

CANADA
PROVINCE DE QUÉBEC
DISTRICT DE MONTRÉAL

RÉGIE DE L'ÉNERGIE

*Demande relative à l'établissement des tarifs
d'électricité pour l'année tarifaire 2011-2012;*

No: R-3740-2010

HYDRO-QUÉBEC

Demanderesse

- ET -

OPTION CONSOMMATEURS

Intervenante

CONCLUSIONS D'OPTION CONSOMMATEURS

TABLE DES MATIÈRES

I.	Introduction.....	2
II.	Synthèse du revenu requis	2
	Achats d'électricité.....	3
	Service de transport.....	3
	Coûts de distribution et service à la clientèle.....	3
	Revenus additionnels requis.....	4
III.	Coûts du service	4
	Autres charges directes – Services externes.....	4
	Revenus autres que ventes d'électricité	5
IV.	Indicateurs de qualité du service.....	6
	Satisfaction de la clientèle.....	6
	Réponse téléphonique	8
V.	Éléments spécifiques	10
VI.	Compte de nivellement pour aléas climatiques.....	11
VII.	Contributions aux petites centrales.....	12
VIII.	Entente avec le Producteur	13
IX.	Stratégie clientèle ménages à faible revenu (MFR)	13
	Groupe de travail HQD et organismes du milieu.....	13
	Stratégie MFR pour l'année 2011	14
X.	Conclusions.....	17

I. INTRODUCTION

1. Dans le cadre de sa demande d'intervention dans le présent dossier, Option consommateurs (OC) avait identifié quelques enjeux qui méritaient d'être analysés. Ces enjeux sont reproduits ci-dessous :

En ce qui a trait aux coûts de distribution et services à la clientèle pour l'année témoin 2011, [...] OC entend examiner le coût du service du Distributeur afin d'apprécier si le Distributeur met en œuvre tous les efforts qui lui permettront d'offrir un service de qualité au meilleur coût;

En ce qui concerne les éléments spécifiques, la disposition ponctuelle du compte de nivellement et la comptabilisation des contributions des petites centrales, OC considère [...] que les propositions du Distributeur apparaissent généralement raisonnables. Toutefois, OC tient à valider les propositions du Distributeur à cet effet;

OC souhaite également obtenir davantage de précisions quant aux transactions de nature financière entre le Distributeur et le Producteur. OC tient, entre autre, à connaître le coût et la nature de ces transactions et valider qu'elles assurent l'approvisionnement de la clientèle au plus bas coût possible;

Finalement, OC désire obtenir des précisions et des clarifications quant à la stratégie pour la clientèle à faible revenu qui, selon la preuve du Distributeur, fait l'objet d'une restructuration importante en 2011.

2. Les résultats de cette analyse conduisent OC à mettre fin à son intervention. OC est d'avis qu'il ne lui est pas nécessaire de poursuivre son intervention jusqu'à l'audience pour partager ses conclusions et faire valoir son point de vue sur la présente demande.
3. Par la présente, OC soumet donc à la Régie de l'énergie (la Régie) ses conclusions quant à la demande tarifaire 2011 d'Hydro-Québec Distribution (le Distributeur).

II. SYNTHÈSE DU REVENU REQUIS

4. Le Distributeur demande à la Régie d'approuver un revenu requis de 10,7 G\$ pour l'année témoin 2011, soit une hausse de plus de 400 M\$ (3,9 %) comparativement au revenu requis autorisé pour l'année 2010 de 10,3 G\$ (HQD-4, doc. 1, p. 3).

Achats d'électricité

5. Une part importante de cette croissance entre les deux années s'explique par la hausse de 367,4 M\$ (8,0 %) des coûts des approvisionnements qui s'établissent à 5,0 G\$ en 2011 alors que le montant approuvé en 2010 était de 4,6 G\$.
6. Les approvisionnements postpatrimoniaux contribuent grandement à cette hausse des coûts. Ces derniers sont en hausse de 291,2 M\$, soit un peu plus de 80 % de la croissance observée sur le montant autorisé.

Service de transport

7. Le coût annuel du service de transport pour l'année témoin affiche une croissance de 55,4 M\$ (2,1 %) pour s'établir à 2 691 M\$ en 2011 (HQD-6, doc. 1, p. 3).
8. Divers ajustements, dont les ajustements relatifs aux revenus de point à point du Transporteur pour les années 2009 et 2010, viennent contrer la croissance observée. Ces derniers viennent réduire le coût du service de transport de 30,7 M\$.
9. Globalement, les coûts du service de transport sont en hausse et s'établissent à 2 659,9 M\$ pour l'année témoin 2011. Il s'agit d'une légère croissance de 27,2 M\$ (1,0 %) par rapport au montant autorisé en 2010.

Coûts de distribution et service à la clientèle

10. Les coûts du service de distribution et des services à la clientèle pour l'année témoin 2011 affichent une faible hausse de 13,0 M\$, soit une croissance de 0,4 % par rapport au montant autorisé de l'année 2010. Les charges d'exploitation et le coût du capital sont en hausse alors que les autres charges sont en baisse (HQD-7, doc. 1, p. 6).
11. Les charges d'exploitation affichent une croissance de 24,5 M\$ qui est complètement annulée par la baisse des amortissements et des déclassements qui constituent l'essentiel des coûts des autres charges. En effet, les autres charges totalisent 974,7 M\$ en 2011 et les charges pour les amortissements et les déclassements s'établissent à 827,8 M\$, soit près de 85 % du total.

12. Le coût du capital s'établit à 773,3 M\$ en 2011, en hausse de 15,8 M\$ par rapport au montant autorisé en 2010. Cette hausse s'explique essentiellement par la croissance de 3,5 % de la base de tarification du Distributeur (moyenne 13 mois). Cette dernière se chiffre à 10,4 G\$ en 2011 alors que le montant autorisé pour l'année 2010 est de 10,0 G\$.
13. La croissance de la base de tarification est largement compensée par la baisse du taux de rendement qui fléchit de 10 points de base pour s'établir à 7,4 %. N'eut été cette légère baisse du taux de rendement, le coût du capital aurait été plus élevé d'environ 10,6 M\$ en 2011.

Revenus additionnels requis

14. Malgré les hausses de coûts décrites précédemment, le Distributeur est en mesure d'offrir un gel de ses tarifs à ses clients (HQD-1, doc. 1, p. 6). Dans le contexte économique actuel, cette pause dans la hausse des tarifs d'électricité est la bienvenue.

III. COÛTS DU SERVICE

15. Tel que précisé plus haut, les coûts du service de distribution et des services à la clientèle du Distributeur affiche une hausse de 13,0 M\$ par rapport au montant autorisé en 2010, ce qui traduit une croissance de 0,4 %. Il s'agit d'une croissance relativement modeste pour un distributeur de la taille d'Hydro-Québec.
16. Le Distributeur relève sa cible d'efficience à 2,0 % en 2011 comparativement à 1,25 % en 2010 (HQD-7, doc. 1, p. 8). Selon nous, cela traduit l'engagement du Distributeur à offrir un service de qualité au meilleur coût possible.
17. Suite à son analyse de la preuve au dossier, OC considère que deux postes budgétaires méritent d'être commentés. Il s'agit des dépenses de la rubrique Services externes et des Revenus autres que ventes d'électricité.

Autres charges directes – Services externes

18. Les charges relatives aux services externes du Distributeur affichent une hausse de 10,4 M\$ en 2011 par rapport au montant autorisé de l'année 2010 (HQD-7, doc. 4, p. 3). Cette croissance s'explique notamment par la hausse de 34,2 M\$ de la rubrique Autres

(services externes) qui s'établit à 73,1 M\$ en 2011 par rapport à un montant autorisé (et ajusté) de 38,9 M\$.

19. En réponse à une demande de renseignements de la Régie (HQD-13, doc. 1, p. 99, R. 42.1), le Distributeur précise que :

Lors de l'établissement des revenus requis, l'imputation spécifique par nature comptable de certains coûts de type services professionnels ou autres services externes n'est pas toujours connue.

[...]

Le Distributeur propose donc d'analyser globalement les variations découlant des rubriques de services professionnels et des autres services externes.

20. On comprend de la réponse du Distributeur que les coûts des rubriques services professionnels et autres services externes sont similaires et qu'ils peuvent donc être examiner de manière combinée.
21. Pour l'année témoin 2011, ces deux rubriques totalisent 92,2 M\$, soit une hausse de 18,9 M\$ par rapport à l'année 2010. Par rapport à l'année historique 2009, ces charges sont en hausse de 31,9 M\$, soit une progression de 52,9 % sur deux ans.
22. Compte tenu de la croissance importante de ces postes budgétaires dans les dernières années et étant donné qu'une part importante de cette croissance découle des éléments spécifiques, du projet lecture à distance et du plan de renouvellement de la main-d'œuvre, nous invitons le Distributeur à produire un suivi sur ces postes lors de son prochain dossier tarifaire.
23. Le Distributeur devrait présenter et expliquer la nature des coûts historiques et établir clairement les liens qui existent entre ces coûts et les activités et projets spécifiques identifiés précédemment.

Revenus autres que ventes d'électricité

24. Pour l'année témoin 2011, le Distributeur évalue ses revenus autres que la vente d'électricité à 223,6 M\$, soit une hausse de 19,9 M\$ sur le montant autorisé en 2010.

25. Le Distributeur précise « que la majorité des revenus inscrits sous cette rubrique sont prévisibles et récurrents. Ils peuvent donc faire l'objet d'un suivi serré entre les données réelles d'une année et celles des années projetées et prévisionnelles » (HQD-9, doc. 2, p. 3).
26. Les revenus prévisibles et récurrents s'établissent à 204,3 M\$ en 2011 comparativement à 180,4 M\$ pour le montant autorisé en 2010. Le tableau ci-dessous illustre les montants autorisés et historiques ainsi que l'écart entre ces montants pour les revenus autres que la vente d'électricité pour les années 2006 à 2009 (HQD-13, doc. 1, p. 162, R. 69.1).

	2006	2007	2008	2009	Moyenne
Autorisé (M\$)	127.3	132.3	140.5	157.0	
Historique (M\$)	142.8	146.6	169.0	184.4	
Écart (M\$)	15.5	14.3	28.5	27.4	21.4
Écart (%)	12%	11%	20%	17%	15%

27. On constate que le Distributeur a systématiquement sous-estimé les revenus qu'il entendait encaisser. En fait, selon les données du tableau, on peut raisonnablement considérer que les revenus projetés pour l'année témoin 2011 sont sous-estimés par au moins 10 %, soit un montant de 20,4 M\$. Sur la base de la moyenne des quatre années historiques, ce montant serait de 31,0 M\$.
28. Un ajustement de l'ordre de 25,0 M\$ semble donc approprié dans les circonstances. Les revenus autres que la vente d'électricité devraient donc se situer à 250,0 M\$ pour l'année témoin 2011.

IV. INDICATEURS DE QUALITÉ DU SERVICE

Satisfaction de la clientèle

29. Le Distributeur indique qu'il a apporté certains ajustements à l'indice de satisfaction de la clientèle, notamment pour refléter la nouvelle segmentation de la clientèle d'affaires opérée en 2009 (HQD-7, doc. 2, p. 11).

30. Le Distributeur présente deux indicateurs de satisfaction de la clientèle : un pour les clients du tarif L et un pour le reste de la clientèle. Lors de chaque dossier tarifaire, au moins une association de consommateurs demande que les résultats soient présentés distinctement pour la clientèle résidentielle.
31. Il nous semblait donc opportun de demander au Distributeur s'il entendait présenter ces données séparément avec l'objectif d'éliminer la demande de renseignement sur cet indicateur.
32. Nous reproduisons ci-dessous notre demande et la réponse du Distributeur (HQD-13, doc. 7, pp. 7-8, R. 5.2) :

Demande :

Étant donné la nature du service et les attentes différentes des clients résidentiels par rapport aux autres clients commerciaux, le Distributeur est-il d'avis qu'il serait opportun de présenter les résultats de cet indice séparément dans le cadre de ses prochains dossiers tarifaires ?

Réponse :

Seul l'indicateur combiné participe à l'évaluation de la performance du Distributeur. Cet indicateur est le seul présenté.

Étant donné que le niveau visé de service offert à ces deux catégories de clients est le même, le Distributeur ne voit pas la nécessité de dédoubler et de suivre ces indicateurs séparément.

33. Nous comprenons de la réponse du Distributeur que la performance dont il est question à la demande 5.2 de notre demande de renseignements est celle mesurée aux fins du Plan stratégique (pp. 47 et 48).
34. Avec égard pour la position du Distributeur, il nous semble pertinent que les résultats de l'indice de satisfaction de la clientèle résidentielle soient présentés séparément. Le Distributeur dispose déjà de ces données et les intégrer à sa preuve en chef requerra probablement un effort moindre que celui nécessaire à la rédaction d'une demande de renseignements qui lui est présentée annuellement.
35. Nous laissons aux soins du Distributeur de présenter ces résultats dans son tableau habituel ou dans l'annexe qui traite des indicateurs de la qualité du service.

Réponse téléphonique

36. Le Distributeur propose de substituer l'indicateur coefficient de service téléphonique (CST) par l'indicateur délai moyen de réponse téléphonique (DMR) au motif qu'il n'utilise plus le CST dans sa gestion quotidienne (HQD-7, doc. 2, p. 9).
37. Bien que ces deux indicateurs mesurent essentiellement le même phénomène, soit la « pause musicale » qui accompagne bien souvent un appel au service à la clientèle, l'information qu'ils fournissent est bien différente.
38. Le CST mesure le pourcentage d'appels traités à l'intérieur d'un délai prédéterminé alors que le DMR mesure le délai moyen d'attente d'un client pour obtenir l'aide d'un représentant.¹
39. OC considère que le remplacement du CST par le DMR constitue une perte d'information importante pour les consommateurs.
40. D'une part, le DMR est présenté pour l'ensemble de la clientèle plutôt que par grands segments de marché, soit résidentiel et commercial. Étant donné que ces marchés ont des besoins différents en matière de service à la clientèle et que l'offre de service du Distributeur est différente pour ces deux marchés, il semble plus pertinent de fournir les données pour l'indicateur de réponse téléphonique séparément.
41. D'ailleurs, le Distributeur propose des numéros de téléphone différents à ses différentes clientèles (HQD-13, doc. 12, p. 19, R. 14.1).
42. D'autre part, le CST nous semble un indicateur supérieur au DMR en ce qu'il permet d'apprécier plus justement la qualité du service offert par le Distributeur à ses clients. En effet, le CST a l'avantage de fournir une donnée sur la capacité du Distributeur à offrir un standard de qualité alors que le DMR ne fait que traduire sa rapidité à répondre au téléphone.

¹ Nous comprenons par ailleurs que le DMR exclu le temps écoulé entre le moment où le client appelle et celui où il s'inscrit dans une file d'attente pour parler à un représentant, ce qui ne serait pas le cas du CST.

43. Le tableau ci-dessous illustre bien notre propos (HQD-7, doc. 2, p. 10 et HQD-13, doc. 7, p. 6).

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
DMR HQD (sec.)	43	67	113	379	190	131
DMR Rés. (sec.)	43	47	133	486	195	131
CST Rés. (%)	93	90	81	53	62	62
DMR Com. (sec.)	42	540	109	134	142	114
CST Com. (%)	88	34	73	66	68	63

44. Les résultats du DMR pour les différentes clientèles s'améliorent de manière notable entre 2008 et 2010 mais les résultats du CST montrent plutôt que la performance du Distributeur ne s'est guère améliorée et qu'elle s'est même légèrement détériorée pour la clientèle commerciale.
45. Ces résultats illustrent que la qualité de la réponse téléphonique du Distributeur ne s'est toujours pas remise de l'introduction du SIC.
46. Notons par ailleurs que Gazifère Inc. (R-3724-2010, GI-16, doc. 1.4) et Gaz Métro (R-3717-2009, GM-5, doc. 1) utilisent un indicateur de type CST pour l'évaluation de la qualité du service quant à la réponse téléphonique.
47. Notons de plus que les distributeurs d'électricité de l'Ontario doivent également utiliser un indicateur de réponse téléphonique de type CST plutôt que DMR (OEB, Distribution System Code, *Telephone Accessibility*, art. 7.6).²
48. Quant à l'objectif de performance visé pour le DMR, le Distributeur précise qu'il vise un délai moyen de réponse téléphonique comparable à la moyenne nord-américaine de l'industrie, soit 80 secondes (HQD-13, doc. 7, p. 6, R. 4.1 et 4.2).
49. Le Distributeur précise de plus que la moyenne de l'industrie est obtenue par le biais du balisage offert par la firme First Quartile Consulting. Nous comprenons que l'objectif visé par le Distributeur variera au gré des résultats du balisage. Une cible bien déterminée ainsi

² http://www.oeb.gov.on.ca/OEB/Documents/Regulatory/Distribution_System_Code.pdf

qu'un horizon temporel précis nous semble préférable à la cible mouvante que souhaite atteindre le Distributeur.

50. Finalement, nous constatons également que le délai de réponse téléphonique prescrit aux distributeurs de l'Ontario est de 30 secondes soit une exigence de performance bien supérieure au délai prévu au CST ou même à la moyenne nord-américaine de 80 secondes.
51. En guise de conclusion, OC recommande à la Régie de diriger le Distributeur à maintenir l'indicateur CST à ses indicateurs de qualité du service.
52. Nous soulignons au passage que le Distributeur présente deux indicateurs pour les demandes de raccordement et que cette façon de faire peut facilement être reproduite pour la réponse téléphonique. En effet, le taux de réalisation des raccordements dans les délais convenus est une mesure qui s'apparente au CST alors que le délai moyen de raccordement est l'équivalent du DMR pour la réponse téléphonique
53. Notre recommandation nous semble particulièrement pertinente à la lumière des résultats de la réponse téléphonique qui, comme souligné précédemment, n'ont toujours pas retrouvés les niveaux des années précédents à l'implantation du SIC.

V. ÉLÉMENTS SPÉCIFIQUES

54. Lors du dernier dossier tarifaire, OC avait appuyé les conclusions de l'AQCIE et du CIFQ (R-3708-2009, pièce C-1-9, Rapport d'analyse, pp. 7-12) quant au traitement des éléments spécifiques (R-3708-2009, C-3-6, p. 4). Nous avons notamment énoncé que les propositions formulées par ces intervenants contribuerait à établir un régime de réglementation efficace.
55. Dans sa décision D-2010-022 (p. 59), la Régie précisait ce qui suit quant au traitement des éléments spécifiques :

La Régie est toutefois préoccupée par le nombre croissant des éléments spécifiques année après année. Elle partage l'opinion de certains intervenants à l'effet qu'il faudrait mieux baliser ce qui doit être considéré un élément spécifique en resserrant les critères.

La Régie demande au Distributeur que les éléments spécifiques soient adéquatement justifiés, en précisant si le nouveau coût est récurrent ou

temporaire et si ce coût est hors de son contrôle ou découle d'exigences externes non en lien avec ses activités courantes de distribution d'électricité. Le Distributeur doit aussi démontrer qu'il ne remplace pas d'autres éléments similaires déjà inclus dans ses activités courantes.

(Nous soulignons)

56. Dans le cadre du présent dossier, le Distributeur donne suite à la préoccupation de la Régie en présentant ses critères d'établissement des éléments spécifiques et ceux visant leur reclassification vers les activités de base (HQD-7, doc. 1, pp. 11-12).
57. OC n'entend pas élaborer beaucoup sur le sujet compte tenu notamment que d'autres intervenants, dont la FCEI, traiteront de ce sujet dans leur preuve.
58. Globalement, OC est généralement satisfaite des critères proposés par le Distributeur. Il y a lieu de souligner que les critères proposés constituent une bonne base de discussion qui pourra faire l'objet d'un raffinement dans l'avenir. On pense notamment au seuil de qualification de 2 M\$ ou encore au critère de reclassement relatif à la stabilité des coûts.
59. À cet égard, OC s'interroge sur les raisons qui font que le Distributeur s'autorise à reclasser en 2011 les coûts de sa Stratégie pour la clientèle MFR et qu'il entend reclasser les coûts de l'inspection et du retraitement des poteaux de bois en 2012 (HQD-13, doc. 7, pp. 4-5, R. 3.1 et 3.2), alors que ces deux postes présentent des caractéristiques similaires quant à la stabilité des coûts entre 2010 et 2011 et également pour les années suivantes.

VI. COMPTE DE NIVELLEMENT POUR ALÉAS CLIMATIQUES

60. Le Distributeur estime que le solde du compte de nivellement pour aléas climatiques devrait atteindre un peu plus de 130,0 M\$ au 31 décembre 2010 et précise qu'il s'agirait « de l'écart le plus élevé constaté dans le compte de nivellement ». Le Distributeur ajout que la probabilité que cette situation se reproduise est pratiquement nulle (HQD-8, doc. 7, p. 12).
61. Compte tenu de cette situation exceptionnelle, le Distributeur propose un traitement particulier quant au solde 2010 du compte de nivellement. Le Distributeur propose de verser au revenu requis de l'année 2011 l'écart du compte au-dessus du seuil de 100,0 M\$.

62. Le Distributeur précise que (HQD-13, doc. 7, p. 12, R. 10.1) :

Le choix du seuil de 100 M\$ est avant tout basé sur la notion de prudence en considérant l'historique des aléas climatiques auxquels le Distributeur a été confronté depuis 1971.

63. Le Distributeur précisera de plus que (HQD-13, doc. 7, p. 12, R. 10.2) :

S'il pouvait, à certains égards, être souhaitable de réduire davantage les montants inscrits au compte de nivellement pour aléas climatiques, le Distributeur ne peut souscrire à une proposition qui pourrait avoir pour effet de reporter à plus tard la récupération d'une partie ou de la totalité du montant de 33,2 M\$ proposé.

(Nous soulignons)

64. OC est d'avis que le contexte tarifaire actuel est propice au traitement exceptionnel proposé par le Distributeur relativement au solde 2010 du compte de nivellement. OC invite la Régie à considérer une réduction supplémentaire du solde 2010 du compte si la situation le permet tout en assurant un gel des tarifs.

VII. CONTRIBUTIONS AUX PETITES CENTRALES

65. Le Distributeur demande à la Régie que les contributions au financement des coûts d'intégration des projets de petites centrales hydroélectriques soient comptabilisées dans sa base de tarification et que l'amortissement applicable soit de 20 ans ce qui reflète la durée des contrats (HQD-3, doc. 2, p. 7).

66. Le Distributeur fait remarquer que le traitement actuel des contributions qu'il verse au financement des petites centrales fait en sorte que ces dernières sont intégrées, en totalité, à son coût de service lors de la demande tarifaire subséquente alors que le Transporteur les comptabilisent à sa base de tarification pour les amortir sur la durée de vie utile des actifs.

67. Il y a donc une disparité dans le traitement de coûts similaires qu'il n'y pas lieu de maintenir.

68. Par ailleurs, il est de bonne pratique réglementaire que de consigner dans un compte de frais reportés seulement les sommes pour lesquelles le compte a été créé. La proposition du Distributeur va donc dans ce sens.
69. Par contre, la proposition du Distributeur aura, à terme, un impact financier plus important compte tenu du rendement accordé sur le solde non amorti. Pour la période 2011-2016, le traitement actuel devrait générer une charge de rendement de près de 0,33 M\$ alors que sur la même période le traitement proposé devrait en générer 0,82 M\$.
70. OC considère que la proposition du Distributeur est raisonnable et qu'elle assure un traitement comptable et réglementaire plus approprié des contributions pour l'intégration des petites centrales.

VIII. ENTENTE AVEC LE PRODUCTEUR

71. OC a obtenu les précisions qu'elle souhaitait quant aux transactions de nature financière avec le Producteur. Nous n'avons donc aucun commentaire à formuler quant à ces transactions dans le cadre du présent dossier.
72. Toutefois, comme il est plus que probable que le Distributeur fasse appel à cet outil de gestion des approvisionnements dans le futur, OC considère qu'il sera pertinent et opportun d'évaluer l'utilisation de cet outil dans le cadre de l'examen du Plan d'approvisionnement qui sera déposé sous peu.

IX. STRATÉGIE CLIENTÈLE MÉNAGES À FAIBLE REVENU (MFR)

Groupe de travail HQD et organismes du milieu

73. Lors de sa demande tarifaire 2007, le Distributeur indiquait vouloir « faire progresser son intervention auprès des ménages à faible revenu ayant des difficultés de paiement de leurs factures d'électricité [...] en offrant des produits adaptés à leurs besoins. »
74. Le Distributeur y proposait d'ailleurs la création d'un groupe de travail dont l'objectif serait « de proposer une vision et des mesures qui faciliteraient aux ménages à faible revenu le paiement de leurs factures d'électricité » (R-3610-2006, HQD-13, doc. 1, p. 29).

75. C'est ainsi que le groupe de travail « Ménages à faible revenu - Hydro-Québec Distribution et organisme du milieu » (le Groupe de travail) voyait le jour en septembre 2006. OC participe activement à ce groupe de travail.
76. OC considère que le Groupe de travail a réalisé d'importants progrès depuis sa constitution en 2006 quoique la dernière année ait été marquée par quelques déceptions qui s'expliquent par des changements organisationnels à la Direction Crédit et recouvrement (DCR) du Distributeur qui pilote le dossier MFR.
77. Le changement à la DCR s'est traduit par un léger ralentissement du rythme des échanges entre HQD et les membres du Groupe de travail qui ne nous apparaissait guère encourageant jusqu'à tout récemment.
78. En outre, puisqu'OC n'est pas membre de la Table de travail « Associations de consommateurs et Direction Crédit et recouvrement » (la Table), qui regroupe l'Union des consommateurs et la CACQ, elle peut difficilement apprécier la mise en œuvre des pistes retenues par le Distributeur et encore moins participer aux discussions qui en découlent car c'est cette dernière qui voit à la mise en œuvre des pistes de solution retenues par le Distributeur (HQD-13, doc. 7, p. 19, R. 14.7).
79. Nous soumettons également que la participation d'OC aux travaux de la Table contribuerait à alléger le traitement réglementaire de la demande tarifaire du Distributeur en limitant les demandes de précisions. La Régie comprendra qu'OC possède un vif intérêt à s'assurer de la mise en œuvre de solutions qu'elle aura contribué à façonner lors des travaux du Groupe de travail (R-3644-2007, HQD-14, doc. 1, p. 10).
80. Par ailleurs, OC est convaincue qu'elle possède l'expérience pertinente pour contribuer de manière constructive aux délibérations de la Table et croit qu'elle devrait en être membre.

Stratégie MFR pour l'année 2011

81. Pour l'année témoin 2011, le Distributeur propose d'hausser à 12,4 M\$ les sommes dédiées à la Stratégie MFR (HQD-7, doc. 1, p. 23), soit une croissance de 2,8 M\$ sur les sommes autorisées lors de la demande 2010 (R-3608-2009, HQD-7, doc. 1, p. 13).

82. Le budget pour les pistes de solution contenues sous le thème « Accessibilité » est réduit de 1,1 M\$ par rapport à l'année précédente. Le Distributeur précise que la piste 3 « Alternative aux interruptions » se réalisera par « l'amélioration de la prestation des services en place, notamment par une meilleure détection de la situation du client et l'offre des services disponibles » et que le budget de 1,0 M\$ qui y était prévu en 2010 est intégré aux services déjà en place, dont, plus particulièrement, les pistes 20 et 21 (HQD-13, doc. 7, p. 17, R. 14.2).
83. À cet effet, notons que le budget de la piste 21 « Implantation plus rapide des ententes » affiche une hausse de 4,3 M\$ par rapport à l'année 2010. Cette hausse apparaît nécessaire compte tenu de l'intégration de la piste 3 et des efforts supplémentaires consentis par le Distributeur afin de répondre adéquatement aux besoins de la clientèle MFR (HQD-13, doc. 1, pp. 80-83, R. 32.1 à 32.3).
84. Comme le souligne le Distributeur, les changements apportés, soit la réduction du terme et l'augmentation du soutien, devraient permettre de réduire le taux d'échec des ententes de paiement et leur abandon par certains clients en difficulté.

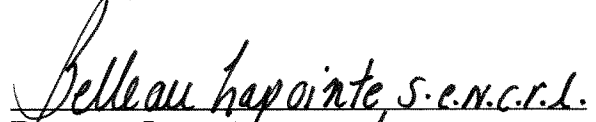
X. CONCLUSIONS

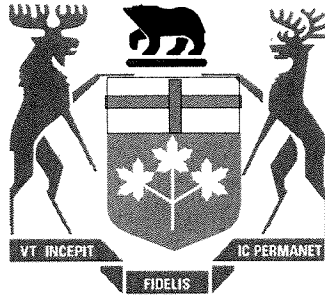
85. OC est généralement satisfaite des efforts du Distributeur qui lui permettent d'offrir un gel tarifaire à ses clients ce qui est une bonne chose dans le contexte économique actuel. OC souhaite que la Régie rende une décision qui assurera le gel des tarifs d'électricité ou, du moins, qui ne se traduira pas par une hausse de ces derniers.
86. OC recommande à la Régie de diriger le Distributeur à fournir un suivi exhaustif des dépenses des postes budgétaires de la rubrique « Services externes » compte tenu de la hausse marquée dans les dernières années (plus de 50 % en deux ans) et des justifications apportées jusqu'ici par le Distributeur.
87. OC recommande d'établir les revenus autres que ventes d'électricité à 250,0 M\$ pour l'année témoin 2011 étant donné la sous-évaluation chronique de ces revenus par le Distributeur.

88. OC recommande que l'indicateur de satisfaction de la clientèle résidentielle soit présenté séparément dans le cadre des dossiers tarifaires ultérieurs.
89. OC recommande également le maintien de l'indicateur CST (coefficient de service téléphonique) aux indicateurs de qualité du service du Distributeur.
90. OC est d'avis que l'évaluation de la qualité de la réponse téléphonique pourrait être améliorée avec la présentation des résultats du DMR (délai moyen de réponse) et du CST, à l'instar de ce qui se fait pour les demandes de raccordement.
91. OC est globalement satisfaite du suivi offert par le Distributeur quant au traitement des éléments spécifiques mais que des améliorations pourraient être apportées dans le cadre du présent dossier ou lors de prochains dossiers.
92. OC appuie la proposition du Distributeur quant au traitement exceptionnel proposé relativement au solde 2010 du compte de nivellement pour aléas climatiques.
93. OC note que le Distributeur ne semble pas s'opposer à ce qu'un montant supérieur à l'écart entre le solde 2010 et le seuil de 100,0 M\$ soit intégré au revenu requis de l'année témoin. OC souligne par contre que si la Régie devait intégrer un montant supérieur au montant de 33,2 M\$, elle devrait assurer un gel des tarifs d'électricité.
94. OC n'a pas d'objection au traitement proposé par le Distributeur quant aux contributions relatives à l'intégration des petites centrales hydroélectriques.
95. Finalement, OC recommande à la Régie d'autoriser les sommes destinées à la Stratégie clientèle MFR du Distributeur.

Le tout respectueusement soumis.

Montréal, le 22 octobre 2010


BELLEAU LAPOINTE, S.E.N.C.R.L.
Procureurs d'Option consommateurs



Ontario

ONTARIO ENERGY BOARD

Distribution System Code

Last revised on October 1, 2010
(Originally Issued on July 14, 2000)

Distribution System Code

7 SERVICE QUALITY REQUIREMENTS

7.1 Definitions

In this section 7, the following words have the meanings set out below.

“answered” means connected to a person that is a representative of the distributor. Connection to a voice mailbox or an answering machine, or placing a person in a queue, does not constitute answering.

“customer care telephone number” means any telephone number that is dedicated exclusively to, and given to the public by the distributor for, the purpose of contacting the distributor on matters concerning customer care, including customer account enquiries and other customer service enquiries. Where a distributor does not have a telephone number dedicated exclusively to matters concerning customer care, any telephone number given to the public for the purpose of making enquiries of the distributor shall be deemed to be a “customer care telephone number”.

“emergency call” means a call where the assistance of the distributor has been requested by fire, ambulance or police services.

“qualified enquiry” means an enquiry received by a distributor from a customer or representative of a customer pertaining to the customer’s existing or prospective service in which a written response is requested by the customer or representative of the customer or determined by the distributor to be necessary. A “qualified enquiry” does not include any of the following, which shall be addressed in accordance with other applicable requirements: cable locate requests; retailer Service Transaction Requests; and enquiries of a general nature not relating specifically to service currently provided to a customer or to a new service being requested by a customer.

“qualified incoming calls” means calls that are received during the regular hours of operation of a distributor’s customer call centre and are either:

- (a) telephone calls for which the customer normally reaches a customer service representative directly or has been transferred to a customer care line by a general operator; or
- (b) telephone calls in which the customer has reached the distributor’s Interactive Voice Response (“IVR”) system and selected the option of speaking to a customer service representative.

Distribution System Code

The following are not "qualified incoming calls":

- (a) telephone calls that are abandoned by the customer prior to asking for a customer service representative; and
- (b) telephone calls for which the customer elects IVR self-service.

"new service" means a connection that requires an Electric Safety Authority certificate before the connection can be completed. This includes, but is not limited to, connections associated with a service upgrade and connections that involve the installation of an additional meter on the distribution system where no meter previously existed. Solely replacing an existing meter is not a new service.

"service conditions" means any condition that must be satisfied before the service will be provided and may include the payment of connection fees, the signing of an offer to connect, the completion of a distribution system expansion, the delivery of any necessary equipment and the receipt of an electrical safety inspection certificate.

7.2 Connection of New Services

- 7.2.1 A connection for a new service request for a low voltage (<750 volts) service must be completed within 5 business days from the day on which all applicable service conditions are satisfied, or at such later date as agreed to by the customer and distributor.
- 7.2.2 A connection for a new service request for a high voltage (>750 volts) service must be completed within 10 business days from the day on which all applicable service conditions are satisfied, or at such later date as agreed to by the customer and distributor.
- 7.2.3 This service quality requirement must be met at least 90 percent of the time on a yearly basis.

7.3 Appointment Scheduling

- 7.3.1 When a customer or a representative of a customer requests an appointment with a distributor, the distributor shall schedule the appointment to take place within 5 business days of the day on which all applicable service conditions are satisfied or on such later date as may be agreed upon by the customer and distributor.

Distribution System Code

- 7.3.2 Where the appointment in section 7.3.1 requires the presence of the customer or the customer's representative, the distributor shall fulfil the requirements set out in section 7.4.1.
- 7.3.3 Where the appointment in section 7.3.1 does not require the presence of the customer or the customer's representative, the distributor shall arrive for the appointment on the day scheduled under section 7.3.1.
- 7.3.4 This service quality requirement must be met at least 90 percent of the time on a yearly basis.
- 7.3.5 All of the actions set out in:
- (a) section 7.3.1; and
 - (b) section 7.3.2 or section 7.3.3, as applicable,
- must be completed in order to fulfil this service quality requirement.
- 7.3.6 This service quality requirement applies regardless of whether or not the presence of the customer or the customer's representative is required.
- 7.3.7 This service quality requirement does not apply to appointments that are subject to the requirements in sections 7.2.1 and 7.2.2.

7.4 Appointments Met

- 7.4.1 When an appointment is either:
- (a) requested by a customer or a representative of a customer with a distributor ; or
 - (b) required by a distributor with a customer or representative of a customer,
- the distributor must offer to schedule the appointment during the distributor's regular hours of operation within a window of time that is no greater than 4 hours (i.e., morning, afternoon or, if available, evening). The distributor must then arrive for the appointment within the scheduled timeframe.
- 7.4.2 This service quality requirement must be met at least 90 percent of the time on a yearly basis.
- 7.4.3 Both of the actions set out in section 7.4.1 must be completed in order to fulfil this service quality requirement.

Distribution System Code

7.4.4 If the distributor arrives at the scheduled appointment within the required time period but the appointment cannot be met because the customer failed to attend the appointment, the distributor may consider the appointment to have been met for the purpose of determining its performance with the standard.

7.4.5 This service quality requirement applies to appointments that:

- (a) require the presence of the customer or the customer's representative;
- (b) are scheduled to occur at the distributor's office, the customer's premises, business or work site, or at another location agreed to by the distributor and customer; and
- (c) are a frequently recurring part of the distributor's normal course of business, including, but not limited to, the following:
 - (i) disconnecting and/or reconnecting service to effect maintenance or upgrades;
 - (ii) connecting a new customer;
 - (iii) connecting a new service for an existing customer;
 - (iv) providing underground cable locates;
 - (v) inspections;
 - (vi) gaining access to read or replace an inside meter or to provide the customer with instructions on the proper use of a prepaid meter or similar device; and
 - (vii) appointments that are rescheduled as required by section 7.5.1.

7.5 Rescheduling a Missed Appointment

7.5.1 When an appointment to which sections 7.3.1, 7.3.3, or 7.4.1 apply is missed or is going to be missed, the distributor must:

- (a) attempt to contact the customer before the scheduled appointment to inform the customer that the appointment will be missed; and
- (b) attempt to contact the customer within one business day to reschedule the appointment.

7.5.2 This service quality requirement must be met 100 percent of the time on a yearly basis.

7.5.3 Both of the actions set out in section 7.5.1 must be completed in order to fulfil this service quality requirement.

Distribution System Code

- 7.5.4 This requirement does not apply if the appointment is missed due to the failure of the customer or the representative of the customer to attend the appointment.
- 7.5.5 The rescheduled appointment becomes a new appointment for the purposes of sections 7.3.1 or 7.4.1 as appropriate.

7.6 Telephone Accessibility

- 7.6.1 Qualified incoming calls to the distributor's customer care telephone number must be answered within the 30 second time period established under section 7.6.3.
- 7.6.2 This service quality requirement must be met at least 65 percent of the time on a yearly basis.
- 7.6.3 For qualified incoming calls that are transferred from the distributor's IVR system, the 30 seconds shall be counted from the time the customer selects to speak to a customer service representative. In all other cases, the 30 seconds shall be counted from the first ring.

7.7 Telephone Call Abandon Rate

- 7.7.1 The number of qualified incoming calls to a distributor's customer care telephone number that are abandoned before they are answered shall be 10 percent or less on a yearly basis.
- 7.7.2 For the purposes of section 7.7.1, a qualified incoming call will only be considered abandoned if the call is abandoned after the 30 second period established under section 7.6.1 has elapsed.

7.8 Written Response to Enquires

- 7.8.1 A written response to a qualified enquiry shall be sent by the distributor within 10 business days.
- 7.8.2 This service quality requirement must be met at least 80 percent of the time on a yearly basis.
- 7.8.3 The 10 business days shall be counted from the date on which any conditions associated with the enquiry have been satisfied (such as the date of a move where there is a request for a final statement of account) or, if there are no such conditions, from the date of receipt of the enquiry.

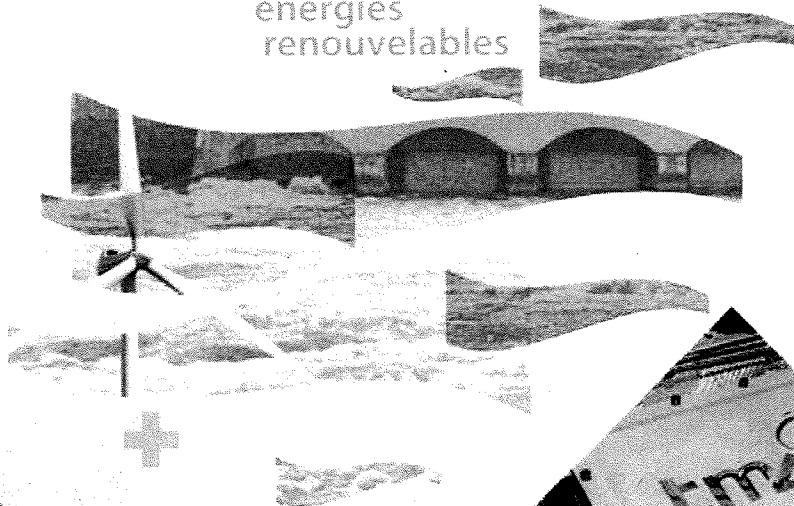
Distribution System Code

- 7.8.4 A distributor may consider a written response to have been sent if the distributor sends a written acknowledgement of receipt of the qualified enquiry and includes a specific date in which a complete response to the qualified enquiry will be provided.
- 7.8.5 A written response shall be deemed to have been sent on the date on which it is faxed, mailed or e-mailed by the distributor.

7.9 Emergency Response

- 7.9.1 Emergency calls must be responded to within 120 minutes in rural areas and within 60 minutes in urban areas.
- 7.9.2 This service quality requirement must be met at least 80 percent of the time on a yearly basis.
- 7.9.3 The definition of "rural" and "urban" should correspond to the municipality's definition.
- 7.9.4 The arrival of a qualified service person on site will constitute a response.

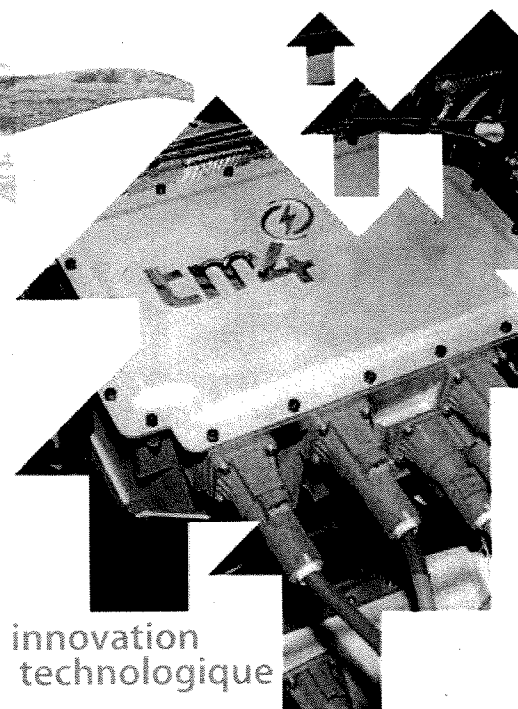
énergies
renouvelables



gnosti



efficacité
énergétique



innovation
technologique



Maintenance
du réseau souterrain

Hydro-Québec Distribution

Orientations

1. Assurer la qualité des services à la clientèle.
2. Intensifier les actions en efficacité énergétique.
3. Répondre avec flexibilité aux besoins en électricité.
4. Rendre la division encore plus performante.

Indicateurs

- Taux de satisfaction des clientèles résidentielle, commerciale et affaires (note sur 10).
- Délai moyen de réponse téléphonique (min).
- Économies d'énergie réalisées depuis la mise en œuvre du PGEÉ en vue d'un objectif de 11 TWh en 2015 (TWh).
- Charges d'exploitation nettes (réseau de distribution et services à la clientèle) par abonnement – croissance annuelle moyenne sur une période de 5 ans (%).
- Continuité du service de distribution – temps moyen normalisé d'interruption du service par client par année (min).

Perspectives financières (M\$)	2008 (données réelles)	2009 (projections ^a)	2010	2011	2012	2013	Total 2009-2013
Contribution au bénéfice de l'entreprise	421	229	268	270	287	328	1 382
Investissements	900	1 044	1 138	1 179	1 383	1 482	6 226

a) Projections basées sur les données réelles pour les quatre premiers mois de 2009.

Orientation 1: Assurer la qualité des services à la clientèle.

Hydro-Québec Distribution a à cœur d'offrir des services de qualité à sa clientèle, composée de près de 3,9 millions d'abonnés. Les profils de consommation des diverses catégories de clients s'accompagnent d'attentes différentes en matière de services.

Stratégie 1 – Offrir aux clients des services de qualité adaptés à leurs besoins.

Hydro-Québec Distribution continue d'ajuster ses services en fonction des attentes de ses clients. L'amélioration de l'accès aux services demeure une priorité. La division vise un délai moyen de réponse téléphonique comparable à la moyenne nord-américaine de l'industrie. Elle enrichira son offre libre-service (prestations Web et services vocaux interactifs) et poursuivra l'optimisation de l'organisation de ses activités pour améliorer l'expérience client et faciliter la résolution au premier appel. Elle prendra aussi des mesures pour personnaliser la relation client avec les titulaires de comptes affaires majeurs. Au nombre de 1100, ceux-ci sont les plus grands consommateurs d'électricité après la clientèle Grandes entreprises. Ils se verront notamment assigner un délégué commercial attitré.

En 2008, la satisfaction des clientèles résidentielle, commerciale et affaires a atteint 7,42 sur 10, le plus haut niveau enregistré depuis l'an 2000. La division entend continuer dans cette voie et atteindre un taux de satisfaction de 7,50 en 2013.

Hydro-Québec Distribution poursuivra la réforme de ses structures tarifaires afin d'encourager les clients à mieux consommer. L'écart entre les paliers des tarifs résidentiels sera accentué, tandis que la dégressivité des tarifs commerciaux et affaires sera graduellement éliminée.

