

Régie de l'énergie

DOSSIER R-3814-2012

DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS NO. 2 DE

L'UNION DES CONSOMMATEURS (UC)

À HYDRO-QUÉBEC DISTRIBUTION

Le 2 octobre 2012

MODIFICATIONS AUX CONDITIONS DE SERVICE D'ÉLECTRICITÉ - ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Références

- (i) HQD-11, document 2 révisé, page 37 de 77, Annexe A
- (ii) Loi sur la *Régie de l'énergie*, L.R.Q., chapitre R-6.01, article 52.1
- (iii) Loi sur la *Régie de l'énergie*, L.R.Q., chapitre R-6.01, article 31.1

Préambule

- (i) « **Chapitre 2 – INFORMATIONS**

2.3 Le Distributeur peut réaliser des activités promotionnelles relatives aux modalités décrites aux chapitres 5 et 11 à ~~13~~ des présentes conditions de service. Ces activités promotionnelles doivent être temporaires et peuvent s'appliquer à l'ensemble de la clientèle ou à divers groupes de clients, de manière à réduire les frais payables par les clients visés en vertu du chapitre 12 des Tarifs et conditions du Distributeur. Le Distributeur fait rapport à la Régie de l'énergie de ces activités promotionnelles, selon les instructions données par celle-ci. »

- (ii) « **52.1.** Dans tout tarif qu'elle fixe ou modifie, applicable par le distributeur d'électricité à un consommateur ou une catégorie de consommateurs, la Régie tient compte des coûts de fourniture d'électricité et des frais découlant du tarif de transport supportés par le distributeur d'électricité, des revenus requis pour assurer l'exploitation du réseau de distribution d'électricité et, en y apportant les adaptations nécessaires, des paragraphes 6° à 10° du premier alinéa de l'article 49 ainsi que des deuxième et troisième alinéas de ce même article.

La Régie peut également utiliser toute autre méthode qu'elle estime appropriée lorsqu'elle fixe ou modifie un tarif de gestion de la consommation ou d'énergie de secours. Un tarif de gestion de la consommation désigne un tarif applicable par le distributeur d'électricité, à un consommateur qui le demande, pour lequel le coût de la fourniture est établi en fonction du prix du marché ou dont le service peut être interrompu par ce distributeur.

La tarification doit être uniforme par catégorie de consommateurs sur l'ensemble du réseau de distribution d'électricité, à l'exception toutefois des réseaux autonomes de distribution situés au nord du 53e parallèle.

La Régie ne peut modifier le tarif d'une catégorie de consommateurs afin d'atténuer l'interfinancement entre les tarifs applicables à des catégories de consommateurs.

Le quatrième alinéa ne s'applique pas lorsque la Régie fixe ou modifie un tarif de transition pour un consommateur qui passe à une autre catégorie de consommateurs.

2000, c. 22, a. 15; 2006, c. 46, a. 39. » (nos soulignés)

(iii) « **31.** La Régie a compétence exclusive pour:

1° fixer ou modifier les tarifs et les conditions auxquels l'électricité est transportée par le transporteur d'électricité ou distribuée par le distributeur d'électricité ou ceux auxquels le gaz naturel est fourni, transporté ou livré par un distributeur de gaz naturel ou emmagasiné; »

Demandes

- 1.1 Dans la partie (i) du préambule, veuillez indiquer si les réductions considérées des frais payables sont liées avec une diminution correspondante des frais d'exploitation du réseau électrique de distribution.
- 1.2 Dans la partie (i) du préambule, veuillez indiquer qu'elle partie du texte garantisse que des réductions éventuelles des frais payables seront liées avec des diminutions correspondantes des frais d'exploitation du réseau électrique de distribution.
- 1.3 En regard de la partie (ii) du préambule, veuillez confirmer la compréhension d'UC que la Régie outrepasserait son mandat en approuvant différents niveaux de frais pour un service fourni par le distributeur à un consommateur, sans égard aux niveaux de coûts associés à ce même service. Sinon veuillez justifier.
- 1.4 En regard de la partie (ii) du préambule, veuillez confirmer la compréhension d'UC que la Régie outrepasserait son mandat en approuvant des frais pour un service fourni par le distributeur à un consommateur, sans égard aux coûts associés à ce même service. Sinon veuillez justifier.
- 1.5 En regard de la partie (i) du préambule, veuillez confirmer qu'il est possible que l'impact tarifaire soit défavorable pour les clients qui ne seront pas visés par les activités promotionnelles envisagées.
- 1.6 Dans le texte de la partie (i) du préambule, veuillez indiquer la partie du texte qui garantisse que les clients qui ne seront pas visés par les activités promotionnelles auront un impact tarifaire neutre ou favorable.
- 1.7 En regard de la partie (i) du préambule, veuillez confirmer qu'une activité promotionnelle peut être temporaire, et récurrente (i.e. être en application à chaque année pour une période déterminée).
- 1.8 En regard du texte cité dans la partie (i) du préambule, veuillez indiquer l'extrait du changement proposé aux conditions de service qui interdît qu'une activité promotionnelle puisse être récurrente.
- 1.9 En regard de la partie (i) du préambule, veuillez confirmer qu'une activité promotionnelle peut être temporaire, mais de durée prolongée (i.e. par exemple d'une durée d'un an).

- 1.10 En regard du texte cité dans la partie (i) du préambule, veuillez indiquer l'extrait du changement proposé aux conditions de service qui garantisse qu'une activité promotionnelle ne puisse se prolonger au-delà d'un mois, sans que celle-ci ne soit spécifiquement approuvée par la Régie.
- 1.11 En regard du texte cité dans la partie (i) du préambule, veuillez indiquer l'extrait du changement proposé aux conditions de service qui garantisse qu'une activité promotionnelle ne puisse se prolonger au-delà de trois mois sans que celle-ci ne soit spécifiquement approuvée par la Régie.
- 1.12 En regard du texte cité dans la partie (i) du préambule, veuillez indiquer l'extrait du changement proposé aux conditions de service qui garantisse qu'une activité promotionnelle ne puisse se prolonger au-delà d'un an sans que celle-ci ne soit spécifiquement approuvée par la Régie.
- 1.13 En regard de la partie (i) du préambule, veuillez confirmer qu'une activité promotionnelle peut être temporaire, mais de durée indéterminée (i.e. par exemple une fin est prévue pour l'activité promotionnelle, mais la date établissant la fin de l'activité promotionnelle n'est pas déterminée ou connue).
- 1.14 En regard du texte cité dans la partie (i) du préambule, veuillez indiquer l'extrait du changement proposé aux conditions de service qui interdît qu'une activité promotionnelle puisse être de durée indéterminée.
- 1.15 Veuillez concilier votre demande en partie (i) du préambule avec l'article 31.1 de la *Loi sur la Régie de l'Énergie* en partie (iii) du préambule.
- 1.16 En regard de la partie (i) du préambule, veuillez indiquer selon quels critères seront choisies les clientèles visées des activités promotionnelles futures.
- 1.17 Veuillez justifier en détails pour chaque article la nécessité d'assujettir les articles 5 et 11 des *Conditions de service d'électricité* et tout le Chapitre 12 des *Tarifs et conditions du Distributeur* à votre demande.

MODIFICATIONS AUX CONDITIONS DE SERVICE D'ÉLECTRICITÉ – ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Références

- (i) HQD-11, document 2 révisé, page 14 de 77

Préambule

- (i) « **3.2. Projets envisagés**

Le Distributeur souhaite encourager l'utilisation du Web par les clients pour effectuer leur changement d'adresse. Dans ce cas, le Distributeur pourrait offrir un rabais sur les frais d'ouverture de dossier lorsque le client fait son emménagement/déménagement sur le site Internet de l'entreprise et qu'il adhère

à la facture Internet. Cette initiative est rentable et répond à un besoin des clients.»

Demandes

- 2.1 Veuillez indiquer le montant du rabais envisagé.
- 2.2 Veuillez indiquer combien de clients ont déménagé ou ont débuté un abonnement l'an dernier.
- 2.3 Veuillez démontrer de manière chiffrée comment le Distributeur a établi la rentabilité et le seuil de rentabilité d'une telle initiative.
- 2.4 Veuillez indiquer les coûts associés à la gestion du dossier d'un client qui déménage dans les cas suivants : 1. le client fait ses démarches au téléphone, 2. le client fait ses démarches sur papier, 3. Le client fait ses démarches par internet.
- 2.5 Veuillez indiquer les coûts associés à la gestion du dossier d'un client qui emménage dans les cas suivants : 1. le client fait ses démarches au téléphone, 2. le client fait ses démarches sur papier, 3. Le client fait ses démarches par internet.
- 2.6 Veuillez confirmer qu'un client qui déménage et qui est déjà client du Distributeur n'a pas à assumer de frais d'ouverture de dossier.
- 2.7 Le Distributeur a indiqué lors de la rencontre préparatoire que pour le moment la seule initiative envisagée était un «remboursement» de frais au client lors d'un emménagement/déménagement notifié par internet. Veuillez préciser si d'autres projets sont envisagés, et veuillez indiquer qu'elles modalités relatives à la *Facturation et Paiement* (chapitre 11 des Conditions de service d'électricité en vigueur le 1^{er} avril 2012) seront en cause dans ces projets futurs.
- 2.8 Quelle partie des conditions de service ou de quelconque texte régissant le Distributeur, empêche celui-ci de solliciter sa clientèle afin qu'elle maximise son utilisation de ses services internet, si cette sollicitation est faite sans l'aide de «remboursement»?
- 2.9 Veuillez nous indiquer si le Distributeur fait déjà auprès de sa clientèle la promotion de l'utilisation de l'internet, si oui de quelle manière et préciser si cette promotion a eu des effets positifs

MODIFICATIONS AUX CONDITIONS DE SERVICE D'ÉLECTRICITÉ – ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Références

- (i) HQD-11, document 2 révisé, page 14 de 77

Préambule

(i) « 3.2. Projets envisagés

Le Distributeur souhaite encourager l'utilisation du Web par les clients pour effectuer leur changement d'adresse. Dans ce cas, le Distributeur pourrait offrir un rabais sur les frais d'ouverture de dossier lorsque le client fait son emménagement/déménagement sur le site Internet de l'entreprise et qu'il adhère à la facture Internet. Cette initiative est rentable et répond à un besoin des clients. » (nos soulignés)

Demandes

- 3.1 Veuillez indiquer pourquoi il est nécessaire de faire un projet-pilote afin d'encourager l'utilisation du Web par les clients, alors qu'il est déjà établi que les clients désirent utiliser davantage le Web et que l'initiative est déjà identifiée comme rentable?
- 3.2 Veuillez indiquer le pourcentage actuel de la clientèle visée utilise déjà la facture internet, et le pourcentage actuel de la clientèle qui utilise le service Web pour faire part des emménagements/déménagements.
- 3.3 Veuillez indiquer le pourcentage de la clientèle visée qui a utilisé la facture internet au cours des cinq dernières années, pour chacune de ces années.
- 3.4 Veuillez indiquer le pourcentage de la clientèle visée par l'activité promotionnelle qui a utilisé le service Web pour faire part de ses emménagements /déménagements au cours des cinq dernières années, pour chacune de ces années.
- 3.5 Quel pourcentage de la clientèle qui utilise présentement le Web pour faire part de ses emménagements/déménagements serait visé par une réduction de frais et quel pourcentage de la clientèle qui utilise présentement la facture internet serait visé par une réduction de frais.
- 3.6 Veuillez indiquer si les clients existants qui ont déjà un dossier seraient exclus de cette mesure.
- 3.7 Veuillez indiquer qu'elle est la clientèle visée dans ce projet envisagé. Est-ce que des groupes socio-économiques particuliers pourraient être visés?

MODIFICATIONS AUX CONDITIONS DE SERVICE D'ÉLECTRICITÉ – ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Références

- (i) R-3677-2008, HQD-12 document 1, section 2.3.2.1 « Redevance d'abonnement du tarif D », page 32 de 245.

- (ii) R-3677-2008, HQD-12 document 1, section 2.3.2.1 « Redevance d'abonnement du tarif D », pages 33 et 34.
- (iii) Tarifs et conditions du Distributeur, En vigueur le 1er avril 2012, Chapitre 12 – Frais liés au service d'électricité, section 12.3 - Frais de nature administrative. pages 133 et 134.

Préambule

(i) « 2.3.2.1 Redevance d'abonnement du tarif D

La redevance d'abonnement est la composante fixe des tarifs domestiques. Elle couvre partiellement les coûts que le Distributeur encourt pour établir une relation commerciale particulière à chaque abonnement, soit les frais du service à la clientèle (relève des compteurs, facturation, encaissement, recouvrement, subtilisation, réponse téléphonique, plaintes et réclamations, relations avec le milieu) et les frais de mesurage (acquisition, installation et entretien des appareils de mesurage). Ces coûts sont liés avant tout au nombre de clients desservis et sont indépendants de la consommation d'énergie.

L'établissement du niveau de la redevance se fait dans le contexte global de la stratégie tarifaire du Distributeur pour le tarif domestique.»

(ii) « Les composantes et le niveau des coûts d'abonnement

La causalité des coûts guide le Distributeur dans son choix des composantes de coûts à être récupérées par la redevance. Certains coûts sont indépendants de la consommation et sont donc associés à la partie fixe du tarif. Les prix de l'énergie, quant à eux, servent à récupérer les coûts reliés directement à la consommation.

Le Distributeur fait également appel au principe d'utilisateur - payeur. Les clients génèrent des coûts avant même d'avoir commencé à consommer et ces coûts devraient être récupérés par la composante fixe des tarifs. S'aventurer dans une voie différente et faire supporter par certains clients les coûts engendrés par d'autres clients, bien que cette solution puisse reposer sur un principe d'équité sociale, n'est pas une solution gagnante à long terme. La redevance doit donc servir à récupérer les coûts spécifiques engendrés par la clientèle qui ne sont pas fonction de leur propre consommation. » (nos soulignés)

- (iii) « a) Frais de gestion de dossier (...)
b) Frais d'ouverture de dossier (...)
c) Taux applicable aux dépôts (...)
d) Frais pour provision insuffisante (...)
e) Frais d'administration applicables à la facturation par Hydro-Québec (...))»

Demandes

- 4.1 Veuillez confirmer que certains frais énumérés en partie (iii) du préambule sont de même nature que ceux couverts par la redevance d'abonnement tel qu'indiqué en partie (i) du préambule.

- 4.2 Veuillez indiquer pourquoi une activité promotionnelle visant à introduire une différenciation dans les frais à payer, qui ne sont pas en lien avec la consommation d'électricité entre les consommateurs, d'une même classe tarifaire serait une solution acceptable à long terme en 2012, alors qu'elle ne l'était pas en 2008.
- 4.3 Veuillez confirmer que le Distributeur, peut récupérer des coûts encourus pour la prestation de services de même nature de ceux mentionnés dans la partie (iii) du préambule, par l'entremise de la redevance d'abonnement.
- 4.4 Le Distributeur a-t-il considéré diminuer la redevance d'abonnement, pour tous ses clients résidentiels, si les coûts associés aux frais mentionnés en partie (iii) du préambule devaient diminuer?

MODIFICATIONS AUX CONDITIONS DE SERVICE D'ÉLECTRICITÉ – ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Références

- (i) Document de la rencontre technique du 18 septembre 2012 : « changements et nouveautés du dossier tarifaire 2013-2014 », page 3
- (ii) HQD-11, document 2 révisé, Page 13 de 77

Préambule

- (i) « Contraintes actuelles : 2- Échéancier réglementaire normal trop long pour la mise en œuvre rapide d'activités promotionnelles : or, la rapidité est un des facteurs de réussite »
- (ii) « Dans ce contexte, le Distributeur demande d'introduire un nouvel article pour permettre la mise en œuvre d'activités promotionnelles spécifiques, circonscrites dans le temps (par exemple, durant la période de pointe des emménagements et déménagements), » (nos soulignés)

Demandes

- 5.1 Veuillez confirmer qu'au Québec que la pointe des emménagements et déménagements se situe le 1^{er} juillet. Dans la négative, veuillez indiquer des dates précises pour situer cette pointe d'emménagements et déménagements.
- 5.2 Veuillez expliquer en quoi l'échéancier réglementaire actuel empêche la mise sur pied d'une activité promotionnelle ayant lieu durant la période de pointe des emménagements et déménagements.

**MODIFICATIONS AUX CONDITIONS DE SERVICE D'ÉLECTRICITÉ -
INTRODUCTION D'UNE MESURE STRUCTURANTE PERMETTANT UNE
MEILLEURE GESTION DU RISQUE DE CRÉDIT DES CLIENTS RÉSIDEN-
TIELS**

Références

- (i) HQD-11, document 2, page 20, lignes 1 à 3

Préambule

- (i) «De 2009 à 2011, la dépense de mauvaises créances du Distributeur a connu une croissance de 26 % (données réelles), passant de 72 M\$ en 2009 à 91 M\$ en 2011, avec un pic de 138 M\$ en 2010 [...]»

Demandes

- 6.1 La dépense des mauvaises créances de 91 M\$ en 2011, est-ce uniquement pour les clients résidentiels?
- 6.2 Si ce n'est pas le cas, quel pourcentage de ces comptes constituent des comptes résidentiels et quel pourcentage des comptes commerciaux et industriels?
- 6.3 Quel pourcentage de ces comptes résidentiels est considéré comme étant des retards sévères?

Références

- (ii) HQD-11, document 2, page 21, lignes 16 à 21

Préambule

- (ii) «Une étude produite en 2009 par des chercheurs américains révèle que la transmission des données de crédit aux agents de renseignements personnels (ARP) permet de réduire les comptes à recevoir, donc la dépense de mauvaises créances. La transmission de données de crédit des clients aux ARP vise à modifier les habitudes de paiement des clients de façon à ce qu'ils privilégient le paiement de la facture.»

Demandes

- 6.4 Quelles sont les mesures de recouvrement dont vous disposez actuellement?
- 6.5 Quel pourcentage des comptes résidentiels qui sont en souffrance est envoyé à des agences de recouvrement de créances?
- 6.6 De ce pourcentage quel est le taux de recouvrement après envoi à l'agence de recouvrement?
- 6.7 Quel pourcentage des comptes résidentiels qui sont en souffrance fait l'objet d'une requête judiciaire?
- 6.8 Des comptes résidentiels qui font l'objet d'une demande judiciaire, quelle est la moyenne des sommes que vous tentez de percevoir?

- 6.9 Dans l'éventualité où vous avez un jugement qui vous est favorable, faites-vous face à certaines difficultés à faire exécuter ces jugements? Si oui, quelles sont ces difficultés?
- 6.10 Quel pourcentage des comptes résidentiels en souffrance, est considéré par Hydro-Québec comme étant non recouvrable?
- 6.11 Le fait d'inscrire ces comptes «non-recouvrables» auprès des agences de crédit augmentera-t-il, selon vous, les chances de le recouvrir?

Références

- (iii) HQD-11, document 2, page 22, lignes 3 à 7

Préambule

- (iii) «Cette pratique peu coûteuse et simple d'application apparaît comme une piste de solution prometteuse pour les fournisseurs de crédit. En effet, la plupart de ces fournisseurs et des compagnies de téléphonie cellulaire au Canada rapportent leurs données de crédit aux ARP. Aux États-Unis, de nombreuses entreprises d'électricité et de gaz enregistrent leurs données de crédit depuis plusieurs années» (nos soulignés).

Demandes

- 6.12 Pouvez-vous nous indiquer le nombre de compagnies d'électricité et de gaz américaines, qui transmettent actuellement les habitudes de paiement de toute leur clientèle aux agences de renseignements personnels?
- 6.13 Est-ce que vous vous considérez comme un fournisseur de crédit?
- 6.14 Si oui, justifiez, en précisant entre autre, de quel type de crédit est-il question?
- 6.15 Seriez-vous d'accord avec l'affirmation qu'en matière de service de téléphonie et internet, les consommateurs ont diverses options relativement au fournisseur de services, mais qu'ils n'en ont pas en ce qui concerne la fourniture d'électricité au Québec?

Références

- (iv) HQD-1, document 2.2, page 3

Préambule

- (iv) «À la fin de l'année 2011, NICOR Gaz a été acquise par AGL Resources, créant ainsi la plus importante entreprise de distribution de gaz naturel aux États-Unis, avec 4.5 millions de clients dans sept États. Pour la prochaine année, des efforts d'intégration organisationnelle considérables sont requis et la mesure a dû être suspendue pour une période indéterminée.»

Demandes

- 6.16 Détenez-vous des documents ou relevés de NICOR Gaz établissant les gains relativement à l'efficacité accrue de la perception ou réduction des comptes à recevoir suite et pendant l'implémentation de cette mesure?
- 6.17 Est-ce que l'acquisition de NICOR Gaz par AGL est l'unique raison de la suspension de la mesure de transmission de données de crédit? Pouvez-vous appuyer votre réponse à l'aide des documents pertinents?
- 6.18 Êtes-vous en mesure de nous indiquer si NICOR Gaz a tenté ou réussi de procéder aux retraits de toutes les données transmises aux bureaux de crédit depuis 1999?
- 6.19 Êtes-vous en mesure de nous indiquer s'il a eu de nouvelles législations ou de décisions d'une autorité réglementaire qui restreint ou interdit la transmission des données de crédits des clients aux bureaux de crédit par NICOR Gaz?
- 6.20 Avez-vous vérifié si la législation applicable à NICOR en matière de transmission d'information sur la vie privée de ses clients est égale ou semblable à la législation applicable au Québec? Si oui, veuillez décrire la législation applicable à NICOR, si non justifier pourquoi vous n'avez pas fait la vérification.
- 6.21 Avez-vous vérifié si NICOR a implanté d'autres mesures afin d'améliorer l'état de ses comptes à recevoir et dépenses de mauvaises créances, alors qu'elle transmettait les données de crédit, si oui lesquelles sinon pourquoi n'avez-vous pas vérifié?

Références

- (v) HQD-1, document 2.3, page 3

Préambule

- (v) «NICOR Gaz estime la réduction de sa dépense de mauvaises créances (DMC) à 20% sur trois ans.»

Demandes

- 6.22 De quelles trois (3) années s'agit-il?
- 6.23 NICOR avait-elle implanté d'autres mesures au cours de ces trois (3) années afin de réduire ses DCM?
- 6.24 Comment ont évolué le DMC du Distributeur au cours des mêmes trois années, et quelles mesures ont été implantées par le Distributeur au cours de ces années pour améliorer ses DMC?

Références

- (vi) HQD-11, document 2, page 22, lignes 16 à 18

Préambule

(vi) «Un sondage, réalisé dans le cadre de la même étude, révèle que près de la moitié des répondants seraient plus enclins à payer à temps s'ils savaient que leur comportement peut influencer leur cote de crédit.»

Demandes

- 6.25 Avez-vous fait un sondage auprès de vos clients afin de connaître les facteurs qui influencent leur choix de payer ou non leur facture d'électricité?
- 6.26 Avez-vous fait un sondage auprès de vos clients afin de savoir à quel rang se situe la facture d'électricité, lors du paiement des factures mensuelles par les consommateurs?
- 6.27 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 de renseignements personnels?
- 6.28 Avez-vous fait un sondage auprès de vos clients afin de savoir si leurs habitudes de paiement seront influencées par le fait que le distributeur entend procéder au transfert des habitudes de paiement des clients aux agences de renseignements personnels?

Références

(vii) HQD-11, document 2, page 27, lignes 1 à 2

Préambule

(vii) «En comparaison des bénéfices escomptés, les coûts estimés à 900 k\$, essentiellement pour les développements informatiques et les communications, sont peu élevés.»

Demandes

- 6.29 Comment avez-vous établi les coûts estimés à 900,000 dollars?
- 6.30 Cet estimé inclut-il l'ajout de nouveau personnel?
- 6.31 Cet estimé comprend-t-il les investissements informatiques que nécessite le transfert des habitudes de paiements aux agences de renseignements personnels?

Références

(viii) HQD-11, document 2, page 27, lignes 3 à 5

Préambule

(viii)«Comme la plupart des créanciers qui offrent une forme de crédit ouvert, le Distributeur souhaite transmettre aux ARP la cote de crédit qu'il attribuerait à chacun de ses clients résidentiels.»

Demandes

- 6.32 Comment définissez-vous le terme «crédit ouvert»?

6.33 Comment le concept de «crédit ouvert» tel que vous le définissez s'applique à Hydro-Québec?

Références

- (ix) HQD-11, document 2, page 27, lignes 9 à 22
- (x) HQD-1, document 2.4, page 5
- (xi) R-3439, NS, 9 mai 2001, vol 6, page 96
- (xii) R-3439, NS, 9 mai 2001, vol. 6, pages 98-99

Préambule

- (ix) «La Loi sur l'accès permet à un organisme comme la Régie de prescrire une telle transmission de renseignements par une modification aux CDSÉ, tant en vertu de son article 67 que de son article 171(3). Les CDSÉ constituent un texte réglementaire qui a toutes les caractéristiques prévues à la Loi sur les règlements, notamment leur portée obligatoire, et qui constitue conséquemment la « loi » au sens de la Loi sur l'accès. Plus particulièrement :
 - En vertu de l'article 67 de la Loi sur l'accès, la transmission de renseignements personnels est autorisée si cette transmission est prévue par la loi. En l'espèce, le Distributeur demande à la Régie de modifier les CDSÉ pour prescrire les modalités de transmission des renseignements.
 - En vertu de l'article 171(3) de la Loi sur l'accès, la Régie peut rendre une ordonnance par laquelle elle prescrit la transmission de renseignements personnels. L'adoption d'une nouvelle disposition des CDSÉ, comme proposé par le Distributeur, constitue une telle ordonnance.»
- (x) «En ne transmettant aux AEC que le NAS des clients en recouvrement, le Distributeur respecte l'encadrement fourni par la Commission d'accès à l'information à ce sujet, à savoir que le NAS ne peut être utilisé que pour établir l'identité du client, dépister la fraude ainsi que pour effectuer le recouvrement et la perception des comptes».
- (xi) «Elle nous a aussi exigé de limiter l'accès d'utilisation du NAS une fois validée l'identité du client et attribué le numéro de client unique uniquement aux seules personnes chargées du recouvrement. Elle nous a par la suite demandé de présenter à la Commission d'accès un échéancier de la mise en œuvre de ces recommandations et nous a précisé notre obligation de légaliser cette pratique».
- (xii) «Vous allez retrouver dans le document, l'exhibit E-3, aux pages 27 à 29, le suivi qui concerne Hydro-Québec sur les recommandations qui concernaient la cueillette du NAS. Je vais reprendre brièvement avec vous les (p. 99) recommandations qu'avait faites la Commission d'accès lors du suivi en quatre-vingt-dix-huit (98) et, finalement, le suivi final qu'elle a fait en quatre-vingt-dix-neuf (99) à l'égard de ces recommandations là».

Demandes

- 6.34 Avez-vous consulté la Commission d'accès à l'information afin de connaître son interprétation des articles 67 et 171(3)? Celle-ci vous a-t-elle fourni un avis écrit? Si oui, le produire et si non, veuillez fournir l'interprétation donnée par la Commission.
- 6.35 Veuillez préciser en quoi, votre interprétation est conforme à celle de la Commission d'accès à l'information?
- 6.36 Veuillez nous exposer les assises juridiques vous permettant d'arriver à la conclusion que les Conditions de service d'électricité constituent une loi?
- 6.37 Dans le cadre du dossier R-3439, vous avez fait référence à des opinions et suivis de la Commission relativement à l'obtention et à l'utilisation par Hydro-Québec du NAS de ses clients, veuillez produire au présent dossier ces avis et recommandations, et toutes mises à jour qui leur soient relatives.
- 6.38 Veuillez confirmer qu'une agence de crédit n'est pas une agence de recouvrement et que les agences de crédit avec lesquelles vous souhaitez transiger ne feront pas de recouvrement au nom d'Hydro-Québec.

Références

- (xiii) HQD-11, document 2, page 28, ligne 8 à 18
(xiv) Dossier R-3439, Décision D-2001-259, page 21

Préambule

(xiii) «RENSEIGNEMENTS TRANSMIS AUX AGENTS DE RENSEIGNEMENTS PERSONNELS ET COTES ATTRIBUÉES PAR HYDRO-QUÉBEC

1° cote de crédit attribuée par Hydro-Québec ;

2° nom ;

3° adresse ;

4° adresse précédente ;

5° numéro de téléphone ;

6° numéro de compte Hydro-Québec ;

7° numéro d'assurance sociale (uniquement pour les cotes O2 à O9).

La cote de crédit est attribuée par Hydro-Québec conformément à la grille suivante : »

- (xiv) «En réponse aux craintes exprimées par les intervenants quant aux importants risques d'atteinte à la vie privée, Hydro-Québec affirme que «le NAS n'est accessible qu'aux employés qui font du recouvrement». En outre elle souligne que le CAI a autorisé Hydro-Québec à recueillir des renseignements personnels, mais qu'elle a attaché des conditions très strictes concernant l'échange de ces renseignements. Elle a également ordonné la destruction de certaines données. La Commission a effectuée un suivi en juin 1999 et a conclu que les recommandations qu'elle avait émises avaient été suivies par Hydro-Québec.»

Demandes

- 6.39 Veuillez concilier la transmission du numéro d'assurance sociale avec la partie (xiv) du préambule.
- 6.40 Hydro-Québec a obtenu de la part de la Commission d'accès à l'information (CAI) la permission de requérir le NAS de ses clients. Veuillez préciser en vertu de quelle décision ou autorisation de la CAI, HQ est autorisée à transmettre cette information à un tiers qui ne sont pas responsable de faire du recouvrement.
- 6.41 Selon vous, comment Hydro-Québec peut-elle légalement transmettre le NAS d'un client à un tiers sans obtenir préalablement l'autorisation écrite de ce client?

Références

- (xv) HQD-11, document 2, page 20, lignes 12 à 14

Préambule

- (xv) « [le] Distributeur souhaite disposer d'une mesure structurante visant la clientèle résidentielle afin d'enrichir son portefeuille de moyens pour réduire la dépense de mauvaises créances.»

Demandes

- 6.42 Pourquoi avoir exclu la clientèle commerciale et les petites entreprises de cette demande?
- 6.43 Décrire les mesures déjà existantes dans le portefeuille de moyens et l'utilisation qui en est faite.
- 6.44 Préciser les motifs qui, selon le Distributeur, font que les moyens existants à ce portefeuille sont inefficaces ou insuffisants.
- 6.45 Est-ce que d'autres nouveaux moyens ont été envisagés? Si oui, les décrire. Si non, veuillez expliquer.

Références

- (xvi) HQD-11, document 2, page 21, lignes 6 à 7
- (xvii) Dossier R-3776, NS, le 13 décembre 2011, aux pages 173-174
- (xviii) Dossier R-3776, NS, le 13 décembre 2011, aux pages 175-176

Préambule

- (xvi) « [...] le Distributeur [...] observe une diminution des ententes de paiement de sa clientèle résidentielle en période hivernale».
- (xvii) «Q. [222] Comment est-ce que vous expliquez à ce moment-là que le nombre d'ententes de paiement entre deux mille huit (2008) puis après ça deux mille neuf (2009) semble avoir diminué?
R. Par un changement de stratégie, parce que le but, ce n'est pas de faire des ententes. Le but, c'est de pouvoir collecter nos comptes, d'encaisser nos sommes. Puis il y avait plusieurs ententes qui étaient faites pour lesquelles on

s'apercevait qui n'étaient pas respectées. Après deux mois, l'entente n'aboutissait pas. Le client revenait avec une nouvelle entente, puis une nouvelle entente. On pouvait signer jusqu'à trois ententes dans une année. Donc, présentement, on n'accepte pas de signer plus qu'une entente par année par client pour éviter justement des ententes à répétition,»

(xviii) «[228] Et pouvez-vous nous expliquer pourquoi les comptes à recevoir continuent d'augmenter malgré le fait que vous interrompez quand même maintenant plus souvent?

R. Ça dépend de quels comptes à recevoir vous parlez. Q. [229] Je parle de la clientèle résidentielle.

R. Ça dépend quelle strate vous regardez. Parce que si on regarde les comptes à recevoir en bas de trente(30) jours, en bas de cent vingt et un (121) jours, nos comptes à recevoir ont diminué. Par contre, si vous regardez les vieux comptes à recevoir, ceux de trois cents (300) jours et plus, en haut de cent vingt et un (121) jours, parce que les statistiques à la Régie, on leur donne cent vingt et un (121) jours et plus, effectivement, en valeur absolue, ils ont augmenté. On s'aperçoit qu'actuellement, on les a contenus en termes de nombre d'abonnements, ça a légèrement diminué. Sauf qu'en valeur absolue, ils ont augmenté. Mais c'est un peu la...

Q. [230] C'est à cause du plus de cent vingt (120) jours que ça a augmenté?

R. Oui, tout à fait. Tout à fait. Parce que, en bas de cent vingt (120) jours, c'est un peu notre stratégie qu'on a adoptée au cours des deux dernières années. Ce qui est important en recouvrement, c'est de ne pas laisser vieillir les dossiers. Quand on travaille au niveau des comptes plus jeunes, on a beaucoup plus de succès. Malheureusement, les comptes actuellement qui sont plus vieux datent un peu de deux mille huit (2008)».

Demandes

6.46 Est-ce que le Distributeur vérifie la capacité de payer d'un client (son budget) avant de conclure une entente de paiement?

6.47 Si la situation financière du client change, et que celui-ci est lié par une entente de paiement, peut-il demander et obtenir une révision des termes de son entente de paiement?

6.48 Dans la partie (xviii) du préambule, nous constatons que selon le témoignage du Distributeur lors du dossier tarifaire de l'année dernière que les comptes à recevoir de moins de 121 jours ont diminués l'année dernière. Est-ce toujours le cas pour cette année? À quoi le Distributeur attribue-t-il cette diminution?

6.49 Dans la partie (xviii) du préambule, nous constatons que selon le Distributeur ce sont les comptes de 300 jours ou de 121 jours qui augmentent. Quel impact espérez-vous que la mesure aura sur ces «vieux» comptes et avez-vous vérifié auprès des autres compagnies de services publics qui ont adopté cette mesure l'impact réel sur les comptes de plus de 121 jours?
