

**RÉPONSES D'HYDRO-QUÉBEC DISTRIBUTION
À LA DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS NO.1
DE LA RÉGIE**

1 RÉFÉRENCE : COÛTS DE MISE EN OEUVRE DE L'OPTION TARIFAIRE RELATIVE À L'AUTOPRODUCTION

Demandes :

- 1.1** Veuillez détailler le type de commercialisation envisagée de l'option tarifaire relative à l'autoproduction et ses moyens.

Réponse:

Avant de procéder à l'élaboration du plan de commercialisation, différents éléments doivent être déterminés :

- **Le positionnement de la nouvelle option tarifaire, parmi une gamme étendue de produits commerciaux offerts aux différentes clientèles du Distributeur.**
- **La confirmation des segments de clientèle à cibler.**
- **Les objectifs quantitatifs et qualitatifs de pénétration de marché.**
- **L'identité commerciale de l'option tarifaire.**

Une fois fixés, les objectifs, stratégies et moyens de communication seront approfondis. Le cas échéant, ils pourraient être réajustés. En voici le portrait sommaire.

Premier volet – Information, notoriété

La première phase vise à faire connaître la disponibilité du produit auprès de la clientèle identifiée, à rendre accessible de la documentation pour le bénéfice de la clientèle intéressée et à lui faire valoir quel rôle le Distributeur entend jouer pour la soutenir dans ses démarches.

Le Distributeur créera aussi un guichet unique pour recevoir et traiter les demandes des clients voulant se prévaloir de l'option.

Deuxième volet – Promotion ciblée

La deuxième phase s'inscrit dans la suite logique de la première. Elle consiste à miser sur des activités de communication particulières faites auprès de la clientèle intéressée par l'autoproduction. Promotion, publicité et activités de relations publiques sont au cœur du deuxième volet.

La deuxième phase est également complémentaire à la promotion réalisée par le réseau de fabricants et de distributeurs du marché :

- Identifier les fabricants et les fournisseurs du marché québécois et canadien, les organismes gouvernementaux et les regroupements associatifs afin de leur fournir toute l'information disponible.
- Offrir des rencontres d'information et des conférences spécialisées.
- Contacter les intervenants du marché et explorer la possibilité de faire des ententes de partenariat avec eux.
- Assurer une présence à des événements spéciaux et autres foires commerciales traitant de l'autoproduction et des énergies renouvelable, et accessibles à la clientèle intéressée.
- Former une équipe pour répondre aux différentes questions concernant la nouvelle option tarifaire.

**Réponses à la demande de renseignements no. 1
de la Régie**

- 1.2** Veuillez fournir le détail des coûts de commercialisation anticipés, notamment à l'égard des moyens de promotion directe (main d'œuvre de vente, publicité directe, etc.) et indirecte (site internet, etc.).

Réponse:

| Détails des activités | Évaluation budgétaire |
|---|-----------------------|
| Dépliant d'information & pochette promotionnelle & textes génériques et promotionnels | 47 000 \$ |
| Publicité (Demie page dans HydroContact) | 15 000 \$ |
| Site Internet & formulaires et documents d'information liés à la démarche d'adhésion | 25 000 \$ |
| Documents spécialisés, fiches techniques, fiches témoignages | 45 000 \$ |
| Stands et affiches pour rencontres et conférences | 10 000 \$ |
| Publicité, publiereportages et articles éditoriaux dans des magazines spécialisés Clicks ou bannières (Internet) | 82 000 \$ |
| Frais pour événements spéciaux (résidentiel et agricole) | 60 000 \$ |
| Coûts des ressources externes | 45 000 \$ |
| Coût des ressources internes | 101 000 \$ |
| Grand total : 430 000 \$ | |

- 1.3** Veuillez préciser si les coûts de mise en œuvre de l'option tarifaire relative à l'autoproduction font partie de sa demande tarifaire 2006 ou

si des coûts additionnels sont anticipés. Veuillez alors préciser le traitement tarifaire demandé pour ces coûts additionnels.

Réponse:

Une partie des coûts sont déjà inclus dans le coût du service présenté dans le cadre de la demande tarifaire 2006. Il s'agit de la somme de 101 000 \$ se rapportant à l'utilisation de ressources humaines qui sont déjà chez le Distributeur (voir le tableau précédent). Pour la commercialisation, il reste donc, pour 2006, une somme d'environ 329 000 \$ qui n'est pas incluse dans le coût du service, et qui porte sur l'utilisation de ressources externes.

Quant aux autres dépenses à engager, soit pour le mesurage et la facturation, la situation est la suivante :

La somme de 40 000 \$ pour le développement des compteurs et celle de 6 000 \$ pour la formation du personnel chargé des relèves de compteur et de la facturation¹ se rapportent à l'utilisation de ressources du Distributeur. Il s'agit donc là de sommes incluses dans le coût du service pour 2006.

D'autre part, l'autoproduction occasionne pour le Distributeur des coûts variables, soit 300 \$-850 \$ pour le compteur, 600 \$/an pour la facturation et une somme indéterminée pour l'excédent du coût de l'inspection par rapport aux frais que l'autoprodacteur doit acquitter. Le coût total que le Distributeur devra assumer à ce chapitre pour l'année 2006 dépendra du nombre de clients qui bénéficieront de l'option en 2006. Ces coûts seront vraisemblablement peu élevés en 2006 et outre le coût de fourniture des compteurs qui varie entre 170\$ et 650\$ selon le type, il est réaliste de supposer que ces activités seront réalisées par des ressources existantes du Distributeur, compte tenu qu'elles s'inscrivent dans une phase de démarrage et que l'on ne prévoit qu'un nombre limité d'installations en 2006.

Le Distributeur demande donc la création d'un compte de frais reportés pour tous les coûts relatifs à l'option de mesurage net qui ne sont pas inclus dans le coût du service déjà présenté à la

¹ HQD-1, Document 1, p. 21-22.

Régie dans le cadre de la demande R-3579-2005, soit tous les coûts reliés à la commercialisation autres que ceux associés à la main-d'œuvre du Distributeur et ceux correspondant au coût de fourniture des compteurs.

Préambule :

Le Distributeur propose d'assumer l'ensemble des coûts de remplacement des compteurs à raison de 300 \$ à 850 \$ par compteur pour leur fourniture et leur installation.

Demande :

- 1.4 Veuillez expliquer pourquoi les coûts de fourniture et d'installation des compteurs sont assumés par la Distributeur plutôt que par l'autoproducteur.

Réponse:

Comme l'indique sa preuve, le Distributeur assume la quasi-totalité des coûts reliés à la mise en œuvre de l'option tarifaire : comptage, mesurage, facturation. À ces coûts, s'ajoutent ceux de commercialisation qui représentent à eux seuls quelque 430 000 \$. Le Distributeur considère que cette avenue est nécessaire pour faciliter le développement et la mise en place d'installations d'autoproduction d'électricité.

Cependant, en application partielle du principe d'utilisateur-payeur, le Distributeur propose que les autoproducteurs assument des frais d'inspection de leurs installations, fixés à 400 \$. Ces frais ne couvriraient vraisemblablement pas la totalité des dépenses que le Distributeur engagerait pour cette activité, mais jouent un rôle de ticket modérateur.