

## RÉPARTITION DES VENTES



**Répartition des ventes par type de clientèle**

Clientèle	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Transit (MW)</b>					
Charge locale <sup>1</sup>	32 780	35 460	34 760	36 415	34 208
Réseau intégré	0	0	0	0	0
Point à point à long terme <sup>2</sup>	479	562	590	2 295	4 683
Point à point à court terme <sup>3</sup>	10 969 880	17 181 469	18 631 471	12 235 386	2 977 848
<b>Ventes (M\$)</b>					
Charge locale	2 483,0	2 539,7	2 528,6 <sup>4</sup>	2 575,0 <sup>4</sup>	2 651,4 <sup>4</sup>
Réseau intégré	0	0	0	0	0
Point à point à long terme	34,9	39,8	41,8 <sup>4</sup>	165,2 <sup>4</sup>	352,4 <sup>4</sup>
Point à point à court terme	92,4	146,1	161,4	102,8	25,9
<b>Nombre de clients</b>					
Charge locale	1	1	1	1	1
Réseau intégré	0	0	0	0	0
Point à point à long terme	1	2	2	3	3
Point à point à court terme	8	12	10	11	9

<sup>1</sup> MW à la pointe de la charge locale, avec pertes de transport.

<sup>2</sup> MW réservés, avec pertes de transport.

<sup>3</sup> Somme des MW horaires facturés au cours de l'année, avec pertes de transport.

<sup>4</sup> Montant des ventes excluant les montants relatifs au cavalier.