

RÉGIE DE L'ÉNERGIE

DEMANDE D'HYDRO-QUÉBEC DISTRIBUTION RELATIVE
À L'ÉTABLISSEMENT DES TARIFS D'ÉLECTRICITÉ
POUR L'ANNÉE TARIFAIRE 2007-2008

DOSSIER : R-3610-2006

RÉGISSEURS : M. JEAN-PAUL THÉORÊT, président
M. FRANÇOIS TANGUAY
Me RICHARD LASSONDE

AUDIENCE DU 29 NOVEMBRE 2006

VOLUME 1

ODETTE GAGNON
Sténographe officielle

Régie de l'énergie
DOSSIER: R-3644-2007
DÉPOSÉE EN AUDIENCE PAR OC
Date: 4 DÉCEMBRE 2007
Pièces n°: C-8-26 OC

de la clientèle, beaucoup plus près de leurs attentes, les gens peuvent communiquer directement avec l'entreprise et ça se reflète, évidemment, dans le niveau de satisfaction. Lorsqu'on demande à ces clients-là s'ils sont satisfaits des services offerts par l'entreprise du traitement qu'ils ont, alors ils ont un très, très haut niveau de satisfaction.

Q. [49] Alors concernant la clientèle Grandes entreprises toujours, la satisfaction a augmenté, elle est passée de huit point neuf (8,9) à... ou de huit point quatre-vingt-dix (8,90) à neuf point dix (9,10). Et concernant la satisfaction de la clientèle résidentielle, commerciale et d'affaires, elle est passée de sept virgule quarante (7,40) à sept virgule vingt-huit (7,28).

Pourquoi, selon le Distributeur, l'indice de satisfaction de la clientèle Grandes entreprises n'a-t-il pas diminué, et on ne suggère pas qu'il aurait dû diminuer mais pourquoi la satisfaction de la clientèle Grandes entreprises, elle, augmente alors que la satisfaction de la clientèle résidentielle diminue?

R. Oui. C'est peut-être plus facile de répondre, d'expliquer pourquoi il y en a une qui a baissé

plutôt que l'autre qui n'a pas baissé. Alors celle, la clientèle résidentielle est influencée par, c'est évident, la nature du service qu'on donne, la qualité de service que l'on donne, mais également par tout ce qui entoure la question des tarifs, qui entoure les ajustements tarifaires.

Et lorsqu'on parle de l'entreprise aussi dans les médias, il y a un impact qui se crée sur, c'est un peu comme un vote, quand on demande à un client : « Est-ce que vous êtes satisfait de la performance et du service que l'entreprise donne? », si la question est posée au lendemain qu'il y a eu une décision sur un ajustement tarifaire, la tendance, enfin, c'est difficile à mesurer mais la perception que l'on en a, c'est que ça vient influencer l'indice de satisfaction de la clientèle.

Alors on a constaté, à partir du moment où il y a eu des ajustements tarifaires, après la période de gel, une réduction de la satisfaction de la clientèle résidentielle, qui a connu un bas en deux mille cinq (2005) ou deux mille quatre (2004), à sept point vingt-cinq (7,25), et qui s'est légèrement corrigée en deux mille cinq (2005).

Pour ce qui est de la clientèle Grandes

entreprises, je ne dirais pas que ces gens-là aiment avoir des ajustements tarifaires sauf qu'on peut raisonner les gens parce qu'on les, il y a des contacts qui sont personnalisés, les gens comprennent et, finalement, évaluent réellement la nature du service qui leur est offert.

Q. [50] Le Distributeur mentionne également, dans ce Plan stratégique, à la même page, qu'il intensifiera ses efforts en matière de communication et de qualité de service afin de relever le niveau de satisfaction. J'aimerais que vous décriviez de façon plus spécifique la façon dont le Distributeur envisage relever le niveau de satisfaction de la clientèle résidentielle de façon à ce qu'il soit peut-être plus aligné avec celui des Grandes entreprises?

(10 h 27)

R. Là, il faut faire attention. On ne pourrait pas avoir un service personnalisé de la même nature pour les clients, les clients résidentiels. Non, ce que l'on vise lorsqu'on parle de communications plus ouvertes, plus transparentes, un des premiers gestes que l'entreprise, significatifs... un geste significatif que l'entreprise a posé, ça a été au moment du dépôt de son Plan stratégique en juin