (*NE PAS LIRE*)

Trop compliqué / trop de paperasse	01
Montant de la subvention peu élevé	02
Pas d'intérêt / pas besoin	03
Manque de temps	04
Non éligible (spécifiez)	05
Délai trop long	06
Autres (précisez)	96
Ne sait pas	99

Je vous remercie de votre collaboration, l'entrevue est déjà terminée!

Bonne fin de journée/soirée!

QUESTIONNAIRE TÉLÉPHONIQUE

PEE-208

Bonjour monsieur/madame _____. Mon nom est _____ de la firme Ténor Marketing. Nous avons été mandatés par *Gaz Métro* afin de réaliser une consultation téléphonique auprès des entreprises ayant utilisé des programmes d'efficacité énergétique au cours de la dernière année.

Nos informations nous disent que vous êtes la personne contact responsable de la participation à ces programmes ou mesures d'efficacité énergétique liés au gaz naturel pour votre organisation. Est-ce exact ?

Oui	01	→	Débuter l'entrevue
Non	02	→	Demander les coordonnées de la personne

QA. Nos informations nous disent que vous avez « Mesure 1 détaillée (variable AH) » à l'aide d'une subvention du programme d'aide à l'implantation de *Gaz Métro* au cours de la dernière année, est-ce exact?

Oui	01	
Non	02	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q1. Avant de connaître l'existence du programme d'aide à l'implantation, saviez-vous que vous aviez un potentiel d'économie d'énergie en implantant cette mesure de « mesure1 (variable AG) » dans vos installations? (Si nécessaire, répéter la mesure détaillée « Mesure 1 détaillée »)

Oui	01	
Non	02	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q2. Avant de connaître l'existence du programme d'aide à l'implantation, aviez-vous prévu implanter cette mesure de « mesure 1 » ?

Oui	01	
Non	02	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q3. Si vous n'aviez pas participé au programme d'aide, auriez-vous quand même implanté cette mesure de « mesure 1 » au cours des 12 mois suivant votre participation au programme?

Oui	01	
Non	02	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q4. Si vous n'aviez pas participé au programme d'aide, est-ce que la mesure que vous auriez implantée aurait été de la même envergure (économies de m³ engendrées par la mesure) que celle que vous avez implantée avec le programme?

Oui	01	
Non	02	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q5a. Aurait-il été possible d'installer cette mesure de « mesure 1 » partiellement?

Oui	01	
Non	02	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q5b. Si vous n'aviez pas reçu l'aide financière de *Gaz Métro*, auriez-vous implanté cette mesure de « mesure 1 » partiellement ou en totalité?

Totalité	01	
Partiellement	02	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99	→ SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q6. Après avoir pris connaissance de l'aide financière associée à la/au « mesure 1 » du programme d'aide à l'implantation, précisez l'effet qu'a eu cette aide financière sur votre décision de participer au programme sur une échelle de 0 à 10 où 0 représente « Aucun effet » et 10 «Beaucoup d'effet».

00 (Aucun effet)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Beaucoup d'effet)	10
Ne sait pas	99

Q7a. Avant de participer au programme d'aide à l'implantation, aviez-vous déjà participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* ?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Q7b. Avant de participer au programme d'aide à l'implantation, aviez-vous déjà pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Si q7a et Q7b = 02 ou 99, SAUT À Q9

Q8. Je vais vous lire trois énoncés. Pour chacun des énoncés, veuillez m'indiquer si vous êtes en accord ou non.

POSER Q8a, Q8b et Q8c si Q7a= 01 et Q7b = 01

Q8a. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, a été la principale raison pour laquelle vous avez implanté cette mesure de « mesure 1 ».

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8b. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre (entrepreneur ou ingénieur ou ingénieur-conseil ou gestionnaire de l'énergie) d'étudier cette mesure de « mesure 1 » avant votre participation au programme d'aide à l'implantation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8c. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité du/de la « mesure 1 » en évaluant différentes options avant votre participation au programme d'aide à l'implantation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q8d, Q8e et Q8f si Q7a=1 et Q7b = 02 ou 99

Q8d. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* a été la principale raison pour laquelle vous avez implanté cette mesure de « mesure 1 ».

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8e. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre (entrepreneur ou ingénieur ou ingénieur-conseil ou gestionnaire de l'énergie) d'étudier cette mesure de « mesure 1 » avant votre participation au programme d'aide à l'implantation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8f. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité du/de la « mesure 1 » en évaluant différentes options avant votre participation au programme d'aide à l'implantation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q8g, Q8h et Q8i si Q7a=02 ou 99 et Q7b = 01

Q8g. Le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro* a été la principale raison pour laquelle vous avez implanté cette mesure de « mesure 1 ».

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8h. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre (entrepreneur ou ingénieur ou ingénieur-conseil ou gestionnaire de l'énergie) d'étudier cette mesure de « mesure 1 » avant votre participation au programme d'aide à l'implantation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8i. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité du/de la « mesure 1 » en évaluant différentes options avant votre participation au programme d'aide à l'implantation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

RÉPÉTER QA à Q8i s'il y a une 2^e mesure dans la base de données client (AJ et AK)

RÉPÉTER QA à Q8i s'il y a une 3^e mesure dans la base de données client (AM et AN)

RÉPÉTER QA à Q8i s'il y a une 4^e mesure dans la base de données client (AP et AQ)

Q9. Avez-vous implanté d'autre(s) mesure(s) d'efficacité énergétique admissible(s) au programme sans vous prévaloir de l'aide financière de *Gaz Métro*?

Oui	01
Non	02 → TERMINER ET CODER PAS D'EFFET D'ENTRAÎNEMENT
Ne sait pas	99 → TERMINER ET CODER PAS D'EFFET D'ENTRAÎNEMENT

Q10. Quelles sont les économies approximatives de gaz naturel générées par l'installation de ces mesures supplémentaires? (Vous pouvez répondre selon la quantité en m³/an ou en % du volume)?

_____ m³/an

_____ % du volume de votre consommation annuelle de gaz naturel

Ne sait pas 99 → TERMINER ET CODER PAS D'EFFET D'ENTRAÎNEMENT

Q11. Sur une échelle de 0 à 10 où «0» signifie «Aucune influence» et «10» signifie «Grande influence», quelle influence a eu votre participation au programme d'aide à l'implantation dans votre décision d'installer ces mesures supplémentaires?

00 (Aucune influence)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Grande influence)	10
Ne sait pas	99

Q12. Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière disponible pour l'installation de cette/ces mesure(s)? (*NE PAS LIRE*)

Trop compliqué / trop de paperasse	01
Montant de la subvention peu élevé	02
Pas d'intérêt / pas besoin	03
Manque de temps	04
Non éligible (spécifiez)	05
Délai trop long	06
Autres (précisez)	96
Ne sait pas	99

Je vous remercie de votre collaboration, l'entrevue est déjà terminée!

Bonne fin de journée/soirée!

QUESTIONNAIRE TÉLÉPHONIQUE

PEE-210

Bonjour monsieur/madame _____. Mon nom est _____ de la firme Ténor Marketing. Nous avons été mandatés par *Gaz Métro* afin de réaliser une consultation téléphonique auprès des entreprises ayant utilisé des programmes d'efficacité énergétique au cours de la dernière année.

Nos informations nous disent que vous êtes la personne contact responsable de la participation à ces programmes ou mesures d'efficacité énergétique liés au gaz naturel pour votre organisation. Est-ce exact ?

Oui	01	→	Débuter l'entrevue
Non	02	→	Demander les coordonnées de la personne

Est-il exact que vous avez participé à un programme de chaudière à condensation de *Gaz Métro* au cours de la dernière année?

Oui	
Non	→ Terminer le questionnaire
Ne sait pas	→ Terminer le questionnaire

J'aurais quelques questions à vous poser à propos de votre expérience de participation à ce programme.

Q1. Avant de connaître l'existence du programme de chaudière à condensation à haute efficacité énergétique de *Gaz Métro*, saviez-vous qu'il existait des chaudières à condensation à haute efficacité?

Oui	01
Non	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q1a. Selon vous, quelle est la différence entre une chaudière standard et une chaudière à condensation à haute efficacité ? (*NE PAS LIRE*) (Écrire la réponse en détail)

Consomme moins de gaz naturel	01
Pollue moins	02
Coûte plus cher	03
Dure plus longtemps	04
Autres	96
Ne sait pas	99

Q2. Avant de connaître l'existence du programme de chaudière à condensation de *Gaz Métro*, aviez-vous prévu acquérir une chaudière à haute efficacité dite à condensation?

Oui	01
Non	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q3. En se référant au moment où vous avez participé au programme de *Gaz Métro*, s'il n'y avait pas eu de programme de chaudière à condensation ou à haute efficacité, auriez-vous quand même acquis un tel appareil dans les 12 mois suivants ?

Oui	01
Non	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q4. Savez-vous de quel niveau d'efficacité énergétique était la chaudière que vous comptiez acquérir? (LIRE LES CHOIX)

Haute efficacité (90% et +)	01
Efficacité intermédiaire (85-89%)	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Efficacité standard (80-84%)	03 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

POSER Q5 SI Nombre de chaudières à condensation dans la BD est ≥ 2

Q5. Si vous n'aviez pas reçu l'aide financière de *Gaz Métro*, auriez-vous acquis la même quantité de chaudières à condensation?

La même quantité	01
Une quantité inférieure	02 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES
Ne sait pas	99 → SAUT À Q9 ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q6. Après avoir pris connaissance de l'aide financière associée au programme de chaudière à condensation, précisez l'effet qu'a eu cette aide financière sur votre décision de participer au programme sur une échelle de 0 à 10 où «0» représente « Aucun effet » et «10» « Beaucoup d'effet ».

00 (Aucun effet)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Beaucoup d'effet)	10
Ne sait pas	99

Q7a. Avant de participer au programme de chaudière à condensation à haute efficacité, aviez-vous déjà participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* ?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Q7b. Avant de participer au programme, aviez-vous déjà pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro* ?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Si q7a et Q7b = 02 ou 99, SAUT À Q9

Q8. Je vais vous lire trois énoncés. Pour chacun des énoncés, veuillez m'indiquer si vous êtes en accord ou non.

POSER Q8a, Q8b et Q8c si Q7a= 01 et Q7b = 01

Q8a. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, a été la principale cause de votre décision d'installer une chaudière à condensation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8b. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour une chaudière avant votre participation au programme de chaudière à condensation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8c. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'une chaudière à condensation en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chaudière à condensation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q8d, Q8e et Q8f si Q7a=1 et Q7b = 02 ou 99

Q8d. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* a été la principale cause de votre décision d'installer une chaudière à condensation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8e. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour une chaudière avant votre participation au programme de chaudière à condensation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8f. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'une chaudière à condensation en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chaudière à condensation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q8g, Q8h et Q8i si Q7a=02 ou 99 et Q7b = 01

Q8g. Le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro* a été la principale cause de votre décision d'installer une chaudière à condensation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8h. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez demandé à votre entrepreneur d'examiner les options d'efficacité énergétique pour une chaudière avant votre participation au programme de chaudière à condensation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q8i. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'une chaudière à condensation en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chaudière à condensation.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q9. Avez-vous installé d'autre(s) chaudière(s) à condensation similaire(s) à celle(s) pour le(s)quelle(s) vous avez reçu une subvention, mais sans vous prévaloir de l'aide financière de *Gaz Métro* ?

Oui	01
Non	02 → TERMINER ET CODER PAS D'EFFET D'ENTRAÎNEMENT
Ne sait pas	99 → TERMINER ET CODER PAS D'EFFET D'ENTRAÎNEMENT

Q10. Combien de chaudière(s) à condensation avez-vous installée(s) sans vous prévaloir de l'aide financière de *Gaz Métro* ? (Inscrire le nombre)

_____ chaudière(s) à condensation
Ne sait pas 99

Q11. Sur une échelle de 0 à 10 où «0» signifie «Aucune influence» et «10» signifie «Grande influence», quelle influence a eu votre participation au programme de chaudière à condensation dans votre décision d'installer ces chaudières à condensation supplémentaires?

00 (Aucune influence)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Grande influence)	10
Ne sait pas	99

Q12. Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière de *Gaz Métro* disponible pour l'installation de votre/vos «réponse de Q10» chaudière(s) à condensation ? *(NE PAS LIRE)*

Trop compliqué / trop de paperasse	01
Montant de la subvention peu élevé	02
Pas d'intérêt / pas besoin	03
Manque de temps	04
Non éligible (spécifiez)	05
Délai trop long	06
Autres (précisez)	96
Ne sait pas	99

Je vous remercie de votre collaboration, l'entrevue est déjà terminée!

Bonne fin de journée/soirée!

QUESTIONNAIRE TÉLÉPHONIQUE

Perceptions et comportements (bénévoles appareils résidentiels)

Veillez noter que le prétest des bénévoles appareils résidentiels s'est fait sans demander si les clients avaient participé aux programmes d'efficacité énergétique car cette information était présente dans la base de données clients

Bonjour/bonsoir Madame/Monsieur, mon nom est _____ de la firme Ténor Marketing. Nous effectuons actuellement une étude qui dure une dizaine de minutes sur les systèmes de chauffage dans votre région. Nous n'avons rien à vous vendre, nous voulons juste connaître votre opinion. Auriez-vous l'obligeance de répondre à quelques questions ?

Tout d'abord, êtes-vous la personne qui s'occupe chez vous du système de chauffage, du choix de source d'énergie ou d'appareils utilisant de l'énergie ?

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Oui | → | Continuer |
| <input type="checkbox"/> Non | → | Demander à parler à cette personne et se présenter de nouveau |
| <input type="checkbox"/> Non, refus complet | → | Terminer l'entrevue |

Q35. Êtes-vous présentement client(e) de *Gaz Métro* pour votre résidence principale ?

- | | |
|--|----------------|
| 1. <input type="checkbox"/> Oui | |
| 2. <input type="checkbox"/> Non | → Passez à Q37 |
| 99. <input type="checkbox"/> Ne sait pas / Refus | → Passez à Q37 |

.....

***SAUT À Q43 SI CLIENT POTENTIEL (Q35 = 02 OU 99)

NE PAS POSER SI VARIABLE BD CLIENT « GÉNÉRATEUR » = 01 OU SI VARIABLE BD CLIENT « CHAUDIÈRE » = 01

QP1. Avez-vous installé un des équipements suivants au gaz naturel au cours des trois dernières années?

a) Un générateur d'air chaud? Il s'agit d'un appareil pour le chauffage à air pulsé, qu'on appelle aussi fournaise.

- | | |
|-------------|------------------|
| Oui | 01 |
| Non | 02 → SAUT À QP1B |
| Ne sait pas | 99 → SAUT À QP1B |

POSER SI QP1A = 01

QP2a. Quelle était l'efficacité de ce générateur d'air chaud? (LIRE)

- | | |
|--------------------|------------------|
| Inférieur à 85 % | 01 → SAUT À QP1B |
| Entre 85 % et 89 % | 02 → SAUT À QP1B |
| 90 % et + | 03 |
| Ne sait pas | 99 → SAUT À QP1B |

NE PAS POSER SI QP1A = 01 OU SI VARIABLE BD CLIENT « GÉNÉRATEUR » = 01 OU SI VARIABLE BD CLIENT « CHAUDIÈRE » = 01

b) Une chaudière? Il s'agit d'un appareil pour un système de chauffage à l'eau chaude.

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

POSER SI QP1B = 01

QP2b. Quelle était l'efficacité de cette chaudière? (LIRE)

Inférieur à 85 %	01 → SAUT À QP1C
Supérieur à 85 %	02
Ne sait pas	99 → SAUT À QP1C

NE PAS POSER SI VARIABLE BD CLIENT « THERMOSTAT » = 01

c) Un ou des thermostat(s) électronique(s) programmable(s)?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

SI QP1A À QP1C = 02 OU 99 → SAUT À Q43

POSER SI QP1A = 01 ET SI VARIABLE BD CLIENT « GÉNÉRATEUR » = 0 ET QP2A=03

QP4a. Gaz Métro offre différents programmes d'efficacité énergétique pour aider ses clients à économiser de l'énergie dont un programme de générateur d'air chaud à haute efficacité. Connaissez-vous l'existence de ce programme au moment d'installer ce générateur d'air chaud?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

POSER SI QP1B = 01 ET SI VARIABLE BD CLIENT « CHAUDIÈRE » = 0 ET QP2B=02

QP4b. Gaz Métro offre différents programmes d'efficacité énergétique pour aider ses clients à économiser de l'énergie dont un programme de chaudière à haute efficacité. Connaissez-vous l'existence de ce programme au moment d'installer cette chaudière?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

POSER SI QP1C = 01 ET SI VARIABLE BD CLIENT « THERMOSTAT » = 0

QP4c. *Gaz Métro* offre différents programmes d'efficacité énergétique pour aider ses clients à économiser de l'énergie dont un programme de thermostat électronique programmable. Connaissiez-vous l'existence de ce programme au moment d'installer ce/ces thermostat(s) électronique(s) programmable(s)?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

SI QP4A À QP4C = 02 OU 99 → SAUT À Q43

POSER SI QP1A = 01 ET SI VARIABLE BD CLIENT « GÉNÉRATEUR » = 0 ET QP4A=01

QP5a. Sur une échelle de 0 à 10 où «0» signifie «Totalemment en désaccord» et «10» signifie «Totalemment en accord», quel est votre niveau d'accord avec l'énoncé suivant ?

Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à choisir un générateur d'air chaud à haute efficacité.

00 (Totalemment en désaccord)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Totalemment en accord)	10
Ne sait pas	99

POSER SI QP1B = 01 ET SI VARIABLE BD CLIENT « CHAUDIÈRE » = 0 ET QP4B=01

QP5b. Sur une échelle de 0 à 10 où «0» signifie «Totalemment en désaccord» et «10» signifie «Totalemment en accord», quel est votre niveau d'accord avec l'énoncé suivant ?

Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à choisir une chaudière efficace.

00 (Totalemment en désaccord)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Totalemment en accord)	10
Ne sait pas	99

POSER SI QP1C = 01 ET SI VARIABLE BD CLIENT « THERMOSTAT » = 0 ET QP4C=01

QP5c. Sur une échelle de 0 à 10 où «0» signifie «Totalemment en désaccord» et «10» signifie «Totalemment en accord», quel est votre niveau d'accord avec l'énoncé suivant ?

Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à choisir un thermostat électronique programmable.

00 (Totalemment en désaccord)	00
01	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
10 (Totalemment en accord)	10
Ne sait pas	99

POSER SI QP4A OU QP4B OU QPAC = 01

QP6. Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière disponible? (NE PAS LIRE, MENTIONS MULTIPLES)

Trop compliqué / trop de paperasse	01	
Montant de la subvention peu élevé	02	
Pas d'intérêt / pas besoin	03	
Manque de temps	04	
Non éligible, préciser : _____	05	
Délai trop long	06	
Autres, précisez : _____		96
Ne sait pas	99	

QUESTIONNAIRE TÉLÉPHONIQUE

Perceptions et comportements (affaires)

(Bénévoles appareils + bénévoles encouragement à l'implantation + bénévoles étude de faisabilité)

PGa1. Avez-vous installé un des équipements suivants au gaz naturel au cours des trois dernières années? (LIRE / MENTIONS MULTIPLES)

- Chauffe-eau 01
- Générateur d'air chaud 02
- Chaudière 03
- Appareil à infrarouge 04
- Aucun (NE PAS LIRE) 98 **Passer à PGb1**
- Nsp (NE PAS LIRE) 99 **Passer à PGb1**

POSER SI PGa1=01

PGa2a Au cours des trois dernières années, avez-vous participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* vous accordant une subvention pour l'installation de ce(s) chauffe-eau?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus 9

POSER SI PGa1=02

PGa2b Au cours des trois dernières années, avez-vous participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* vous accordant une subvention pour l'installation de ce(s) générateur(s) d'air chaud?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus 9

POSER SI PGa1=03

PGa2c Au cours des trois dernières années, avez-vous participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* vous accordant une subvention pour l'installation de cette (ces) chaudière(s)?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus 9

POSER SI PGa1=04

PGa2d Au cours des trois dernières années, avez-vous participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* vous accordant une subvention pour l'installation de cet (ces) appareil(s) à infrarouge?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus 9

POSER SI Pga2a = 02

PGa3a Quelle était l'efficacité de ce(s) chauffe-eau? (LIRE)

- Inférieur à 85% 1
- Entre 85% et 89% 2
- 90% ou + 3
- Nsp 9

POSER SI Pga2b = 02

PGa3b Quelle était l'efficacité de ce(s) générateur(s) d'air chaud? (LIRE)

- Inférieur à 85% 1
- Entre 85% et 89% 2
- 90% ou + 3
- Nsp 9

POSER SI Pga2c = 02

PGa3c Quelle était l'efficacité de cette (ces) chaudière(s) ? (LIRE)

- Inférieur à 85% 1
- Entre 85% et 89% 2
- 90% ou + 3
- Nsp 9

POSER SI PGa3a = 02

PGa4a Combien de chauffe-eau à efficacité entre 85 % et 89 % avez-vous installé(s)?
(SI DEMANDÉ, CHAUFFE-EAU À EFFICACITÉ INTERMÉDIAIRE)

Nombre : _____ Nsp 99

POSER SI PGa3a = 03

PGa4b Combien de chauffe-eau à 90 % d'efficacité ou plus avez-vous installé(s)?
(SI DEMANDÉ, CHAUFFE-EAU À CONDENSATION)

Nombre : _____ Nsp 99

POSER SI PGa3b = 03

PGa4c Combien de générateur(s) d'air chaud à 90 % d'efficacité ou plus avez-vous installé(s)?

Nombre : _____ Nsp 99

POSER SI PGa3c = 02

PGa4d Combien de chaudière(s) à efficacité entre 85 % et 89 % avez-vous installée(s)?
(SI DEMANDÉ, CHAUDIÈRE À EFFICACITÉ INTERMÉDIAIRE)

Nombre : _____ Nsp 99

POSER SI PGa3c = 03

PGa4e Combien de chaudière(s) à 90 % d'efficacité ou plus avez-vous installée(s)?
(SI DEMANDÉ, CHAUDIÈRE À CONDENSATION)

Nombre : _____ Nsp 99

POSER SI PGa2 = 02

PGa4f Combien d'appareil(s) à infrarouge avez-vous installé(s)?

Nombre : _____ Nsp 99

POSER SI PGa3a = 02

PGa5a Gaz Métro offre différents programmes d'efficacité énergétique pour aider ses clients à économiser de l'énergie dont un programme pour les chauffe-eau dont l'efficacité se situe entre 85 % et 89 %, que l'on appelle chauffe-eau à efficacité intermédiaire. Connaissez-vous l'existence de ce programme au moment d'installer votre chauffe-eau ?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus..... 9

POSER SI PGa3a = 03

PGa5b Gaz Métro offre différents programmes d'efficacité énergétique pour aider ses clients à économiser de l'énergie dont un programme pour les chauffe-eau dont l'efficacité est de 90 % et plus, que l'on appelle chauffe-eau à condensation. Connaissez-vous l'existence de ce programme au moment d'installer votre chauffe-eau ?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus..... 9

POSER SI PGa3b = 03

PGa5c Gaz Métro offre différents programmes d'efficacité énergétique pour aider ses clients à économiser de l'énergie dont un programme pour les générateurs d'air chaud dont l'efficacité est de 90 % et plus. Connaissez-vous l'existence de ce programme au moment d'installer votre générateur d'air chaud ?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus..... 9

POSER SI PGa3c = 02

PGa5d Gaz Métro offre différents programmes d'efficacité énergétique pour aider ses clients à économiser de l'énergie dont un programme pour les chaudières dont l'efficacité se situe entre 85 % et 89 %, que l'on appelle chaudière à efficacité intermédiaire. Connaissez-vous l'existence de ce programme au moment d'installer votre chaudière ?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus..... 9

POSER SI PGa3c = 03

PGa5e Gaz Métro offre différents programmes d'efficacité énergétique pour aider ses clients à économiser de l'énergie dont un programme pour les chaudières dont l'efficacité est de 90 % et plus, que l'on appelle chaudière à condensation. Connaissez-vous l'existence de ce programme au moment d'installer votre chaudière ?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus..... 9

POSER SI PGa2 = 02

PGa5f Gaz Métro offre différents programmes d'efficacité énergétique pour aider ses clients à économiser de l'énergie dont un programme pour les appareils à infrarouge. Connaissez-vous l'existence de ce programme au moment d'installer vos appareils à infrarouge ?

- Oui 1
- Non 2
- Nsp/Refus..... 9

SI AUCUN OUI EN PGa5 (a À f), PAQ PGb1

PGa6 Sur une échelle de 0 à 10 où « 0 » signifie « Totalemment en désaccord » et « 10 » signifie « Totalemment en accord », quel est votre niveau d'accord avec l'énoncé suivant ?

POSER SI Pga5a=01

PGa6a Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à choisir un chauffe-eau à efficacité intermédiaire (85 % à 89 %).

Totallement en désaccord										Totallement en accord		Nsp	
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10			99

POSER SI Pga5b = 01

PGa6b Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à choisir un chauffe-eau à condensation (90 % et plus).

Totallement en désaccord										Totallement en accord		Nsp	
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10			99

POSER SI Pga5c = 01

PGa6c Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à choisir un générateur d'air chaud efficace (90 % et plus).

Totallement en désaccord										Totallement en accord		Nsp	
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10			99

POSER SI Pga5d = 01

PGa6d Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et, même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à choisir une chaudière à efficacité intermédiaire (entre 85 % et 89 %).

Totallement en désaccord										Totallement en accord		Nsp	
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10			99

POSER SI Pga5e = 01

PGa6e Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et, même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à choisir une chaudière à condensation (90 % et plus).

Totallement en désaccord										Totallement en accord		Nsp	
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10			99

POSER SI Pga5f = 01

PGa6f Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à choisir un appareil à infrarouge.

Totalement en désaccord											Totalement en accord											Nsp
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	99

PGa7 Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière disponible? (*NE PAS LIRE, MENTIONS MULTIPLES*)

- Trop compliqué / trop de paperasse..... 01
- Montant de la subvention peu élevé..... 02
- Pas d'intérêt / pas besoin..... 03
- Manque de temps 04
- Non éligible (précisez) 05
- Délai trop long..... 06
- Autres (précisez) 98
- Ne sait pas 99

PGb1 Est-ce qu'un ingénieur a réalisé une étude pour votre entreprise dans le but d'identifier des opportunités d'efficacité énergétique liées à l'usage au gaz naturel au cours des trois dernières années?

- Oui 01
- Non 02 **Passer à PGc1**
- Ne sait pas 99 **Passer à PGc1**

PGb2 Avez-vous participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* au cours des trois dernières années vous accordant une subvention pour réaliser cette étude?

- Oui 01 **Passer à PGc1**
- Non 02 **Passer à PGc1**
- Ne sait pas 99 **Passer à PGc1**

PGb4 *Gaz Métro* offre différents programmes d'efficacité énergétique dont un pour aider ses clients à réaliser des études dans le but d'identifier des opportunités d'efficacité énergétique (études de faisabilité). Au moment de réaliser votre étude, connaissiez-vous l'existence de ce programme?

- Oui 01
- Non 02 **Passer à PGc1**
- Ne sait pas 99 **Passer à PGc1**

PGb5 Sur une échelle de 0 à 10 où « 0 » signifie « Totalement en désaccord » et « 10 » signifie « Totalement en accord », quel est votre niveau d'accord avec l'énoncé suivant ?
Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à réaliser une étude de faisabilité.

Totalement en désaccord											Totalement en accord											Nsp
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	99

PGb6 Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière disponible? (NE PAS LIRE, MENTIONS MULTIPLES)

- Trop compliqué / trop de paperasse..... 01
- Montant de la subvention peu élevé..... 02
- Pas d'intérêt / pas besoin..... 03
- Manque de temps 04
- Non éligible (précisez) _____ .. 05
- Délai trop long..... 06
- Autres (précisez) _____ .. 98
- Ne sait pas 99

PGc1 Avez-vous implanté des mesures d'efficacité énergétique liées à l'usage au gaz naturel au cours des trois dernières années autres que pour des appareils de chauffage ou des chauffe-eau efficaces? (exemple: système de récupération de chaleur)?

- Oui 01
- Non 02 **Passer à Q27**
- Ne sait pas 99 **Passer à Q27**

PGc2 Avez-vous participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* au cours des trois dernières années vous accordant une subvention pour réaliser cette ou ces mesures d'efficacité énergétique?

- Oui 01 **Passer à Q27**
- Non 02
- Ne sait pas 99 **Passer à Q27**

PGc3 Quelles sont les économies approximatives de gaz naturel générées par l'implantation de ces mesures? (Vous pouvez répondre selon la quantité en m³/an ou en % du volume)

_____ m³/an
 _____ % du volume
 Ne sait pas 99

PGc4 *Gaz Métro* offre différents programmes d'efficacité énergétique dont un pour aider ses clients à implanter des mesures d'efficacité énergétique. Connaissez-vous l'existence de ce programme au moment d'implanter vos mesures?

- Oui 01
- Non 02 **Passer à Q27**
- Ne sait pas 99 **Passer à Q27**

PGc5 Sur une échelle de 0 à 10 où « 0 » signifie « Totalemment en désaccord » et « 10 » signifie « Totalemment en accord », quel est votre niveau d'accord avec l'énoncé suivant ?

Je connaissais l'existence du programme de *Gaz Métro* et même si je ne l'ai pas utilisé, cela m'a incité à implanter ces mesures d'efficacité énergétique.

Totalemment en désaccord											Totalemment en accord											Nsp
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	99

PGc6 Pourquoi n'avez-vous pas profité de l'aide financière disponible pour l'implantation de cette/ces mesure(s)? (NE PAS LIRE, MENTIONS MULTIPLES)

- Trop compliqué / trop de paperasse..... 01
- Montant de la subvention peu élevé..... 02
- Pas d'intérêt / pas besoin..... 03
- Manque de temps 04
- Non éligible (précisez) _____ .. 05
- Délai trop long..... 06
- Autres (précisez) _____ .. 98
- Ne sait pas 99

QUESTIONNAIRE TÉLÉPHONIQUE

PEE-113

Bonjour monsieur/madame _____. Mon nom est _____ de la firme *Dialog*. Nous avons été mandatés par *Gaz Métro* afin de réaliser une consultation téléphonique auprès des constructeurs ayant utilisé des programmes d'efficacité énergétique au cours de la dernière année.

Est-il exact que vous avez participé à un programme de chauffe-eau instantané de *Gaz Métro* au cours de la dernière année pour les résidences que vous construisez?

- Oui
 Non → Terminer le questionnaire
 Ne sait pas → Terminer le questionnaire

J'aurais quelques questions à vous poser à propos de votre expérience de participation à ce programme.

Q1. Avant de connaître l'existence du programme de chauffe-eau instantané de *Gaz Métro*, saviez-vous qu'il existait des chauffe-eau instantanés?

- Oui 01
 Non 02 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES
 Ne sait pas 99 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q2. Avant de connaître l'existence du programme de chauffe-eau instantané de *Gaz Métro*, aviez-vous prévu installer des chauffe-eau instantanés ou des chauffe-eau à réservoir dans vos nouvelles habitations?

- Chauffe-eau instantané 01
 Chauffe-eau à réservoir 02 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES
 Ne sait pas 99 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q3. En se référant au moment où vous avez participé au programme de chauffe-eau instantané de *Gaz Métro*, s'il n'y avait pas eu de programme de chauffe-eau instantané, auriez-vous quand même installé de tels appareils dans les 12 mois suivants ?

- Oui 01
 Non 02 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES
 Ne sait pas 99 → TERMINER ET CODER NON-OPPORTUNISTES

Q4. Après avoir pris connaissance de l'aide financière associée au programme de chauffe-eau instantané, précisez l'effet qu'a eu cette aide financière sur votre décision de participer au programme sur une échelle de 0 à 10 où « 0 » représente « Aucun effet » et « 10 » « Beaucoup d'effet ».

- | | |
|-----------------------|----|
| 00 (Aucun effet) | 00 |
| 01 | 01 |
| 02 | 02 |
| 03 | 03 |
| 04 | 04 |
| 05 | 05 |
| 06 | 06 |
| 07 | 07 |
| 08 | 08 |
| 09 | 09 |
| 10 (Beaucoup d'effet) | 10 |
| Ne sait pas | 99 |

Q5a. Avant de participer au programme de chauffe-eau instantané, aviez-vous déjà participé à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Q5b. Avant de participer au programme de chauffe-eau instantané, aviez-vous déjà pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*?

Oui	01
Non	02
Ne sait pas	99

Si q5a et Q5b = 02 ou 99, TERMINER.

Q6. Je vais vous lire trois énoncés. Pour chacun des énoncés, veuillez m'indiquer si vous êtes en accord ou non.

POSER Q6a, Q6b et Q6c si Q5a= 01 et Q5b = 01

Q6a. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, a été la principale cause de votre décision d'installer des chauffe-eau instantanés.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6b. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez examiné les options d'efficacité énergétique pour un chauffe-eau avant votre participation au programme de chauffe-eau instantané.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6c. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, ou le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'un chauffe-eau instantané en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chauffe-eau instantané.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q6d, Q6e et Q6f si Q5a=1 et Q5b = 02 ou 99

Q6d. Votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro* a été la principale cause de votre décision d'installer un chauffe-eau instantané.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6e. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez examiné les options d'efficacité énergétique pour un chauffe-eau avant votre participation au programme de chauffe-eau instantané.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6f. Suite à votre participation antérieure à un programme d'efficacité énergétique de *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'un chauffe-eau instantané en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chauffe-eau instantané.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

POSER Q6g, Q6h et Q6i si Q5a=02 ou 99 et Q5b = 01

Q6g. Le fait que vous ayez pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro* a été la principale cause de votre décision d'installer un chauffe-eau instantané.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6h. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez examiné les options d'efficacité énergétique pour un chauffe-eau avant votre participation au programme de chauffe-eau instantané.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

Q6i. Après avoir pris connaissance du matériel promotionnel sur l'efficacité énergétique diffusé par *Gaz Métro*, vous avez tenu compte de la rentabilité d'un chauffe-eau instantané en évaluant les différentes options avant votre participation au programme de chauffe-eau instantané.

En accord	01
En désaccord	02
Ne sait pas	99

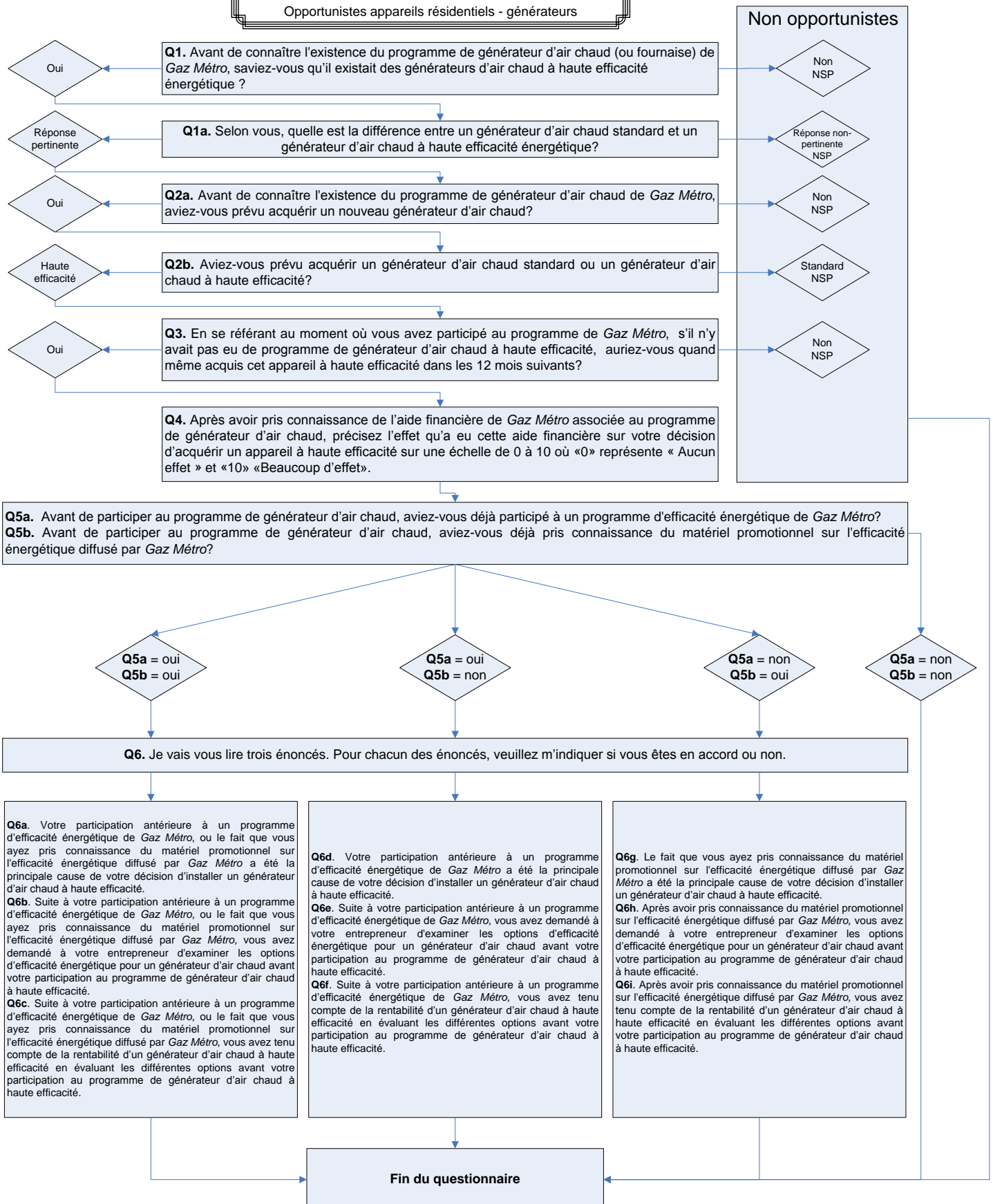
Je vous remercie de votre collaboration, l'entrevue est déjà terminée!

Bonne fin de journée/soirée!

Annexe II : Versions finales des modèles

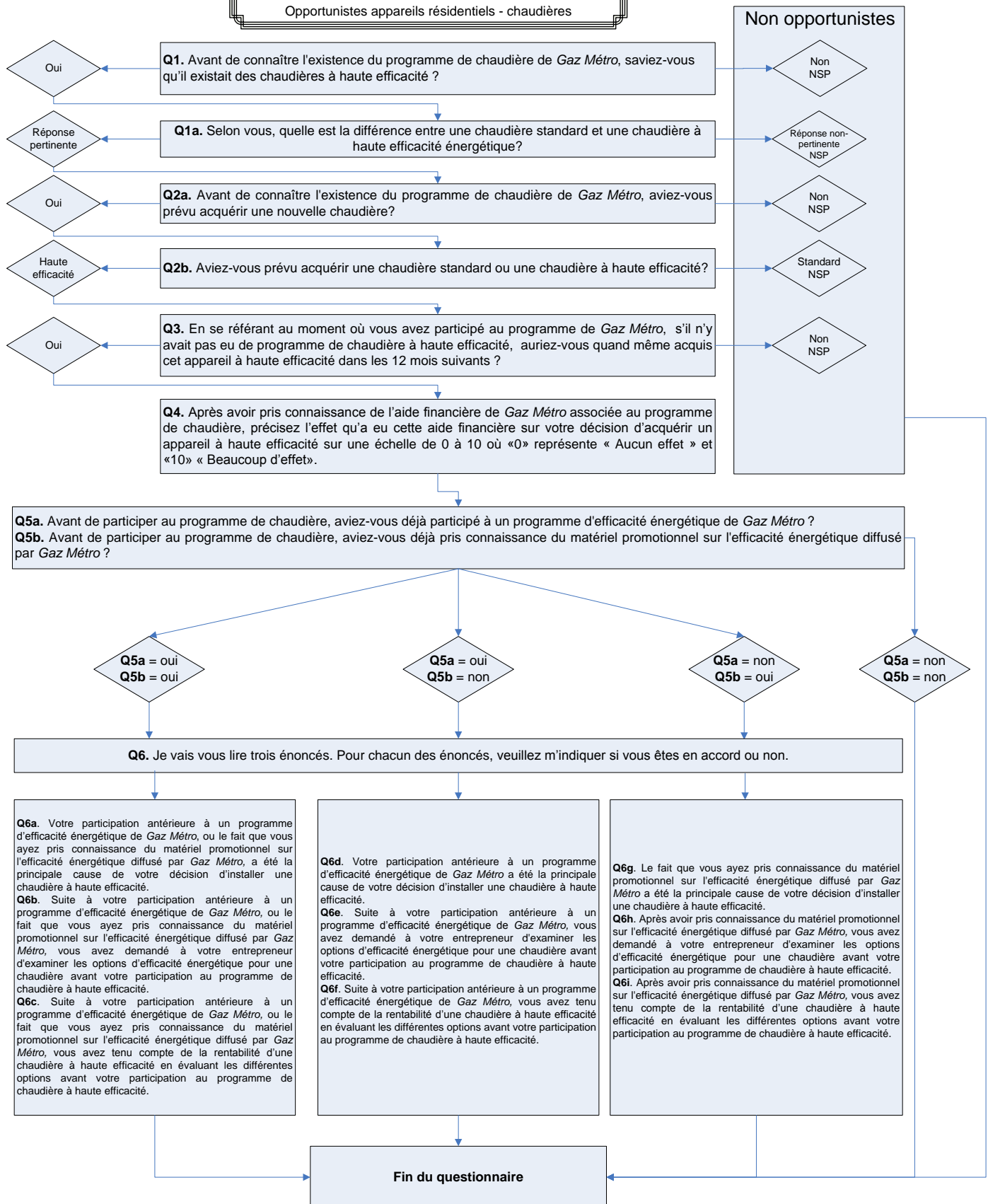
Modèle 1.1

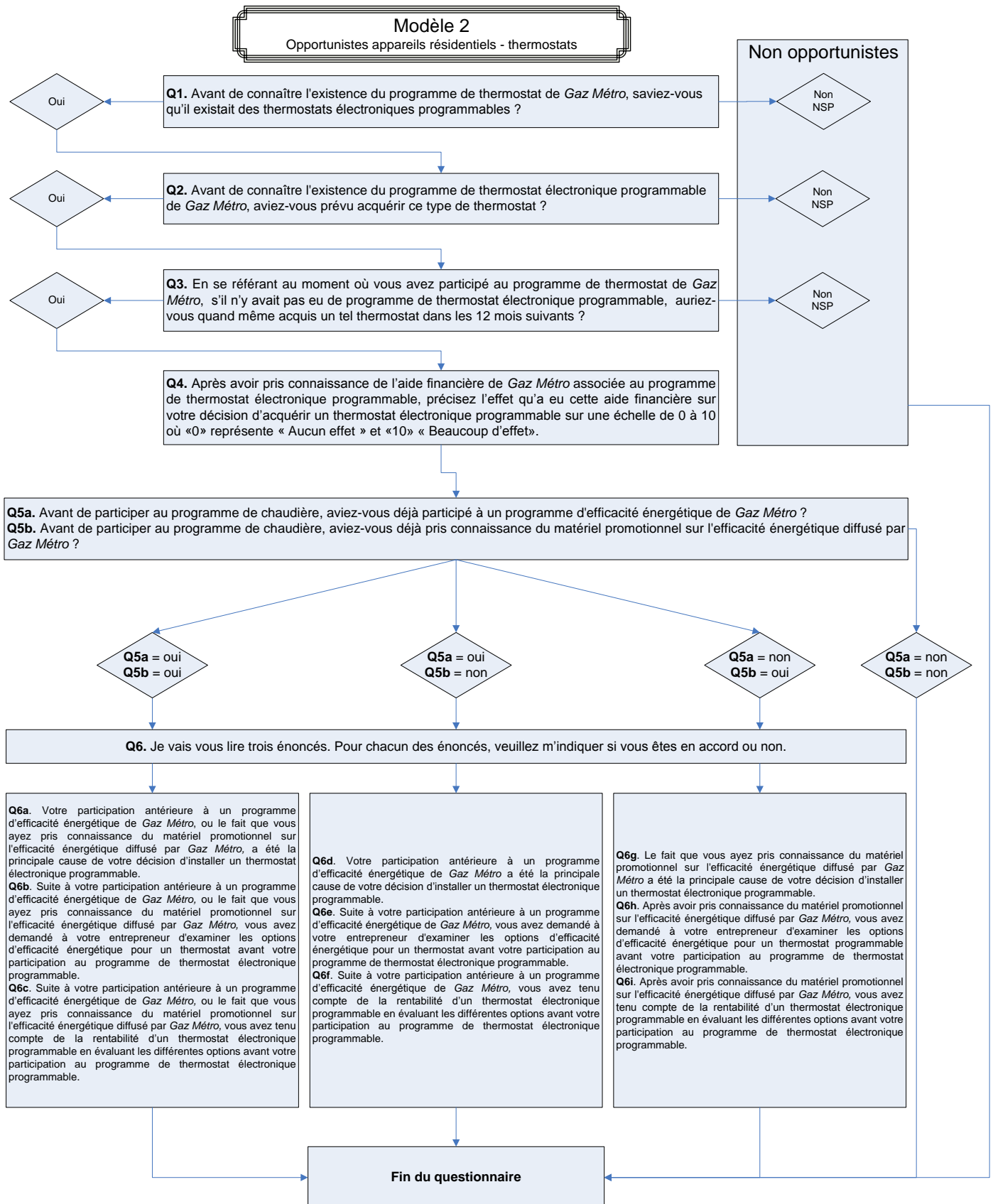
Opportunistes appareils résidentiels - générateurs

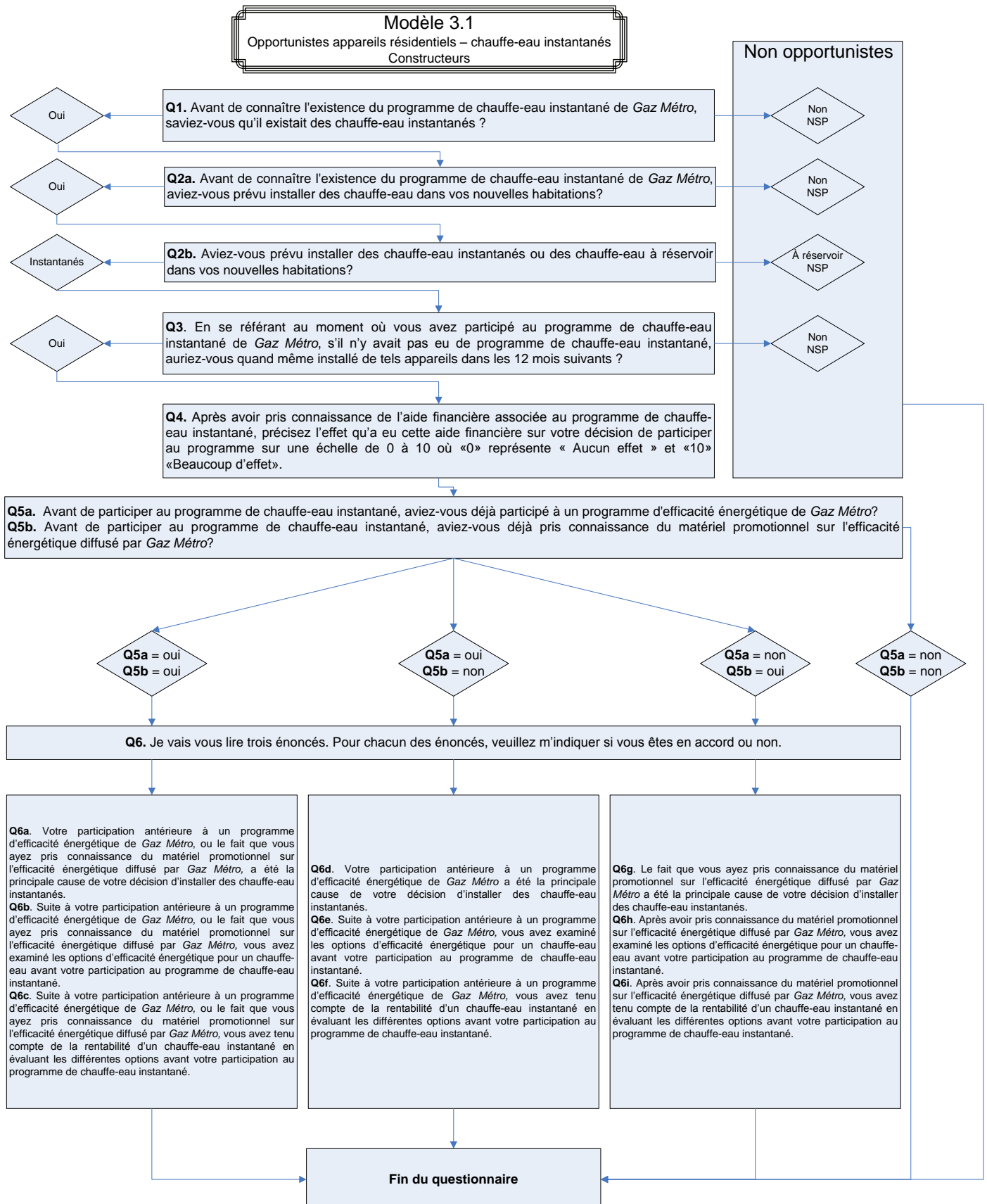


Modèle 1.2

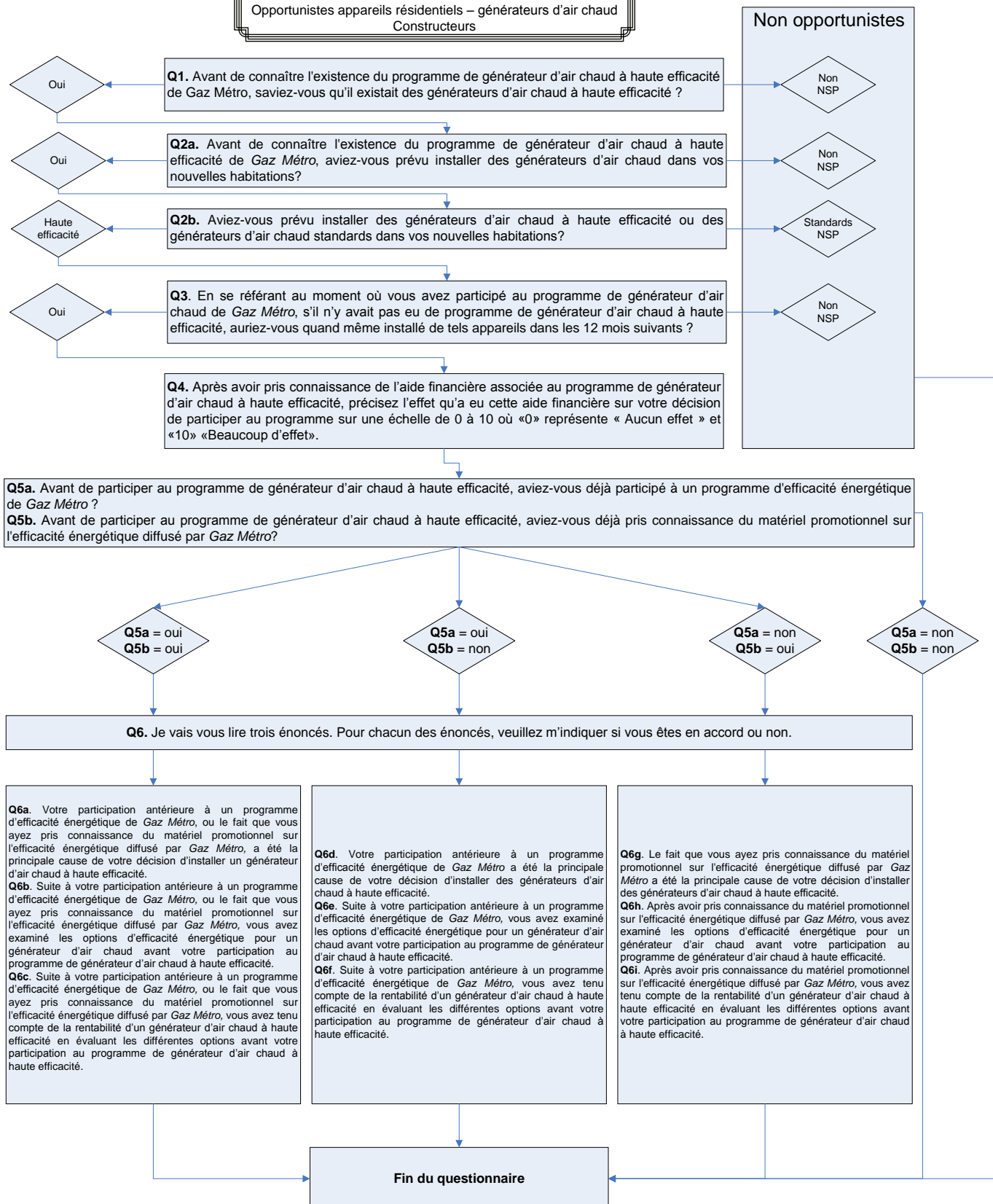
Opportunistes appareils résidentiels - chaudières



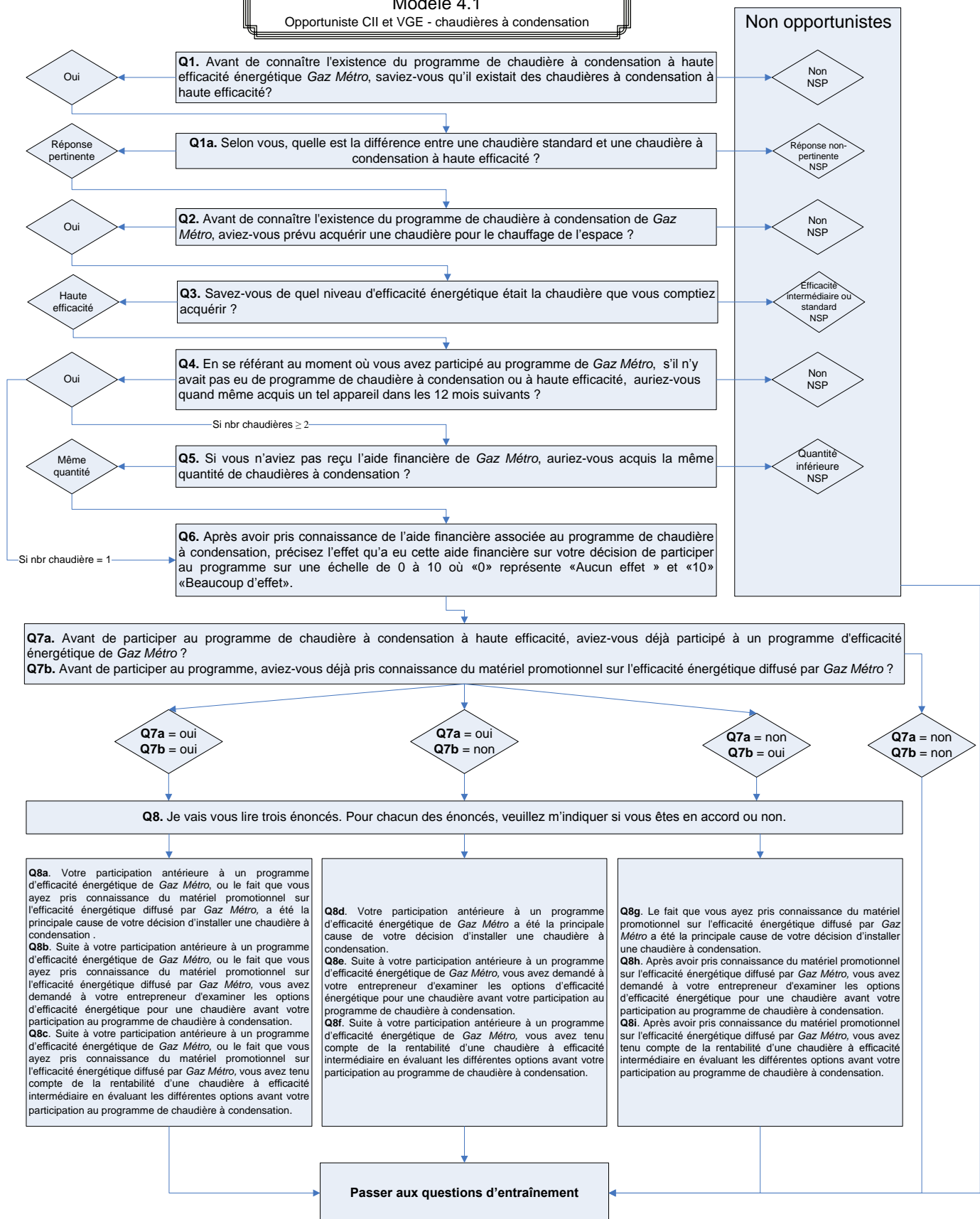


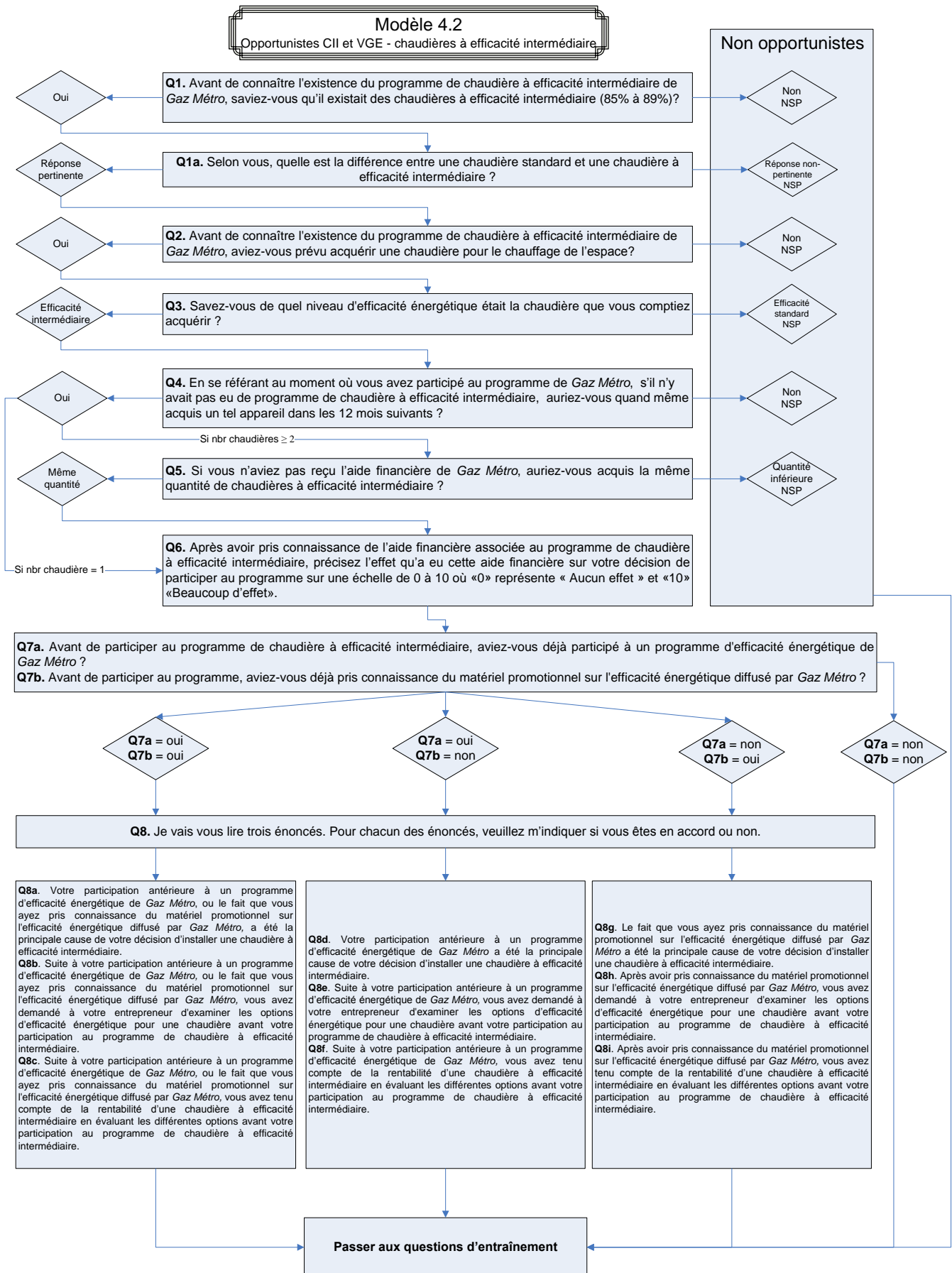


Modèle 3.2

Opportunistes appareils résidentiels – générateurs d'air chaud
Constructeurs

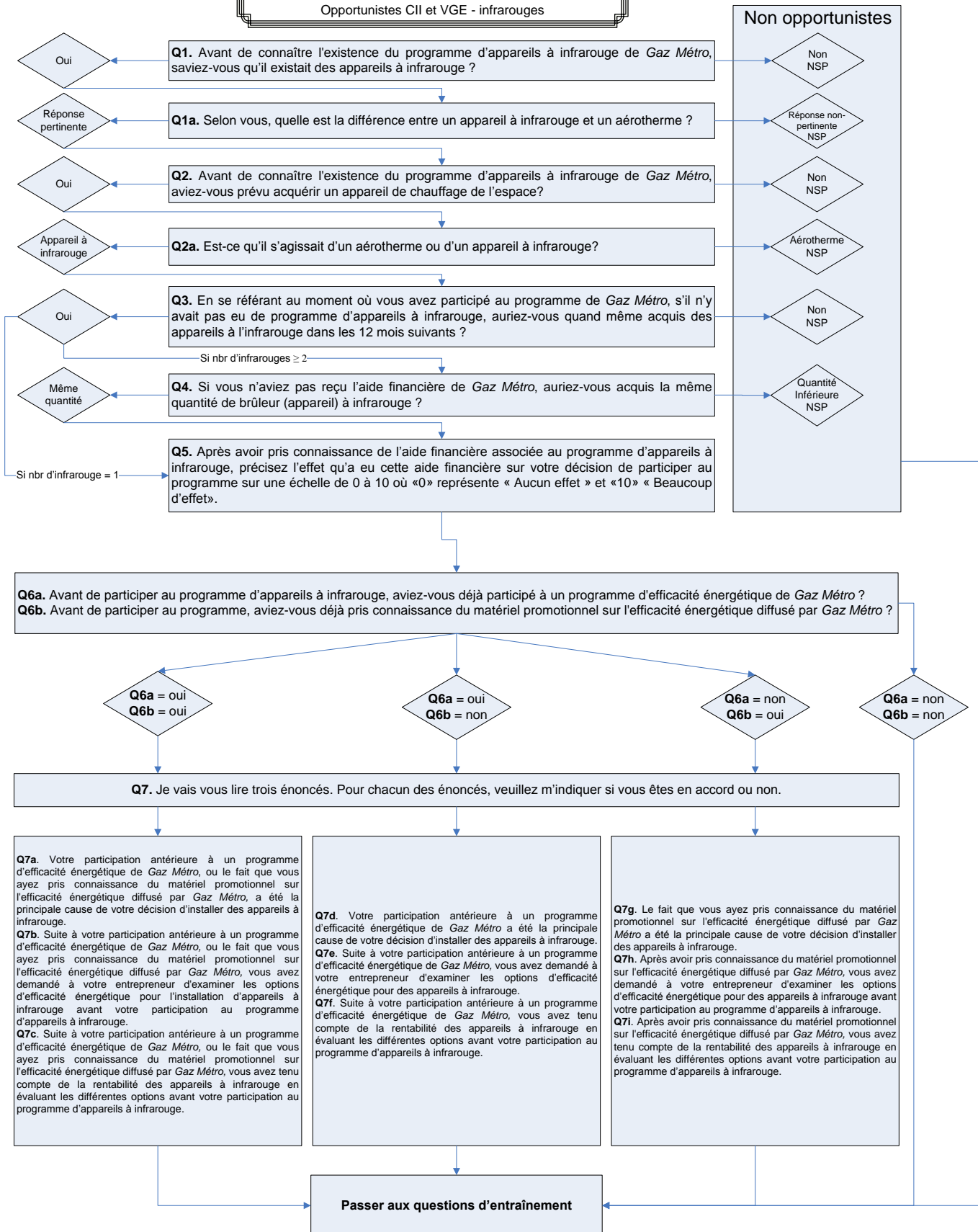
Modèle 4.1
Opportuniste CII et VGE - chaudières à condensation

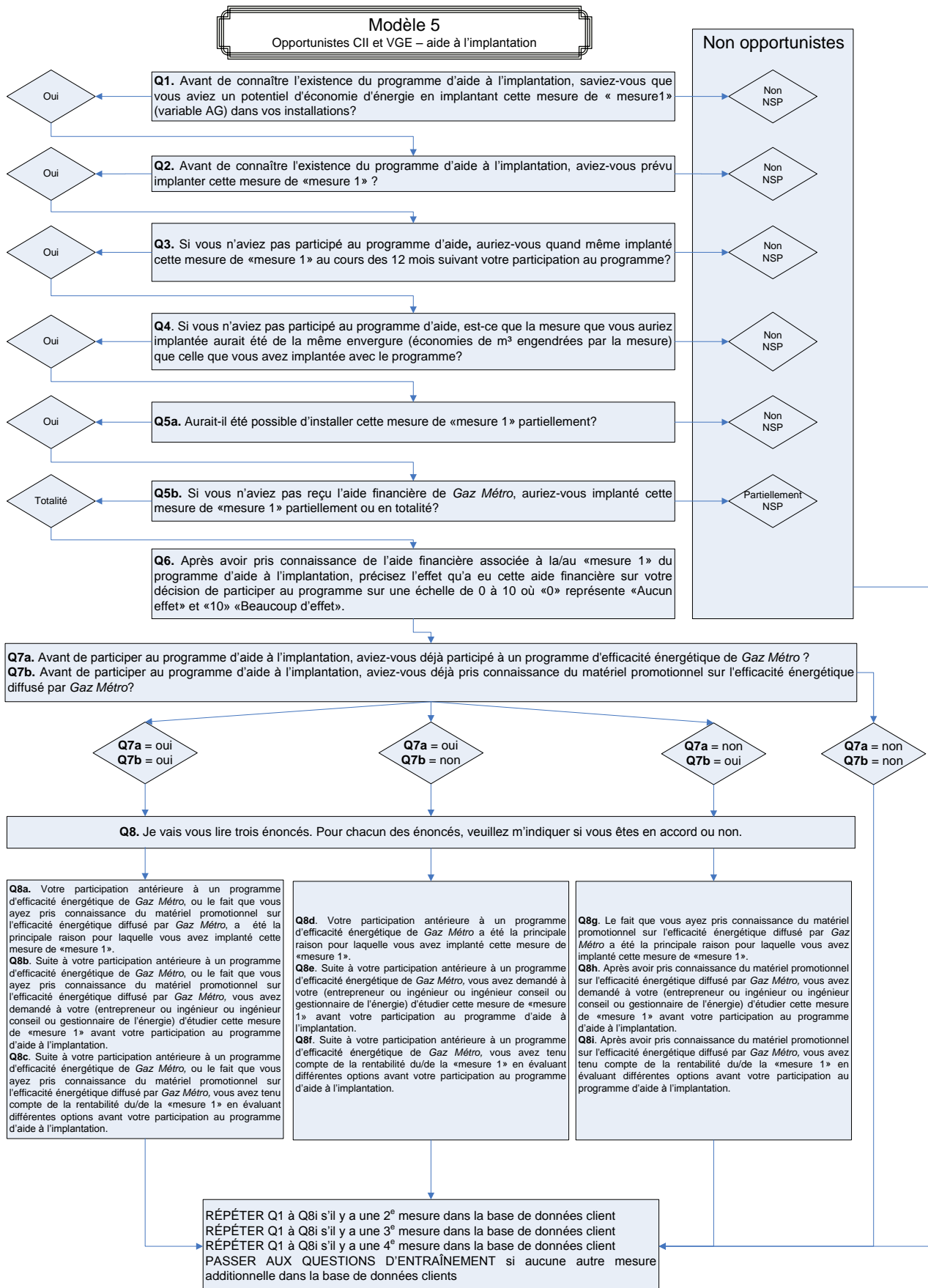


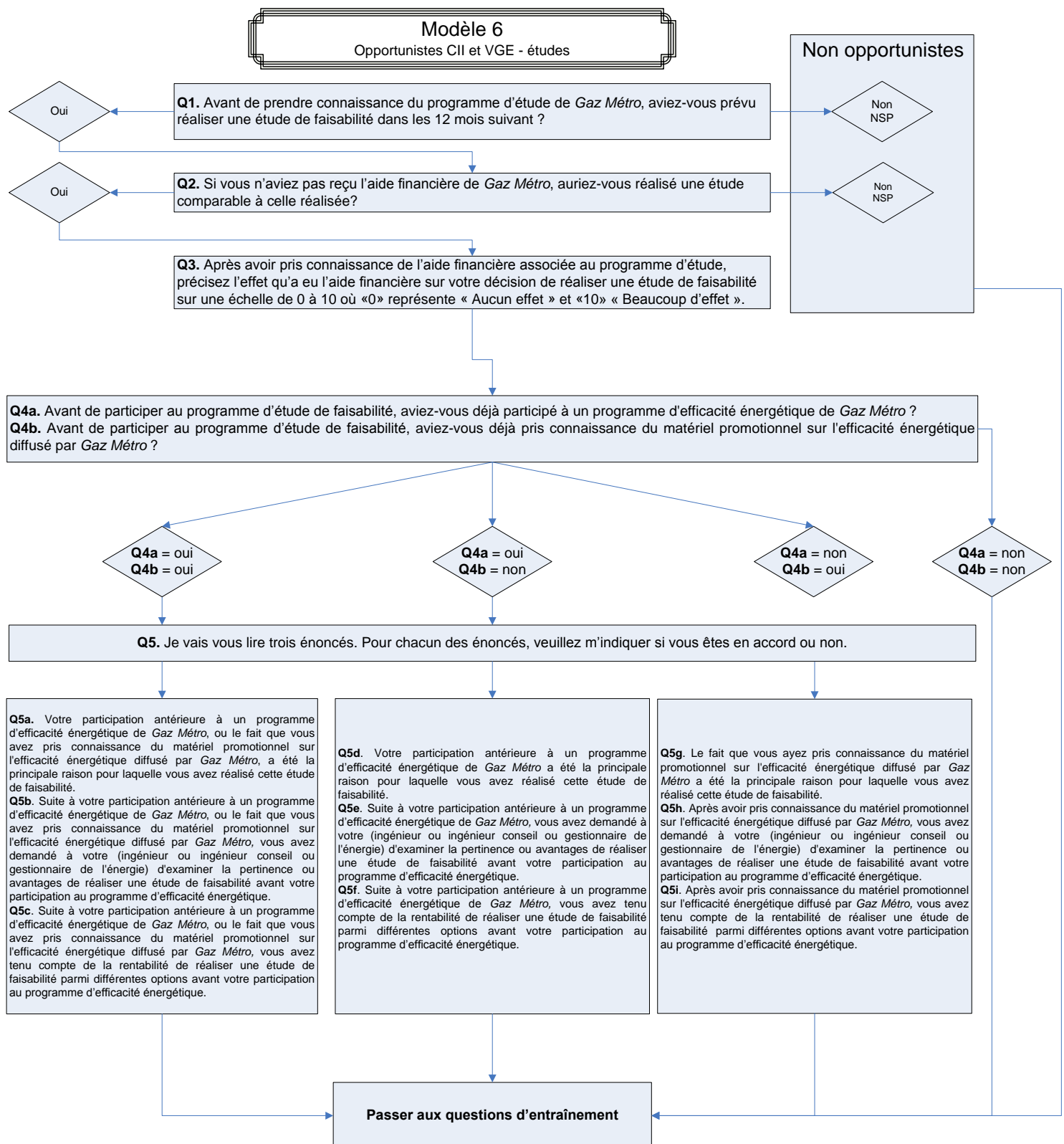


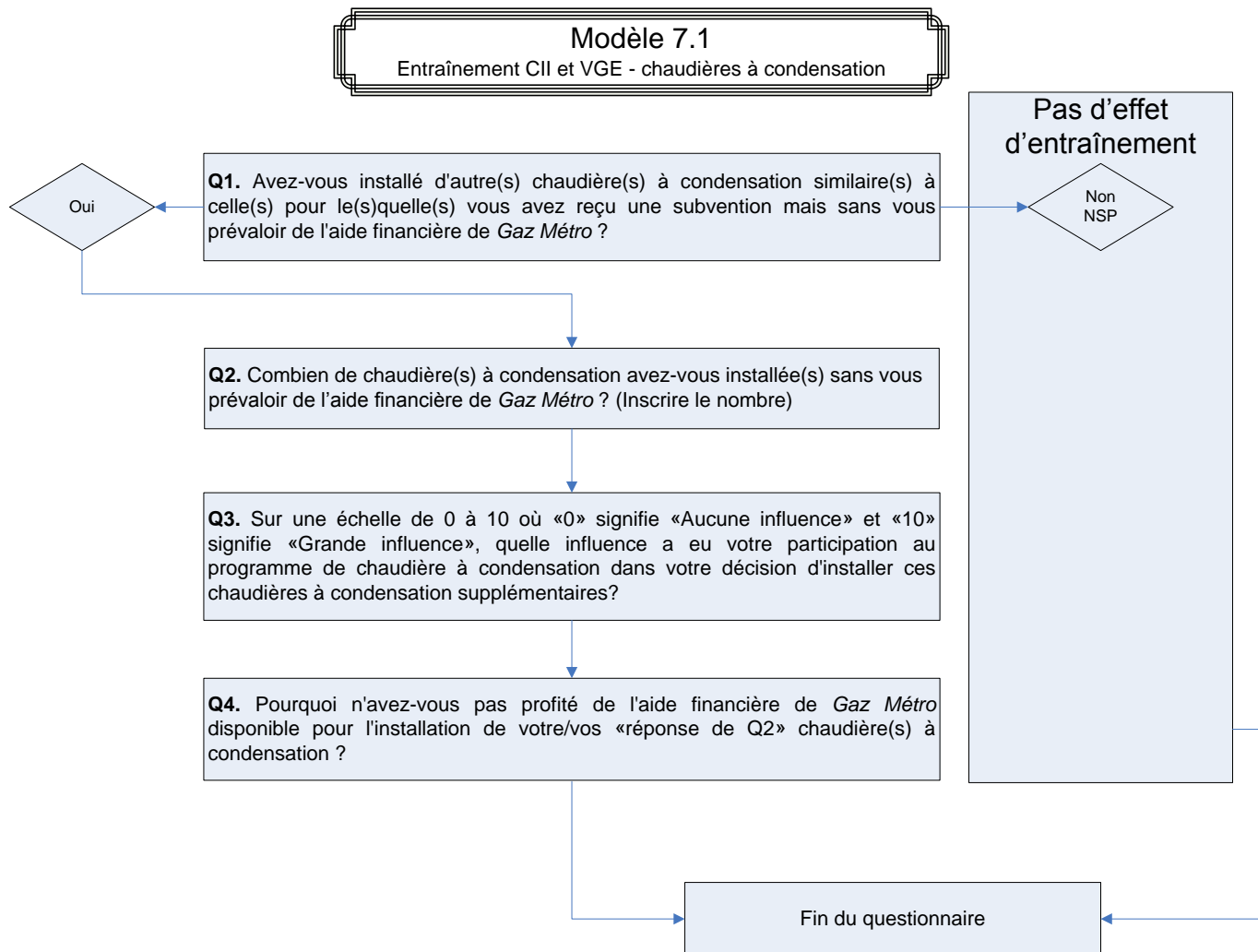
Modèle 4.3

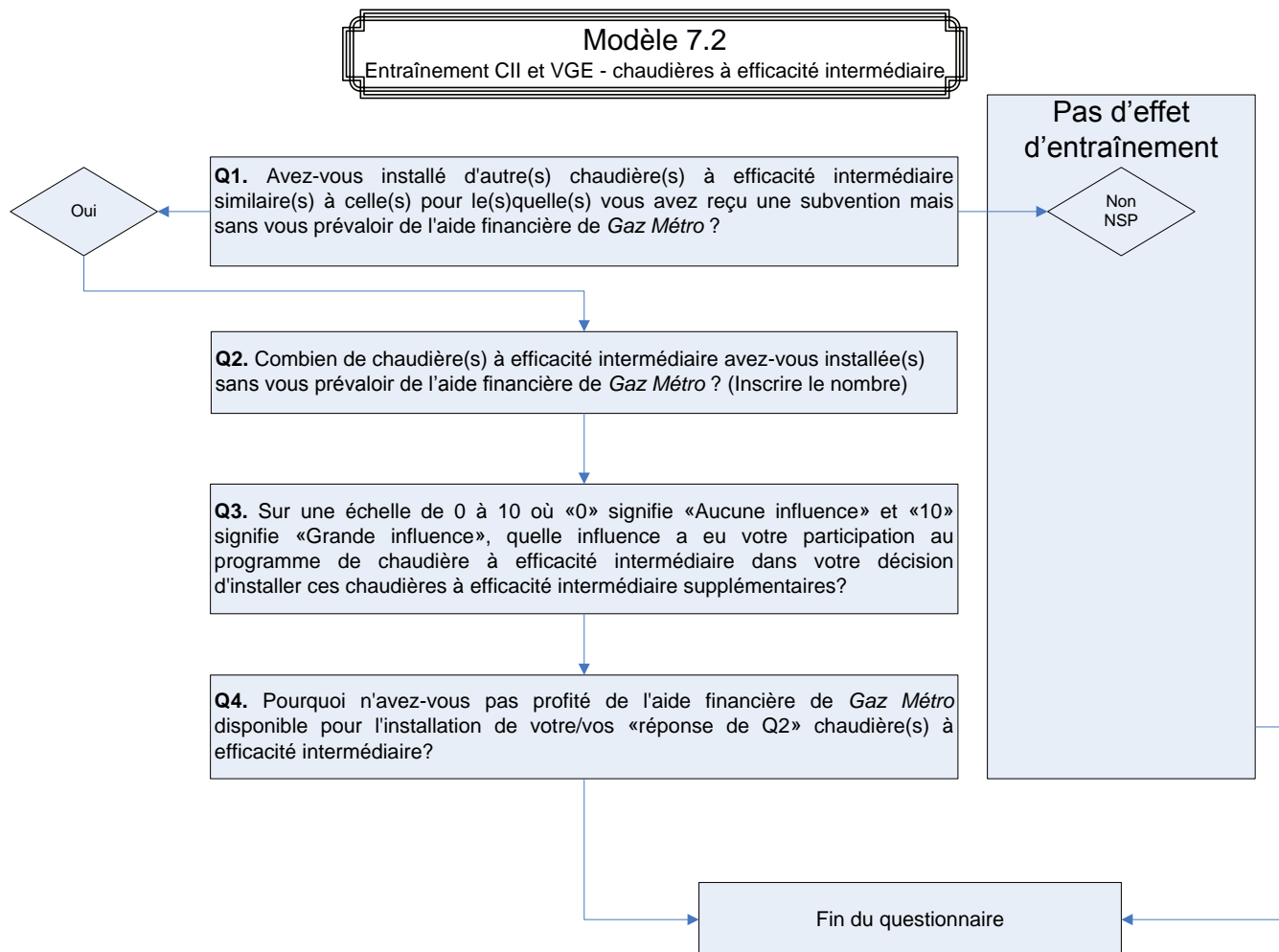
Opportunistes CII et VGE - infrarouges



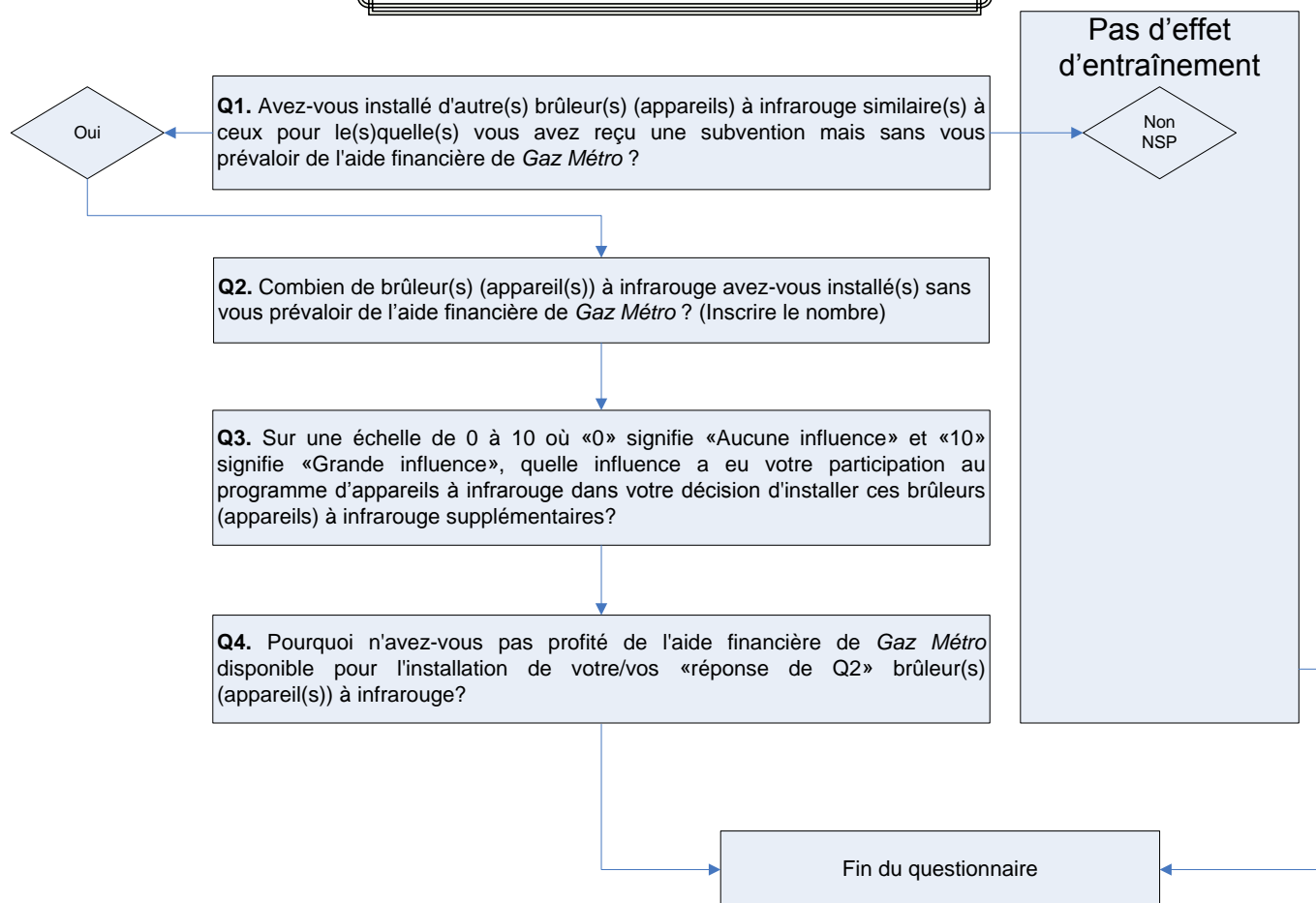


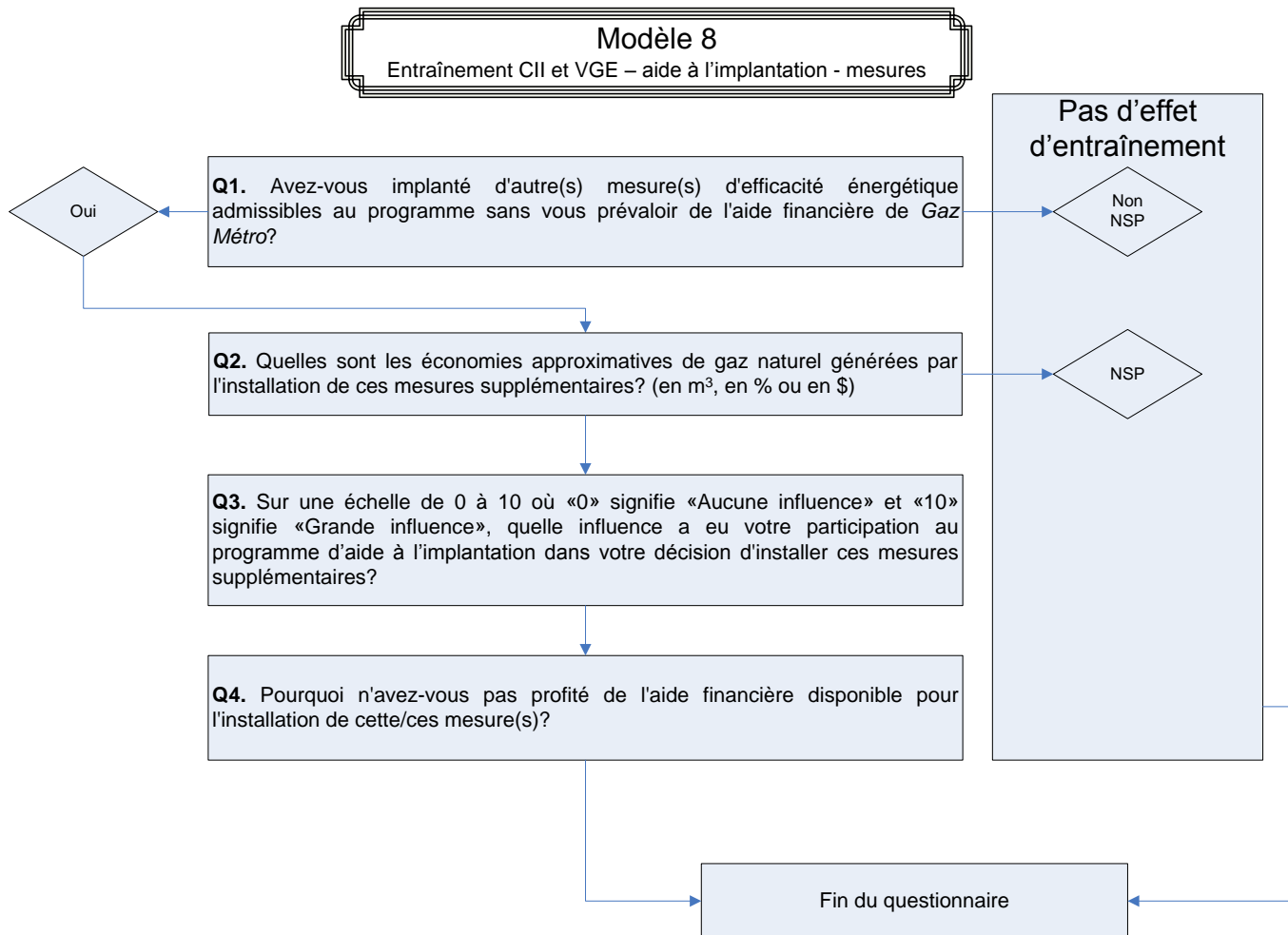


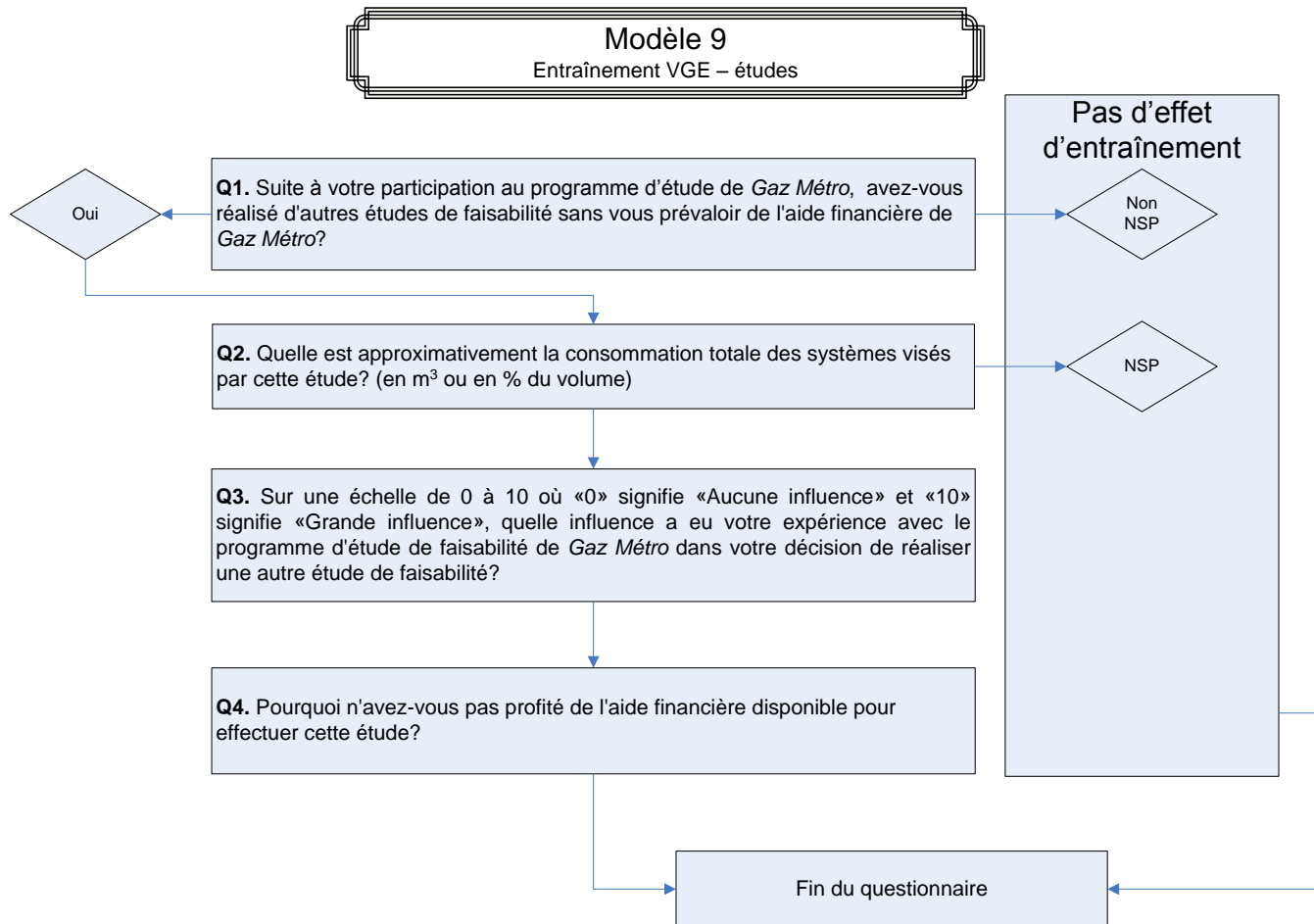


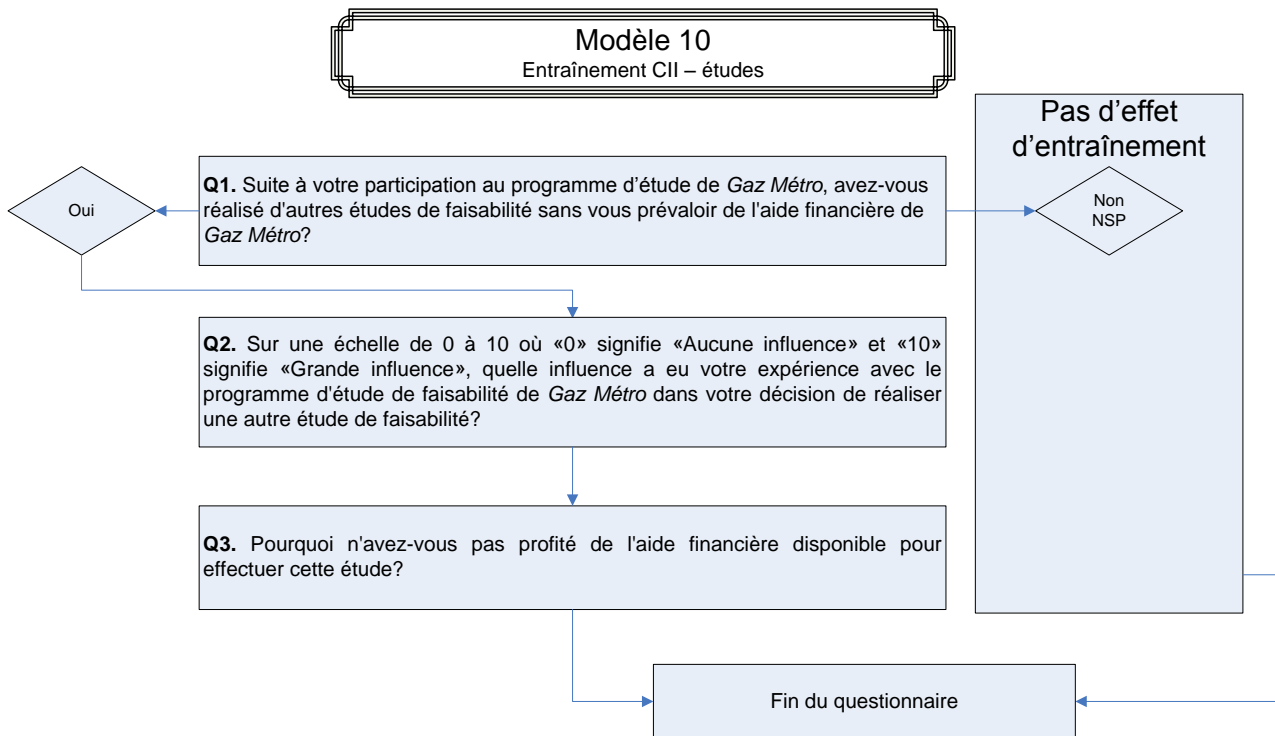


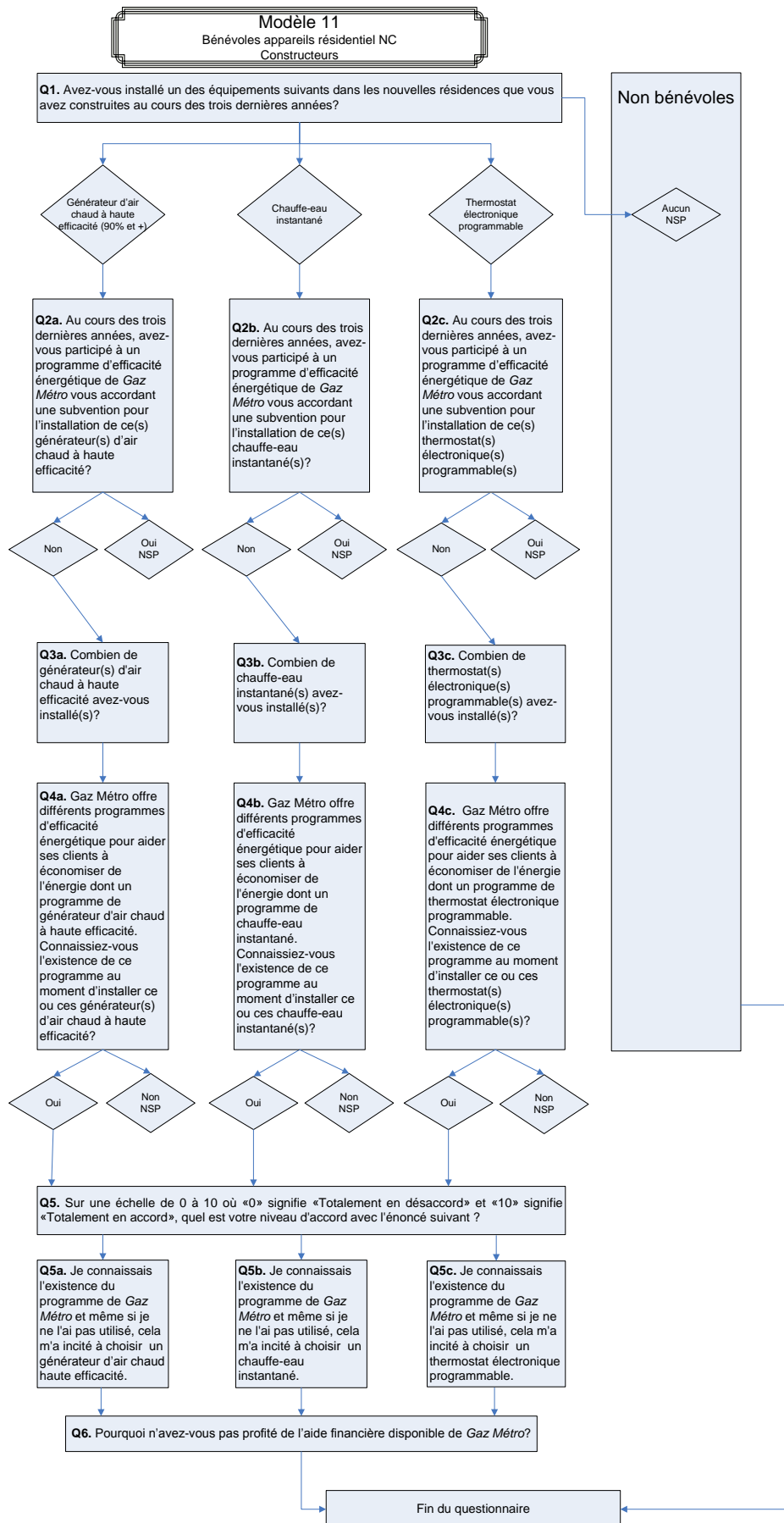
Modèle 7.3
Entraînement CII et VGE – appareils à infrarouge

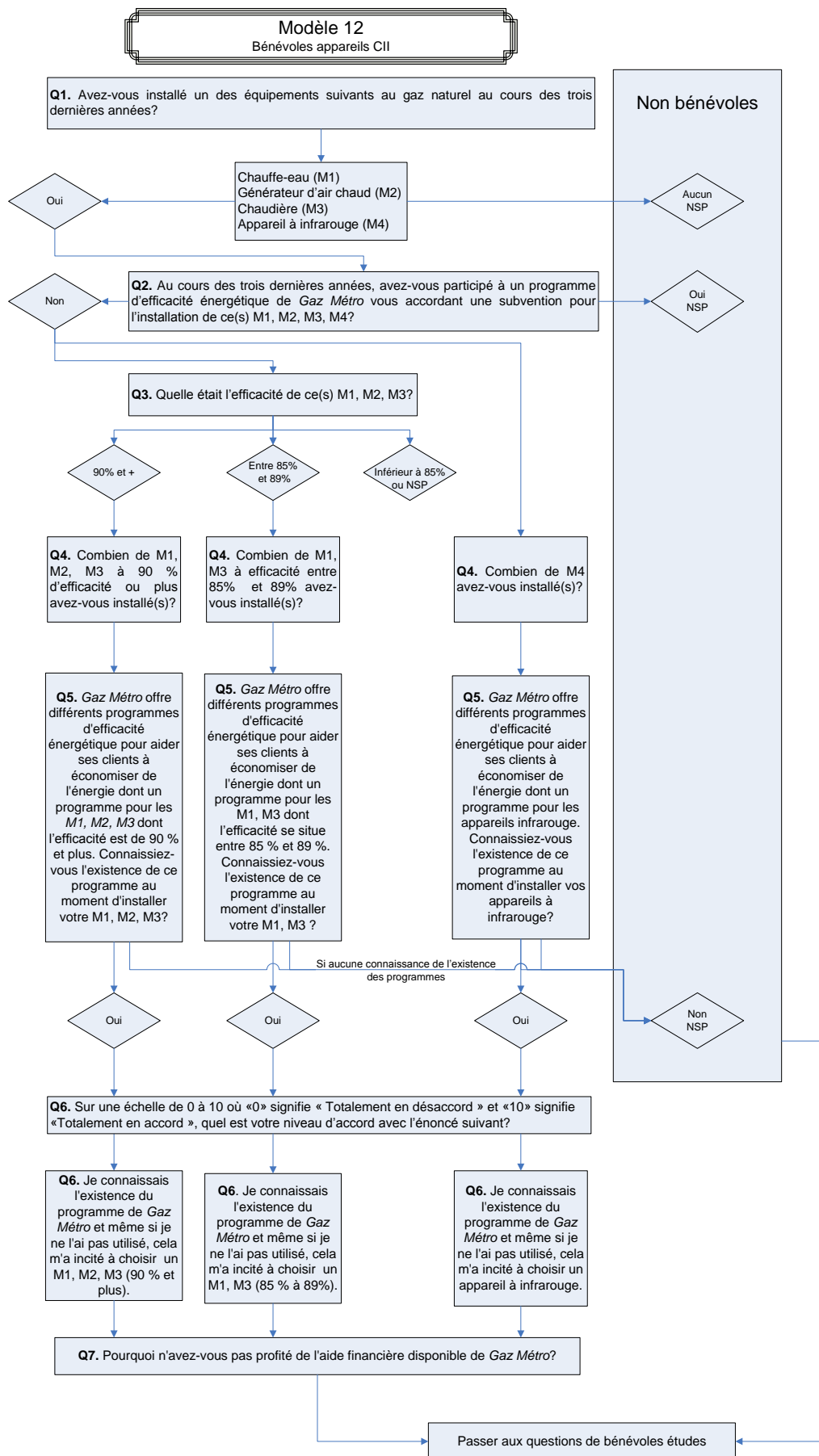


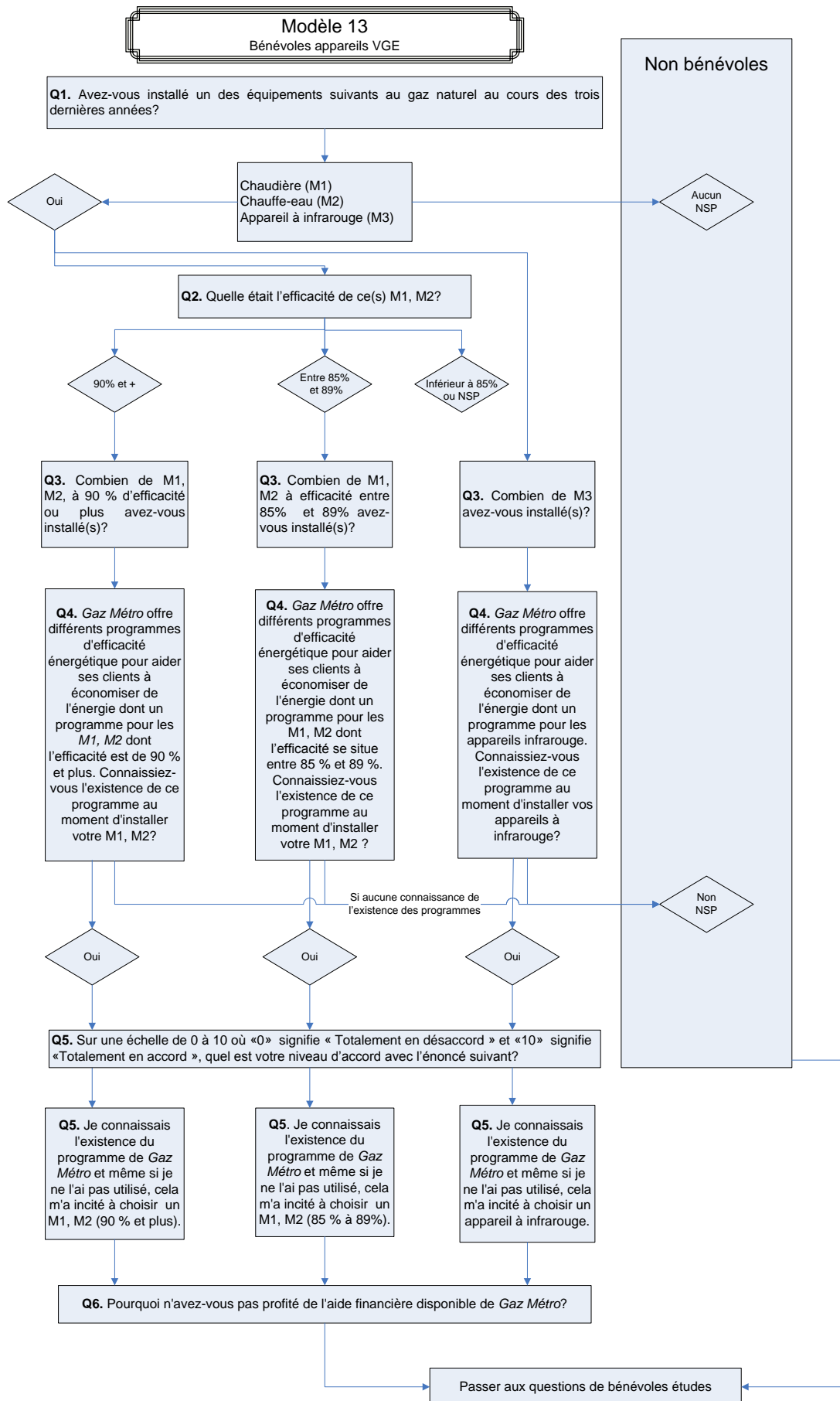




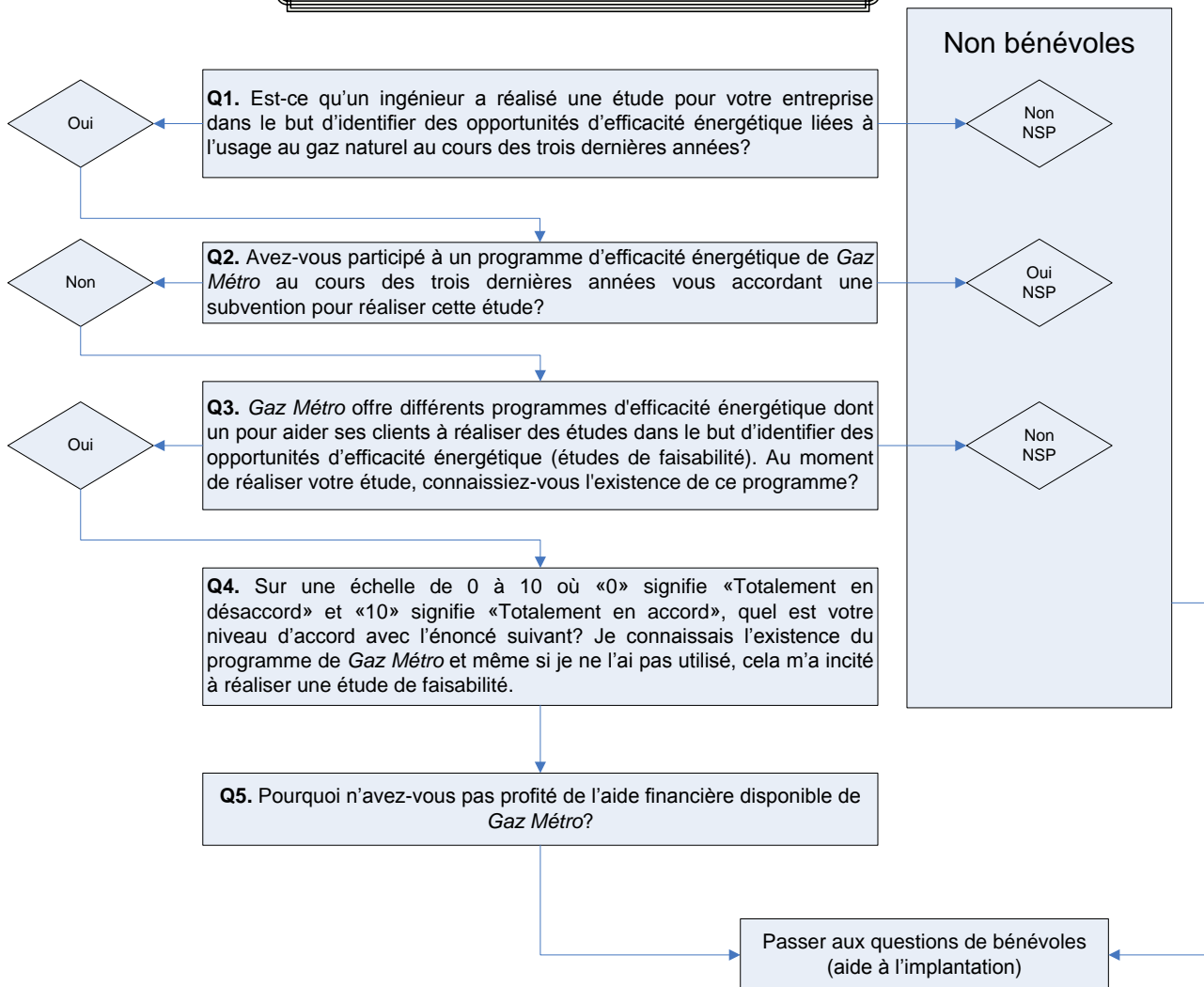






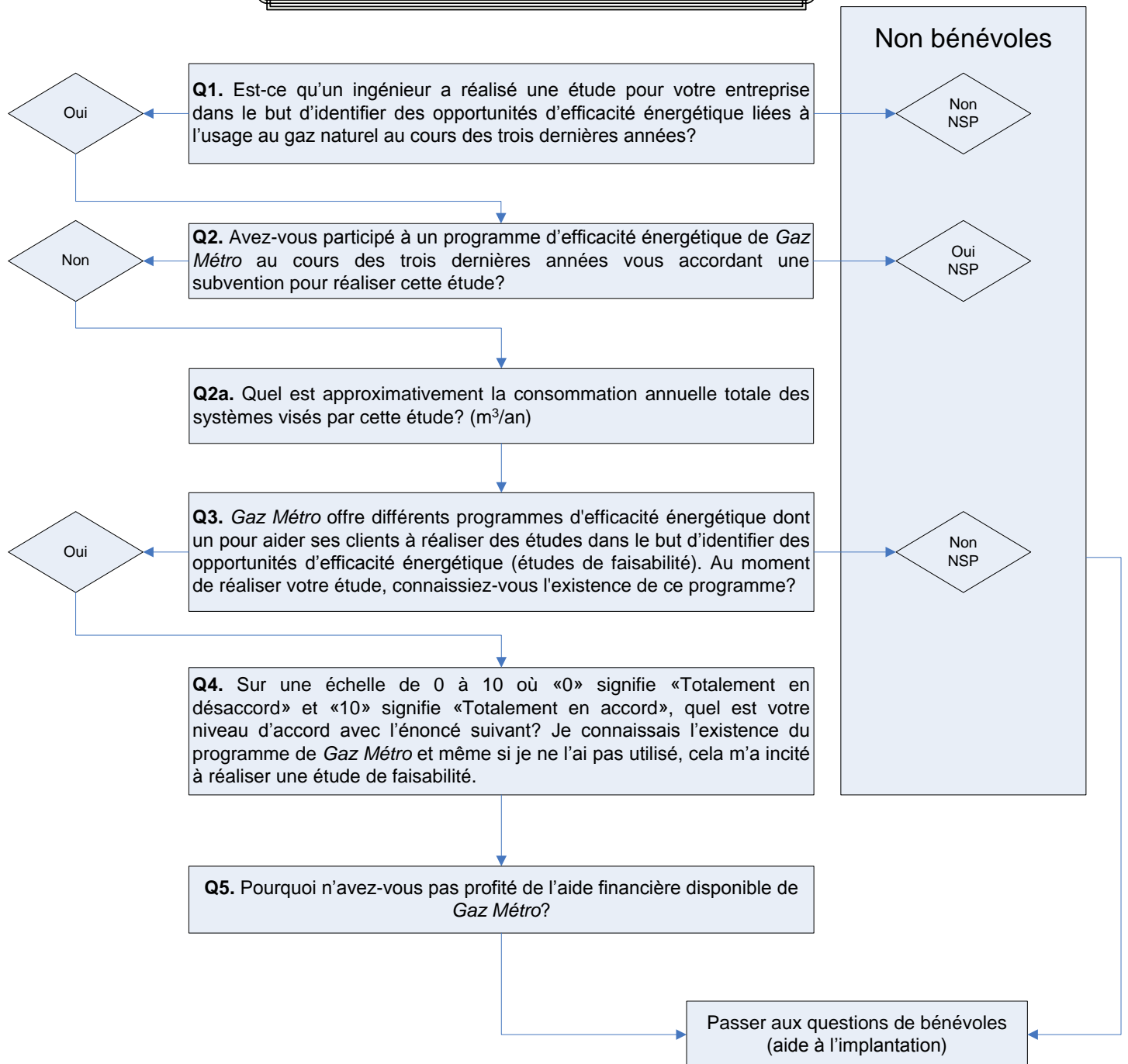


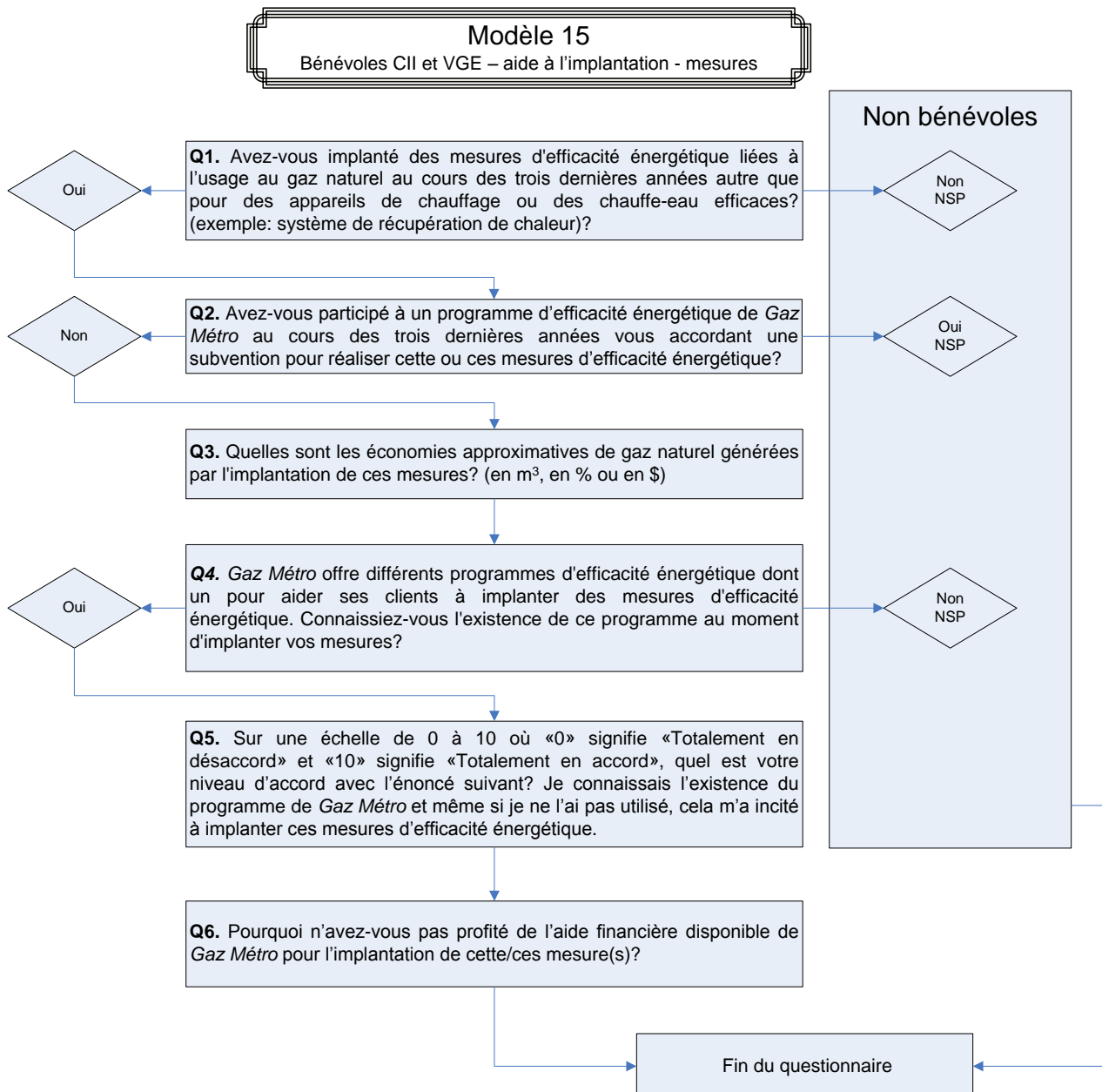
Modèle 14.1 Bénévoles études CII



Modèle 14.2

Bénévoles études VGE





Modèle 16

Bénévoles appareils résidentiels

