Preuve
de l'ACEF de Québec

Demande relative à l'établissement des tarifs d'électricité
de l'année tarifaire 2013-2014

R-3814-2012

Alice Savage
6 novembre 2012

Table des matières

SOMMAIRE 1

1. MODIFICATIONS RELATIVES AU MODE DE VERSEMENTS ÉGAUX (MVÉ) 3
1.1 Introduction 3
1.2 Problématiques 4
1.2.1 Selon le Distributeur 4
1.2.2 Selon l'ACEF de Québec 5
1.3 Analyse des solutions proposées 6
1.3.1 Changer le nom du service 6
1.3.2 Nouvelles constructions et locaux ayant été vacants 7
1.3.3 Résiliation et autres 8
1.5 Conclusions 8
Recommandations 9

2. ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES 11
Recommandation 11

3. GESTION DU RISQUE DE CRÉDIT DES CLIENTS RÉSIDENTIELS 12
3.1 Introduction 12
3.2 Analyse de la solution 12
3.3 Analyse des modalités envisagées 13
3.3.1 Communications 14
3.3.2 Calcul et communication de la cote par Hydro-Québec 15
3.3.3 Erreurs et préjudices 15
3.4 Exploration de solutions 16
3.4.1 Exemples de conditions minimales 16
3.4.2 Autres types de solutions 17
3.5 Conclusions 18
3.5.1 Bénéfices 19
3.5.2 Risques 19
Recommandations 20

SOMMAIRE

L'ACEF de Québec présente dans ce mémoire ses analyses et recommandations, sur la *Demande relative à l'établissement des tarifs d'électricité de l'année tarifaire 2013-2014*, du point de vue des clientèles résidentielles et de la population en général.

Les réponses obtenues du Distributeur sont souvent cachées dans divers documents, très incomplètes ou non pertinentes.

L'absence des statistiques, généralement élémentaires, demandées pour mieux comprendre les décisions que le Distributeur demande à la Régie d'approuver, n'est pas possible dans une entreprise ayant aussi massivement investi dans ses systèmes d'information.

On peut l'interpréter soit comme une indifférence aux faits dans les processus de prise de décisions, soit comme un refus de communiquer aux intervenants et à la Régie des faits sur lesquels le porte-parole d'Hydro-Québec nous a pourtant demandé le 18 septembre d'apporter des compléments et des commentaires.

Dans ce mémoire, compte tenu également de l'ampleur de la demande et des historiques rattachés à plusieurs des dossiers en cause, nous traitons, à ce stade-ci, des modifications suivantes aux *Conditions de service d'électricité*:

1. Le mode de versements égaux

Sans s'attacher indûment à l'appellation actuelle, laquelle est toutefois un code familier à la majorité de la clientèle et des intervenants, l'ACEF de Québec veut vérifier le bien-fondé des changements proposés, afin que les clients trouvent dans un nouveau nom éventuel plus de clarification que de confusion.

Le refus d'inscrire au MVÉ des logements nouveaux ou vacants n'est pas inévitable et ne devrait être, le cas échéant, qu'une solution temporaire assortie de certaines conditions.

2. L'introduction d'un nouvel article permettant la mise en œuvre d'activités promotionnelles, à durée déterminée

l'ACEF de Québec approuve Hydro-Québec de vouloir enrichir ses prises de décisions en procédant à des projets-pilotes sur des modalités de promotion de ses services, s'il est entendu que le Distributeur présentera ensuite à la Régie la vision et l'étude d'opportunité complète des services visés, non pas seulement une analyse de rentabilité d'un mode de promotion.

3. La gestion du risque de crédit des clients résidentiels

Le Distributeur n'a pas prouvé les bénéfices découlant de sa proposition pour Hydro-Québec et pour sa clientèle, tandis que les risques encourus par celle-ci sont très préoccupants et que les bénéfices pour d'autres compagnies sont évidents, contrairement au contrôle pouvant être exercé par la Régie sur cette démarche.

1. MODIFICATIONS RELATIVES AU MODE DE VERSEMENTS ÉGAUX (MVÉ)

1.1 Introduction

1.1.1 Hydro-Québec mesure et facture généralement la consommation d'électricité aux deux mois pour la clientèle résidentielle. Mais depuis les années 1970, afin d'aider certains clients à gérer plus efficacement leur budget, il permet l'échelonnement des paiements en répartissant le plus uniformément possible sur douze mois le coût total prévu. Ce versement mensuel est calculé selon une projection de la consommation annuelle du local, laquelle inclut un ajustement en fonction de la température.

1.1.2 Lors de la révision annuelle, le Distributeur calcule l'écart entre le coût de la consommation réelle et les sommes facturées au cours de la période afin de déterminer le solde créditeur ou débiteur. Si le solde est débiteur et que la somme due par le client est supérieure au dernier versement, ce solde peut être réparti sur les six prochains versements à la reconduction de l'entente.

1.1.3 Nous comprenons que l'« entente » porte sur un montant mensuel pour un an et est renouvelable automatiquement, après entente sur la nouvelle mensualité et le solde éventuel, à l'échéance.

1.1.4 Des statistiques rares et peu comparables que nous avons obtenues en réponse à nos demandes de renseignements, il ressort qu'environ 3,5 millions de clients résidentiels, soit quelque 37%, étaient adhérents aux MVÉ ces trois dernières années : il est entendu que c'est loin d'être un service marginal. Le nombre de nouvelles adhésions annuelles semble dépasser légèrement celui des résiliations ; dans les deux cas, probablement, il s'agirait à 80% de déménagements.

1.1.5 Le Distributeur affirme offrir le MVÉ pour répondre à un besoin de la clientèle. Or, à notre connaissance ce service est rentable en termes de coûts/bénéfices directs ainsi que comme un palliatif à l'endettement des clients. Nous nous étonnons donc que, en réponse à notre question D4, le Distributeur indique n'avoir pas d'objectif quant au taux de pénétration du MVÉ.

1.1.6 Le Distributeur propose une révision de l'article relatif aux modes de versements égaux, soit « le changement du nom du service afin qu'il en reflète mieux la nature et la portée », et de nouveaux critères d'admissibilité visant quelque 8 000 cas par an de nouvelles constructions ou locaux vacants. Nous l'approuvons de vouloir aussi

« offrir des conditions et modalités de fonctionnement permettant d'assurer une gestion efficiente de ce mode de paiement », quoique peu d'information soit donnée à ce sujet.

1.2 Problématiques

Outre le manque d'observations chiffrées permettant d'apprécier l'importance des problèmes avant de chercher une solution, les énoncés sont peu convaincants. Parmi de nombreux exemples : « peut étonner certains» ; «peut se révéler une source d'irritation pour certains» ; «une partie de l'irritation semble découler du seul nom donné au service», etc.

Nous sympathisons, en convenant que tout est possible avec certains clients. Ainsi, malheureusement, l'état actuel du dossier nous force à discuter de perceptions plutôt que de faits.

1.2.1 Selon le Distributeur

1.2.1.1 Le Distributeur observe « beaucoup de plaintes » concernant le nom du service, et estime qu'il pourrait ne pas être représentatif pour certains clients.

Le Distributeur soulève en outre qu'il est difficile d'établir une prévision « juste », ce qui nous semble un objectif bien ambitieux.

Nous comprenons que ces deux enjeux se rejoignent et se manifestent dans un nombre, malheureusement non documenté, de questions ou de plaintes des clients au moment de la révision annuelle.

1.2.1.3 Les critères de « justesse », d'«exactitude» ou de « normalité » des clients ne sont, étonnamment, pas documentés. Nous avons appris néanmoins que le solde moyen des clients sans historique serait de 300$ contre 110$ pour les autres. Nous présumons qu'il s'agit d'une moyenne des crédits et débits, et ne sommes pas plus renseignés sur l'envergure réelle des soldes débiteurs, ni sur la tolérance des clients face à ce risque.

1.2.1.3 Très pertinemment, en réponse à notre demande D6, le Distributeur indique qu'il « a pu constater une difficulté des clients à comprendre le lien entre une mensualité estimée et leur consommation réelle, et plus particulièrement la constitution d'un solde de fin d'année. » Mais il nous a été impossible de savoir quelle proportion des clients concernés éprouvent cette difficulté, de façon brève ou persistante.

1.2.1.4 « De surcroît, la présence d'un solde à payer, qui se traduit par un dernier versement plus élevé ou une hausse du montant des versements mensuels, peut se révéler une source d'irritation pour certains clients. » Encore une fois, nous comprenons la préoccupation et le désir de mieux faire du Distributeur, mais n'avons pas de données pour estimer cette problématique à sa juste valeur, à part une volonté apparente du Distributeur de ne pas investir dans de nouveaux outils.

1.2.1.5 Finalement, le Distributeur indique, en réponse à notre demande D8 que, « Lors de groupes de discussion tenus en décembre 2011 sur le sujet, les clients désireux d'adhérer au service MVÉ ont mentionné poursuivre deux objectifs. Ils souhaitaient d'une part, faciliter leur gestion budgétaire en répartissant le coût total d'électricité plus uniformément sur l'année – mensualités qui ne varient pas ou peu – et, d'autre part, éviter d'obtenir un solde de fin d'année trop élevé ».

Ces informations ne sont pas surprenantes et nous aurions souhaité obtenir réponse à des questions élémentaires telles que: choisir entre un solde possible de x$ et le refus d'une inscription ; le lien entre le nom et la compréhension ; quelles sont les raisons de ceux qui ne s'intéressent pas au service, etc.

1.2.2 Selon l'ACEF de Québec

1.2.2.1 Une première confusion pourrait facilement être évitée : dans l'esprit des clients, « l'entente » porte sur un principe de mensualisation des paiements, alors que le Distributeur applique ce terme parfois aussi au montant convenu pour une année, et parle alors d' «échéance de l'entente » là où le client voit une simple révision du montant. Par exemple : *2.1.3. Révision annuelle - fin de l'entente en cours*.

1.2.2.2 Comme le Distributeur l'indique aussi, « L'existence de ce solde à la fin de l'entente peut étonner certains clients, et ce, malgré l'information remise au client sur le fonctionnement du MVÉ lors de l'adhésion, l'historique de consommation et le solde du compte présentés à chacune des factures émises, de même que les données de facturation. »

Cela évoque une surabondance d'informations et de chiffres, avec un risque de contradictions apparentes (comme sur le site internet), mais surtout une perception de complexité qui peut rebuter les clients ou les amener à en débattre longuement avec le service à la clientèle.

Aussi l'ACEF de Québec encourage-t-elle le Distributeur à mener à bien rapidement sa «réflexion sur des mesures qui permettront d'améliorer l'information transmise aux clients», qui pourrait mieux répondre aux

critères de simplicité et de rigueur, et se traduire par des illustrations, voire des graphiques simples et personnalisés, surtout en ligne.

1.2.2.3 On nous indique aussi que « à cause d'éléments tels que la révision annuelle et la présence d'un solde à payer ou à répartir, le montant des versements peut varier au cours de l'entente, ce qui semble contradictoire avec la notion de versements dits ''égaux'' ».

Nous percevons un besoin interne autant qu'externe de retour aux concepts et objectifs, en faisant abstraction de la mécanique, forcément sujette à amélioration, qui a été développée avec les années. Cela permettrait peut-être de simplifier à peu de frais la communication et la gestion de ce service.

1.2.2.4 Enfin il est prévu que, « Si un écart significatif est constaté entre les montants mensuels facturés et le coût réel de l'électricité consommée, Hydro-Québec peut effectuer des révisions intermédiaires, en tenant compte de l'ajustement tarifaire, le cas échéant.» Mais le Distributeur semble indiquer qu'il attend surtout que les clients en prennent l'initiative.

Nous émettons l'hypothèse qu'un processus et des outils simples pourraient être mis en place pour pallier l'inconfort exprimé.

1.3 Analyse des solutions proposées

1.3.1 Changer le nom du service

1.3.1.1 « Afin de mieux refléter la nature du service offert, le Distributeur propose de le désigner dorénavant par l'appellation « Plan de paiement ».

Sans nous prononcer pour ou contre le nom actuel nous souhaitons que tout changement soit bien motivé, clair et facile à communiquer.

1.3.1.2 L'acronyme MVÉ, qui a la vertu d'être court et facile à mémoriser, est aussi une convention bien connue et dont la signification semble claire pour la plupart des intervenants comme des clients.

1.3.1.3 Nous n'avons pas vu de statistiques indiquant le contraire, ni d'arguments convaincants en faveur de la nouvelle appellation proposée. Au contraire, il nous semble que le terme «plan» est très galvaudé et compris de diverses façons, alors que «paiement» peut induire une confusion avec d'autres modalités bien connues d'une partie de la clientèle-cible.

1.3.2 Nouvelles constructions et locaux ayant été vacants

1.3.2.1 Selon le Distributeur, «Bien que plusieurs facteurs influencent la consommation d'électricité réelle, le principal intrant pour l'estimation de la consommation projetée, lors de l'établissement du montant des versements égaux, est l'historique de consommation du local visé.» Il s'agit bien sûr de l'estimation effectuée avec les outils traditionnels du service à la clientèle.

1.3.2.2. À ce sujet, sans discuter la validité du jugement exprimé, nous nous étonnons que, en réponse à la question 10 a) de l'ACEF-O, Hydro-Québec déclare : « Les applications en ligne disponibles chez le Distributeur fournissent des estimations basées sur des consommations moyennes qui ne reflètent pas les habitudes d'un client ou les particularités d'un local précis. », alors que le Distributeur fait la promotion du Diagnostic résidentiel comme d'un service personnalisé et pertinent pour chaque ménage, et lui attribue encore des économies d'énergie de 27 GWh en 2013.

1.3.2.3 L'ACEF de Québec soutient, provisoirement, la demande du Distributeur d'ajouter un nouveau critère d'adhésion au MVÉ, soit la présence d'un historique de consommation suffisant (11 mois) pour pouvoir procéder à une estimation raisonnable du montant du versement mensuel.

1.3.2.4 Et ce, bien que des arguments se contredisent, par exemple: «cet historique n'est pas nécessairement représentatif des habitudes de consommation des nouveaux occupants», bien évidemment. Le Distributeur n'ignore pas d'« autres facteurs importants influençant la consommation, notamment le type d'habitation, sa configuration, la superficie habitable, le type de chauffage ou l'utilisation de climatiseurs », mais nous comprenons qu'il n'est actuellement pas outillé pour en tenir compte.

1.3.2.5 Quoi qu'il en soit, cette solution ne peut pallier le besoin de mieux s'outiller pour les prévisions, les révisions et les communications.

1.3.2.6 Le Distributeur indique, en réponse à la question 10.b) de l'ACEF-O que « puisque cette situation touche un faible volume de clients, et ce, pour une durée limitée, soit jusqu'à l'atteinte de 11 mois d'historique de consommation au local visé, [il] n'entend pas développer des applications spécifiques. » nous comprenons cette contrainte, mais il faudrait alors s'assurer autrement de satisfaire leurs besoins.

1.3.3 Résiliation et autres

1.3.3.1 Quoique le texte officiel (qui est soumis, mais sans changements) soit clair et ce, semble-t-il, depuis 1987, nous remarquons une certaine confusion dans les esprits et souhaiterions que l'on nous réexplique (ou illustre) clairement le temps qu'il faut pour considérer un compte résidentiel en recouvrement :
- selon qu'il est ou non inscrit au MODE DE VERSEMENTS ÉGAUX
et, dans cette période,
- quand le MVÉ serait résilié par Hydro-Québec,
- et si c'est en tenant compte ou pas de la situation financière du client et des éventuelles ententes de paiement, etc.

Cela afin de vérifier si le traitement de ces clients est uniforme et équitable.

1.3.3.2 À cet effet, nous regrettons que le Distributeur n'ait pas répondu à la question 11 a) de l'ACEF de l'Outaouais : « Veuillez expliquer comment HQD entend aborder les conséquences du cumul de deux problèmes dans le cas où le client est un MFR avec MVÉ (sans entente de paiement) se retrouvant avec plus d'un versement impayé».

1.3.3.3 L'ACEF de Québec appuie la proposition du Distributeur « de conserver la possibilité d'effectuer la *Révision intermédiaire au cours de l'entente* s'il y a constat d'un écart significatif », quoique les informations données ne laissent pas percevoir l'intention d'en tirer parti.

1.5 Conclusions

1.4.1 Le manque d'historique ne nous permet pas d'illustrer l'évolution de ce service très utile, faute de mieux, aux clientèles les plus vulnérables ; mais le Distributeur nous a bien indiqué qu'il ne cherche nullement à en faire la promotion. Il n'avance aucune vision pour ce service et cherche seulement à en améliorer la facilité d'exploitation.

1.4.2 Plutôt que comme un service dont l'utilité pour la clientèle est avérée, il semble que le Distributeur traite les MVÉ comme un privilège qu'il lui incomberait de refuser ou retirer, selon ses propres contraintes, aux clients qu'il considère comme délinquants ou moins faciles à servir.

1.4.3 Le Distributeur semble utiliser la résiliation du MVÉ comme un moyen de pression pour éviter des mauvaises créances, plutôt que de s'attacher à maintenir la modalité la plus avantageuse pour bien des clients parmi une gamme d'options de paiement très limitée.

1.4.4 Quant aux modifications proposées :
- La réflexion sur le nom du service ne nous semble pas concluante.
- Les enjeux de communication sont admis et en cours de traitement.
- et, quoique les preuves de ce besoin soient insuffisantes, le refus des clients dont l'historique de consommation serait inférieur à 11 mois pourrait être une solution acceptable temporairement. Nous préfèrerions, cependant, d'autres solutions.

Recommandations

R.1.1 l'ACEF de Québec recommande de refuser le nom proposé du service jusqu'à ce que la pertinence et la nature du changement aient été mieux argumentées. Nous suggérons la recherche d'un nom plus distinctif et simple, afin que les clients trouvent dans un nouveau nom éventuel plus d'avantages que de confusion.

R.1.2 Pour les locaux nouveaux ou vacants, tout comme pour les soldes de fin d'année qui irritent les clients, les solutions préconisées par le Distributeur nous laissent penser qu'il ne peut pas consacrer à ce service les ressources nécessaires à un raffinement des processus et des communications qui permettrait de mieux répondre aux attentes des clients.

L'ACEF de Québec recommande qu'au moins la réflexion sur l'amélioration des communications avec la clientèle soit faite de façon approfondie afin que des changements soient effectués d'ici la prochaine cause tarifaire et qu'on puisse en évaluer l'impact rapidement.

R.1.3 Nous recommandons, en contrepartie, que, avant de rejeter la demande de ce type de client, on lui donne le choix entre, par exemple :
- attendre les 11 mois prévus, ce qui impliquerait quand même un écart possible en fin d'année allant jusqu'à …$ (110$ en moyenne),
- ou risquer un solde plus élevé allant jusqu'à …$ (300$ en moyenne) s'il s'inscrit sur le champ ; en utilisant au besoin, à sa demande, la consommation de son ancien lieu de résidence,
et en convenant de procéder aux révisions périodiques nécessaires avant la fin de l'année.

R.1.4 Pour les clients qui se désistent (premier choix ci-dessus) ou qui seraient refusés en cas d'approbation du projet par la Régie, nous recommandons d'instaurer des mesures simples comme leur rappeler personnellement la possibilité d'adhérer au MVÉ dès qu'ils répondent aux critères d'admissibilité.

R.1.5 l'ACEF de Québec recommande que le Distributeur utilise de façon proactive la *Révision intermédiaire au cours de l'entente* sans attendre que les clients se rendent compte eux-même des risques encourus. Si le Distributeur prévoit un solde important à payer en fin d'année, il devrait en avertir le client et lui demander l'autorisation d'ajuster le montant mensuel en conséquence. Ainsi, les consommateurs ayant moins de moyens financiers pourraient décider de réduire leur consommation en cours d'année.

R.1.6 L'ACEF de Québec recommande l'acceptation du changement proposé en réponse à la question 67.2 de la Régie : « Le Distributeur compte offrir la répartition du solde débiteur sur une période de 12 mois au lieu de 6 ».

R.1.7 En attendant que des solutions plus innovatrices soient développées, le MVÉ est le mode de paiement le mieux adapté aux besoins de bon nombre de clients, peut-être bien plus que ceux qu'il rejoint actuellement.

Plusieurs intervenants ont cherché vainement, dans les DDR, à cerner les paramètres de la rentabilité du service et de son intérêt potentiel pour la clientèle.

L'ACEF de Québec recommande donc la réalisation rapide d'une étude d'opportunité (pour le Distributeur, pour la clientèle résidentielle dans son ensemble et pour certains segments spécifiques) incluant les dimensions de rentabilité directe et indirecte. C'est-à-dire en tenant compte notamment de l'intérêt, pour les clients, de diverses améliorations possibles.

2. ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

2.1 L'ACEF de Québec appuie l'intention du Distributeur de procéder à des projets-pilotes rigoureux, soumis à la vigilance et à l'encadrement de la Régie, afin d'acquérir des connaissances qui permettront de meilleures prises de décisions et une évaluation sérieuse des conséquences pour toutes les parties.

Nous sommes convaincus que cela peut améliorer la connaissance et la satisfaction de la clientèle du Distributeur, ainsi que la précision de ses prévisions de coûts et bénéfices.

2.2 Si l'on pense seulement à augmenter les transactions en ligne, on ne peut ignorer qu'à l'heure actuelle les clients qui procèdent ainsi procurent à Hydro-Québec des économies qui sont partagées par toute la clientèle. Cet avantage collectif disparaîtrait, au moins en partie, si des rabais leur étaient offerts.

2.3 Si, par contre, les activités promotionnelles s'inscrivent dans une vision reposant sur une meilleure connaissance des besoins de la clientèle et des coûts/bénéfices potentiels, non pas seulement ceux des opérations traditionnelles, le Distributeur augmenterait notablement sa capacité d'innovation pour satisfaire sa clientèle.

2.4 Cet optimisme ne nous permet pas, néanmoins, de passer sous silence que le Distributeur n'a pas répondu à la plupart de nos questions sur des faits élémentaires concernant ses différents services, notamment les services en ligne qui ont jusqu'à présent été promus sans incitatifs financiers.

Recommandation

R.2 L'ACEF de Québec recommande que des projets-pilotes soient réalisés et rapportés à la Régie non pas seulement afin «d'évaluer le coût et les gains potentiels d'une […] mesure » promotionnelle mais en incluant une évaluation ou une vision globale du ou des services concernés.

3. GESTION DU RISQUE DE CRÉDIT DES CLIENTS RÉSIDENTIELS

3.1 Introduction

3.1.1 Dans le but louable de mieux maîtriser sa dépense de mauvaises créances, le Distributeur préconise une alliance avec des organismes dont, malheureusement, la mission est difficilement compatible avec la sienne : les agences d'évaluation de crédit (AÉC) servent essentiellement à aider des entreprises à choisir la clientèle qui leur convient, ou à adapter les conditions de leur offre en fonction du dossier de crédit. Ainsi, tous les « fournisseurs de données » aux AÉC sont des partenaires naturels car ils en utilisent les résultats.

3.1.2 Ces besoins ne sont pas ceux du Distributeur. Aussi, même si les estimations de coûts présentées sont basses, nous nous interrogeons sur les réelles perspectives de bénéfices pour l'entreprise et pour la société, lesquels devraient dépasser la somme des coûts mais aussi des risques pour les clients, ainsi que pour l'image d'Hydro-Québec.

3.1.3 La très grande majorité des clients résidentiels d'Hydro-Québec ne sont pas des mauvais payeurs : selon le Distributeur 85% paient leurs factures avant l'échéance ; en tout, 95% sont qualifiés de «bons payeurs».

3.1.4 Le Distributeur qualifie la mesure de « structurante puisqu'elle permet de changer durablement les habitudes de paiement, contribue à protéger les clients contre le surendettement et n'ajoute pas au fardeau financier des clients. » Mais il se déclare par ailleurs incapable de percevoir l'effet en question. Le Distributeur ajoute «Par opposition, une mesure non structurante a des effets ponctuels ».

3.2 Analyse de la solution

3.2.1 Le Distributeur affirme proposer une nouvelle mesure « pour améliorer la gestion de son risque », ce avec quoi nous ne pourrions qu'être d'accord si les arguments présentés ne nous laissaient pas prévoir, en retour d'une réduction des coûts hypothétique et au mieux minime, une augmentation des risques pour l'ensemble de la clientèle et qui plus est, de façon irréversible.

3.2.2 Les principaux gagnants seraient de toute évidence les agences bénéficiaires de ce transfert de données, qui en attendent une amélioration de leur performance et de leur image auprès de leurs

autres partenaires, en contrepartie d'une assez probable détérioration de l'image d'Hydro-Québec.

3.2.3 Comme bien d'autres intervenants et la Régie, nous avons interrogé vainement le Distributeur sur sa connaissance et la segmentation de la clientèle résidentielle qui est exposée au Recouvrement et aux Ententes de paiement, dans le but de saisir combien, au juste, pourraient et voudraient tenir compte de cet argument. En effet, des 5% évoqués, il faut déduire au moins tous ceux qui n'ont de toute façon pas accès au crédit, ainsi que ceux qui ne paient pas leurs factures car ils n'ouvrent pas les enveloppes de leurs fournisseurs.

3.2.4 Le Distributeur démontre un manque de connaissance documentée du phénomène en ce qui concerne sa propre clientèle. Ainsi, lorsque plusieurs intervenants et la Régie lui demandent des statistiques, celles-ci n'existent pas ou sont livrées à un niveau d'agrégation sans intérêt ; la segmentation de la clientèle est pourtant essentielle lorsqu'on prévoit effectuer des campagnes de communication ciblée.

3.2.5 Par exemple à notre question D45.1 : « Comment évalue-t-on la corrélation entre la conclusion des ententes de paiement et la décroissance des mauvaises créances ? » le Distributeur réitère que « La conclusion d'ententes de paiement augmente les encaissements et contribue à diminuer les comptes à recevoir, ce qui réduit, par le fait même, la dépense de mauvaises créances», mais ajoute qu'il ne dispose pas d'études à ce sujet. Cette conviction ne serait donc appuyée sur aucun fait mesurable.

3.2.6 On lit dans la réponse du Distributeur à l'Engagement n° 2 : « Toutefois, le Distributeur rappelle qu'il lui sera impossible d'isoler l'effet net de cette mesure sur la DMC ». Cela se passe de commentaires.

Néanmoins, « le Distributeur est d'avis qu'il est opportun de proposer des mesures structurantes pour améliorer la gestion de son risque. » Or, le Distributeur n'a pas démontré que cette proposition ait les vertus qu'il prête à une mesure structurante.

3.3 Analyse des modalités envisagées

3.3.0.1 Le Distributeur rappelle avec constance que la communication est la clé du succès pour ce type de mesure puisqu'elle vise à modifier des comportements. Il s'agit, ici, des comportements de cette petite minorité de clients que la crainte d'une interruption n'aura pas réussi à influencer.

3.3.1 Communications

3.3.1.1 Au lieu de développer ses propres solutions créatives, le Distributeur compte consacrer des ressources à un objectif qui ne lui appartient pas : «Démystifier la cote de crédit». Nous observons, notamment, qu'une campagne qui «insisterait tant sur les impacts positifs que négatifs de cette pratique sur les dossiers de crédit des consommateurs» est peu plausible et, le cas échéant, serait un facteur de confusion pour la clientèle.

3.3.1.2 Lorsque le Distributeur affirme que « Les clients aussi peuvent profiter de l'enregistrement de leurs données de crédit. » nous ne croyons pas qu'il soit possible d'en convaincre la clientèle.

3.3.1.3 Le Distributeur affirme vouloir profiter « de tous les moyens de communication dont il dispose, … pour rappeler, à fréquence régulière (doit on comprendre : fréquemment?), l'importance de régler la facture d'électricité dans les délais afin d'éviter les impacts négatifs que pourrait avoir un paiement en retard sur le dossier de crédit. » et cela donc, serait répété sans cesse aux 85% des clients qui paient leurs factures sans faire de difficultés.

3.3.1.4 Le Distributeur souligne que « les bons payeurs (incluant les clients bénéficiant d'ententes de paiement et qui en respectent les termes) ou les mauvais payeurs qui améliorent leur cote ont tout intérêt à ce que leurs habitudes de paiement avec (sic) Hydro-Québec apparaissent sur leur dossier de crédit. Ils pourraient ainsi profiter de meilleures conditions de crédit lors de demandes de financement. » Cette ligne de communication éventuelle est confuse et, surtout, c'est une affirmation gratuite; la clientèle réclamerait des preuves que le Distributeur n'a pas pu nous donner.

3.3.1.5 Comment s'engager dans une démarche proactive et des « communications ciblées » en ignorant les caractéristiques des clientèles à risque (et non pas seulement de celles qui sont déjà en recouvrement) ?

Le Distributeur dispose de tous les éléments nécessaires pour cela mais nous a affirmé ne pas savoir s'il s'agit de locataires/propriétaires, TAE/autres, facturés aux 2 mois/MVÉ, ou beaucoup d'autres critères, disponibles dans les données-clientèle, qui sont nécessaires à une communication ciblée.

3.3.1.6 Dans l'ensemble, les nombreuses communications pourraient avoir l'effet inverse parmi les nombreux clients résidentiels qui, même parmi

les moins riches, mettent un point d'honneur à payer Hydro-Québec : on pourrait leur faire découvrir tous les comportements différents et les accommodements possibles auxquels ils n'ont jamais songé.

3.3.1.7 Finalement, n'ayant pas été informés des critères et pondérations appliqués par les différentes AÉC, il nous semble impossible de valider la déclaration du Distributeur selon laquelle sa cote serait « moins sévère » que celle de la plupart des fournisseurs de ce genre de données ni les bénéfices éventuels pour la clientèle. Nous percevons plutôt cet argument comme une astuce de communication, peu crédible.

3.3.2 Calcul et communication de la cote par Hydro-Québec

3.3.2.1 Alors que les AÉC, semble-t-il, n'accorderaient pas une exception à Hydro-Québec quant au nombre de clients fichés afin d'en épargner les risques aux bons payeurs,

à la question 16.1 de OC, la réponse du Distributeur est «Oui, avant de proposer une nouvelle grille plus souple à la Régie, le Distributeur a eu des échanges avec les deux principaux AÉC, qui ont confirmé cette possibilité [modification de la codification standard utilisée par les autres fournisseurs de crédit]. », ce qui est étonnant car cette codification nous semble être au cœur même de leur processus, bien plus que d'avoir l'adresse et le numéro de téléphone de tous les ménages québécois.

3.3.2.2 En répondant : «À la suite de l'envoi des fichiers de données aux AÉC, le Distributeur recevra des rapports permettant d'effectuer un suivi d'éléments tels le nombre de comptes appariés avec les dossiers de crédit chez les AÉC et une liste des erreurs» à notre question D50 (Comment s'assurer que les ARP feraient les mises à niveau requises pour protéger les clients d'Hydro-Québec ?), le Distributeur nous semble insensible à cet enjeu de protection des individus.

3.3.3 Erreurs et préjudices

3.3.3.1 Avant de qualifier les processus de correction des erreurs[1] des AÉC de «relativement simple» (certes, il le semble à première vue sur leur site), les personnes qui ont rédigé cette proposition n'ont sûrement pas tenté de parcourir l'ensemble de la procédure. Celle-ci nécessite notamment l'obtention préalable d'une copie du dossier, en passant par des

1 Références fournies par le Distributeur :
https://www.transunion.ca/ca/personal/creditdisputes_fr.page
http://www.consumer.equifax.ca/dispute-ca/dispute_process/fr_ca

formulaires ou des interfaces téléphoniques qui exigent une compréhension de l'anglais et une patience à toute épreuve.

Celui d'Equifax est particulièrement mal traduit, tortueux et acharné à vous convaincre de payer pour devenir « membres »; il pourrait s'avérer embarrassant pour le Distributeur d'en faire la promotion auprès de toute sa clientèle.

3.3.3.2 Comme Hydro-Québec a affaire à des locaux, des ménages, et non des individus comme les AÉC, nous voyons un risque que des bons payeurs (par exemple dans des cas de séparation, de locataires récalcitrants, etc.) soient lésés quand le Distributeur refuse de les libérer de la responsabilité d'un compte, les rendant responsables de la dette d'autres personnes. En réponse à notre demande 53.2, on affirme : « le Distributeur ne modifiera pas sa pratique. Il veut s'assurer que l'ensemble des demandes de changement de responsabilité sont légitimes. ». Mais nous n'avons pas eu connaissance d'un processus rigoureux et équitable pour ce faire.

3.3.3.3 On peut craindre aussi que, dès l'envoi de leurs coordonnées aux AÉC, des bons clients d'Hydro-Québec commencent à se faire harceler pour des dettes anciennes auprès d'autres fournisseurs, leur numéro de téléphone actuel étant dévoilé tout à coup aux agents de recouvrement.

3.4 Exploration de solutions

Comme le Distributeur l'a demandé, nous apportons quelques réflexions sur les problématiques soulevées.

3.4.1 Exemples de conditions minimales

3.4.1.1 L'intention est bonne et la Régie pourrait tenter de se plier à la demande du Distributeur en élaborant une série de conditions telles que, par exemple :

a) Restreindre la liste des données transmises? Par exemple, il n'est pas clair pour nous si le «solde en recouvrement» serait communiqué ou non et, le cas échéant, soumis à quelles conditions de mise à jour.

b) Imposer une option de refus, par les clients, de la transmission des données? Cette option qui nous semble essentielle a déjà été rejetée par les AÉC.

c) Exiger au préalable de savoir comment et dans quelle mesure la cote Hydro-Québec influerait sur le «score de crédit» de Equifax et TransUnion pour un échantillon de clients?

d) Une durée d'expérimentation et des modalités d'évaluation rigoureuses? C'est impossible car une fois les clients fichés chez les AÉC et leurs partenaires, les données ne pourraient certainement pas être détruites à coup sûr.

e) Des modalités uniformes et rigoureuses pour les mises à jour du pointage de crédit, notamment la fréquence et la correction des erreurs, afin de ne pas léser les clients qui acquittent leur dette envers le Distributeur? C'est impossible.

f) L'assurance qu'aucun client ne subisse un préjudice suite à une contestation de facture (voir la réponse à la question 18.3 de OC : « Le Distributeur avisera les AÉC des contestations de factures de ses clients et demandera l'ajustement de la cote rétroactivement, si nécessaire. »)? Mais combien de délais, au total, tous ces processus entraineraient-ils pour le client et comment en assurer le contrôle ?

g) Garantir que, si un client en recouvrement acquitte sa dette, son NAS sera effacé ? Ce serait probablement difficile à négocier et presque impossible à vérifier sans ajouter des coût très élevés.

h) Que la cote de crédit transmise aux AÉC n'apparaisse pas dans le dossier des clients afin de ne pas influencer les relations entre les clients et les représentants, comme le Distributeur le promet en réponse à notre question D.33? Mais nous ne voyons pas comment cela serait possible.

3.4.1.2 Il est clair qu'on ne peut pas à la légère autoriser la privatisation de responsabilités du Distributeur ; la Régie serait éventuellement blâmée pour les dérapages qui, tôt ou tard, viendraient à la connaissance du public.

3.4.2 Autres types de solutions

3.4.2.1 Le Distributeur «a exploré le prépaiement mais ne l'a pas retenu parce que cette mesure force les clients, notamment ceux à faible revenu, à interrompre eux-mêmes le service d'électricité lorsqu'ils sont à court d'argent. De plus, le prépaiement est incompatible avec la notion de moratoire sur les interruptions de service en période hivernale». Cela

est discutable, mais nous ne ferons pas la promotion de cette très vieille solution.

Par contre, le Distributeur ne répond pas à notre demande D23, concernant des solutions afin de rendre le paiement plus flexible, qui seraient maintenant accessibles avec les nouvelles technologies telles que celle du projet LAD.

3.4.2.2 Hydro-Québec saisit toutes les occasions pour déplorer la période de non-interruption hivernale, ainsi que sa pratique de facturation après consommation. Le Distributeur évoque aussi dans ses réponses la demande de dépôt à l'abonnement, ainsi que le prépaiement.

Nous faisons remarquer que le paiement après consommation n'est pas une exception dans notre société. Au lieu de se comparer aux compagnies de télécommunications qui exigent un paiement (total ou partiel) d'avance, on peut penser à bien des commerces ou aux banques, qui sont elles aussi très rentables.

3.5 Conclusions

3.5.0.1 Nous observons que presque tous les bénéfices seraient pour les AÉC et les autres entreprises clientes; tous les risques pour les millions de bons clients d'Hydro-Québec.

3.5.0.2 La clé du succès escompté par le Distributeur semble être un recours à la Fée Communication auprès de toute la clientèle, pour induire chez les 5% de clients en défaut la crainte d'une détérioration de leur cote de crédit. Ainsi, faute d'innovation et d'investissement, « les 95% » potentiellement lésés dans cette démarche très compliquée seraient renvoyés à des processus de recherche des causes et de plaintes imbriqués l'un dans l'autre.

Comme si le processus de plainte de chaque entreprise n'était pas déjà assez traumatisant, compte tenu que les personnes qui se résolvent à déposer des plaintes sont généralement en crise et décontenancées par la bureaucratie.

3.5.1 Bénéfices

On peut raisonnablement accepter de prendre certains risques, en escomptant un gain rapide ou important.

3.5.1.1 Mais sur le plan financier, les données fournies permettent d'espérer, au mieux, réduire la DMC de quelque 10 M$ sur 3 ans, sans qu'aucune information fiable laisse prévoir le maintien de ce gain.

3.5.1.2 Sur le plan commercial, comment croire que des clients « bons payeurs » pourraient voir bonifié leur dossier de crédit alors qu'on ignore quel serait le poids de la cote que fournirait le Distributeur dans l'établissement du pointage de crédit des consommateurs?

3.5.2 Risques

3.5.2.1 On sait quel cauchemar peut représenter une erreur dans un dossier de crédit: c'est souvent aussi stressant qu'une fausse accusation dont on ignore la source, et aussi difficile à faire corriger. Hydro-Québec ne devrait pas prendre le risque d'en être responsable.

3.5.2.2 À la question 6.38 de l'UC, le Distributeur confirme qu'une agence de crédit n'est pas une agence de recouvrement et que les agences de crédit avec lesquelles il souhaite transiger ne feront pas de recouvrement au nom d'Hydro-Québec.

Cela ne prouve nullement que les données transmises aux AÉC (le numéro de téléphone, par exemple) ne seraient pas transmises aux agents de recouvrement. Il semble inévitable que la clientèle, à juste titre ou par simple confusion des termes, développe ce soupçon et que l'image d'Hydro-Québec en soit ternie.

3.5.2.2 À la question 15 a) de l'ACEF de l'Outaouais, Le Distributeur répond qu'il « pourra vérifier si les corrections ont bien été apportées dans les dossiers des clients. » Il précise ensuite que « les CDSÉ ne prévoient pas de règles relatives à l'attribution ou à l'évaluation de dommages-intérêts par le Distributeur à un client. Comme l'a maintes fois décidé la Régie, l'attribution de dommagesintérêts ne fait pas partie de sa compétence d'attribution. »

Nous estimons qu'il en découle, pour le Distributeur, une responsabilité d'autant plus grande quant à la qualité de ses dossiers, et qu'il devrait par conséquent s'interdire de transmettre ceux-ci à des tiers.

Recommandations

R.3.1 L'ACEF de Québec recommande à la Régie de refuser cette solution du Distributeur qui pourrait avoir un impact, non quantifié, sur une petite fraction de la DMC, en mettant à risque l'ensemble de la clientèle.

R.3.2 L'ACEF de Québec recommande qu'une mesure proposée à titre exceptionnel, soit de conclure des ententes de paiement pouvant s'échelonner sur une durée allant jusqu'à 24 mois avec les clients qui contactent tôt le Distributeur (et répondant à d'autres critères, éventuellement) soit mise à l'essai jusqu'à nouvel ordre et que l'impact de cette mesure sur la DMC soit évaluée avec rigueur chaque année.

R.3.3 Nous trouvons particulièrement pertinente la question 6.27 de l'Union des consommateurs : « Avez-vous fait un sondage auprès de vos clients afin de savoir si ces derniers croient qu'Hydro-Québec transmet déjà les habitudes de paiements aux agences ? », sachant que le personnel interne et externe du Recouvrement utilise parfois cette menace auprès de la clientèle, et nous déplorons la réponse négative du Distributeur.

L'ACEF de Québec recommande que le Distributeur trouve au plus tôt un moyen de vérifier cette hypothèse car, le cas échéant, tous les efforts et les risques inhérents à la présente démarche seraient sans objet.