

**RÉPONSES DE GAZ MÉTRO AUX ENGAGEMENTS PRIS LORS DE LA SÉANCE DE TRAVAIL DU
23 JANVIER 2012 AVEC LA RÉGIE DE L'ÉNERGIE (LA RÉGIE)**

**CALCUL DES EFFETS DE BÉNÉVOLAT DES PROGRAMMES DU PGEÉ DE GAZ MÉTRO
(PE211, PE213, PE217, PE218 ET PE219)**

GÉNÉRAL

Références : R-3782-2011, pièce B-0041, GM-12, doc. 3, p.49 et 50
PE211 : 32 participants, 190 000 \$ d'aide financière
Calcul de la Régie : aide financière moyenne de 5 937 \$
PE218 : 18 participants, 1 900 000 \$ d'aide financière
Calcul de la Régie : aide financière moyenne de 59 375 \$
PE219 : 6 participants, 442 162 \$ d'aide financière
Calcul de la Régie : aide financière moyenne de 73 694 \$

Engagements :

- 1.1** Définir concrètement la notion de bénévole, appliquée spécifiquement à un programme de promotion des études de faisabilité du secteur VGE.

Tenir compte :

- De l'aide financière moyenne accordée (environ 6 000 \$)
- Du fait qu'un bénévole doit connaître un programme pour être considéré comme tel
- Que des conseillers aux ventes sont affectés à chaque client VGE pour les conseiller

Réponse :

La définition de la notion de bénévole est la même, peu importe le type de programme où elle est appliquée. La définition est :

« L'effet de bénévolat désigne une personne ou une 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. »¹

Quoique l'aide financière peut sembler importante et que des conseillers aux ventes soient affectés à chaque client du marché de la grande entreprise, il n'en demeure pas moins que certains clients répondent à cette définition pour différentes raisons.

¹ Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2010 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ et du FEÉ, Révision des méthodologies d'évaluation des effets de distorsion des programmes du PGEÉ, page 15

Pour être en mesure de mieux comprendre ces raisons, la méthodologie adoptée fait référence à une question directe auprès des répondants². Cette méthodologie a été intégrée au questionnaire présenté en annexe du rapport³.

Les résultats de cette question du sondage ont été catégorisés dans les catégories « Autres » ou « Ne sais pas » et il a été mentionné par les répondants que l'étude de faisabilité avait été réalisée à l'interne avec des ressources internes.

1.2 Définir concrètement la notion de bénévole, appliquée spécifiquement à un programme d'aide à l'implantation du secteur VGE.

Tenir compte :

- De l'aide financière moyenne accordée (plus de 59 k\$ pour le PE218 et près de 74 k\$ pour le PE219)
- Du fait qu'un bénévole doit connaître un programme pour être considéré comme tel
- Que des conseillers aux ventes sont affectés à chaque client VGE pour les conseiller

Réponse :

Gaz Métro réfère la Régie à la question 1.1 pour ce qui est de la définition de la notion de bénévole.

Quoique l'aide financière peut sembler importante et que des conseillers aux ventes soient affectés à chaque client du marché de la grande entreprise, il n'en demeure pas moins que certains clients répondent à cette définition pour différentes raisons.

Pour être en mesure de mieux comprendre ces raisons, la méthodologie adoptée fait référence à une question directe auprès des répondants⁴. Cette méthodologie a été intégrée au questionnaire présenté en annexe du rapport⁵. Les résultats du sondage effectué faisaient référence au fait que le montant de la subvention était peu élevé (deux mentions). D'autres réponses répertoriées dans la catégorie « Autres » faisaient référence à des opportunités manquées et un autre répondant a indiqué de pas savoir pourquoi il n'a pas profité de l'aide financière.

² Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2010 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ et du FEÉ, *Révision des méthodologies d'évaluation des effets de distorsion des programmes du PGEÉ*, page 106, question 5

³ Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2011 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ, *Calcul des effets de bénévolat des programmes du PGEÉ de Gaz Métro (PE-211, PE-213, PE-217, PE-218, PE-219)*, page 16, question 12

⁴ Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2010 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ et du FEÉ, *Révision des méthodologies d'évaluation des effets de distorsion des programmes du PGEÉ*, page 107, question 5

⁵ Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2011 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ, *Calcul des effets de bénévolat des programmes du PGEÉ de Gaz Métro (PE-211, PE-213, PE-217, PE-218, PE-219)*, page 18, question 18

Gaz Métro a également consulté les conseillers grandes entreprises en lien avec ces clients pour obtenir de l'information additionnelle. Selon eux, il arrive à de très rares occasions que les clients VGE qui connaissent le programme d'encouragement à l'implantation PGEÉ n'y participent pas. Toutefois lorsque cela se produit, la raison invoquée concerne une modalité de participation du programme. En effet, il est indiqué dans le *Guide du participant* qu'un client désirant se prévaloir de ce programme ne doit pas avoir démarré les travaux d'implantation au moment de la demande. Cette exigence de Gaz Métro peut entrer en conflit avec l'échéancier de réalisation des travaux du client et l'empêcher de participer au programme.

Références : Pages 6, 7 et 8

Nombre de clients du marché pour le PE211 = 439
Nombre de clients du marché pour le PE213 = 1 756
Nombre de clients du marché pour le PE217 = 439
Nombre de clients du marché pour le PE218 = 439
Nombre de clients du marché pour le PE219 = 439
Dossier R-3752-2011, pièce B-0390, GM-15, doc. 10, p.8
Nombre de clients prévus au tarif 1.10 en 2012 = 7
Nombre de clients prévus au tarif 4 en 2012 = 78
Nombre de clients prévus au tarif 5 en 2012 = 155
Note : les tarifs 4 et 5 ne sont pas mutuellement exclusifs
Dossier R-3782-2011, pièce B-0026, GM-9, doc. 1, p.1
Nombre de clients réel du tarif 1.10 en 2011 = ?
Nombre de clients réel du tarif 4 en 2011 = 76
Nombre de clients réel du tarif 5 en 2011 = 165

Engagements :

- 2.1** Expliquer que le nombre de clients visés pour les 5 programmes évalués soit le même, alors que les usages ne sont pas les mêmes pour tous les clients VGE (chauffage seulement, procédés seulement ou les deux).

Réponse :

Le nombre de clients visé pour les cinq programmes est le même puisqu'il correspond au nombre de clients du marché. Ce nombre comprend les clients des tarifs D₄ et D₅ mais également des clients affiliés à ces clients qui ont accès aux tarifs D₁ ou D₃⁶. C'est ce qui explique que le nombre de clients considérés est supérieur au nombre de clients des tarifs D₄ et D₅.

⁶ Société en commandite Gaz Métro, Cause tarifaire 2009, R-3662-2008, pièce B-38, Gaz Métro-10, Document 1, page 33

De plus, un client du marché VGE peut installer plusieurs types d'appareils ou encore réaliser une étude de faisabilité et implanter des mesures d'efficacité énergétique admissibles aux programmes dans un même édifice. Ces programmes ne sont pas mutuellement exclusifs. Par conséquent, Gaz Métro a utilisé le nombre de clients total du marché VGE.

- 2.2** Indiquer si la clientèle industrielle et la clientèle institutionnelle sont mutuellement exclusives.
- Le cas échéant, expliquer que le nombre de clients du marché soit de 439 pour le PE218 et pour le PE219.

Réponse :

Oui, la clientèle industrielle et la clientèle institutionnelle sont mutuellement exclusives.

L'étape 4 des tableaux de calcul du rapport⁷ permet de répartir la proportion de clients éligibles aux deux programmes PE218 (82 %) et PE219 (18 %). Par conséquent, la proportionnalité des clientèles est considérée dans le calcul de l'effet d'opportunisme.

- 2.3** Expliquer, à la page 4 du rapport, à quoi correspondent les numérateurs et les dénominateurs associés aux « Nombre de répondants ».

Réponse :

Les numérateurs font référence au nombre de répondants au sondage pour chaque programme. Les dénominateurs font référence au nombre total de clients qui étaient admissibles à répondre aux questions du sondage.

Par exemple, pour le programme PE217, à partir de la liste d'origine épurée de 142 clients, 137 clients non participants étaient admissibles à répondre au sondage puisque 5 clients étaient des participants. Parmi les 137 clients, 58 clients ont répondu au sondage.

⁷ Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2011 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ, Calcul des effets de bénévolat des programmes du PGEÉ de Gaz Métro (PE-211, PE-213, PE-217, PE-218, PE-219), pages 7 et 8

RÉSULTATS DU PE213, RÉSULTATS DU PE217,
RÉSULTATS DU PE218, RÉSULTATS DU PE219

Référence : p.6 à 8 : 9. *Établir la proportion des économies des bénévoles : 0 %*
Note de bas de page 6 : *Il est à noter qu'il y a quatre types d'appareils dans ce programme. Il s'agit des chaudières et des chauffe-eau à efficacité intermédiaires et à condensation. Ainsi, le nombre de clients VGE a été multiplié par quatre. Calcul : $439 \times 4 = 1\ 756$.*

Engagements :

3.1 Clarifier la notion exprimée à l'étape 9 pour tous les programmes évalués. Clarifier notamment l'application du 0 % (bénévoles VS économies bénévoles).

Réponse :

La méthodologie d'évaluation de l'effet de bénévolat, telle que déposée à la Régie de l'énergie dans le cadre de l'examen administratif 2010 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ et du FEÉ, décrit en détail, à la section 5.4, toutes les étapes requises pour obtenir le résultat de l'effet de bénévolat. Ainsi dans ce document, on retrouve l'étape 9 qui permet d'établir la proportion des économies des bénévoles attribuable au « degré d'influence » des programmes.

Le degré d'influence est mesuré au moyen des questions « Q4 » ou « Q5 », selon le type de programme, soit le modèle 13⁸ pour les appareils, le modèle 14.2⁹ pour les études de faisabilité et le modèle 15¹⁰ pour l'encouragement à l'implantation de mesures efficaces. Finalement, pour chaque programme évalué, les questionnaires utilisés ont appliqué cette méthodologie.

Pour les programmes PE213, PE217 et PE218, le résultat obtenu est de 0 %, ce qui signifie, selon les réponses obtenues, que le degré d'influence des programmes a été évalué à 0 %.

3.2 Clarifier le tableau 1.2.2 en y distinguant les notions de clients, abonnés et équipements, en lien avec la note de bas de page 6.

⁸ Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2010 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ et du FEÉ, *Révision des méthodologies d'évaluation des effets de distorsion des programmes du PGEÉ*, page 104

⁹ Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2010 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ et du FEÉ, *Révision des méthodologies d'évaluation des effets de distorsion des programmes du PGEÉ*, page 106

¹⁰ Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2010 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ et du FEÉ, *Révision des méthodologies d'évaluation des effets de distorsion des programmes du PGEÉ*, page 107

Réponse :

Le tableau 1.2.2 fait référence au programme de chaudières et de chauffe-eau. Ce programme couvre ainsi quatre technologies distinctes, soit les chauffe-eau à efficacité intermédiaire, les chauffe-eau à condensation, les chaudières à efficacité intermédiaire et les chaudières à condensation.

Comme chaque client est susceptible d'installer un ou plusieurs de ces types d'appareils, le nombre de clients potentiels à considérer doit refléter cette relation multiple pour les fins du calcul de l'effet de bénévolat. Ainsi, le nombre de clients réels de 439 clients est multiplié par 4 pour totaliser 1 756.

Le calcul aurait aussi pu être présenté en détaillant le tableau de données en quatre colonnes distinctes, en utilisant pour chacune le total de 439 clients et les données spécifiques à chaque appareil. Le résultat aurait été le même que dans la présentation actuelle.

Finalement, du nombre de 1 756, 476 clients ayant déjà installé l'une ou l'autre des quatre technologies ont été retranchés pour obtenir un nombre de clients admissibles de 1 280.

ÉVALUATION DU PROJET-PILOTE DE CHAUFFE-EAU INSTANTANÉ PE213

OPPORTUNISME

- Références :** p. 49 : « *La première consiste au fait que la base de données du programme comprend, pour la très grande majorité des cas (89 %), des données relatives à des habitations neuves. »*
- Dossier R-3752-2011, pièce A-0045, page 70 : « *Si on veut en ordre de grandeur, la très très très grande majorité pour ce qui est de la nouvelle construction c'est des promoteurs constructeurs. Donc, il y a quelques autoconstructeurs, mais ce n'est pas du tout la majorité. »*
- p. 36 : « *Note : la grande majorité des participants sont « indirects » car ils ont participé au programme d'aide financière par l'intermédiaire de leurs constructeurs/installateurs. »*
- p. 61 : « *L'évaluation du taux d'opportunité fut effectuée à l'aide des données recueillies par le sondage auprès des participants au programme. »*
(...)
L'application de cette méthodologie a permis de calculer un taux d'opportunité de 5 %. »

Question :

- 1.1** Préciser si les participants sondés pour évaluer le taux d'opportunité (p.61) sont des participants directs ou indirects.

Réponse :

Il s'agit des participants directs.

- 1.2** Indiquer le type d'appareil qu'aurait installé un promoteur/installateur si la subvention du PE113 n'avait pas été disponible :

- au lieu d'un CEI;
- au lieu d'un système combo

Réponse :

Le type d'appareil qu'aurait installé un promoteur/installateur, si l'aide financière de PE113 n'avait pas été disponible, est un chauffe-eau à accumulation à efficacité standard. La base de référence du programme est donc fonction de cet appareil.

SONDAGE

- Références :** p. 36 : Au tableau 8 – *Répartition des participants directs et indirects*, le rapport indique que l'échantillon de participants directs était de 48.
- p. 38 : « *Selon les participants directs, les trois plus grands avantages du CEI sont :*
- *la constance de l'approvisionnement en eau chaude (32 %) ;*
 - *l'espace occupé (30 %) ;*
 - *et les économies monétaires (24 %).* »
- p. 46 : Au tableau 9-*Tableau synthèse de l'étude de marché*, le rapport présente les « *Avantages/ raisons pour avoir opté pour un CEI* » pour tous les utilisateurs (N=150). Ces résultats sont les mêmes que ceux présentés en page 38 pour les participants directs seulement.

Question :

- 2.1** Expliquer comment des participants indirects peuvent se prononcer sur les raisons qui les ont amenés à opter pour un CEI. Corriger au besoin la taille de l'échantillon utilisé au tableau 9.

Réponse :

Les participants qui se sont prononcés sur les raisons pour avoir opté pour un chauffe-eau instantané sont les participants directs. Pour des fins de clarification, Gaz Métro produit un tableau 9 révisé dans lequel elle a spécifié qui sont les répondants aux différentes questions.

**Examen administratif 2011 des rapports d'évaluation de programmes du PGEÉ
de Gaz Métro**

Tableau 9 révisé. Tableau synthèse de l'étude de marché

	Utilisateurs directs (n=48) Utilisateurs directs et indirects (n=150)	Constructeurs (n=6)	Installateurs (n=7)	Distributeurs (n=2)
Niveau de satisfaction envers le CEI	Moyenne de 7,9/10 (n=150)	N/A	N/A	N/A
Niveau de satisfaction du programme d'aide financière	Moyenne de 8,3/10 (n=48)	Moyenne de 7,1/10	Moyenne de 7,7/10	Moyenne de 6,0/10
Avantages / raisons pour avoir opté pour un CEI	Constance de l'approvisionnement en eau chaude (32 %) (n=48) Espace occupé (30 %) (n=48) Économies monétaires (24 %) (n=48)	Économie d'espace (4 mentions)	Économie d'espace (5 mentions) Efficacité énergétique (4 mentions)	Économie d'espace avant tout Efficacité énergétique
Raisons d'insatisfaction	La période d'attente avant de recevoir de l'eau chaude est le plus grand irritant (96 %) (n=150)	Peu de plaintes. Souvent reliées au temps avant d'avoir de l'eau chaude ou à des bris.	3 installateurs ont eu des commentaires liés à des problèmes techniques rapidement réglés ou à de mauvaises utilisations.	Les distributeurs reçoivent peu ou presque plus de plaintes.

2.2 Expliquer que le taux d'opportunisme mesuré soit de 5 % compte tenu que l'efficacité énergétique n'est pas la raison principale d'avoir opté pour un CEI pour toutes les catégories de participants y compris les participants directs.

Réponse :

Les réponses données au tableau 9 permettent d'identifier quels sont les attributs du produit, en l'occurrence la technologie de chauffe-eau instantané, qui sont appréciés ou non des utilisateurs ou des intervenants de marchés. Cette information permet de dégager des pistes d'amélioration pour la mise en marché du programme d'efficacité énergétique.

Par ailleurs, l'évaluation du taux d'opportunisme de ce programme a été réalisée par Extract recherche marketing non pas en tenant compte des attributs de la technologie présentée au tableau 9, mais bien en tenant compte de la méthodologie déposée à la Régie de l'énergie dans le cadre de l'examen administratif 2010 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ et du FEÉ. Cette méthodologie pour le calcul du taux d'opportunisme mesure six variables qui

sont : la cohérence, la planification, la période, le niveau d'efficacité énergétique, la quantité et le budget¹¹.

Référence : p. 36 : Parmi les participants interrogés, 48 % habitent un condo et 22 % habitent une maison unifamiliale détachée.

Question :

3.1 Indiquer si ces pourcentages reflètent les proportions pour l'ensemble de la population (N) des participants.

Réponse :

Cette donnée est représentative de la population des participants, tout en présentant une marge d'erreur de $\pm 7,0$ % 19 fois sur 20.

¹¹ Société en commandite Gaz Métro, Examen administratif 2010 des rapports d'évaluation des programmes du PGEÉ et du FEE, *Révision des méthodologies d'évaluation des effets de distorsion des programmes du PGEÉ*, page 9

SUIVI DES RECOMMANDATIONS

Référence : p. 67 à 70 : Recommandations n°1 à n°10

Question :

- 4.1** Élaborer sur le suivi, par Gaz Métro, de chacune des recommandations émises par l'évaluateur.

Réponse :

Le document *Grille de suivi des recommandations par Gaz Métro* faisant état du suivi de chacune des recommandations émises par l'évaluateur a été déposé à la Régie de l'énergie le 24 janvier 2012.