



ENERGY STAR® au Canada Rapport annuel 2011-2012



Also available in English under the title:

Energy Star in Canada Annual Report 2011–2012

Le contenu de cette publication ou de ce produit peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins personnelles ou publiques, mais non commerciales, sans frais ni autre permission, à moins d'avis contraire.

Nous vous prions :

- de faire preuve de diligence raisonnable en assurant l'exactitude du matériel reproduit;
- d'indiquer le titre complet du matériel reproduit et le nom de l'organisation qui en est l'auteur;
- d'indiquer que la reproduction est une copie d'un document officiel publié par le gouvernement du Canada et que la reproduction n'a pas été faite en association avec le gouvernement du Canada ni avec l'appui de celui-ci.

La reproduction et la distribution à des fins commerciales sont interdites, sauf avec la permission écrite de l'administrateur des droits d'auteur de la Couronne du gouvernement du Canada, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC). Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec TPSGC au 613-996-6886 ou à droitdauteur.copyright@tpsgc-pwgsc.gc.ca.

N° de catalogue : M141-23/2012F-PDF

ISSN 2291-5184

© Sa Majesté la Reine du chef de Canada, 2013

Table des matières



ENERGY STAR au Canada : un succès éclatant!	1
L'engagement du symbole ENERGY STAR	2
Mission d' ENERGY STAR : faire évoluer le marché	3
Étapes importantes d' ENERGY STAR	4
ENERGY STAR au Canada : activités en 2011-2012	6
Spécifications techniques ENERGY STAR : mise à jour	10
Résultats d' ENERGY STAR	11
Lauréats des prix ENERGY STAR pour la transformation du marché	13
Témoignages à propos d' ENERGY STAR	16
Produits homologués ENERGY STAR au Canada	18

ENERGY STAR au Canada : un succès éclatant!



En un peu plus de 10 ans, le symbole ENERGY STAR est devenu une icône pour les consommateurs au Canada. Son étoile représentative est bien connue des Canadiens, qui la respectent en tant que marque de haute efficacité énergétique.

La publication de ce premier *Rapport annuel sur ENERGY STAR au Canada* salue cette réalisation et les centaines de participants officiels qui ont permis de former ce partenariat avec l'industrie et le gouvernement, et qui poursuivent cet engagement. C'est l'histoire d'une réussite de la transformation de la façon d'utiliser l'énergie au Canada.

Le Canada a adopté ENERGY STAR en 2001 en tant que partenaire international de cette initiative volontaire dirigée par l'Environmental Protection Agency (EPA) des États-Unis. Aujourd'hui, les Canadiens achètent des millions de produits

homologués ENERGY STAR chaque année dans une grande variété de catégories allant des laveuses, des générateurs d'air chaud et des téléviseurs, aux ampoules, aux ordinateurs et aux ventilateurs de plafond. Depuis 2005, les Canadiens peuvent aussi choisir des maisons homologuées ENERGY STAR qui sont conçues et construites de manière à atteindre un rendement énergétique maximal.

Non seulement ces maisons et ces produits à haut rendement énergétique contribuent-ils au bien-être des Canadiens et leur permettent-ils de réaliser des économies, mais ils génèrent aussi des économies d'énergie importantes à l'échelle nationale et permettent-ils d'éviter des émissions de gaz à effet de serre au Canada.

Le présent rapport permet de jeter un regard sur l'histoire d'ENERGY STAR au Canada par l'entremise de nos activités et réalisations en 2011-2012.



L'engagement du symbole ENERGY STAR



Pour afficher le symbole ou l'étiquette d'ENERGY STAR :

- ✓ Le produit ou la maison doit respecter les spécifications techniques ENERGY STAR ou les surpasser.
- ✓ Le rendement énergétique doit être vérifié par un essai effectué par un tiers, un organisme de certification ou un conseiller en efficacité énergétique pour les maisons approuvé par Ressources naturelles Canada (RNCan).
- ✓ Le produit est fabriqué, ou la maison est construite, par un participant à l'initiative ENERGY STAR au Canada.

La présence du symbole ENERGY STAR indique aux Canadiens qu'il s'agit d'un produit ou d'une maison neuve à haut rendement énergétique. Généralement, un produit homologué ENERGY STAR se classe parmi les 15 à 30 p. 100 des produits les plus éconergétiques de sa catégorie, et les maisons homologuées ENERGY STAR ont au moins un rendement énergétique 20 p. 100 supérieur à celui des maisons construites selon les codes provinciaux.

Le symbole ENERGY STAR représente pour les consommateurs la garantie d'un modèle qui consomme moins d'énergie, ce qui leur permettra de réduire leur facture d'énergie et de récupérer les coûts d'achat du produit en un temps raisonnable – et tout cela sans compromettre les autres aspects du rendement du produit ou du concept de la maison. La marque ENERGY STAR est soutenue par un réseau national d'entreprises, de constructeurs, de gouvernements, de services publics et d'organisations partenaires ENERGY STAR.



Les maisons homologuées construites par Reid's Heritage Homes, Cambridge, Ontario.

Mission d'ENERGY STAR : faire évoluer le marché



L'initiative ENERGY STAR a pour but ultime d'instaurer la haute efficacité énergétique comme nouvelle norme régulière en matière de rendement énergétique. Cette transformation du marché s'est déjà produite pour certains produits, notamment les enseignes de sortie.

L'enseigne de sortie illuminée était le seul produit d'éclairage compris dans le premier groupe de produits homologués ENERGY STAR au Canada en 2001. Pour répondre aux critères techniques d'homologation ENERGY STAR, les enseignes de sortie illuminées devaient utiliser la nouvelle technologie des diodes électroluminescentes (DEL).

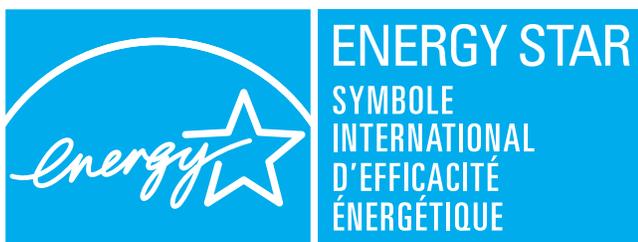
Au cours des années subséquentes, la plupart des propriétaires de bâtiments ont adopté cette technologie à haute efficacité, convaincus par les économies d'énergie annuelles de 20 \$ à 30 \$ par luminaire et par une durée de vie beaucoup plus longue. Cependant, RNCan était préoccupé par le fait que presque le tiers des nouvelles enseignes de sortie fabriquées ne respectaient toujours pas les critères ENERGY STAR.

En 2004, RNCan a établi une norme minimale de rendement énergétique pour les enseignes de sortie qui équivaut aux critères d'efficacité pour l'homologation ENERGY STAR, ce qui a achevé la transformation du marché. L'homologation ENERGY STAR pour les enseignes de sortie était suspendue. Mission accomplie.

Étapes importantes d'ENERGY STAR

2001

Le Canada se joint à l'initiative ENERGY STAR des États-Unis à titre de partenaire international. Aujourd'hui, l'Australie, l'Association européenne de libre-échange, l'Union européenne, le Japon, la Nouvelle-Zélande, la Suisse et Taïwan sont également partenaires de cette initiative.



2003

Les premiers prix de reconnaissance ENERGY STAR remis annuellement sont présentés dans huit catégories à la première rencontre des participants ENERGY STAR tenue à Ottawa.

Les fenêtres et les portes de verre coulissantes sont les premiers produits de fenestration à être admissibles à l'homologation ENERGY STAR.

La lampe fluorescente compacte (LFC), ou ampoule, une nouvelle technologie d'éclairage qui utilise jusqu'à 75 p. 100 moins d'énergie, devient un produit ENERGY STAR.



2004

RNCan coordonne une campagne à l'échelle nationale intitulée « Allume et économise » avec plus de 30 fabricants, détaillants, services publics, gouvernements et entreprises de service pour promouvoir les avantages des LFC.

Allume
et
Économise



2005

L'initiative ENERGY STAR pour les maisons neuves est mise en place. Les maisons neuves sont assujetties à une spécification technique de rendement énergétique plus rigoureuse que celle fixée par le code du bâtiment dans la région.

Les portes d'entrée et les puits de lumière peuvent obtenir l'homologation ENERGY STAR et ils complètent ainsi la catégorie de fenestration.



2007

Les jeux de lumières décoratives sont les premiers produits à DEL à être inclus dans la série des produits ENERGY STAR; il s'agit d'une nouvelle technologie qui utilise environ 70 p. 100 moins d'énergie.

Les ordinateurs évoluent si rapidement sur le plan de la technologie et de l'utilisation qu'une spécification technique plus stricte entre en vigueur pour élever le niveau des critères ENERGY STAR.

L'initiative ENERGY STAR commence à inclure l'équipement commercial de cuisine, comme les friteuses, les cuiseurs à vapeur et les armoires de conservation chauffées, ce qui élargit considérablement les catégories de produits touchant l'équipement commercial et institutionnel.



Les enseignes de sortie, les panneaux de signalisation et les transformateurs de distribution sont les premiers produits homologués ENERGY STAR à être retirés de la liste, car l'ensemble du marché pour ces produits devient un marché de haute efficacité.

2009

L'Université Dalhousie à Halifax est la première université au Canada à devenir un participant ENERGY STAR.

2010

L'homologation ENERGY STAR pour l'éclairage à DEL s'élargit pour inclure tous les produits d'éclairage à DEL servant aux utilisations résidentielles. Les lampes DEL intégrées, utilisées surtout à l'extérieur, sont également acceptées.



2011

ENERGY STAR au Canada célèbre son 10^e anniversaire et lance un projet pilote pour la nouvelle désignation ENERGY STAR les plus éconergétiques en collaboration avec l'EPA des États-Unis.

2012

Le prix ENERGY STAR pour la transformation du marché pour un constructeur de maisons neuves est remis pour la première fois.



ENERGY STAR au Canada : activités en 2011-2012

Projet pilote pour la nouvelle marque ENERGY STAR les plus éconergétiques



RNCan a dirigé un projet pilote pour la marque ENERGY STAR les plus éconergétiques en 2011-2012 dans le cadre de l'engagement du Canada à harmoniser ses processus à ceux d'ENERGY STAR des États-Unis. La désignation ENERGY STAR les plus éconergétiques aide les consommateurs à repérer facilement les nouveaux produits les plus éconergétiques et favorise ainsi l'adoption rapide de ces produits de première qualité offerts sur le marché. Chaque année, ENERGY STAR les plus éconergétiques établit de nouveaux critères pour des catégories particulières de produits, ou en revisite les critères existants. En 2012, nous retrouvons au nombre de ces catégories les laveuses, les réfrigérateurs-congérateurs, les téléviseurs, les climatiseurs centraux, les thermopompes à air, les chaudières et les pompes géothermiques. Ce projet deviendra une norme pour les produits ENERGY STAR offerts au Canada en 2013.

ENERGY STAR pour les maisons neuves

La nouvelle norme ENERGY STAR pour les maisons neuves est entrée en vigueur au Canada le 1^{er} décembre 2012, après une consultation des intervenants de l'industrie. Selon cette norme, les maisons neuves homologuées ENERGY STAR

doivent fournir un rendement énergétique 20 p. 100 supérieur à celui des maisons neuves construites selon les codes du bâtiment provinciaux.

Pour normaliser et simplifier le processus d'homologation, RNCan a mis en place un système en ligne permettant de vérifier la conformité de chaque maison neuve à cette nouvelle norme. Les *Tableaux pour calculer la résistance thermique réelle des ensembles opaques* de la norme figureront dans la mise à jour provisoire de 2012 du Code national du bâtiment de 2010, afin de fournir d'autres choix aux constructeurs.

En 2012, l'initiative ENERGY STAR pour les maisons neuves a continué d'attirer les constructeurs participants qui reconnaissent l'avantage commercial du symbole ENERGY STAR pour leur entreprise, avec plus de 30 000 maisons neuves admissibles à porter l'étiquette ENERGY STAR. Plus de 1 000 constructeurs participent à cette initiative. En 2012, afin de souligner ce changement dans le marché, un nouveau prix ENERGY STAR pour la transformation du marché a été ajouté pour reconnaître l'excellence chez les constructeurs de maisons.



Une maison homologuée construite par Reid's Heritage Homes, Guelph, Ontario.

Le jumelage de participants donne d'excellents résultats

La collaboration est la caractéristique principale et le point fort de l'initiative ENERGY STAR. Les participants font régulièrement équipe pour mener des campagnes et des projets collectifs qui donnent des résultats. Voici des histoires de réussite qui ont eu lieu en 2011-2012.



- La société **Hydro-Québec** et 11 détaillants partenaires au Québec, représentant 80 p. 100 du marché, ont fait la promotion de téléviseurs homologués ENERGY STAR dans plus de 450 magasins de détail. Près de 60 p. 100 des acheteurs de téléviseur ayant vu la campagne de promotion ont dit qu'elle avait influencé leur décision d'achat.
- Dans une activité de promotion « Double Up », l'entreprise **Samsung Electronics Canada** égalait le rabais offert par la société **BC Hydro** pour les appareils homologués ENERGY STAR. Cette campagne dynamique a permis de quintupler les ventes de la compagnie Samsung pour le mois et a permis aux clients de BC Hydro d'économiser 750 000 kilowattheures (kWh) d'électricité dans une année.
- La société **Home Depot** s'est unie à l'entreprise **Philips Lighting** et à plusieurs services publics dans une campagne très réussie visant à promouvoir les ampoules à DEL. La chaîne de magasins à grande surface a lancé sur le marché canadien en mars 2011 la première ampoule à DEL homologuée ENERGY STAR, et elle offre le plus grand choix d'ampoules à DEL sur le marché.
- L'organisme **C3** (anciennement Climate Change Central) de l'Alberta s'est associé à l'initiative AIR MILES® for Social Change à titre de partenaire, afin de pouvoir offrir des points AIR MILES comme mesure incitative en faveur de l'engagement des consommateurs dans ses projets et ses programmes faisant la promotion d'ENERGY STAR, l'un des moyens les plus simples pour améliorer l'efficacité énergétique.



Paver la voie pour l'élimination progressive des ampoules inefficaces

La campagne musclée visant à promouvoir les lampes fluorescentes compactes (LFC) et les technologies à DEL homologuées ENERGY STAR s'est poursuivie sous forme de diverses activités dynamiques organisées par les participants l'année dernière. L'entreprise Sears Canada a cessé de réapprovisionner ses magasins en ampoules incandescentes et halogènes et de les utiliser pour l'éclairage dans ses locaux. La société Hydro-Québec a offert des rabais pouvant atteindre 25 \$ pour les LFC homologuées et des réductions de 15 \$ pour les luminaires homologués. L'entreprise FortisBC Inc. a offert des rabais de 30 p. 100 sur le prix des DEL et de 50 p. 100 sur celui des LFC. L'organisme Toronto Community Housing a installé près de 44 000 LFC homologuées dans ses immeubles.

L'image positive du symbole ENERGY STAR – ainsi que les activités de promotion de l'industrie et les rabais offerts par les services publics – ont joué un rôle important dans les activités visant à attirer les consommateurs et à les sensibiliser aux dernières technologies dans le domaine des ampoules. Également, l'influence de cette image a permis de paver la voie pour la prise des règlements visant à éliminer progressivement les ampoules ordinaires à incandescence de forme A, à culot à vis moyen, à compter de 2014.



Agrément des installateurs de produits de fenestration dans les constructions

L'installation peut être le maillon faible du fenêtrage éconergétique. L'installation adéquate des fenêtres, des portes et des puits de lumière constitue la seule façon de garantir les économies d'énergie qu'assurent les produits homologués ENERGY STAR.

RNCan travaille avec l'Association canadienne de normalisation (CSA) pour établir un programme d'agrément pour les installateurs de produits de fenestration homologués ENERGY STAR. La CSA administre déjà un programme général d'agrément pour le métier de technicien en installation de produits de fenestration de niveau 1 (FIT-1). Dans le cadre de ce programme, un registre des techniciens qualifiés est mis à jour et des réévaluations périodiques sont effectuées de façon à veiller à ce que les techniciens demeurent au fait des perfectionnements et des changements techniques dans l'industrie. RNCan contribue à l'élaboration de la documentation de formation qui aide les installateurs à se préparer à l'examen.

Présentation de technologies

Cette année, RNCan s'est inspiré d'une présentation antérieure sur les technologies des feux de circulation à DEL en place à Winnipeg. RNCan appuie la mise en œuvre d'un outil servant à l'évaluation de l'éclairage des rues qui est créé et géré par l'initiative internationale Super-efficient Equipment and Appliance Deployment (SEAD). Il s'agit d'une calculatrice gratuite qui peut aider les acheteurs à faire des choix permettant de réduire de jusqu'à 50 p.100 les coûts de l'énergie liés à l'éclairage des rues ou des sentiers. La contribution du Canada était de faire en sorte que cet outil soit utile pour les municipalités canadiennes et que ses consignes d'application soient bilingues afin que tous les Canadiens puissent l'utiliser.

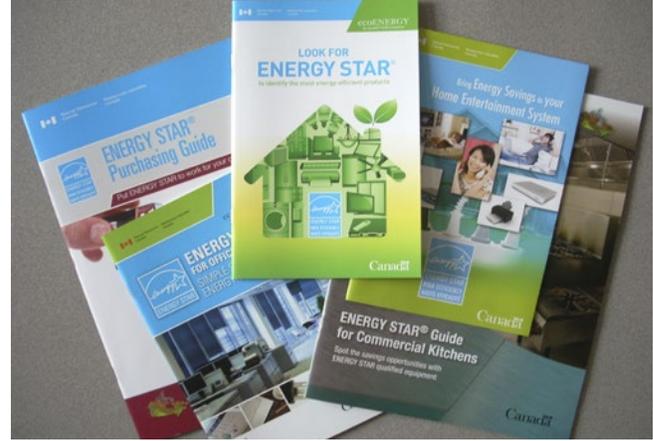
RNCan prêche aussi par l'exemple. Dans le cadre de son initiative Défi carbone, le Ministère a organisé une *Vitrine sur l'éclairage à DEL des aires de travail*. Ce projet permettra d'établir une base de référence pour les produits d'éclairage des aires de travail utilisés de nos jours par les employés et de tester différentes nouvelles technologies d'éclairage à DEL pour les aires de travail, comme les lampes de bureau et les lampes pour l'éclairage sous les armoires homologuées ENERGY STAR. Les analyses des économies d'énergie et d'argent qui en découlent serviront à l'élaboration de recommandations sur les pratiques d'achats du gouvernement.



Accroître la sensibilisation et enrichir les connaissances

Bon nombre de participants ENERGY STAR s'emploient à fournir de la formation aux détaillants, aux entrepreneurs et au personnel de la vente. Par exemple, en 2012, le fabricant All Weather Windows a reçu plus de 200 marchands et entrepreneurs pour sa présentation « All Weather Windows University » afin d'expliquer en quoi consiste l'initiative ENERGY STAR.

Des dépliants distribués à 11 millions de ménages chaque semaine et le symbole ENERGY STAR imprimé à plus de 3 milliards de fois dans une année



font connaître ce symbole aux Canadiens. De plus, les participants tiennent les consommateurs informés au moyen de sites Web, de blogues et de médias sociaux. Cette année, la société Whirlpool a utilisé l'application Facebook pour son Grand défi vert afin de permettre aux Canadiens de s'exprimer directement sur les façons d'économiser l'énergie.

Le groupe responsable d'ENERGY STAR à l'Office de l'efficacité énergétique favorise les communications et l'échange de connaissances avec les participants à l'initiative et le public, et ce, de plusieurs façons, notamment au moyen d'un bulletin électronique, de communiqués, du site Web ENERGY STAR et de publications connexes. En 2011-2012, nous avons publié neuf documents principaux, y compris un guide pour les cuisines commerciales et une brochure sur les économies d'énergie pour les systèmes de divertissement au foyer.

Préserver l'intégrité de la marque ENERGY STAR

La marque ENERGY STAR est un atout précieux. RNCan protège l'intégrité de ce symbole à l'aide d'un ensemble de moyens. Les participants concluent des ententes de partenariat en bonne et due forme selon lesquelles ils s'engagent à utiliser de façon adéquate et uniforme sur le marché le nom et les marques de commerce ENERGY STAR, et ce, conformément aux plus récentes lignes directrices. Ils ont aussi accès à la documentation approuvée de formation et de marketing ENERGY STAR, disponible dans la section réservée aux participants sur le site Web d'ENERGY STAR. RNCan répond à toutes les préoccupations relatives à la marque ENERGY STAR, qu'il s'agisse de l'étiquetage, de l'homologation ou de la conformité des produits qui existent sur le marché canadien.

Spécifications techniques

ENERGY STAR : mise à jour

Les spécifications techniques pour l'homologation ENERGY STAR suivent l'évolution du marché. Le fait de contribuer à la formulation des nouvelles spécifications et à la révision des spécifications établies par l'EPA aux États-Unis constitue une activité importante de l'initiative ENERGY STAR et de ses participants.

En 2011-2012, huit nouvelles versions de spécifications, ou mises à jour, sont entrées en vigueur pour ces types d'appareils :

- générateurs d'air chaud à gaz résidentiels
- déshumidificateurs
- lave-vaisselle (volet 1*)
- lave-vaisselle commerciaux
- machines à glaçons commerciales
- distributeurs automatiques
- laveuses-sécheuses
- systèmes d'alimentation sans interruption

Entre-temps, de nouvelles spécifications ou des mises à jour, ou les deux, en étaient à l'étape de rédaction pour ces 17 autres produits :

- ampoules
- lave-vaisselle (volet 2*)
- réfrigérateurs et congélateurs
- laveuses commerciales
- fours commerciaux
- décodeurs (décodeurs pour signaux de câbles)
- produits audiovisuels
- téléviseurs
- ordinateurs
- serveurs d'entreprise
- mémoires pour centre de données
- chargeurs de batteries
- chauffe-eau résidentiels
- écrans d'affichage pour matériel de bureau
- appareils de traitement d'images
- petits appareils de réseautage
- gros appareils de réseautage



Une norme ENERGY STAR pour les maisons neuves a également été établie en vue de simplifier et de normaliser les exigences auxquelles les constructeurs participants doivent se soumettre au Canada. Depuis décembre 2012, la norme comprend les mesures suivantes en matière d'efficacité énergétique :

- un objectif selon lequel le rendement énergétique d'une maison doit être supérieur de 20 p. 100 à celui d'une maison construite selon le code local;
- des exigences minimales en matière d'isolation et d'étanchéité à l'air;
- des ventilateurs-récupérateurs de chaleur et ventilateurs-récupérateurs d'énergie dans chaque maison;
- des exigences relatives à l'étanchéisation des conduits;
- des économies d'électricité obligatoires de 400 kWh par année.

** Le volet 1 et le volet 2 désignent les niveaux de rendement superéconergétique d'ENERGY STAR recommandés par la Super Efficient Home Appliances Initiative (SEHA) du Consortium for Energy Efficiency, une organisation nord-américaine sans but lucratif dont plusieurs services publics et organismes publics canadiens font partie.*

Résultats d'ENERGY STAR

Le Canada a adopté ENERGY STAR en 2001. Dans une période de temps relativement brève, cette initiative a donné des résultats impressionnants pour les Canadiens. Ces résultats ont influencé de manière durable et soutenue nos choix au sujet des produits écoénergétiques.

- En 2010, 71 p. 100 des Canadiens reconnaissaient le symbole ENERGY STAR, comparativement à 13 p. 100 en 2001.
- En 2012, l'initiative ENERGY STAR couvrait plus de 50 types de produit, comparativement à 23 types de produit au moment du lancement de l'initiative au Canada.
- Le taux de pénétration du marché pour les produits homologués ENERGY STAR, qui était pratiquement inexistant en 1999, a progressé à 53 p. 100 pour les réfrigérateurs, à 69 p. 100 pour les laveuses et à 90 p. 100 pour les lave-vaisselle en 2009.
- Les produits homologués ENERGY STAR ont fait des gains majeurs en matière d'efficacité énergétique depuis 2001. Par exemple, parmi les appareils ménagers, l'efficacité énergétique moyenne des modèles homologués ENERGY STAR en 2010 s'est améliorée de 16 p. 100 pour les réfrigérateurs, de 42 p. 100 pour les lave-vaisselle et de 51 p. 100 pour les laveuses.
- En 2011 seulement, les produits homologués ENERGY STAR ont permis des économies d'énergie de 3,4 pétajoules (PJ) – ce qui équivaut à retirer 66 000 automobiles de la circulation pour l'année.

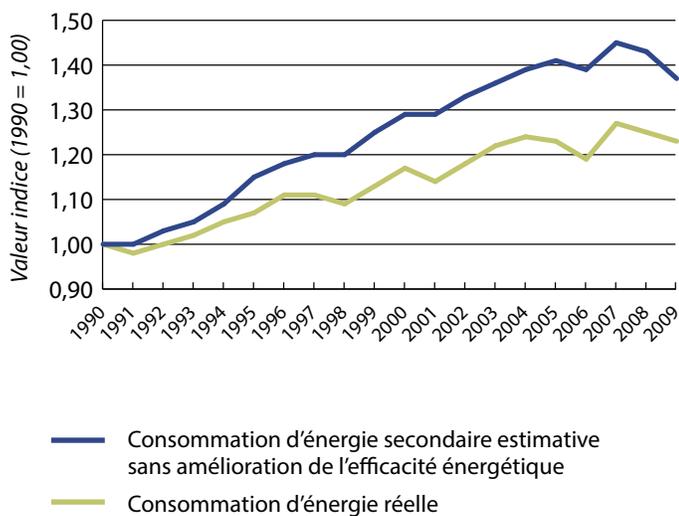
- Trente mille maisons homologuées ENERGY STAR ont été construites au Canada depuis le début de cette initiative en 2005.
- Le 30 septembre 2012, 1 000 fabricants, détaillants, services publics et organismes de promotion des droits avaient déjà adhéré à ENERGY STAR au Canada à titre de participants. En ce qui a trait à ENERGY STAR pour les maisons neuves, on compte 1 140 participants de plus.



La transformation de la façon d'utiliser l'énergie au Canada.



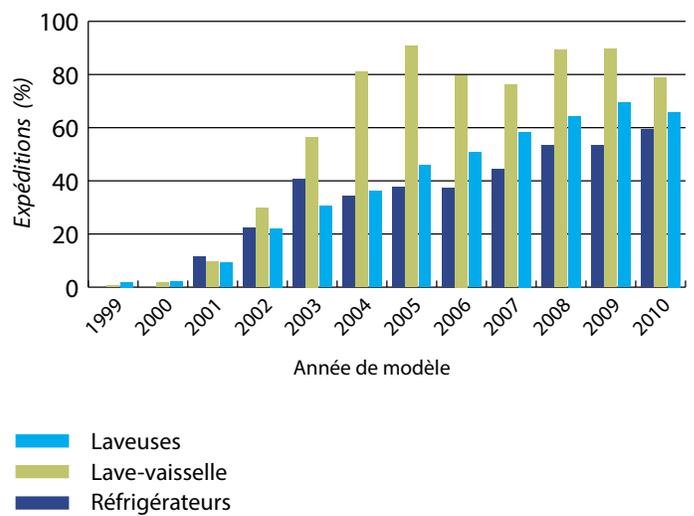
Consommation d'énergie secondaire, réelle et sans amélioration de l'efficacité énergétique, de 1990 à 2009



Source : oeo.rncan.gc.ca/organisme/statistiques/bnce/apd/analyse_ca.cfm?attr=0

Améliorations de l'efficacité énergétique au Canada qui ont généré des économies d'énergie de 1 560,4 PJ en 2009.

Répartition des expéditions d'appareils ménagers homologués ENERGY STAR, de 1999 à 2010



Source : Consommation d'énergie des gros appareils ménagers expédiés au Canada – Tendances pour 1990 à 2010

En 10 ans seulement, les appareils ménagers homologués ENERGY STAR en sont venus à représenter plus de la moitié du marché canadien dans cette catégorie.

Lauréats des prix **ENERGY STAR** pour la transformation du marché

Tous les participants ENERGY STAR méritent d'être reconnus pour leur défense des principes d'efficacité énergétique et leur volonté de faire évoluer le marché. Chaque année, nous soulignons l'excellence d'une sélection de quelques participants à la remise annuelle des prix ENERGY STAR pour la transformation du marché. Voici les lauréats de 2012! Pour voir le profil complet de chaque lauréat, visitez le site Web d'ENERGY STAR.



Participant de l'année – Maisons neuves (nouvelle catégorie)

Reid's Heritage Homes

La société Reid's Heritage Homes a apposé le symbole ENERGY STAR de bienvenue sur la porte d'entrée de plus de 2 000 maisons homologuées a apposé le symbole ENERGY STAR dans le Sud-Ouest de l'Ontario.



Fabricant de l'année

Whirlpool Canada LP

Lauréat pour la septième fois en 10 ans, la société Whirlpool fabrique et commercialise plus de 470 gros appareils ménagers homologués ENERGY STAR pour les marchés américain et canadien, c'est-à-dire plus que tout autre fabricant d'appareils ménagers.



Fabricant de l'année : Fenêtres, portes et puits de lumière

JELD-WEN du Canada Itée

En 2011, l'entreprise JELD-WEN a vendu plus de 700 000 produits homologués ENERGY STAR au Canada, ce qui représente 90 p. 100 de tous les produits distribués par ses cinq usines canadiennes.



Fabricant de l'année : Produits commerciaux

HABCO Beverage Systems Inc.

Fabricant de produits de réfrigération novateurs à usage commercial – dont les produits Cassette®, Free'n'Clear®, HybriCold™ – la société HABCO compte 77 p. 100 de produits homologués ENERGY STAR et elle vise l'homologation de tous ses produits.



Détaillant de l'année

Sears Canada Inc.

La société Sears fait la promotion de la marque ENERGY STAR à l'intérieur et à l'extérieur de ses locaux. Elle achète du matériel de bureau et des lumières à DEL homologuées pour ses magasins et elle a imprimé le symbole ENERGY STAR plus de 3 milliards de fois dans ses brochures publicitaires et 500 millions de fois dans ses catalogues.



Service public de l'année : Scène régionale

FortisBC™

Dans le cadre de ses programmes PowerSense et avec la collaboration des fabricants et des détaillants, des rabais ont été offerts aux consommateurs sur plusieurs produits homologués ENERGY STAR, depuis les laveuses aux portes-fenêtres coulissantes. Ce genre de partenariat renforce la marque ENERGY STAR.



Service public de l'année : Scène provinciale Campagne promotionnelle de l'année

Hydro-Québec

Ce double lauréat s'est emparé de 80 p. 100 du marché grâce à son activité de promotion en 2011 des téléviseurs homologués ENERGY STAR qui a influencé 60 p. 100 des acheteurs. Il a également fait une campagne novatrice pour promouvoir l'excellente qualité de l'éclairage des LFC homologuées ENERGY STAR et s'est adressé en particulier aux consommatrices au moyen de magazines de vie moderne. Il a offert aux lectrices des bons de réduction et a effectué 130 000 remboursements pour les LFC et 110 000 pour les luminaires – ce qui représente une hausse de 65 p. 100 par rapport à l'an dernier.



Participant de l'année

All Weather Windows Ltd.

Cette entreprise, qui souscrit aux normes ENERGY STAR à part entière, intègre l'efficacité énergétique dans tous les aspects de ses activités, depuis la conception jusqu'à l'installation du produit – et 95 p. 100 de ses produits sont homologués ENERGY STAR.



Promoteur de l'année : Produits multiples

Toronto Community Housing Corporation

Le remplacement de 332 climatiseurs de type fenêtre inefficaces par des appareils homologués ENERGY STAR a permis aux locataires à faible revenu d'économiser près de 14 000 \$ en coûts d'énergie en 2011. L'organisme Toronto Community Housing a également installé 44 000 LFC homologués ENERGY STAR dans 35 immeubles.

Toronto Community Housing



Promoteur de l'année : Produit particulier

Vinyl Window Designs Ltd.

Pour cette entreprise, son programme de marketing axé sur les marchands témoigne de sa philosophie selon laquelle le plus tôt qu'un consommateur éventuel est exposé au concept ENERGY STAR, le plus de chances il y a qu'il intègre l'information sur ses avantages.



Initiative de collaboration de l'année

Samsung Electronics Canada Inc.

Dans le cadre d'un partenariat unique et fructueux avec la société BC Hydro, des rabais sur les appareils ménagers Samsung ont permis aux consommateurs d'économiser de l'argent à l'achat et de réduire la consommation annuelle d'énergie de plus de 175 000 kWh.



La constance dans l'excellence

The Home Depot Canada

En plus du matériel promotionnel habituel comme les affiches, les dépliants, les brochures et les annonces publicitaires, ce détaillant en rénovation domiciliaire a adhéré en 2011 aux médias sociaux en utilisant les plateformes Facebook et Twitter pour faire la promotion des produits homologués ENERGY STAR.



Témoignages à propos d'ENERGY STAR



« Le fait d'appuyer nos programmes d'efficacité énergétique sur les forces et la fiabilité d'ENERGY STAR a ajouté une grande valeur à nos programmes, a mis à contribution la portée et les objectifs du programme tout en augmentant favorablement la pénétration de la marque ENERGY STAR sur le marché et la sensibilisation à ces produits, et a permis de transformer le marché de la Saskatchewan. En encourageant l'utilisation d'équipement homologué ENERGY STAR et l'adoption des normes ENERGY STAR pour les maisons neuves, nous avons aidé les propriétaires de maison et les entreprises de la Saskatchewan à réduire leur consommation d'énergie, à accroître la compétitivité et à faire des choix plus sains et davantage axés sur le confort tout en contribuant à assainir l'environnement pour tous. »

Jacquie Kerr, directrice administrative, Solutions pour les entreprises et les clients



« Fournir des produits novateurs et efficaces est crucial pour les affaires de Whirlpool Corporation. Notre collaboration avec ENERGY STAR Canada nous aide énormément à fournir des produits de qualité supérieure qu'exigent les consommateurs et à communiquer leurs avantages de façon claire et efficace. »

Warrington Ellacott, cadre supérieur, relations gouvernementales, région de l'Amérique du Nord



« Conglom Inc. est un fier participant ENERGY STAR, car son logo bien connu garantit la qualité d'un produit. Il ajoute de la valeur à notre gamme complète d'ampoules à DEL et de lampes fluorescentes compactes Luminus™ en faisant de ces produits les plus vendus au Canada. »

Tasso Kostelidis, président



« Aucun autre programme n'a eu autant d'effet sur l'industrie de la construction de maisons à si brève échéance qu'ENERGY STAR pour les maisons neuves. Ce programme sert de fondement à d'autres initiatives de transformation du marché de l'habitation en Ontario, comme la nôtre, et nous fait progresser dans notre mission visant à rendre les maisons de l'Ontario les plus éconergétiques et durables au monde. »

Pauline Lip, directrice de programme



« La promotion du programme ENERGY STAR nous aide à commercialiser nos produits de haut rendement énergétique et nous permet d'offrir des produits à valeur ajoutée aux consommateurs exigeants. ENERGY STAR est synonyme de qualité et nous permet de nous établir en tant que leaders dans l'industrie. L'homologation par un tiers assure une fiabilité accrue de nos produits auprès de nos clients, nos constructeurs et nos marchands. »

Lisa Bergeron, gestionnaire des relations gouvernementales, JELD-WEN du Canada



« Heating, Refrigeration and Air Conditioning Institute of Canada (HRAI) est un participant du programme ENERGY STAR depuis 2002. HRAI travaille en partenariat avec RNCAN pour promouvoir ENERGY STAR, car ce programme aide les consommateurs à prendre des décisions respectueuses de l'environnement et éclairées en matière d'économie d'énergie lors de l'achat d'appareils de chauffage et de climatisation pour leur maison. »

Warren Heeley, président, HRAI



« Depuis les huit dernières années, nous collaborons de façon réussie avec RNCAN pour améliorer l'efficacité énergétique dans notre ensemble résidentiel de grande surface à la Toronto Community Housing. Le symbole ENERGY STAR et les produits homologués ENERGY STAR nous guident de façon importante dans nos efforts pour atteindre nos objectifs en matière de gestion de l'énergie et de durabilité. »

Philip Jeung, directeur, Smart Buildings and Energy Management, Toronto Community Housing Corporation

Toronto Community Housing



« Dalhousie est fière d'être la première université au Canada à devenir un participant ENERGY STAR. Nous avons travaillé sur de nombreux projets visant à promouvoir les achats ENERGY STAR et à sensibiliser les étudiants et le personnel à cette norme. Merci à ENERGY STAR Canada d'avoir ouvert la voie! »

Rochelle Owen, directrice – Office of Sustainability, Université Dalhousie



Pour de plus amples renseignements sur les avantages de devenir un participant ENERGY STAR, visitez notre site Web à energystar.rncan.gc.ca

Produits homologués **ENERGY STAR** au Canada

Gros électroménagers

Laveuses, déshumidificateurs, lave-vaisselle, réfrigérateurs, congélateurs, purificateurs d'air ambiant, refroidisseurs d'eau.



Systèmes de chauffage, de climatisation et de ventilation

Climatiseurs centraux et individuels, générateurs d'air chaud résidentiels (gaz, propane et mazout), chaudières résidentielles (mazout et gaz), thermopompes (à air et géothermiques), ventilateurs, ventilateurs de plafond, ventilateurs-récupérateurs de chaleur, ventilateurs-récupérateurs d'énergie, chauffe-eau.



Éclairage

Luminaires, lampes fluorescentes compactes (LFC), jeux de lumières décoratives, luminaires à diode électroluminescente (DEL), ampoules à DEL.



Fenêtres et portes

Fenêtres, portes de verre coulissantes, portes d'entrée, tiercés vitrés, traverses, puits de lumière (installés dans des immeubles de trois étages ou moins et à des fins résidentielles ou pour un usage commercial léger).



Appareils électroniques

Téléviseurs, décodeurs, matériel audio résidentiel et DVD, chargeurs de batteries, fournisseurs de services de télécommunication, de câble et de satellite. (Les blocs d'alimentation externes et les adaptateurs ne sont pas compris dans l'initiative ENERGY STAR au Canada.)



Matériel de bureau

Ordinateurs, serveurs d'ordinateur, écrans d'affichage, appareils de traitement d'images (p. ex., photocopieurs, imprimantes, télécopieurs, scanners).



Produits commerciaux

Laveuses, lave-vaisselle, équipement de cuisson (fours, friteuses, plaques chauffantes, cuiseurs à vapeur, armoires de conservation chauffées), machines à glaçons, réfrigérateurs et congélateurs à porte pleine, distributrices automatiques de boissons réfrigérées remises à neuf.



Le symbole **ENERGY STAR**[®]
peut paraître sous différentes formes :



energystar.rncan.gc.ca

Office de l'efficacité énergétique de Ressources naturelles Canada
*Engager les Canadiens sur la voie de l'efficacité énergétique à la maison,
au travail et sur la route*