

## **Commission des transports et de l'environnement**

Projet de loi n° 104

Loi visant l'augmentation du nombre de véhicules automobiles zéro émission au Québec afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre et autres polluants.

*Consultations particulières et auditions publiques*

## **MÉMOIRE DE MOBILITÉ ÉLECTRIQUE CANADA**

Mercredi, le 17 août 2016

## **Table des matières**

1. Introduction .....	3
2. Sommaire de la politique de l'offre et de la demande de M <sup>É</sup> C .....	3
3. Poursuivre l'accroissement de la demande .....	4
4. Une augmentation de l'offre .....	6
5. Des conditions gagnantes pour l'offre et la demande .....	7
6. Une Loi adaptée au contexte québécois.....	8
Annexe.....	10

## 1. Introduction

Mobilité électrique Canada (MÉC) est une association nationale à but non lucratif vouée exclusivement à la promotion de la mobilité électrique de tous les modes de transport, comme solution durable à la réalisation des objectifs énergétiques et environnementaux croissants du Canada. Ses 140 membres représentent toute la chaîne de valeur de l'industrie du VÉ : manufacturiers de VÉ, de composantes, de batteries, de systèmes et réseaux de recharge, consultants, fournisseurs d'électricité, associations de conducteurs de VÉ, universités et collèges, utilisateurs et gestionnaires de parcs automobiles, etc.

À la suite de la publication en mars dernier de sa Feuille de route sur l'accélération du déploiement des véhicules électriques au Canada (2016-2020)<sup>1</sup>, décrivant principalement sa politique pour supporter la demande de VÉ, le conseil d'administration a établi une politique intégrée de l'offre et de la demande visant l'accélération de l'adoption des VÉ. Cette politique est à la base du présent mémoire.

## 2. Sommaire de la politique de l'offre et de la demande de MÉC

La stratégie pour accroître la demande est une priorité importante qu'il est nécessaire de considérer et de poursuivre avant d'imposer des conditions sur l'offre.

L'introduction d'une réglementation ne devrait pas être considérée avant d'avoir analysé la pertinence des politiques sur la demande adaptées à chaque juridiction, et avant d'avoir évalué en profondeur l'impact sur le secteur en général.

L'objectif de MÉC concernant les politiques de l'offre et de la demande est d'obtenir une législation qui soit raisonnable et équilibrée. Les conditions gagnantes d'une telle législation visent à augmenter les ventes de VÉ en:

- poursuivant l'accroissement de la demande
- prévoyant une période de transition en douceur tenant compte des parts de marché existantes et prévisionnelles
- visant à supporter l'introduction de nouveaux modèles de VÉ
- augmentant les ventes de modèles de VÉ existants et disponibles au pays
- évitant un déséquilibre pour le marché.

---

<sup>1</sup> [https://emc-mec.ca/wp-content/uploads/Feuille-de-route-MEC\\_rapport-final.pdf](https://emc-mec.ca/wp-content/uploads/Feuille-de-route-MEC_rapport-final.pdf)

### **3. Poursuivre l'accroissement de la demande**

Depuis plusieurs années, le gouvernement du Québec a introduit une série de mesures soutenant la demande de VÉ, dont les plus importantes sont :

- incitatifs financiers à l'achat de VÉ
- incitatifs à l'achat et l'installation de bornes à la maison et au travail
- mandat confié à Hydro-Québec pour le déploiement structuré d'un réseau de bornes de recharge public
- accroissement significatif du nombre de bornes de niveau 2 et de bornes rapides.

De plus, la dernière version de son Plan d'action en électrification des transports 2015-2020 a introduit ou introduira sous peu des mesures additionnelles ayant fait leur preuve pour stimuler la demande, telles l'accès aux voies réservées, les modifications au code du bâtiment, et un premier plan de communication.

Pour passer d'un marché de premiers acheteurs (précoces) au début d'un marché de masse, toutes ces conditions supportant la demande doivent se poursuivre, être communiquées dans un plan rassurant à long terme, être constamment réévaluées, et adaptées au marché d'acheteurs potentiels de demain.

#### Une expérience VÉ positive: communication et sensibilisation accrue

Un effort accru en communication est primordial dans toutes les régions. Notre feuille de route nationale décrit très bien les trois actions recommandées pour attirer l'attention des futurs acheteurs et pour considérer dès à présent un VÉ : établir une campagne nationale pour attirer l'attention sur les VÉ, faciliter les essais routiers, et fournir une information neutre, complète et facile d'accès pour finaliser leur processus d'achat.

Une fois que toutes ces actions influencent le futur acheteur de VÉ, la qualité de l'expérience client est la dernière étape pour soutenir solidement la décision d'avoir un VÉ de plus sur nos routes. L'expérience client chez le concessionnaire fait l'objet d'un suivi, et certaines améliorations à apporter sont régulièrement identifiées et déployées. Une approche systématique et des outils modernes pour normaliser cette approche sont de plus en plus disponibles.

Pour une hausse importante des ventes qui permettrait d'atteindre l'objectif de 100 000 VÉ sur les routes d'ici 2020 – objectif fixé par le gouvernement –, toutes les barrières majeures doivent être abordées au sein d'une approche optimisée, dont celles-ci à court terme :

- Installer plus de bornes en milieu de travail
- Faciliter la recharge en copropriété et dans les immeubles à logements
- Établir un plan d'action concret et ciblé pour les parcs automobiles et les municipalités

- Installer plus de bornes de recharge rapide
- Gérer le coût de la recharge (particulièrement en heures de pointe).

### Le rôle des services publics

Les services publics ont un rôle unique et primordial à jouer pour soutenir l'infrastructure de recharge. Afin de bénéficier d'une infrastructure de recharge à un coût optimisé, les services publics doivent soutenir la gestion de cette recharge dans toutes ses applications.

Les membres de M<sup>É</sup>C suivent l'orientation prise en Californie pour des projets pilotes de déploiement de l'infrastructure. Dans cet État américain, le rôle des services publics a grandement évolué dans le temps et peut être résumé ainsi :

- Les organismes de réglementation se sont interrogés sur le rôle que les services publics devraient avoir en matière d'infrastructure de VÉ
- Il est explicitement refusé aux services publics de s'impliquer dans l'infrastructure de VÉ. Cette infrastructure est dramatiquement en-deçà des niveaux nécessaires pour atteindre les objectifs établis
- Les régulateurs revisitent le rôle des services publics, en tenant compte des avantages globaux pour leur clientèle. Les services publics peuvent soumettre des propositions pour soutenir l'infrastructure de VÉ.

Depuis peu, des projets pilotes ont été acceptés pour soutenir l'infrastructure de VÉ. Ainsi, les services publics pourront établir une base de tarification pour au moins certains des investissements en infrastructure.

### Les particularités du marché au Québec

Le marché québécois des véhicules électriques se distingue par rapport aux autres provinces et représente une large portion du marché canadien, avec près de 50% des ventes canadiennes (dans une proportion de 55% d'hybrides rechargeables contre 44% au Canada). Les longues distances et le froid sont deux facteurs d'influence qui expliquent cette réalité. Ces résultats, bien qu'ils soient les plus importants au Canada, ne représentent qu'environ 0,8% des ventes de véhicules au Québec.

#### 4. Une augmentation de l'offre

Parmi les conditions gagnantes visant à accroître le nombre de VÉ vendus, et une fois que la demande est adéquatement soutenue par une série de mesures efficaces, le volet de l'offre de VÉ doit être abordé.

L'objectif de la Loi 104 est de stimuler l'offre de véhicules à zéro ou à faibles émissions pour permettre aux consommateurs du Québec d'avoir accès à un plus grand nombre et à une plus vaste gamme de véhicules rechargeables qui soient les plus environnementaux et à la fine pointe de la technologie qu'on retrouve sur le marché. Pour l'acheteur éventuel d'un VÉ, les avantages se traduisent par :

- un plus grand nombre de modèles pour mieux répondre aux différents besoins
- la disponibilité des VÉ chez le concessionnaire pour des essais routiers et pour pouvoir se familiariser avec les modèles de VÉ (en ayant un inventaire de base - au moins un VÉ de chaque modèle disponible - chez tous les concessionnaires certifiés)
- un inventaire et des délais de livraison en phase avec la demande.

Ainsi, aucune demande ne devrait être contrainte par une offre insuffisante. Équilibrer l'offre avec la demande demeure un défi, car il faut éviter de faire face à une demande inexploitée, et/ou d'avoir à gérer des surplus d'inventaire, par rapport à ceux des meilleures pratiques.

Une récente étude menée pour Environnement Canada par FleetCarma sur la disponibilité des modèles de VÉ et intitulée "Ease of Purchasing EVs in Canada"<sup>2</sup> a permis de constater que :

- l'inventaire de VÉ canadien démontre que les manufacturiers automobiles et les concessionnaires détiennent une offre légèrement plus basse que pour les voitures à essence avec en moyenne 48 jours d'inventaire, comparativement à 50-100 jours pour les autres véhicules. Certains concessionnaires n'avaient aucun VÉ en inventaire.
- L'étude démontre que, pour le moment, les mesures incitatives et autres mesures stimulent la demande, que la demande génère des ventes, que les ventes influent sur l'inventaire, et ce, avec ou sans loi zéro émission
- Les ventes de modèles de VÉ non disponibles au Canada représentent 14% des ventes actuelles aux États-Unis.

L'industrie automobile s'est engagée à faire croître le nombre de modèles de VÉ par l'augmentation des ventes et les annonces de produits à venir. Récemment, on comptait 16 modèles de véhicules électriques rechargeables sur le marché canadien.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Étude disponible sur demande.

<sup>3</sup> Source : <http://oee.nrcan.gc.ca/transportation/tools/fuelratings/atv-2015-5cyc.cfm>

Plusieurs manufacturiers ont annoncé différents nouveaux véhicules électriques rechargeables pour 2017 et les années à venir. Une réduction des coûts et des améliorations de la batterie, de l'autonomie et de la technologie pour mieux répondre aux besoins et au budget du consommateur ont également été annoncées.

## **5. Des conditions gagnantes pour l'offre et la demande**

MÉC a entrepris d'analyser quelques études importantes pour bien cerner les conditions gagnantes des marchés les plus avancés. L'International Council on Clean Transportation (ICCT)<sup>4</sup>, un organisme de renom, a mené une des études les plus récente et importante sur l'offre et la demande. Cette étude affirme que les villes affichant un haut taux d'adoption du VÉ tendent à détenir une combinaison des éléments suivants :

- plus d'initiatives de promotion du véhicule électrique
- plus d'infrastructure de recharge par habitant
- plus de mesures incitatives pour les consommateurs
- plus de modèles disponibles

Parmi les sept villes en tête de liste en matière de déploiement du VÉ, cinq sont en Californie (un État détenant une loi zéro émission) et six proposent des mesures incitatives attirantes. Les manufacturiers ciblent ces marchés et fabriquent plus de VÉ adaptés aux besoins, ce qui augmentent les ventes.

En plus d'identifier les chefs de file (les villes en Californie), cette étude aide également à identifier les brèches et les différences entre différentes métropoles :

- Atlanta (État ne détenant pas de loi zéro émission) : incitatifs élevés, disponibilité de VÉ moyenne et part de marché importante
- Seattle (État ne détenant pas de loi zéro émission): incitatifs faibles, disponibilité de VÉ moyenne et part de marché importante
- New York (État détenant une loi zéro émission): adoption de plusieurs initiatives de promotion, disponibilité de VÉ élevée, mais infrastructure de recharge et subventions gouvernementales plus faibles, résultant en une part de marché plus faible
- Denver (État ne détenant pas de loi zéro émission) : incitatifs élevés, mais disponibilité de VÉ faible résultant en une part de marché plus faible
- Plusieurs marchés du VÉ semblent stagner en raison d'une offre limitée de modèles de VÉ.

En se basant sur ces combinaisons, il semble que les parts de marché observées dans les états détenant ou non une loi zéro émission peuvent varier de façon

---

<sup>4</sup> Voir Annexe à la page 10.

significative. La « travel provision » existante dans les lois zéro émission actuelles, permettant de créditer la vente d'un VÉ dans tous les états, peut perturber l'analyse des résultats pour chacun des États.

La combinaison des efforts de promotion, des incitatifs, de l'infrastructure et de la disponibilité apparaît comme la meilleure méthode pour augmenter les ventes. L'absence d'un de ces éléments, quel qu'il soit, semble avoir un impact important sur le volume des ventes. De plus, il n'existe à ce jour aucune méthode concluante pour que MÈC ou toute autre organisation évalue une demande inexploitée. La disponibilité et la promotion de l'ajout de modèles de VÉ devrait contribuer à hausser les ventes.

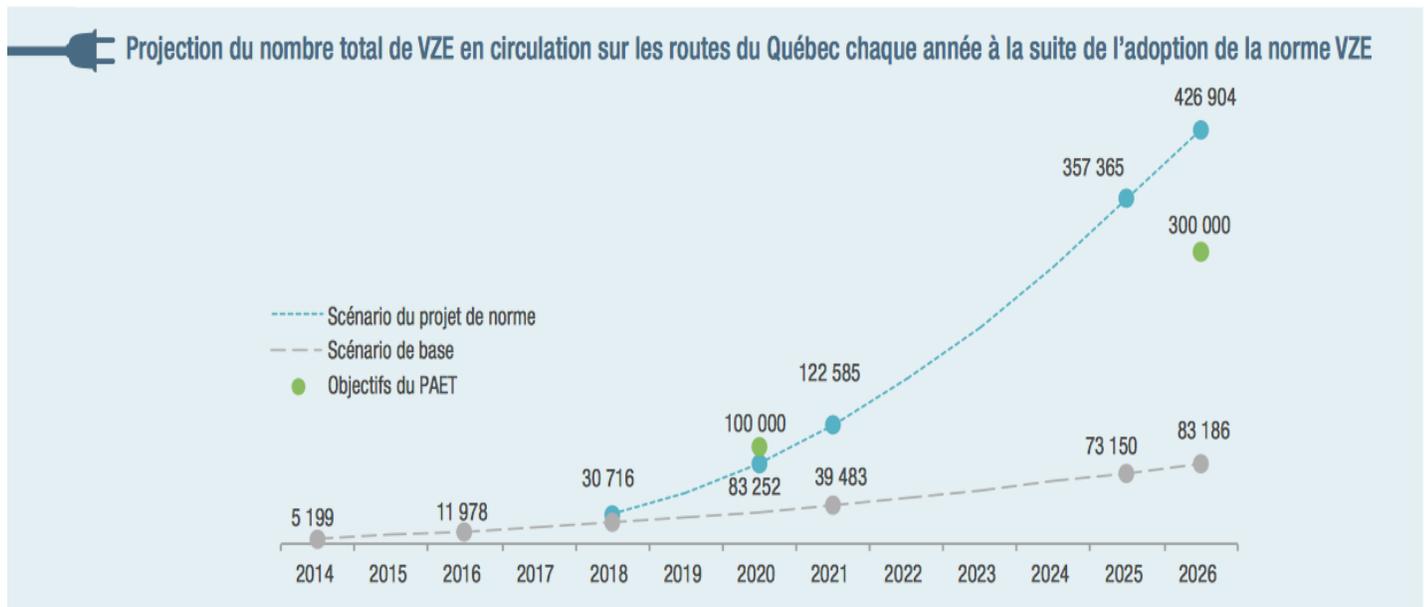
## **6. Une Loi adaptée au contexte québécois**

Dans certains États américains, une loi zéro émission a été implantée et mise à jour au fil des ans. La nouvelle mouture sera en vigueur en 2018, et servira de base pour la Loi au Québec. Les principes suivants devraient guider le gouvernement du Québec à adapter sa propre loi afin de refléter les particularités du marché québécois :

- Considérer qu'il s'agit de la première loi du genre au Québec, en tenant compte des parts de marchés existantes et prévisionnelles à court terme pour assurer une transition en douceur
- Calibrer équitablement les paramètres quantitatifs afin de refléter adéquatement le marché québécois, comme :
  - le nombre minimum de véhicules vendus, pour tous les modèles, comme déclencheur pour l'application de la Loi
  - les crédits applicables avant l'introduction de la Loi pour les nouveaux véhicules vendus en 2016, 2017 et 2018
- Effectuer un suivi régulier de l'impact de tous les attributs de l'offre et la demande pour s'assurer de la pertinence des actions visant à abolir les obstacles en établissant des indicateurs-clés de performance, tels que :
  - l'analyse des résultats du plan d'action en termes de nombre de VÉ en copropriété, immeubles à logement, résidences, etc.
  - le niveau de connaissance des VÉ au sein de la population
  - l'étendue géographique et l'accès au déploiement de la recharge publique et en milieu de travail, en considérant la localisation des VÉ
  - le niveau de l'inventaire correspondant à la demande de VÉ en milieux urbains, semi-urbains et ruraux
  - les incitatifs vs le prix des VÉ
- Lorsque requis, revoir les paramètres de la Loi 104. Dans un marché émergent comme celui des VÉ, les conditions soutenant l'offre et la demande devraient constamment être analysées, réévaluées et adaptées au marché d'acheteurs potentiels de demain.

## Cibles préliminaires

Les cibles préliminaires suivantes ont été publiées récemment:



Source: <http://www.mddelcc.gouv.qc.ca/changementsclimatiques/vze/feuillelet-vze-enbref.pdf>

En 2015, les ventes représentaient près de 0,7% de ventes de nouveaux véhicules. Les cibles préliminaires des ventes de VE sont :

- 14 533 en 2018, ou 3,4 % des ventes
- 30 194 en 2020, ou 6,9 % des ventes
- 70 609 en 2025, ou 15,5 % des ventes

Toutes les conditions de réussite pour un soutien continu de toutes les mesures visant à stimuler la demande, accompagnées de la disponibilité de l'offre, seront requises pour atteindre ces cibles.

Mobilité électrique Canada, avec le soutien de ses membres, continuera à comparer, à suivre et à analyser l'évolution des ventes afin de déterminer les meilleures pratiques pour toutes les provinces. C'est avec plaisir que MÉC partagera cette information.

# Annexe

## Extrait du rapport de L'International Council on Clean Transportation<sup>5</sup>

*Electric vehicle promotion actions, charging infrastructure, and electric vehicle share of new vehicles in 2014 in the 25 most populous US metropolitan areas (2014 electric vehicle registration data provided by IHS automotive)*

Assessment of leading electric vehicle promotion activities in United States cities – July 2015

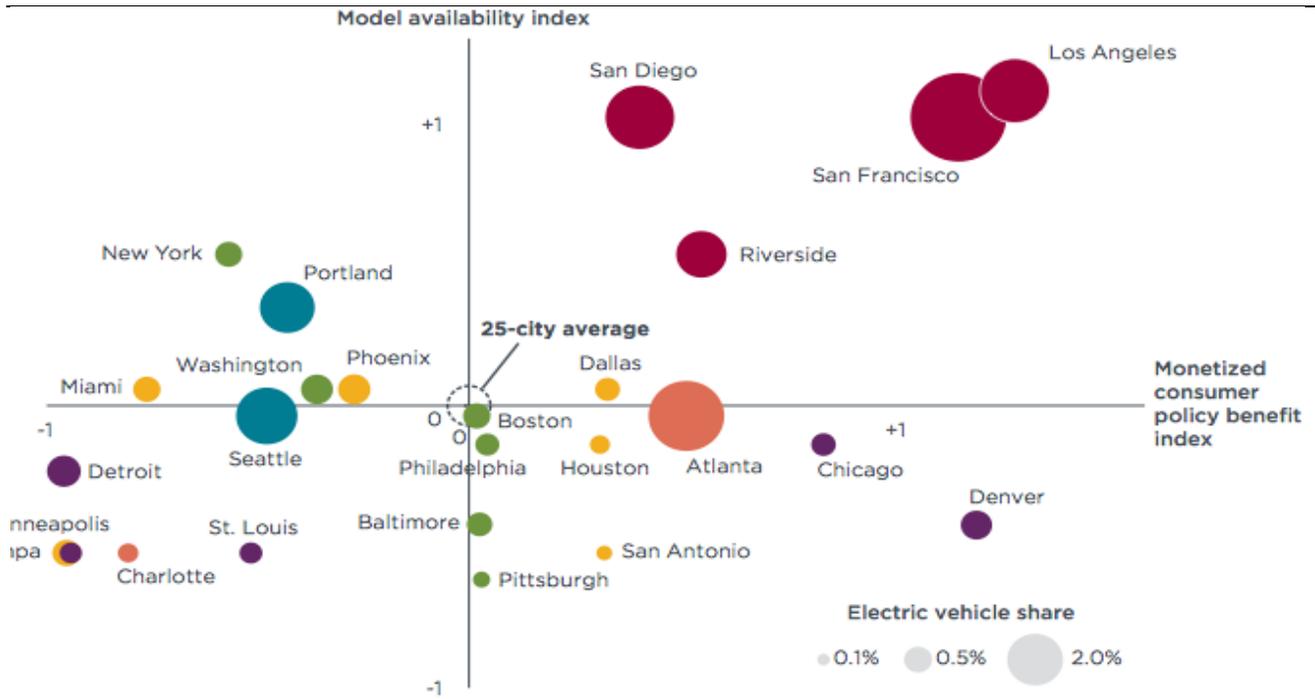
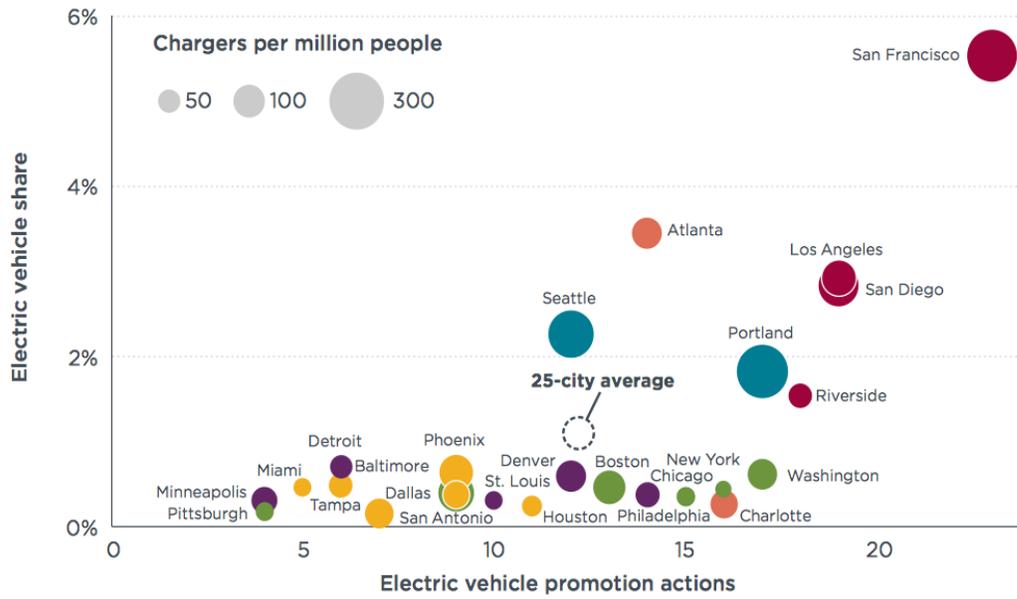
The research reveals several key findings that could be helpful in understanding electric vehicle policy actions and deployment patterns. Across these 25 cities, there was an average of a dozen electric vehicle promotion activities, and plug-in electric vehicles accounted for 1.1% of new automobiles in 2014, which is about 40% greater than the nationwide electric vehicle share. The seven cities with the highest electric vehicle share in 2014 — San Francisco, Atlanta, Los Angeles, San Diego, Seattle, Portland, and riverside—had 2 to 7 times the average US electric vehicle share. **The top electric-vehicle adoption cities tended to have some combination of more electric vehicle promotion action, greater charging infrastructure per capita, greater consumer incentives, and greater model availability.** Along with highlighting the leaders, this analysis also helps identify gaps in the promotion actions across various cities. For example, cities like New York have adopted many promotion actions and have high electric vehicle model availability, but have less charging infrastructure and state subsidies; on the other hand, cities like Denver have high incentives but low model availability. Many cities' electric vehicle markets appear to be held back by limited electric vehicle model availability.

Among the seven leading electric vehicle-deployment cities, five are in states that have adopted California's Zero emission Vehicle program, and six have attractive consumer incentives. Manufacturers are targeting these markets and making more electric vehicles more readily available, and electric vehicle sales are up as a result.

---

<sup>5</sup> Source : <http://www.theicct.org/leading-us-city-electric-vehicle-activities>

LEADING ELECTRIC VEHICLE PROMOTION ACTIVITIES IN U.S. CITIES



**Figure 14.** Electric vehicle model availability, monetized policy benefit, and new electric vehicle shares in the 25 most populous U.S. metropolitan areas

As shown in the upper-right quadrant, the four California cities have substantially greater electric vehicle model availability and greater consumer policy benefits than the average. Cities in the upper-left quadrant have high model availability but offer relatively few consumer policy incentives. Cities in the lower-right quadrant, including Atlanta, Chicago, and Denver, experienced relatively low model availability. The cities in the lower-left quadrant have low model availability and low consumer policy incentives.

