

RÉGIE DE L'ÉNERGIE
Dossier R-3541-2004

Cause tarifaire 2005-2006
d'Hydro-Québec Distribution
Les activités réglementées et non
réglementées

4

Régie de l'énergie
DOSSIER: R-3541-2004
DEPOSÉE EN AUDIENCE
Date: 14 décembre 2004
Pièces n°: SE/AQUA-7

doc. 2

Le nouveau contexte de la vente d'HydroSolution et la gestion de la transition

France Sergerie, Présidente
Corporation des entreprises en traitement de l'air et du froid (CETAF)

Témoignage rendu dans le cadre de la preuve de:
Stratégies Énergétiques (S.É.)
Association québécoise de lutte contre la pollution atmosphérique (AQLPA)

Pièce SÉ-AQLPA-7, Doc. 2 - Le 14 Décembre 2004

1

CONTEXTE

- **Croissance des programmes d'efficacité énergétique d'Hydro-Québec Distribution:**
 - Un plus grand intérêt de la clientèle, vu la croissance des prix de l'électricité.
 - Objectif d'économies d'énergie de HQD plus ambitieux (3 TWh prévus annuellement d'ici 2010).
 - Davantage de programmes, de mesures et d'équipements pour économiser l'énergie.
 - Davantage de participants prévus.

CONTEXTE

- **Croissance des programmes d'efficacité énergétique d'Hydro-Québec Distribution:**
 - Avantages environnementaux (réduction du gaspillage, réduction du besoin de recourir à des centrales de production d'électricité par combustion du gaz naturel).
 - Avantages économiques pour les clients.
 - Avantages pour l'économie du Québec et pour l'économie des régions (l'efficacité énergétique crée davantage d'emplois, mieux répartis géographiquement que la production d'électricité).

CONTEXTE

- **Croissance des programmes d'efficacité énergétique d'Hydro-Québec Distribution:**
 - Défi posé par la plus grande variété de produits et services possibles pour réduire la consommation énergétique.
 - Défi posé par le plus grand nombre de clients.

CONTEXTE

- **L'offre de produits et services doit être en mesure de satisfaire la demande en mesures d'efficacité énergétique de la clientèle, c'est-à-dire :**
 - Pouvoir servir le nombre plus élevé de clients.
 - Pouvoir fournir l'accès à tous les produits sur le marché.
 - Pouvoir servir les clients rapidement.
 - Pouvoir fournir un service de qualité, tant à la livraison qu'à l'entretien.
 - Pouvoir offrir les meilleurs coûts à la clientèle.

CONTEXTE

- **L'offre de produits et services doit être en mesure de satisfaire la demande en mesures d'efficacité énergétique de la clientèle:**
 - C'est essentiel pour permettre d'atteindre les objectifs ambitieux du Plan d'HQD.
 - C'est essentiel pour maintenir la crédibilité de ces mesures.

**ENJEUX POSÉS PAR LA PROXIMITÉ ENTRE
LES GESTIONNAIRES DU PGEÉ D'HQD
ET CEUX D'HYDROSOLUTION**

- HydroSolution ne couvre qu'une partie des programmes d'efficacité énergétique de HQD.
- HydroSolution n'offre qu'une partie des équipements disponibles dans ces programmes.
- HydroSolution est débordée par l'afflux de la demande (goulot d'étranglement).
- HydroSolution a des délais de plus en plus longs.
- HydroSolution n'est qu'un intermédiaire. Elle n'effectue aucune installation ni aucun entretien elle-même, mais sous-contracte. Coûts plus élevés et absence de service direct.

France Sergerio, Présidente CETAF
14 Décembre 2004

**ENJEUX POSÉS PAR LA PROXIMITÉ ENTRE
LES GESTIONNAIRES DU PGEÉ D'HQD
ET CEUX D'HYDROSOLUTION**

- Confusion du message auprès de la clientèle (entre la publicité du PGEÉ et celle d'HydroSolution).
- Conflit d'intérêt des employés chargés simultanément de gérer le PGEÉ et HydroSolution (conflit quant au choix des programmes et mesures à développer et à favoriser, quant aux équipements favorisés, quant au nombre de participants prévus, etc.).
- Conflit d'intérêt du personnel du centre d'appel 1-800-ÉNERGIE entre le PGEÉ et HydroSolution.

France Sergerio, Présidente CETAF
14 Décembre 2004

**ENJEUX POSÉS PAR LA PROXIMITÉ ENTRE
LES GESTIONNAIRES DU PGEÉ D'HQD
ET CEUX D'HYDROSOLUTION**

- Difficulté des clients de se faire référer adéquatement aux produits et services que n'offre pas HydroSolution.
- Difficulté des clients de se faire référer adéquatement aux autres fournisseurs de produits et services.
- Difficulté des clients d'obtenir des renseignements objectifs pour comparer les prix, les délais et la qualité de service.

**ENJEUX POSÉS PAR LA VENTE
D'HYDROSOLUTION PAR HQD**

- Les employés communs au PGEÉ d'HQD et à HydroSolution doivent-ils continuer de favoriser la croissance d'HydroSolution ?
 - Croissance vers de nouveaux programmes, des nouvelles mesures et de nouveaux équipements.
 - Croissance du nombre de clients.
- HQD doit-elle continuer à diffuser de la publicité d'HydroSolution (dans les enveloppes des factures via Hydro-Contact)?
- HQD doit-elle continuer de fournir ses services (exemple: ligne 1-800) pour renouveler les contrats d'entretien des clients existants d'HydroSolution?

**ENJEUX POSÉS PAR LA VENTE
D'HYDROSOLUTION PAR HQD**

- **Conflit d'intérêt des employés communs au PGEÉ d'HQD et à HydroSolution qui doivent simultanément gérer le désengagement de HQD et favoriser le maintien de la meilleure valeur marchande possible pour HydroSolution.**
- **Inquiétude quant à la qualité du service des clients actuels d'HydroSolution qui seront transférés à un futur acheteur.**
- **Inquiétude quant à l'impact d'une baisse de crédibilité du service HydroSolution sur la crédibilité du PGEÉ d'HQD.**

Franco Serrano, Président CETA
14 Décembre 2004

11

RECOMMANDATIONS

- **Que la vente d'HydroSolution se fasse le plus tôt possible.**
- **Que HQD dépose à la Régie en janvier 2005 l'échéancier prévu pour la vente.**
- **Qu'avec son échéancier, HQD dépose un plan indiquant ses intentions quant au transfert des contrats des clients existants d'HydroSolution, quant à l'information fournie aux clients à cet égard, quant aux mandats qui seront donnés aux gestionnaires communs au PGEÉ et à HydroSolution sur le développement d'HydroSolution, quant aux instructions qui seront données au personnel des centres d'appel.**

Franco Serrano, Président CETA
14 Décembre 2004

12

RECOMMANDATIONS

- La Régie devrait exiger que, dans ce Plan, HQD fasse la démonstration que:
 - Le personnel commun au PGEÉ d'HQD et à HydroSolution donnera priorité aux intérêts du PGEÉ par rapport à ceux d'HydroSolution et de l'accroissement de sa valeur.
 - Les intérêts des clients existants ne soient pas floués lors du transfert de leurs contrats par HydroSolution au futur acheteur.
 - Toute baisse de crédibilité d'HydroSolution n'affecte pas négativement la crédibilité du PGEÉ.

RECOMMANDATIONS

- Le Plan déposé à la Régie devra préciser si, dans l'intérim, HydroSolution acceptera ou non de nouveaux clients, si elle renouvellera les contrats des clients existants et quelle information leur sera alors donnée quant à la future vente d'HydroSolution :
 - Plus la vente sera rapide, moins cela pose problème à HydroSolution de refuser de nouveaux clients ou renouvellements (ce qui semble préférable).
 - L'acceptation de nouveaux clients ou de renouvellements avant la vente risque de discréditer HydroSolution (et risque d'affecter la crédibilité du PGEÉ) surtout si les clients ne sont pas informés de l'imminence de la vente.

RECOMMANDATIONS

- D'ici la vente, HQD devrait cesser de diffuser de la publicité d'HydroSolution dans les enveloppes des factures.
- D'ici la vente, les services d'HQD à HydroSolution devraient être facturés selon leur juste valeur marchande (et non selon leur coût).
- Le logo d'Hydro-Québec (utilisé par HydroSolution) et le nom « HydroSolution » ne devraient pas être vendus au futur acheteur (pour éviter de maintenir la confusion auprès des clients). Ceux-ci appartiennent à Hydro-Québec.

