

**ACTIONS COMMERCIALES DESTINÉES
À LA CLIENTÈLE À FAIBLE REVENU**

Table des matières

1. CONTEXTE.....	5
2. PORTRAIT DES MÉNAGES À FAIBLE REVENU.....	7
2.1. PORTRAIT GÉNÉRAL	7
2.2. LES CLIENTS À FAIBLE REVENU ET LES COÛTS EN ÉLECTRICITÉ.....	11
2.3. LES CLIENTS À FAIBLE REVENU ET L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE	12
2.4. LES CLIENTS À FAIBLE REVENU EN DIFFICULTÉ DE PAIEMENT	13
3. PRODUITS ET SERVICES OFFERTS AUX CLIENTS À FAIBLE REVENU	15
3.1. PROGRAMMES EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE.....	16
3.2. INFORMATION À LA CLIENTÈLE.....	19
3.2.1. <i>Campagne « Avant de louer »</i>	19
3.3. SERVICES DE RECouvreMENT	20
3.3.1. <i>Non-interruption de service en hiver pour clients résidentiels</i>	21
3.3.2. <i>Ententes de paiement client à faible revenu</i>	22
3.3.3. <i>Ententes de paiement personnalisées</i>	23
3.3.4. <i>Entente particulière avec Jeunesse au soleil (Sun Youth, à Montréal)</i>	26
3.3.5. <i>Relations avec les associations de consommateurs</i>	26
3.3.6. <i>Formation des employés en recouvrement</i>	28
4. APPROCHE INTÉGRÉE DE SERVICES.....	28
4.1. ILLUSTRATION D'HARMONISATION DE SERVICES.....	28
4.2. PERSPECTIVE DE DÉVELOPPEMENT	29
ANNEXE A.....	31
PRODUITS ET SERVICES OFFERTS	31
AUX CLIENTS À FAIBLE REVENU.....	31

1. CONTEXTE

1 Au cours des dernières années, le Distributeur a mis en place plusieurs
2 nouvelles actions commerciales au bénéfice de la clientèle à faible revenu,
3 démontrant ainsi la préoccupation continue de l'entreprise vis-à-vis cette
4 clientèle.

5 Ainsi, depuis 1993, le Distributeur ne procède plus à l'interruption de service en
6 période hivernale, auprès des clients résidentiels dont le système de chauffage
7 de la résidence principale requiert l'électricité, pour des raisons de non-
8 paiement de leur facture. De même, depuis 1993, le Distributeur offre le service
9 « *Avant de louer* » qui donne des renseignements utiles sur les coûts
10 d'électricité d'un logement aux futurs occupants.

11 En 2000, le Distributeur mettait sur pied, en collaboration avec les associations
12 de consommateurs, une table de travail ayant comme but d'expérimenter des
13 approches novatrices et de proposer des services mieux adaptés à la clientèle à
14 faible revenu en recouvrement. En 2004, les membres de la table de travail ont
15 complété l'étude SEPA¹ qui analysait en profondeur la situation de cette
16 clientèle. L'étude SEPA a permis notamment l'élaboration des ententes
17 personnalisées, maintenant en phase d'implantation graduelle.

18 Dès son premier Plan global en efficacité énergétique (PGEÉ 2003-2006) en
19 2003, le Distributeur détenait dans son portefeuille, des programmes destinés
20 spécifiquement à la clientèle à faible revenu, afin de faciliter la réduction de sa
21 consommation et, par conséquent, sa facture d'électricité. À l'automne 2006, le

¹ Réalisé en 2003 et 2004, le projet SEPA (Solutions et Ententes Possibles avec les Associations de consommateurs) visait à expérimenter des ententes de paiement basées sur le concept de dollars disponibles en collaboration avec les associations de consommateurs. L'étude a permis de connaître les caractéristiques démographiques, économiques et psychosociales de la clientèle cible, de même que son comportement de consommation et de paiement de sa facture d'électricité.

1 Distributeur souhaite bonifier les programmes en place visant cette clientèle et
2 élargir son offre commerciale, notamment en intégrant des mesures plus
3 structurantes. Le Distributeur, en association avec des partenaires, des
4 organismes sociaux et des agents livreurs, mise sur une approche selon le
5 secteur d'habitation (social, communautaire et privé) afin de rejoindre le plus
6 efficacement la clientèle ciblée.

7 Dans sa stratégie énergétique du Québec 2006-2015, dévoilée en mai 2006, le
8 gouvernement du Québec appuie les préoccupations du Distributeur en regard
9 de la capacité des ménages à faible revenu à répondre à la hausse des prix de
10 l'énergie. Le gouvernement « souhaite la mise en place de certains ajustements,
11 [...], qui permettraient aux ménages à faible revenu connaissant des difficultés à
12 supporter leurs coûts d'énergie de mieux faire face à leur situation »². Parmi ces
13 ajustements s'adressant à l'ensemble des distributeurs d'énergie figurent :

- 14 • l'interdiction d'interruption de service de l'électricité auprès de clients
15 résidentiels en période hivernale ;
- 16 • le dépôt d'études sur les impacts de hausses tarifaires sur les ménages à
17 faible revenu dans le cadre des requêtes tarifaires ;
- 18 • le déploiement de projets pilotes novateurs de mesures de soutien et
19 d'aide aux ménages à faible revenu connaissant des difficultés de
20 paiement de leur facture d'énergie, projets dont le déploiement doit
21 s'inscrire dans une perspective de neutralité tarifaire à terme ;
- 22 • la convergence vers les meilleures pratiques commerciales, notamment
23 en matière de facturation, de recouvrement et de suspension
24 d'alimentation.

² Ministère des Ressources naturelles et de la Faune, *La stratégie énergétique du Québec 2006-2015, L'énergie pour construire le Québec de demain*, mai 2006, pages 97 et 98.

2. PORTRAIT DES MÉNAGES À FAIBLE REVENU

2.1. Portrait général

1 Selon Statistique Canada, un ménage est classé ménage à faible revenu³ en
2 fonction des seuils de revenu. Un seuil de faible revenu (SFR) est un seuil en
3 deçà duquel un ménage est susceptible de consacrer une part plus importante
4 de son revenu à l'alimentation, au logement et à l'habillement qu'un ménage
5 moyen. Voici quelques données sur la situation générale des ménages à faible
6 revenu au Québec :

- 7 • Selon les seuils de faible revenu (SFR) utilisés par Statistique Canada, il
8 y aurait environ 500 000 ménages à faible revenu, représentant près de
9 15 % de la population du Québec. Le seuil de faible revenu avant impôt
10 de Statistique Canada varie selon la taille du ménage (7 tailles) et la
11 région dans laquelle le ménage réside (5 régions).

³ L'Agence de l'efficacité énergétique utilise le terme « ménages à budget modeste » dans le cadre de son *programme d'efficacité énergétique chez les ménages à budget modeste de l'AEÉ*. Depuis le 21 octobre 2005, la grille en vigueur correspond aux seuils de faible revenu avant impôt établis par Statistique Canada pour 2004 pour les communautés de 500 000 habitants et plus. La grille est présentée sur le site Internet de l'AEÉ : <http://www.aee.gouv.qc.ca/habitation/menages/menages.jsp>.

1 **TABLEAU 2.1 : EXEMPLE DE SEUILS DE FAIBLE REVENU DE STATISTIQUE CANADA –**
2 **AGGLOMÉRATIONS COMPARABLES À MONTRÉAL 2005**

Nombre de personnes par ménage	Revenu avant impôt
Personne seule	20 778 \$
Deux personnes	25 867 \$
Quatre personnes	38 610 \$

3 Source : *Les seuils de faible revenu de 2005 et les mesures de faible revenu de 2004,*
4 *Statistique Canada, Cat. # 75F0002MIF, vol. 4, 2006.*

- 5 • Depuis le 1^{er} mai 2005, le salaire horaire minimum est de 7,60 \$. Une
6 personne qui travaille au salaire minimum à temps plein quarante heures
7 par semaine, gagne donc 15 808 \$ par année. La moyenne d'heures
8 travaillées par les personnes au salaire minimum s'établit plutôt autour de
9 28 heures par semaine. Les deux tiers des personnes qui travaillent au
10 salaire minimum sont des femmes.
- 11 • Le régime d'aide sociale constitue la protection sociale de dernier
12 recours à laquelle un ménage peut recourir si ses revenus sont
13 insuffisants. En 2004, environ 354 600 ménages étaient prestataires
14 d'aide sociale. La prestation varie selon un critère d'aptitude présumée
15 au travail, tel qu'illustré au tableau 2.2 :

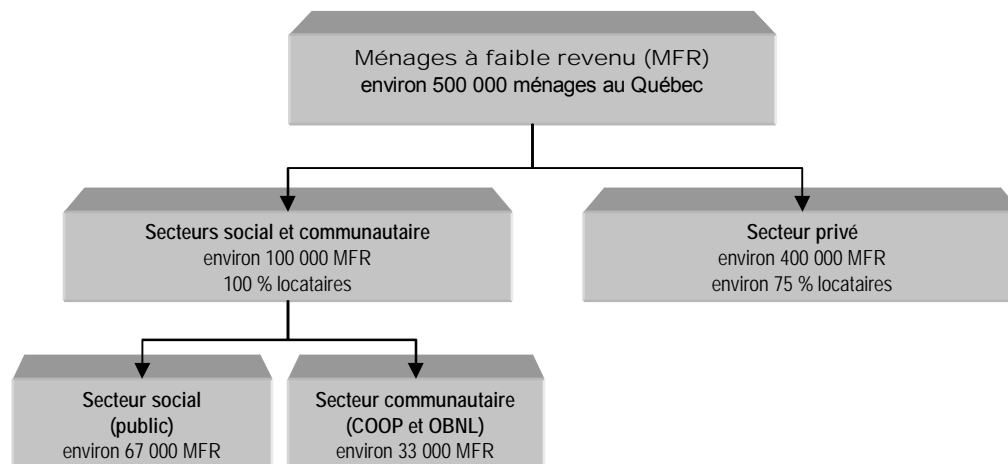
16 **TABLEAU 2.2 : MONTANT DE L'AIDE SOCIALE AU QUÉBEC EN 2005**

Critère d'aptitude au travail	Montant net mensuel	Montant net annuel
sans contraintes à l'emploi	537 \$	6 444 \$
avec contraintes temporaires à l'emploi	651 \$	7 812 \$
avec contraintes sévères à l'emploi	793 \$	9 516 \$

17

- 1 • Il y aurait environ 67 000 ménages à faible revenu résidant dans des
2 logements sociaux (ou publics)⁴ et 33 000 dans les logements
3 communautaires (logements privés à but non lucratif)⁵. Ces ménages
4 sont tous locataires. Par conséquent, environ 400 000 ménages à faible
5 revenu seraient logés dans le secteur privé et, parmi ceux-ci, 75 %
6 seraient locataires. Les ménages à faible revenu locataires seraient
7 davantage concentrés dans les régions urbaines tandis que les
8 propriétaires se retrouveraient en plus forte proportion en milieu rural.

9 **FIGURE 2.1 : MÉNAGES À FAIBLE REVENU**



10

- 11 • Les ménages à faible revenu ne bénéficient généralement pas tous des
12 programmes disponibles sur le logement. Certains bénéficient toutefois
13 du programme Allocation-logement du gouvernement du Québec. Les
14 ménages à faible revenu peuvent avoir accès à un logement social
15 abordable dont le coût du loyer est inférieur au loyer médian du marché.

⁴ Les logements sociaux (ou publics) sont généralement la propriété de la Société de gestion immobilière de la Société d'habitation du Québec (SHQ). Ces logements sont en majorité des Habitations à loyer modique (HLM). Depuis 2002, les Offices municipaux d'habitation (OMH) peuvent aussi posséder des logements abordables qui ne sont cependant pas des HLM.

⁵ Les logements à but non lucratif sont la propriété de coopératives d'habitation et d'organismes à but non lucratif (OBNL).

- 1 La construction de logements sociaux abordables est actuellement
2 subventionnée par le gouvernement du Québec, via les programmes
3 Logement abordable Québec et Accès-Logis (SHQ).

2.2. Les clients à faible revenu et les coûts en électricité

1 Les données des sondages sont souvent incomplètes ou peu fiables en ce qui
2 concerne le revenu des répondants. En effet, le revenu est une question délicate
3 à laquelle les répondants ne sont pas toujours enclins à répondre. Par ailleurs,
4 le Distributeur possède peu de données sur les revenus de ses clients⁶.

5 Afin d'évaluer l'impact de la hausse sur les clients à faible revenu⁷, le
6 Distributeur a demandé à Statistique Canada de réaliser une distribution de la
7 dépense en électricité en fonction du décile du revenu du ménage, à partir des
8 données de 2003 relatives aux dépenses des ménages. Le tableau 2.3 présente
9 la dépense moyenne en électricité des ménages et la part de leurs revenus
10 consacrée à cette dépense, selon les tranches de revenu (déciles).

11 La proportion des revenus consacrée au paiement de la facture d'électricité
12 augmente lorsque les revenus diminuent. Elle est de 7,8 % pour les ménages du
13 premier décile (revenus annuels inférieurs à 14 400 \$), alors qu'elle est
14 inférieure à 4 % à partir du quatrième décile (revenus annuels supérieurs à
15 27 780 \$).

⁶ L'étude SEPA contient certaines données sur les revenus des ménages à faible revenu en recouvrement. Par ailleurs, puisque 74 % des personnes interrogées avaient indiqué leur tranche de revenus dans l'étude *Utilisation de l'électricité dans le marché résidentiel – 2002*, le Distributeur avait réalisé une analyse des sources d'énergie, des consommations et des dépenses annuelles d'électricité en fonction de la tranche de revenus de ces ménages (voir la réponse à la question 1 de la demande de renseignements de l'ACEF de Québec, dans HQD-11, document 2 de R-3492-2002 phase 2).

⁷ L'étude d'impact de la hausse tarifaire du Distributeur sur la clientèle à faible revenu est présentée à la section 4.3.1.4. de HQD-12, document 1.

1 **TABLEAU 2.3 : DÉPENSE ANNUELLE MOYENNE EN ÉLECTRICITÉ ET PART DES REVENUS**
 2 **CONSACRÉE À LA DÉPENSE EN ÉLECTRICITÉ PAR DÉCILE DE REVENUS**

Décile	Tranches de revenu annuel avant impôt	Dépense annuelle moyenne en électricité (incluant les taxes) par ménage	Part des revenus consacrée à la dépense en électricité
1 ^{er} décile	14 400 \$ et moins	808 \$	7,8 %
2 ^e décile	14 400 \$ - 21 550 \$	936 \$	5,3 %
3 ^e décile	21 550 \$ - 27 780 \$	1 039 \$	4,2 %
4 ^e décile	27 780 \$ - 35 552 \$	1 102 \$	3,5 %
5 ^e décile	35 552 \$ - 44 200 \$	1 161 \$	2,9 %
6 ^e décile	44 200 \$ - 54 100 \$	1 289 \$	2,6 %
7 ^e décile	54 100 \$ - 64 000 \$	1 386 \$	2,4 %
8 ^e décile	64 000 \$ - 79 772 \$	1 509 \$	2,1 %
9 ^e décile	79 772 \$ - 106 000 \$	1 660 \$	1,8 %
10 ^e décile	106 000 \$ et plus	1 929 \$	1,2 %

2.3. Les clients à faible revenu et l'efficacité énergétique

3 Les ménages à faible revenu étant en forte proportion locataires de leur
 4 logement, une prémisse à la compréhension des enjeux de cette clientèle est de
 5 bien comprendre la problématique des incitatifs partagés. En 2004, le
 6 Distributeur a étudié cette problématique pour la clientèle résidentielle⁸.

7 Définition de la problématique des incitatifs partagés

8 Une condition essentielle à la participation aux programmes d'économie
 9 d'énergie réside dans le fait que les personnes qui investissent dans
 10 l'implantation des mesures soient celles qui profitent en partie ou en totalité des
 11 retombées. Lorsque plusieurs personnes partagent directement ou indirectement

⁸ Le Distributeur a déposé les résultats de l'étude de 2004 sur la problématique des incitatifs partagés pour les clientèles résidentielle et d'affaires dans le cadre de la demande budgétaire 2005 du PGEÉ (section 1.3 de HQD-3, document 1 de R-3552-2004).

1 des bénéfiques, la problématique des incitatifs partagés est soulevée. Cette
2 problématique tient essentiellement au fait que l'attrait à investir dans
3 l'implantation de mesures en efficacité énergétique varie selon le fait :

- 4 • d'être propriétaire ou locataire ;
- 5 • que le locataire paie lui-même directement ou non la facture d'électricité,
6 selon les usages couverts par cette facture.

7 Les programmes d'économie d'énergie pénètrent moins bien les segments
8 multilocatifs du marché résidentiel que ceux des propriétaires occupants. En
9 effet, au moins une des deux parties, le propriétaire ou le locataire, doit être
10 suffisamment intéressée aux programmes pour y participer. De même, un
11 locataire ne payant pas directement sa facture d'électricité a peu d'incitatifs à
12 réduire sa consommation d'électricité.

13 Le locataire à faible revenu d'un logement non subventionné

14 Sans un programme qui leur soit directement adapté, ces locataires n'auront pas
15 la capacité d'investir en efficacité énergétique faute de moyens. Il s'agit souvent
16 de ménages en attente d'un logement abordable.

17 Le locataire de HLM

18 Le locataire d'un HLM n'est pas imputable de sa consommation d'énergie, du
19 moins proportionnellement à son utilisation : les dépenses de consommation
20 d'énergie sont très réduites, indépendantes du niveau de consommation et
21 incluses au loyer. Ces locataires ne sont donc pas préoccupés économiquement
22 par l'efficacité énergétique.

2.4. Les clients à faible revenu en difficulté de paiement

23 Selon les données recueillies des études et statistiques actuelles, environ
24 40 000 clients à faible revenu se retrouvent en sérieux retard de paiement (de

1 90 jours ou plus), donc en « recouvrement lourd ». De ces 40 000 clients,
2 environ la moitié conviendra d'une entente de paiement « client faible revenu ».
3 Depuis mai 2006, le Distributeur est dans la phase d'implantation graduelle
4 d'ententes de paiement « personnalisées » pour les clients à faible revenu qui
5 ont des besoins plus accentués.

6 L'étude SEPA menée en 2003-2004 révèle les caractéristiques suivantes de la
7 situation des ménages à faible revenu, clients d'Hydro-Québec Distribution
8 n'ayant pas respecté les conditions d'une entente pour client à faible revenu
9 (CFR) :

10 Données économiques :

- 11 • un revenu annuel net moyen par ménage de 15 211 \$, soit en moyenne
12 64 % du seuil moyen de faible revenu de Statistique Canada ;
- 13 • une dette moyenne par ménage incluant leur facture d'électricité de
14 8 659 \$;
- 15 • une consommation moyenne annuelle (12 mois avant entente)
16 d'électricité de 1 148\$;
- 17 • un montant total payé moyen (12 mois avant entente) de 696 \$, soit
18 60,6 % de la consommation moyenne annuelle d'électricité.

19 Caractéristiques sociodémographiques :

- 20 • 65 % des responsables de compte sont des femmes ;
- 21 • 38 % des ménages sont monoparentaux, dont 86 % sont dirigés par une
22 femme ;
- 23 • 68 % des ménages ont des enfants ;
- 24 • 51 % des responsables de compte n'ont pas terminé la cinquième
25 secondaire ;

- 1 • 23 % des responsables de compte ont un emploi.

2 Exemples de problèmes psychosociaux constatés dans les 24 mois précédents
3 l'étude :

- 4 • diminution de revenu : 61 % ;
5 • séparation - divorce : 21 % ;
6 • maladie sérieuse : 34 %.

7 Les études menées depuis 1999 concernant la clientèle à faible revenu en
8 recouvrement ont amené notamment les constats suivants :

- 9 • La situation souvent précaire de ces ménages appelle à une flexibilité
10 dans les exigences de paiement.
11 • Les revenus limités de certains ménages ne permettent pas de couvrir
12 tous les coûts d'électricité.
13 • La présence de multiples problèmes psychosociaux (diminution de
14 revenu, séparation ou divorce, maladie sérieuse, etc.), dont en moyenne
15 deux par ménage, augmente le risque de non respect d'une entente de
16 paiement.

3. PRODUITS ET SERVICES OFFERTS AUX CLIENTS À FAIBLE REVENU

17 Les connaissances colligées par le Distributeur sur la clientèle à faible revenu
18 lui ont permis de développer des produits et services afin de mieux répondre aux
19 besoins de cette clientèle. Cette section présente l'inventaire des produits et
20 services offerts par le Distributeur en termes d'information, de programmes
21 d'économie d'énergie et de services de recouvrement. L'annexe A présente de
22 façon succincte les différents produits et services.

3.1. Programmes en efficacité énergétique

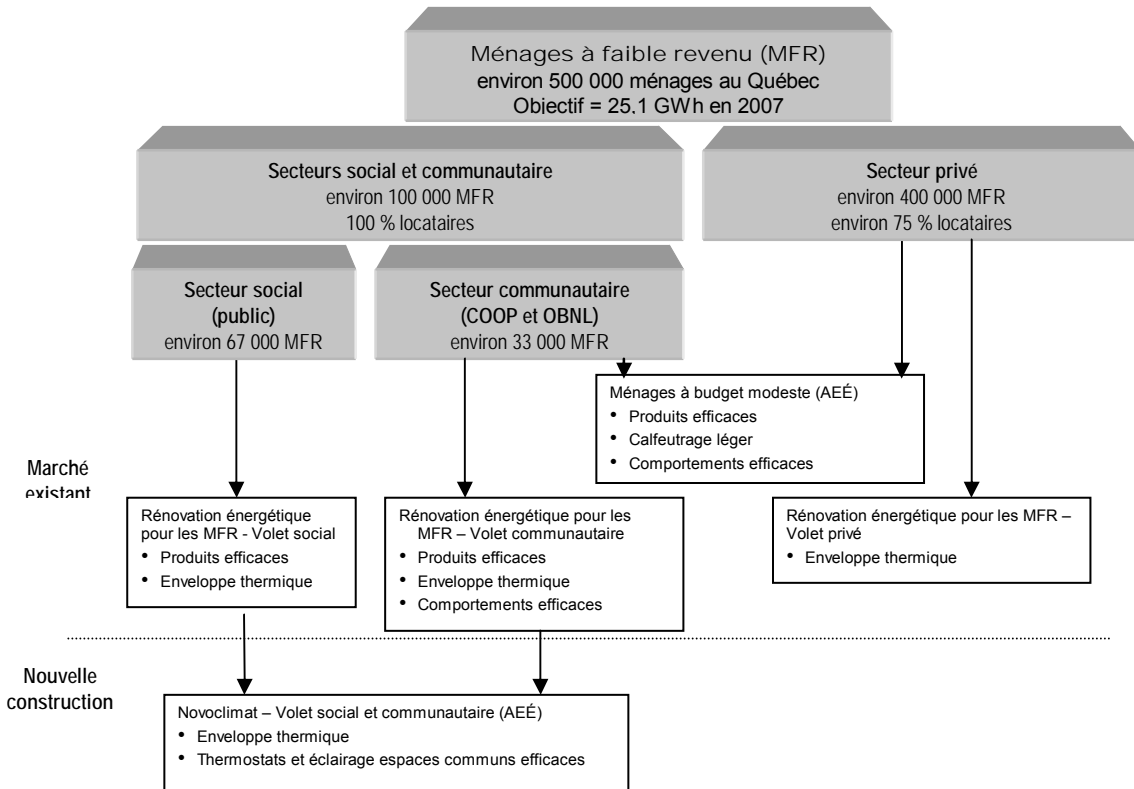
1 En 2007, les programmes en économie d'énergie du PGEÉ visant les ménages
2 à faible revenu généreront un impact énergétique de 25,1 GWh, soit 8 % des
3 économies d'énergie prévues pour l'ensemble du marché résidentiel, pour
4 lesquels le Distributeur aura investi 19,1 M\$, soit 18 % des investissements
5 totaux du marché résidentiel.

6 Le schéma ci-après (figure 3.1) présente l'approche préconisée par le
7 Distributeur pour la clientèle à faible revenu. L'approche tient compte de la
8 segmentation observée chez cette clientèle, visant à intervenir de manière
9 adaptée et avec les intervenants appropriés dans chacun des trois secteurs
10 d'habitation (social, communautaire et privé)⁹.

⁹ La section 5.1.3 de HQD-15, document 1, Plan global en efficacité énergétique – budget 2007, présente de plus amples détails sur l'approche du Distributeur en efficacité énergétique auprès des ménages à faible revenu. La description détaillée des programmes existants se retrouve à la pièce HQD-1, document 1, annexe A de R-3584-2005.

1

FIGURE 3.1 : APPROCHE AUPRÈS DES MÉNAGES À FAIBLE REVENU



2

3 Le Distributeur compte, au-delà des bonifications à être apportées à court terme
 4 aux programmes existants, examiner d'autres pistes d'actions. Le Distributeur
 5 souhaite élargir son offre commerciale de manière à aider le mieux possible la
 6 clientèle à faible revenu à réduire sa consommation d'électricité. Le Distributeur
 7 concrétisera le tout dans un plan d'action d'ici à la fin de l'année 2006, tel que
 8 présenté plus amplement dans la pièce HQD-15, document 1.

9 Le Distributeur pourrait examiner les options suivantes :

- 10 • la possibilité d'élargir des partenariats avec certaines municipalités du
- 11 Québec afin d'agir plus directement et plus intensément auprès des
- 12 propriétaires et gestionnaires du parc privé multilocatif ;
- 13 • la mise sur pied d'actions de communication concertées et ciblées pour
- 14 rejoindre davantage la clientèle à faible revenu et les organismes qui la

- 1 supportent, afin de les informer et de les sensibiliser à l'importance de
2 bénéficier de tous les moyens mis à leur disposition par le Distributeur et
3 par le gouvernement du Québec pour les aider ;
- 4 • le resserrement des liens entre les mesures d'économie d'énergie et les
5 services de recouvrement et autres services à la clientèle, afin
6 d'intervenir d'une manière plus proactive et intégrée auprès de quelque
7 40 000 ménages à faible revenu en difficulté de paiement.

8 Résultats des programmes en économie d'énergie

9 Le tableau 3.1 résume les principaux résultats des programmes d'économie
10 d'énergie pour les clients à faible revenu présentement offerts par le
11 Distributeur.

1

TABLEAU 3.1 : RÉSULTATS DES PROGRAMMES D'ÉCONOMIE D'ÉNERGIE

Nom du programme		Efficacité énergétique chez les MBM de l'AEÉ	Novoclimat – volet logements sociaux et communautaires	Rénovation énergétique pour les MFR - volet social
Date de début de programme ou d'implication du Distributeur dans le programme		2003	2004	2006
Nb de participants (nombre d'unités)	Cumulatif fin 2006	18 960	3 000	> 16 000 produits efficaces
	Objectif 2007	7 440	1 500	> 37 000 produits efficaces Obj. aussi définis pour mesures d'enveloppe thermique
Impact énergétique (GWh implantés)	Cumulatif fin 2006	21 GWh	8,8 GWh	1,5 GWh
	Objectif 2007	+ 8 GWh	+ 4,6 GWh	+ 5,5 GWh
Contribution financière Distributeur	Cumulatif fin 2006	9,4 M\$	5,2 M\$ **	1,6 M\$
	Budget 2007	3,9 M\$	2,9 M\$ **	3,5 M\$
Contribution financière clients et partenaires ***	Cumulatif fin 2006	1,3 M\$	1,6 M\$	0,1 M\$
	Budget 2007	0,2 M\$	0,8 M\$	0,1 M\$

2

Notes : * MBM = ménage à budget modeste ; MFR = ménage à faible revenu.

3

** Estimation à partir du budget global pour le volet logements sociaux et communautaires et le volet logements privés.

4

5

*** Les ménages à faible revenu ne contribuent pas financièrement à ces programmes.

3.2. Information à la clientèle

3.2.1. Campagne « Avant de louer »

6

L'objectif de la campagne « Avant de louer » est d'offrir aux clients des

7

renseignements sur la consommation électrique d'un logement. Elle a été

8

développée en collaboration avec le ministère de l'Emploi et de la Solidarité

9

sociale (MESS) et avec divers organismes communautaires, afin d'inciter plus

10

particulièrement les ménages à faible revenu à se prévaloir du service, avant de

11

louer un nouveau logement.

1 De 1993 à 2004, le Distributeur a fait la promotion de ce service conjointement
2 avec le MESS, via un feuillet d'information inséré avec le chèque du mois d'avril
3 des prestataires inscrits au fichier du MESS. Le Distributeur a mis également à
4 contribution les organismes communautaires et les universités de la province en
5 leur envoyant des feuillets ainsi qu'une affiche.

6 Le centre d'appels continue d'offrir à tous ce service de renseignements de
7 façon spécifique sur le menu téléphonique frontal utilisé par le client pour joindre
8 le Distributeur. Ce service conserve une certaine notoriété auprès des clients, à
9 faible revenu ou non, tel qu'illustré au tableau 3.2.

10 **TABLEAU 3.2 : CAMPAGNE « AVANT DE LOUER » - NOMBRE D'APPELS TRAITÉS**

Année	Nombre d'appels traités
2004	10 263
2005	8 633
au 30 juin 2006	2 349

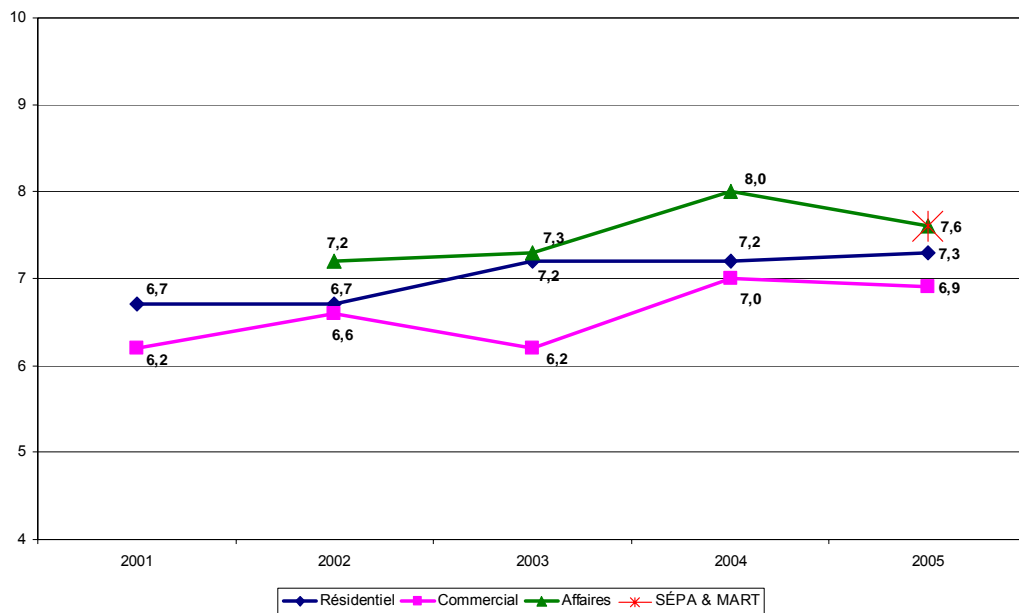
3.3. Services de recouvrement

11 Le Distributeur offre plusieurs services et actions qui aident la clientèle à faible
12 revenu en recouvrement, notamment la non-interruption de service en hiver, des
13 ententes de paiement et des canaux de communication avec les organismes
14 communautaires qui supportent cette clientèle.

15 L'ensemble des services de recouvrement basés sur l'accompagnement du
16 client a permis de positionner Hydro-Québec Distribution comme l'entreprise
17 nord-américaine qui interrompt le moins ses clients parmi les entreprises
18 participant au balisage de PA Consulting (données 2003). Seulement 0,5 % des
19 clients d'Hydro-Québec Distribution sont interrompus annuellement, alors que
20 les entreprises comparables interrompent entre 2,1 % et 7,4 % de leurs clients.

1 Par ailleurs, les clients qui ont bénéficié des approches pour programmes d'aide
 2 aux personnes en difficultés de paiement dans le cadre de SEPA et MART¹⁰ ont
 3 été les clients en recouvrement les plus satisfaits en 2005 avec un taux de
 4 satisfaction de 7,6 sur 10, en comparaison à 7,3 pour l'ensemble des clients
 5 résidentiels en recouvrement.

6 **FIGURE 3.2 : ÉTUDE SUR LES ATTENTES DES CLIENTS EN RECOUVREMENT 2005**
 7 **Indice de satisfaction de la clientèle en recouvrement (ISCr)**



8

3.3.1. Non-interruption de service en hiver pour clients résidentiels

9 Depuis 1993, le Distributeur ne procède plus aux interruptions de service chez
 10 ses clients résidentiels durant la saison hivernale, soit du 1^{er} décembre au 31
 11 mars, pour des raisons de non-paiement de leur facture ou de non-respect des
 12 conditions d'une entente de paiement, dans le cas d'une résidence principale
 13 dont le système de chauffage requiert l'électricité.

¹⁰ Dans le projet MART (Mesures à renégocier transitoirement) intégré à l'étude SEPA de 2003-2004, un second groupe expérimental constitué d'un échantillon de clients à faible revenu en recouvrement a été traité par les représentants du Distributeur plutôt que par les agents des associations de consommateurs.

1 Par ailleurs, le Distributeur rétablit l'électricité avant le mois de décembre chez
2 les clients résidentiels qui auraient subi une interruption du service pour cause
3 de défaut de paiement ou de non-respect d'une entente de paiement, si le
4 système de chauffage de la résidence principale requiert l'électricité. Depuis le
5 15 février 2003, cette pratique commerciale est formellement consignée dans les
6 Conditions de service de l'électricité du Distributeur¹¹.

7 En 2005, le Distributeur a procédé à 1 865 rétablissements d'électricité pour la
8 période hivernale 2005-2006.

3.3.2. Ententes de paiement client à faible revenu

9 Depuis avril 2001, le Distributeur offre aux clients en recouvrement à faible
10 revenu des « ententes de paiement client à faible revenu » (entente de paiement
11 CFR). Le montant de la mensualité couvre la consommation courante et le
12 paiement de la dette répartie sur une période allant jusqu'à 48 mois, sans aucun
13 frais d'administration. Ces ententes visent environ 22 000 clients potentiels.

Critères et conditions d'admissibilité

- 15 • Clients à faible revenu et en difficulté de paiement.

Composition de l'entente

- 17 • Le versement mensuel comprend un montant consacré à la
18 consommation moyenne mensuelle courante estimée (mode de
19 versements égaux - MVE) et un montant consacré au remboursement de
20 la dette ;
- 21 • L'entente est d'une durée maximale de 48 mois.

¹¹ L'article 96.1 a été approuvé par la Régie dans les décisions D-2001-259, D-2002-07 et D-2002-261 suite à l'examen des conditions de service de l'électricité (R-3439-2000).

1 Particularités de l'entente

- 2 • Le calcul des frais d'administration est arrêté tant et aussi longtemps que
3 l'entente est respectée ;
4 • Le non-respect d'une entente correspond à un manquement de plus de
5 deux mensualités (paiement mensuel attendu) par période de douze (12)
6 mois d'entente.

7 Résultats des ententes de paiement CFR

8 Les ententes de paiement CFR ont permis un encaissement de 24,3 M\$ en
9 2005. Au 1^{er} décembre 2005, il y avait 20 185 ententes CFR actives.

10 Le taux moyen de respect des ententes de paiement CFR constaté est de 50 %.
11 Plus le solde dû est élevé, moins il y a de chances pour le client à faible revenu
12 de respecter l'entente CFR, tel qu'illustré au tableau 3.3 :

13 **TABLEAU 3.3 : TAUX DE SUCCÈS DES ENTENTES DE PAIEMENT CFR**
14 **SELON LE SOLDE DÛ**

Solde dû	Taux de succès
Solde < 1 500 \$	57 %
1 500 \$ ≤ Solde ≤ 2 000 \$	16 %
Solde > 2 000 \$	0 %

3.3.3. Ententes de paiement personnalisées

15 Depuis mai 2006, le Distributeur est en phase d'implantation graduelle des
16 ententes de paiement personnalisées aux clients pour lesquels l'entente de
17 paiement CFR ne suffit pas à répondre à leur situation. Ces ententes de
18 paiement d'une durée de 48 mois, sans frais d'administration, offrent une
19 réduction de la dette et, si nécessaire, une réduction du coût de la
20 consommation courante. Ces ententes visent environ 12 000 clients potentiels.

1 Critères et conditions d'admissibilité

- 2 • revenus sous les seuils de faible revenu de Statistique Canada ;
- 3 • preuves de revenus exigées pour tous les membres adultes responsables
- 4 du ménage ;
- 5 • signature d'une déclaration de situation ;
- 6 • participation obligatoire au *programme d'efficacité énergétique chez les*
- 7 *ménages à budget modeste de l'AEÉ*, lorsque la phase d'implantation
- 8 sera complétée.

9 L'entente est composée de deux volets. Les clients sont admissibles au :

- 10 • volet A lorsque l'historique de paiement du client couvre au moins 90 %
- 11 de la consommation courante ;
- 12 • volet B lorsque l'historique de paiement du client couvre moins que 90 %
- 13 de la consommation courante.

14 Composition de l'entente

- 15 • Volet A
- 16 ○ Le versement mensuel comprend un montant devant couvrir au moins
- 17 100 % de la consommation courante et être habituellement supérieur
- 18 au montant payé dans l'année précédente (de 5 à 20 %) ;
- 19 ○ Une partie ou la totalité de la dette et les frais d'administration courus
- 20 pendant la période sont radiés en autant que l'entente est respectée ;
- 21 ○ L'entente est d'une durée de 48 mois par séquence de 12 mois,
- 22 révisée aux 6 mois.

- 1 • Volet B
- 2 ○ Le versement mensuel correspond au montant couvrant en moyenne
- 3 60 % de la consommation courante et doit être habituellement
- 4 supérieur au montant payé dans l'année précédente (de 5 à 20 %) ;
- 5 ○ La totalité de la dette, une partie de la consommation et les frais
- 6 d'administration courus pendant la période sont radiés en autant que
- 7 l'entente est respectée ;
- 8 ○ L'entente est d'une durée de 48 mois par séquence de 12 mois,
- 9 révisée aux 6 mois.

10 Particularités

- 11 • accompagnement des clients par un suivi serré ;
- 12 • pendant la phase d'implantation graduelle : invitation à participer au
- 13 programme *d'efficacité énergétique chez les ménages à budget modeste*
- 14 *de l'AEÉ* (participation obligatoire dans le cas de grands consommateurs
- 15 d'électricité) afin de réduire la consommation courante et la facturation du
- 16 ménage. Par la suite, resserrement de l'obligation pour l'ensemble des
- 17 clients bénéficiant de ce service ;
- 18 • invitation à contacter, si nécessaire, des organismes
- 19 sociocommunautaires du milieu selon la situation du client.

20 Le Distributeur est à convenir d'un protocole avec l'AEÉ pour fortement inciter

21 les clients se prévalant des ententes de paiement personnalisées à bénéficier

22 du programme de visites auprès des ménages à budget modeste de l'AEÉ. Entre

23 autres, l'application de ce protocole facilitera l'identification des clients ayant

24 une consommation au-dessus de la moyenne et proposera une référence directe

25 aux organismes livreurs du programme et un suivi adéquat. Ainsi, en 2006,

26 environ 2 000 clients seront incités à recevoir la visite gratuite en efficacité

1 énergétique dans l'optique d'une diminution de leur facture d'électricité et de
2 l'augmentation de leur confort.

3 Dans les cas de présence de problématiques psychosociales, la référence à des
4 organismes du milieu sociocommunitaire est un élément important pour
5 favoriser le respect des ententes. Le Distributeur juge cependant que l'aspect
6 psychosocial est à l'extérieur de son mandat. Il est donc à la recherche d'un
7 partenaire du domaine public qui agirait comme guichet unique pour diriger les
8 ménages vers les ressources adéquates.

9 Résultats des ententes de paiement personnalisées

10 Un peu plus de 200 ententes ont été convenues au 29 juin 2006 sur le potentiel
11 identifié de 12 000. Le produit étant en phase d'implantation graduelle, il est
12 prématuré d'émettre un constat sur le succès de ces ententes. Toutefois, il est
13 prévu qu'environ 2 500 à 3 000 clients ne respecteront pas ces ententes ultimes
14 au cours des prochaines années.

3.3.4. Entente particulière avec Jeunesse au soleil (Sun Youth, à Montréal)

15 Depuis 1993, le Distributeur a une entente particulière avec l'organisme
16 *Jeunesse au soleil* pour la non-interruption ou le rétablissement rapide du
17 service pour des raisons humanitaires. Depuis 1993, environ 300 interventions
18 par année sont réalisées.

3.3.5. Relations avec les associations de consommateurs

19 Afin d'améliorer les services de recouvrement de la clientèle à faible revenu, le
20 Distributeur a établi différents canaux de communication avec les bureaux de
21 député et les organismes communautaires supportant cette clientèle :

- 1 • une table de travail services de recouvrement - associations de
2 consommateurs pour expérimenter de nouvelles approches et proposer
3 des services mieux adaptés ;
- 4 • un canal privilégié d'accès pour les associations de consommateurs et
5 les bureaux de député, soit une ligne téléphonique dédiée, permettant de
6 considérer les dossiers de clients en situation très précaire : des ententes
7 de paiement discrétionnaires encore plus flexibles sont alors possibles ;
- 8 • des rencontres annuelles tenues par chacun des sites de recouvrement à
9 l'attention des associations de consommateurs et des bureaux de député.

10 **Table de travail services de recouvrement - associations de**
11 **consommateurs**

12 Depuis 2000, la Table de travail, composée des représentants des services de
13 recouvrement du Distributeur, de l'Union des consommateurs (UC) et de la
14 Coalition des Associations de Consommateurs du Québec (CACQ), a pour
15 objectifs :

- 16 • l'amélioration des services aux ménages à faible revenu en
17 recouvrement ;
- 18 • le développement de solutions durables pour les ménages ciblés.

19 Au cours des trois dernières années, la Table de travail avait comme mandat de
20 développer des produits pour les clients à faible revenu sous trois volets :

- 21 • ententes pour la clientèle à faible revenu ;
- 22 • ententes convenues avec l'intermédiaire des associations de
23 consommateurs ;
- 24 • ententes visant les ménages à faible revenu incapables de défrayer
25 l'ensemble des coûts de l'électricité.

1 Résultats des travaux de la Table de travail

2 La collaboration des participants de la Table de travail a permis notamment le
3 développement et la mise en place des ententes de paiement CFR et des
4 ententes de paiement personnalisées (en phase d'implantation graduelle).

3.3.6. Formation des employés en recouvrement

5 Depuis 2003, un atelier d'une journée, *Regards sur la pauvreté ... au-delà des*
6 *préjugés*, est offert dans le cadre de la formation de base des employés en
7 recouvrement.

4. APPROCHE INTÉGRÉE DE SERVICES

4.1. Illustration d'harmonisation de services

8 L'approche préconisée par le Distributeur dans ses actions face à la clientèle à
9 faible revenu en est une d'harmonisation et d'intégration des différents services
10 offerts à la clientèle dont le *programme d'efficacité énergétique chez les*
11 *ménages à budget modeste* de l'AEÉ est un exemple.

12 Le Distributeur contribue financièrement au programme de l'AEÉ depuis 2003
13 dans le cadre de son PGEÉ¹². Les clients à faible revenu qui désirent plus
14 d'informations concernant l'existence du programme et les ressources relatives
15 au programme peuvent s'adresser au centre d'appels du Distributeur, via la ligne
16 1-800-ENERGIE. Par ailleurs, depuis le début 2006, les services de
17 recouvrement invitent les clients à faible revenu en difficulté de paiement à
18 participer au programme de visites de l'AEÉ. En 2006, dans le cadre de la

¹² Pour plus d'informations concernant ce programme, se référer à la pièce HQD-15, document 1 et à la pièce HQD-1, document 1, annexe A, de la demande budgétaire 2006 du PGEÉ, R-3584-2005.

1 promotion de ce programme, les services de recouvrement ont réalisé un plan
2 d'action comprenant :

- 3 • un envoi postal le 23 février 2006 auprès de 1 150 clients à faible revenu
4 ayant une entente de paiement particulière¹³ ;
- 5 • un envoi postal le 13 mars 2006 spécifiquement aux clients de l'île de
6 Montréal desservis par Équiterre, soit auprès de 175 clients « à faible
7 revenu » ciblés en fonction de leurs codes postaux.

4.2. Perspective de développement

8 Le Distributeur veut faire progresser son intervention auprès des ménages à
9 faible revenu ayant des difficultés de paiement de leurs factures d'électricité
10 (environ 40 000 clients) en offrant des produits adaptés à leurs besoins. En
11 2006, le Distributeur compte définir sa stratégie commerciale en concertation
12 avec des groupes d'intérêt actifs auprès de cette clientèle. À cet effet, le
13 Distributeur a l'intention de mettre sur pied un groupe de travail en continuité de
14 celui déjà constitué par ses services de recouvrement et de groupes
15 sociocommunautaires.

16 Depuis 1999, les services de recouvrement ont acquis une connaissance
17 approfondie de cette clientèle par des études à ce sujet. Ils ont développé une
18 expérience de collaboration avec des groupes du milieu, les associations de
19 consommateurs, par la tenue d'une table de travail depuis 2000, ce qui est à la
20 source du développement de services mieux adaptés à cette clientèle à faible
21 revenu en recouvrement.

22 Le groupe de travail aurait comme objet de proposer une vision et des mesures
23 qui faciliteraient aux ménages à faible revenu le paiement de leurs factures
24 d'électricité. Une partie de la solution proviendra vraisemblablement de la

¹³ Il s'agit d'ententes convenues par l'intermédiaire des associations de consommateurs.

1 diminution de la consommation d'électricité, donc d'une réduction de la facture.
2 Le groupe de travail serait donc constitué notamment de spécialistes du
3 Distributeur en efficacité énergétique et en recouvrement.

4 Le Distributeur prévoit convier des acteurs externes concernés par la situation
5 des ménages à faible revenu connaissant des difficultés à supporter leurs coûts
6 d'énergie à se joindre à ses réflexions pour dégager des solutions durables, à
7 court et à moyen terme. Les acteurs externes invités à ce groupe de travail
8 comprendraient possiblement des représentants d'associations de
9 consommateurs, du milieu du logement social, des domaines gouvernemental et
10 paragouvernemental.

11 A priori, le mandat pourrait couvrir deux grands volets :

- 12 • les services pour les ménages ayant des difficultés de paiement de leurs
13 factures (environ 40 000), pour des services adaptés en recouvrement et
14 des mesures en économie d'énergie ;
- 15 • des solutions plus larges, engageant le Distributeur et d'autres acteurs,
16 communautaires et publics, pour répondre à la situation globale de ces
17 ménages.

ANNEXE A
PRODUITS ET SERVICES OFFERTS
AUX CLIENTS À FAIBLE REVENU

Service - programme	Objectif / Services offerts	Clientèle ciblée Nombre de clients	Impacts
<p>Programme d'efficacité énergétique chez les ménages à budget modeste de l'AEÉ</p>	<p><u>Objectif :</u> Permettre aux ménages à budget modeste (MBM) de réduire leur facture d'énergie.</p> <p><u>Services offerts :</u> Programme offert par l'AEÉ via des organismes accrédités issus du milieu communautaire consistant à :</p> <ul style="list-style-type: none"> • une visite conseil personnalisée à domicile et l'installation de produits économiseurs d'énergie (volet 1) ; • l'installation de thermostats électroniques chez les clients chauffés tout à l'électricité (TAE) (volet 2). <p>Le Distributeur contribue financièrement au programme depuis 2003.</p>	<p><u>Clientèle ciblée :</u> Ménages à faible revenu selon les seuils de revenus établis par l'AEÉ.</p> <p><u>Nombre de clients rejoints en 2006 :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 7 440 visites/an dont 1 200 clients à faible revenu référés par la DSR ; • installation de thermostats chez 3 826 ménages. <p><u>Potentiel de ménages admissibles :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 341 314 ménages à budget modeste selon la moyenne 2005-2006 du MESS. 	<p><u>Budgets annuels :</u> Pour les deux volets,</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2006 : 3,9 M\$; • 2007 : 3,9 M\$. <p><u>Contribution au PGEÉ (prévision) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 21 GWh implantés et cumulés de 2003 à 2006 ; • impact énergétique ajouté en 2007 : 8,0 GWh. <p><u>Gain par ménage à budget modeste visité :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 821 kWh économisés par ménage TAE ; • 205 kWh par ménage non TAE ; • 125 kWh par thermostat. <p><u>Sondage de satisfaction (2006) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 96 % (70 % très satisfait et 26 % satisfait).

Service - programme	Objectif / Services offerts	Clientèle ciblée Nombre de clients	Impacts
<p>Novoclimat (AEÉ) – Volet logements sociaux et communautaires</p>	<p><u>Objectif :</u> Favoriser la construction de logements plus efficaces au plan énergétique.</p> <p><u>Services offerts :</u> Programme visant à offrir une aide de nature informationnelle, technique et financière à l'implantation des mesures suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • enveloppe thermique ; • éclairage efficace - espaces communs. <p>Nature de l'aide :</p> <ul style="list-style-type: none"> • promotion du concept Novoclimat ; • formation des intervenants ; • accompagnement technique ; • inspections de certification ; • aide financière à l'implantation des mesures (en révision pour couvrir 100 % du surcoût associé à l'implantation des mesures). <p>L'AEÉ assure les services informationnels et techniques avec le soutien financier du Distributeur.</p> <p>L'aide financière à l'implantation des mesures est offerte par le Distributeur lorsque le chauffage est électrique.</p> <p>Novoclimat existe depuis 1999, le volet logements sociaux et communautaires depuis 2004.</p>	<p><u>Clientèle ciblée :</u> Propriétaires / promoteurs de logements abordables.</p> <p><u>Nombre cumulatif de logements en fin de 2006 (prévision) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 000 logements. <p><u>Objectif 2007 :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 500 logements abordables certifiés Novoclimat. 	<p><u>Budgets annuels :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 2006 : environ* 2,9 M\$; • 2007 : environ* 2,9 M\$. <p>* Estimation à partir du budget global pour le volet logements sociaux et communautaires et volet logements privés.</p> <p><u>Contribution au PGEÉ (prévision) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 8,8 GWh implantés et cumulés de 2004 à 2006 ; • impact énergétique ajouté en 2007 : 4,6 GWh <p><u>Autres impacts :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • facture énergétique plus faible pour ces nouveaux logements, bénéficiant directement aux locataires s'ils reçoivent la facture ou indirectement via le loyer ; • confort et qualité de l'air supérieurs pour les occupants des logements.

Service - programme	Objectif / Services offerts	Clientèle ciblée Nombre de clients	Impacts
<p>Rénovation énergétique pour les ménages à faible revenu – volet social</p>	<p><u>Objectif :</u> Réduire la consommation et de la facture d'électricité.</p> <p><u>Services offerts :</u> Programme visant à offrir une aide de nature informationnelle, technique et financière à l'implantation des mesures suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • produits efficaces (surtout espaces communs) ; • enveloppe thermique. <p>De façon plus spécifique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un pilote (phase 1) est en cours avec installation de thermostats seulement. • Une entente pour une phase 2 couvrant d'autres produits tels que l'éclairage et les laveuses à linge ENERGY STAR® est en voie d'être conclue avec la SHQ. La phase 2 sera offerte essentiellement via le site web (mise en ondes à l'automne 2006). • Une phase 3, couvrant les mesures d'enveloppe thermique, est prévue vers la fin de 2006. L'aide technique requise pour la phase 3 (enveloppe thermique) sera assurée par les experts de la SHQ. • Le Distributeur fournira l'information et l'aide financière pour la phase 2. • La promotion se fera conjointement avec la SHQ auprès des OMH. 	<p><u>Clientèle ciblée :</u> propriétaires / gestionnaires de logements du secteur social (public).</p> <p><u>Objectif 2006 :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • plus de 16 000 unités de produits efficaces (thermostats, éclairage, laveuse à linge ENERGY STAR®) ; <p><u>Objectif 2007 :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • plus de 37 000 unités de produits efficaces et objectif également établi pour les mesures d'enveloppe thermique. 	<p><u>Budgets annuels :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 2006 : 1,5 M\$; • 2007 : 3,5 M\$. <p><u>Contribution au PGEÉ (prévision) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • impact cumulé en fin de 2006 : 1,5 GWh ; • impact ajouté en 2007 : 5,5 GWh. <p><u>Autres impacts :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Facture énergétique réduite pour les HLM qui sont subventionnés par le gouvernement au déficit d'exploitation. • Bénéfice social puisque les budgets du gouvernement ne prévoient pas de mesures d'efficacité énergétique. • Les locataires de HLM paient un loyer équivalant à 25 % de leur revenu. Ils ne reçoivent pas de facture d'électricité, mais paient un montant fixe très faible pour la facture d'électricité (plus élevé si climatisation). • Confort accru pour les occupants des logements.

Service - programme	Objectif / Services offerts	Clientèle ciblée Nombre de clients	Impacts
<p>Rénovation énergétique pour les ménages à faible revenu – volets communautaire et privé</p>	<p><u>Objectif :</u> Réduction de la consommation et de la facture d'électricité.</p> <p><u>Services offerts :</u> Le programme, qui est à l'étape de conception (non encore disponible), viserait à offrir une aide de nature informationnelle, technique et financière à l'implantation de mesures.</p> <p>Volet communautaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • enveloppe thermique ; • produits efficaces ; • comportements efficaces. <p>De façon préliminaire, le volet communautaire du programme viserait l'ensemble des mesures applicables : diagnostic, inspection EnerGuide, mesures légères de type produits, comportements et mesures lourdes à l'enveloppe thermique).</p> <p>Il est envisagé qu'il soit offert avec la collaboration des associations d'organismes communautaires.</p> <p>Volet privé :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enveloppe thermique <p>De façon préliminaire, le volet privé du programme viserait à remplacer le programme EnerGuide pour les ménages à faible revenu aboli par le gouvernement fédéral. Il couvrirait ainsi l'analyse énergétique (inspection EnerGuide pour les petits bâtiments et rapport d'expert pour les plus gros) en vue de l'application de mesures lourdes (enveloppe thermique).</p>	<p><u>Clientèle ciblée :</u> Volet communautaire (COOP ou OSBL) : ménages à faible revenu locataires / propriétaires des bâtiments.</p> <p>Volet privé : propriétaires occupants ou non / gestionnaires de bâtiments abritant des ménages à faible revenu.</p> <p>Volets communautaire et privé : <u>Objectif 2006 :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 200 inspections dont 160 avec travaux d'enveloppe thermique. <p><u>Objectif 2007 :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 000 inspections dont 4 000 avec travaux d'enveloppe thermique. <p>Volet communautaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • objectifs pour produits et comportements non déterminés. 	<p>Volets communautaire et privé <u>Budget annuel :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 2006 : 1 M\$; • 2007 (préliminaire) : 7,8 M\$. <p><u>Contribution au PGEÉ (prévision) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • impact cumulé à la fin de 2006 : 0,2 GWh ; • impact ajouté en 2007 : 7,0 GWh. <p><u>Autres impacts :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • facture énergétique diminuée pour les propriétaires et locataires des bâtiments faisant l'objet d'implantation de mesures. • confort accru des occupants.

Service - programme	Objectif / Services offerts	Clientèle ciblée Nombre de clients	Impacts
	<p>Volets communautaire et privé :</p> <p>Des partenaires ou des agents livreurs seront mis à profit pour offrir l'information et l'aide technique.</p> <p>Une aide financière sera offerte par le Distributeur pour toutes les composantes du programme. L'aide visera à couvrir 100 % du coût associé à l'ajout des mesures d'économie d'énergie (ce qui ne veut pas dire 100 % du coût des travaux) et probablement 100 % du coût de l'analyse énergétique.</p>		
<p>Soutien téléphonique au programme Intervention en efficacité énergétique auprès des ménages à budget modeste de l'AEÉ</p>	<p><u>Objectif :</u> Fournir un soutien téléphonique au programme de visites auprès des ménages à budget modeste.</p> <p><u>Services offerts :</u> Service offert par le service à la clientèle (ligne 1-800-ÉNERGIE) afin de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • répondre aux questions des clients sur ce programme ; • informer un client admissible de l'existence de ce programme et de l'inviter à prendre contact avec les agents livreurs ou l'AEÉ. 		<p><u>Budget annuel :</u> Intégré au budget du programme.</p> <p><u>Autres impacts :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pas d'impact sur les activités téléphoniques.

Service - programme	Objectif / Services offerts	Clientèle ciblée Nombre de clients	Impacts
<p>Avant de louer – Renseignements sur la consommation électrique</p>	<p><u>Objectif :</u> Offrir aux clients des renseignements utiles sur les coûts d'énergie d'un logement.</p> <p><u>Services offerts :</u> Service offert par le service à la clientèle depuis 1993 visant à :</p> <ul style="list-style-type: none"> • offrir une aide de nature informative sur la consommation et les coûts d'électricité associés à un logement ; • fournir des conseils en économie d'énergie. 	<p><u>Clientèle ciblée :</u> clients à faible revenu (via les organismes communautaires). De 1993 à 2004, dépliant distribué aux prestataires d'aide sociale le MESS.</p>	<p><u>Budget annuel :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • intégré au coût d'opérations du service à la clientèle. <p><u>Autres impacts :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • notoriété du service : les appels sont étalés sur 12 mois donc pas d'impact sur les activités téléphoniques ; • clients sensibilisés aux coûts de l'énergie et de son importance dans le choix d'un logement ; • propriétaires utilisent aussi ce service pour démontrer les avantages de leurs logements.
<p>Ententes de paiement client à faible revenu (ententes CFR)</p>	<p><u>Objectif :</u> Offrir aux clients visés une facilité de paiement.</p> <p><u>Services offerts :</u> Service offert par les services de recouvrement depuis avril 2001 consistant en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • une entente de paiement d'une durée maximale de 48 mois pour remboursement de la dette, sans frais d'administration. 	<p><u>Clientèle ciblée :</u> client en recouvrement ayant un faible revenu.</p> <p><u>Nombre de clients rejoints :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 20 000. <p><u>Nombre de clients potentiels :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 22 000. 	<p><u>Budget annuel :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • intégré au coût d'opérations des services de recouvrement. <p><u>Autres impacts :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • environ 50 % de respect de l'entente ; • meilleure satisfaction des clients ; • rentabilité accrue ; • moins d'interruption de service.

Service - programme	Objectif / Services offerts	Clientèle ciblée Nombre de clients	Impacts
Ententes de paiement personnalisées	<p><u>Objectif :</u> Offrir aux clients visés un soutien au paiement.</p> <p><u>Services offerts :</u> Service en phase d'implantation graduelle par les services de recouvrement depuis mai 2006 consistant en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • une entente de paiement de 48 mois, sans frais d'administration, offrant une réduction de la dette et, si nécessaire, une réduction du coût de la consommation courante ; • pendant la phase d'implantation graduelle, une invitation à participer au programme <i>d'Intervention en efficacité énergétique auprès des ménages à budget modeste de l'AEÉ</i> (participation obligatoire dans le cas de grands consommateurs d'électricité) afin de réduire la consommation courante et la facturation du ménage. Par la suite, resserrement de l'obligation pour l'ensemble des clients bénéficiant de ce service ; • une invitation à contacter, si nécessaire, les organismes pertinents en fonction de la situation du ménage. 	<p><u>Clientèle ciblée :</u> client en recouvrement ayant un faible revenu ne pouvant payer une entente CFR.</p> <p><u>Nombre de clients rejoints :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • environ 200 au 29 juin 2006. <p><u>Nombre de clients potentiels :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 12 000. 	<p><u>Budget annuel :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • intégré au coût d'opérations des services de recouvrement. <p><u>Autres impacts :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • meilleure satisfaction des clients ; • effet tarifaire neutre ; • moins d'interruption de service.

- 1 Notes :
- 2 Logements sociaux = logements publics.
- 3 Logements communautaires = logements privés à but non lucratif c.-à-d. propriétés de COOP ou d'Organismes sans but lucratif (OSBL).