

**TARIFICATION DYNAMIQUE :
BILAN DE L'HIVER 2019-2020**

(SUIVI DE LA DÉCISION D-2020-055)

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	5
2. OPTIONS POUR LES CLIENTS DOMESTIQUES ET DE PETITE PUISSANCE	6
2.1. Lancement des offres	7
2.1.1. Volet communication	7
2.1.2. Volet recrutement et processus d'adhésion	7
2.1.3. Volet accompagnement post-adhésion	10
2.2. Portrait des participants au 1 ^{er} décembre 2019	13
2.3. Résultats de l'hiver 2019-2020	14
2.3.1. Portrait des participants au 31 mars 2020	14
2.3.2. Sommaire des événements de pointe	15
2.3.3. Résultats de l'effacement et économies réalisées	15
2.4. Satisfaction de la clientèle	21
2.4.1. Sondage à la suite de l'inscription	22
2.4.2. Sondage à la suite d'un événement de pointe	23
2.4.3. Sondage à la suite de l'hiver	24
2.5. Principaux constats et déploiement à l'hiver 2020-2021	25
3. PROJET PILOTE POUR LA CLIENTÈLE DE MOYENNE PUISSANCE	27
3.1. Processus de recrutement	27
3.2. Résultats de l'hiver 2019-2020	27

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Courriel d'invitation personnalisé	8
Figure 2 : Exemple d'un avis d'événement de pointe envoyé par courriel – Option de crédit hivernal	10
Figure 3 : Exemple de notification d'événement de pointe – Tarif Flex	11
Figure 4 : Accompagnement post-adhésion pour les clients au tarif Flex	11
Figure 5 : Accompagnement post-adhésion pour les clients au crédit hivernal	12
Figure 6 : Exemple de facture d'électricité modifiée pour les clients au tarif Flex D	12
Figure 7 : Exemple de facture d'électricité modifiée pour les clients D au crédit hivernal	12
Figure 8 : Distribution des économies réalisées au crédit hivernal	18
Figure 9 : Distribution des économies réalisées aux tarifs Flex D et Flex G	21

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Comparaison des options de tarification dynamique avec le tarif de base	6
Tableau 2 : Taux d'adhésion et données relatives au recrutement - Hiver 2019-2020.....	9
Tableau 3 : Répartition de la clientèle inscrite aux options de tarification dynamique au 1 ^{er} décembre 2019	13
Tableau 4 : Répartition de la clientèle inscrite aux options de tarification dynamique au 31 mars 2020	15
Tableau 5 : Répartition des événements et heures de pointe – Hiver 2019-2020.....	15
Tableau 6 : Résultats des clients domestiques adhérant à l'option de crédit hivernal.....	16
Tableau 7 : Résultats des clients de petite puissance adhérant à l'option de crédit hivernal.....	17
Tableau 8 : Résultats des clients domestiques adhérant au tarif Flex D	19
Tableau 9 : Résultats des clients domestiques adhérant au tarif Flex G	20

1. INTRODUCTION

1 Dans sa décision [D-2019-027](#), la Régie de l'énergie (la « Régie ») accepte la proposition
2 d'Hydro-Québec dans ses activités de distribution d'électricité (le « Distributeur ») d'introduire
3 des options de tarification dynamique sur une base volontaire à compter du 1^{er} décembre 2019,
4 soit :

- 5 • un tarif de pointe critique (le « Tarif Flex ») et un crédit de pointe critique (l' « Option de
6 crédit hivernal ») pour la clientèle domestique (tarif D) et de petite puissance (tarif G)¹ ;
7 et
- 8 • un tarif expérimental de pointe critique pour un nombre restreint de clients de moyenne
9 puissance (tarifs M et G9).

10 Aux paragraphes 823 et 824, la Régie demande au Distributeur de déposer un suivi présentant
11 les résultats, constats et analyses du déploiement progressif de la tarification dynamique
12 réalisé à l'hiver 2019-2020 au plus tard lors du dépôt du dossier tarifaire 2021-2022.

13 L'adoption en décembre 2019 de la *Loi visant à simplifier le processus d'établissement des*
14 *tarifs de distribution d'électricité* (la « Loi sur la simplification ») met en place un nouveau cadre
15 réglementaire. Dans ce contexte, la Régie rend la décision [D-2020-055](#) portant sur le
16 traitement des suivis prévus dans les dossiers tarifaires découlant de ses décisions
17 antérieures. Dans cette décision, la Régie demande plutôt au Distributeur de déposer un tel
18 suivi annuellement de façon administrative dès 2020², et cela au même moment que le dépôt
19 des renseignements mentionnés à l'annexe II de la *Loi sur la Régie de l'énergie* telle
20 qu'amendée par la *Loi sur la simplification*³. De plus, elle demande que ce suivi couvre
21 l'examen de la rentabilité de l'option Flex D pour les ménages à faible revenu.

22 C'est dans ce contexte que le Distributeur dépose les présents suivis⁴ :

- 23 • Suivi des options de tarification dynamique pour les clients domestiques et de petite
24 puissance (section 2) ;
- 25 • Suivi du tarif expérimental de pointe critique pour les clients de moyenne puissance
26 (section 3).

¹ Clients pour lesquels seule l'énergie est enregistrée dans le système de facturation.

² D-2020-055, para. 64 et 65. Au paragraphe 131, la Régie demande également au Distributeur de prévoir la tenue d'une séance de travail sur les options de tarification dynamique dans le cadre d'une phase préalable du dossier tarifaire 2025-2026, et non pas dès 2020 comme elle le demandait au paragraphe 825 de sa décision D-2019-027.






³ Exceptionnellement, la Régie demande au Distributeur de déposer le bilan de l'hiver 2019-2020 au plus tard en octobre 2020 (D-2020-072, para. 13).

⁴ Certaines données aux présents suivis ont été arrondies.

2. OPTIONS POUR LES CLIENTS DOMESTIQUES ET DE PETITE PUISSANCE

- 1 Le tableau 1 présente les options de tarification dynamique offertes aux clients domestiques
 2 et de petite puissance à l'hiver 2019-2020⁵, en les distinguant du tarif de base autrement
 3 applicable. Ces options ont été déployées de façon restreinte pour ce premier hiver afin
 4 d'assurer un accompagnement optimal de la clientèle et de tirer profit d'une rétroaction de sa
 5 part en vue d'un déploiement à plus grande échelle.
- 6 Tout en bonifiant l'offre de service du Distributeur, ces options visent à permettre aux clients
 7 en mesure de diminuer ou déplacer leur consommation en pointe de réduire leur facture
 8 d'électricité, contribuant ainsi à réduire les besoins en puissance du Distributeur.

**TABLEAU 1 :
COMPARAISON DES OPTIONS DE TARIFICATION DYNAMIQUE AVEC LE TARIF DE BASE**

	TARIF DE BASE	TARIF DE BASE AVEC CRÉDIT HIVERNAL	TARIF FLEX
 Période d'été	Prix du tarif de base	Prix du tarif de base	Prix du tarif de base
 Période d'hiver hors événements de pointe	Prix du tarif de base	Prix du tarif de base	Prix moins élevé que celui du tarif de base
 Période d'hiver pendant les événements de pointe (Maximum de 100 heures par hiver)	Prix du tarif de base	Prix du tarif de base moins le crédit de 50 ¢ par kWh effacé	Prix plus élevé que celui du tarif de base : 50 ¢ par kWh consommé
 01 Jours où peuvent avoir lieu des événements de pointe		7 jours sur 7	Du lundi au vendredi
 Effets sur la facture par rapport au tarif de base		Potentiel d'économies intéressant. Aucun risque ; la facture ne peut que diminuer.	Potentiel d'économies supérieur. La facture peut augmenter si la consommation n'est pas réduite lors des événements de pointe.

⁵ Le détail des structures de prix, conditions d'admissibilité et modalités d'application des nouvelles options de tarification dynamique pour les clients domestiques et de petite puissance se retrouvent respectivement aux sections 8 et 9 du chapitre 2 et aux sections 3 et 4 du chapitre 3 des [Tarifs d'électricité](#) en vigueur le 1^{er} avril 2019.

2.1. Lancement des offres

2.1.1. Volet communication

1 Pour ce premier hiver, le Distributeur a déployé une stratégie de communication en plusieurs
2 étapes afin de faciliter l'approvisionnement des nouvelles offres de tarification dynamique par la
3 clientèle.

4 La campagne de communication a débuté en mars 2019 à la suite de la décision de la Régie
5 approuvant cette nouvelle forme de tarification. Lors de cette première étape, deux pages Web
6 présentant les nouvelles offres ont été mises en ligne sur le site Web d'Hydro-Québec, l'une
7 s'adressant à la clientèle domestique et l'autre, à la clientèle de petite puissance. Lors de
8 l'entrée en vigueur des nouveaux tarifs au 1^{er} avril 2019, le Distributeur a bonifié l'information
9 disponible sur son site Web en y ajoutant les structures de prix ainsi que les conditions
10 d'admissibilité des nouvelles options de tarification dynamique.

11 L'information disponible sur le site Web a de nouveau été bonifiée en vue du début du
12 recrutement pour l'hiver 2019-2020 avec l'ajout d'une vingtaine de nouvelles pages Web
13 contenant des informations plus détaillées quant au fonctionnement des événements de
14 pointe, ainsi que des conseils pour maximiser les économies à ces options⁶. Durant la période
15 de recrutement, qui a débuté à la mi-octobre et s'est terminée à la fin du mois de novembre,
16 la section informationnelle des nouvelles offres tarifaires sur le site Web d'Hydro-Québec a
17 enregistré 235 000 sessions d'une durée moyenne d'environ 2,5 minutes. Les capsules vidéo
18 informatives y étant publiées ont, quant à elles, été visionnées à près de 50 000 reprises durant
19 cette période.

20 Des entrevues ont également été accordées à divers médias afin de faire connaître les
21 nouvelles options de tarification dynamique. L'étendue de ces différentes actions a toutefois
22 été limitée, cela en cohérence avec le déploiement progressif de ces offres. En effet, il
23 s'agissait de mousser la notoriété de la tarification dynamique pour réussir à convaincre
24 20 000 clients de participer à ce premier hiver sans toutefois créer d'attentes indues puisque
25 seul un nombre restreint de clients serait invité à y participer.

2.1.2. Volet recrutement et processus d'adhésion

26 Comme prévu⁷, le recrutement pour la clientèle au tarif D a été effectué en invitant des clients
27 sélectionnés de façon aléatoire⁸. Pour ce faire, deux courriels d'invitation, une version
28 personnalisée et une version générique, ont été testés lors de l'envoi des 5 000 premières
29 invitations. Ayant constaté que le courriel personnalisé avait généré un taux d'ouverture et un

⁶ Voir <https://www.hydroquebec.com/residentiel/espace-clients/tarifs/tarification-dynamique.html> et <https://www.hydroquebec.com/affaires/espace-clients/tarifs/tarification-dynamique.html> pour les liens aux pages Web actuelles, similaires à celles disponibles lors de l'hiver 2019-2020.

⁷ Voir la réponse à la question 9.2 de la Régie à la pièce HQD-14, document 1.5 (B-0128) du dossier R-4057-2018.

⁸ Parmi les clients admissibles, soit ceux pour lesquels le Distributeur dispose d'une adresse courriel valide (pour l'envoi des avis d'événement de pointe).

- 1 nombre de clics vers le site Web d'Hydro-Québec supérieurs à ceux du courriel générique (+ 15 %), le Distributeur a retenu la version personnalisée pour les envois subséquents.
- 2
- 3 La figure 1 illustre le courriel d'invitation personnalisé retenu.

**FIGURE 1 :
COURRIEL D'INVITATION PERSONNALISÉ**



1 Le recrutement pour la clientèle au tarif G a, quant à lui, été réalisé par le biais d’invitations
 2 envoyées par courriel à certains clients⁹, sur la base du « premier arrivé, premier servi ».

3 Afin de faciliter la prise de décision d’adhérer ou non à l’une ou à l’autre des options de
 4 tarification dynamique proposées, les clients invités à participer ont eu accès à un outil de
 5 simulation¹⁰ sur leur Espace client du site Web d’Hydro-Québec. Cet outil leur a permis de
 6 comparer les économies potentielles, tant à l’option de crédit hivernal qu’au tarif Flex, en
 7 fonction de leur propre profil historique de consommation.

8 Au total, 430 000 courriels d’invitation ont été envoyés pour l’hiver 2019-2020, dont 407 000
 9 aux clients domestiques. Le tableau 2 présente les taux d’adhésion suivant les invitations par
 10 courriel, ainsi que des données relatives au processus de recrutement.

**TABLEAU 2 :
 TAUX D’ADHÉSION ET DONNÉES RELATIVES AU RECRUTEMENT -
 HIVER 2019-2020**

	Clients domestiques	Clients petite puissance	Total
Nombre de courriels d’invitation envoyés	407 000	23 000	430 000
% courriels ouverts	± 60%	± 50%	
% de clics vers le site Web HQ	± 40%	± 25%	
Nombre de clients ayant accédé à l’outil de simulation¹	32 830	670	33 500
Nombre d’appels au service à la clientèle²	5 332	410	5 742
<i>durée moyenne des appels</i>	804 sec.	695 sec.	
Nombre d’adhésions	20 012	343	20 355
% via le libre-service (Espace client)	92%	88%	
% via un représentant du service à la clientèle	8%	12%	
Taux d’adhésion (% des courriels envoyés)	5%	1%	5%

¹ Seuls les clients invités avaient accès à l’outil de simulation. La durée du parcours moyen dans l’Espace client a été de 5 minutes.

² Principalement pour un accompagnement à la navigation sur l’Espace client et pour des informations additionnelles sur les offres proposées. Le temps total moyen des appels a été de 13 minutes.

11 Au terme de la période de recrutement qui a permis d’atteindre la cible de 20 000 adhérents,
 12 le Distributeur constate que le taux d’adhésion a été de 5 % auprès de la clientèle domestique
 13 et de 1 % auprès de la clientèle de petite puissance. Il est à noter que le Distributeur a testé
 14 l’impact de l’envoi d’un courriel de relance ; un meilleur taux d’adhésion auprès de la clientèle
 15 domestique a été constaté, soit 8 %, pour les clients ayant reçu cette relance.

⁹ Courriel, similaire à celui de la figure 1 mais sans personnalisation, envoyé aux clients admissibles pour lesquels le Distributeur dispose d’une adresse courriel valide (pour l’envoi des avis d’événement de pointe) et dont le représentant au contrat est autorisé à procéder à un changement d’option tarifaire.

¹⁰ Disponible uniquement pour les clients ayant un historique de consommation lors du précédent hiver.

2.1.3. Volet accompagnement post-adhésion

- 1 Aux explications détaillées des offres sur le site Web d'Hydro-Québec, incluant des conseils
2 sur les mesures à prendre afin de réaliser des économies sur la facture d'électricité, ainsi qu'à
3 l'outil de simulation sur l'Espace client, s'ajoutent les outils suivants d'accompagnement
4 post-adhésion :
- 5 • Avis d'événement de pointe¹¹ par courriel et notifications au moyen de l'application
6 mobile¹² (voir figures 2 et 3) ;
 - 7 • Portrait de la consommation adapté pour les clients au tarif Flex¹³, incluant un suivi des
8 économies réalisées depuis le début de l'hiver (voir figure 4) ;
 - 9 • Suivi des économies¹⁴ pour les clients inscrits à l'option de crédit hivernal (voir
10 figure 5) ;
 - 11 • Facture d'électricité modifiée pour tenir compte de la tarification dynamique (voir figures
12 6 et 7).

**FIGURE 2 :
EXEMPLE D'UN AVIS D'ÉVÉNEMENT DE POINTE ENVOYÉ PAR COURRIEL
– OPTION DE CRÉDIT HIVERNAL**

Expéditeur : Hydro-Québec <hydroquebec@communication.hydroquebec.com>
Date : 18 décembre 2019 à 15:15:20 HAE
Destinataire : <courriel du client>
Objet : Avis d'événement de pointe
Répondre à : Hydro-Québec <HQDTarifsdynamiques@hydro.qc.ca>



Avis – Tarification dynamique
18 décembre 2019

Bonjour,

Vous recevez cet avis parce que vous êtes inscrit ou inscrite au tarif D avec option de crédit hivernal.

Un événement de pointe critique aura lieu le :

- 19 décembre de 6 h à 9 h.
- 19 décembre de 12 h à 13 h.

Lieux de consommation visés :

- 999, rue Volt
Laprise QC L1A 3H6
- 999, rue Volt
Laprise QC L1A 3H6

Conseils et économies!

Accumulez des crédits en réduisant votre consommation d'électricité pendant un événement de pointe critique.

- [Voir les conseils pour réduire votre consommation](#)
- [Suivre votre crédit hivernal et vos résultats par événement.](#)

Meilleures salutations,

Les Services à la clientèle

¹¹ Comme indiqué aux articles 2.62, 2.71, 3.15 et 3.24 des [Tarifs d'électricité](#) en vigueur le 1^{er} avril 2019.

¹² Afin d'offrir une plus grande flexibilité à ses clients, le Distributeur a également transmis les avis d'événement par notification aux utilisateurs de l'application mobile Hydro-Québec.

¹³ Disponible sur l'Espace client.

¹⁴ *Ibid.*

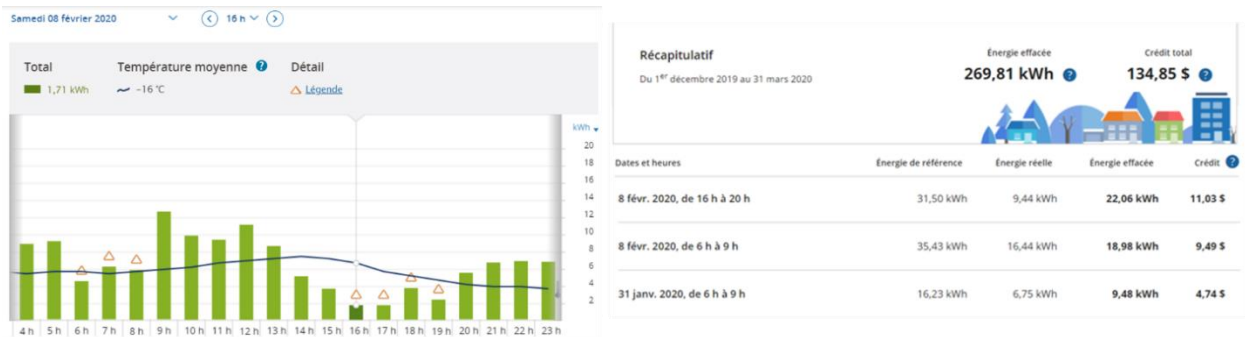
**FIGURE 3 :
EXEMPLE DE NOTIFICATION D'ÉVÉNEMENT DE POINTE – TARIF FLEX**



**FIGURE 4 :
ACCOMPAGNEMENT POST-ADHÉSION POUR LES CLIENTS AU TARIF FLEX**



**FIGURE 5 :
ACCOMPAGNEMENT POST-ADHÉSION POUR LES CLIENTS AU CRÉDIT HIVERNAL**



**FIGURE 6 :
EXEMPLE DE FACTURE D'ÉLECTRICITÉ MODIFIÉE POUR LES CLIENTS AU TARIF FLEX D**

DÉTAIL DES COÛTS – TARIF FLEX D
Du 30 novembre 2019 au 4 février 2020 (67 jours)

Consommation totale	6 172 kWh	
Coût de la consommation en pointe critique	57 kWh x 0,50 \$	28,50 \$
Jusqu'à 40 kWh par jour		
Jusqu'au 30 nov. 2019 (40 kWh x 1 j) – Été	40 kWh x 0,0608 \$	2,43 \$
À partir du 1 ^{er} déc. 2019 (40 kWh x 66 j) – Hiver	2 640 kWh x 0,0428 \$	112,99 \$
Le reste des kWh		
Jusqu'au 30 nov. 2019 – Été	56 kWh x 0,0938 \$	5,25 \$
À partir du 1 ^{er} déc. 2019 – Hiver	3 379 kWh x 0,0736 \$	248,69 \$
Frais d'accès au réseau	67 j x 0,4064 \$	27,23 \$
Total partiel		425,09 \$
TPS (5,0 %)		21,25 \$
TVQ (9,975 %)		42,40 \$
Total des coûts de l'électricité		488,74 \$

Ne pas payer ce montant. Tout écart entre la consommation réelle et celle prévue est traité lors de la révision annuelle ou à la fin de l'inscription au MVE.

**FIGURE 7 :
EXEMPLE DE FACTURE D'ÉLECTRICITÉ MODIFIÉE POUR LES CLIENTS D AU CRÉDIT HIVERNAL**

DÉTAIL DES COÛTS – TARIF DOMESTIQUE D – CRÉDIT HIVERNAL
Du 28 janvier 2020 au 26 mars 2020 (59 jours)

Consommation totale	5 473 kWh	
Jusqu'à 40 kWh x 59 jours	2 360 kWh x 0,0608 \$	143,49 \$
Le reste des kWh	3 113 kWh x 0,0938 \$	292,00 \$
Crédit hivernal	156,19 kWh x 0,50 \$	-78,10 \$
Frais d'accès au réseau	59 j x 0,4064 \$	23,98 \$
Total partiel		381,37 \$
TPS (5,0 %)		19,07 \$
TVQ (9,975 %)		38,04 \$
Total des coûts de l'électricité		438,48 \$

2.2. Portrait des participants au 1^{er} décembre 2019

1 Au 1^{er} décembre 2019, 20 355 clients étaient inscrits à l'une ou l'autre des options de
 2 tarification dynamique pour la clientèle domestique et de petite puissance. Le tableau 3
 3 présente la répartition de la clientèle inscrite aux différentes options de tarification dynamique.

**TABLEAU 3 :
 RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE INSCRITE AUX
 OPTIONS DE TARIFICATION DYNAMIQUE AU 1^{ER} DÉCEMBRE 2019**

Clients domestiques		Clients de petite puissance		Total
Crédit hivernal	Flex D	Crédit hivernal	Flex G	
17 575	2 437	316	27	20 355

4 Au moment de l'adhésion et dans le cadre du sondage à la suite de l'inscription (voir section
 5 2.4.1), des questions sociodémographiques ainsi que des questions portant sur l'utilisation de
 6 l'électricité ont été posées afin d'établir le portrait des participants.

7 Les résultats ainsi obtenus révèlent que les clients domestiques participant à la tarification
 8 dynamique se distinguent de la population en général¹⁵. Plus spécifiquement,

- 9 • 67 % demeurent dans une résidence unifamiliale (ensemble des ménages québécois :
 10 58 %) ;
- 11 • 52 % ont une scolarité de niveau universitaire (ensemble des ménages québécois :
 12 35 %) ;
- 13 • 97 % chauffent à l'électricité (ensemble des ménages québécois : 80 %) ;
- 14 • 32 % possèdent un système de chauffage central électrique (ensemble des ménages
 15 québécois : 16 %) ;
- 16 • 18 % de ceux qui utilisent un système de chauffage central électrique possèdent un
 17 thermostat connecté (ensemble des ménages québécois : 1 %), alors que 6 % de ceux
 18 qui utilisent un système de chauffage décentralisé électrique possèdent un thermostat
 19 connecté (ensemble des ménages québécois < 1 %) ;
- 20 • 30 % possèdent un chauffage d'appoint au combustible (ensemble des ménages
 21 québécois : 22 %) ;
- 22 • 5 % ont une voiture électrique ou hybride (ensemble des ménages québécois : 1 %).

¹⁵ Source pour toutes les comparaisons : *Utilisation de l'électricité dans le marché résidentiel* – Édition 2018 [Ad hoc recherche]

1 Pour ce qui est des clients de petite puissance participant à la tarification dynamique, ils
2 présentent les principales caractéristiques suivantes¹⁶ :

- 3 • 95 % chauffent à l'électricité ;
- 4 • 42 % possèdent un système de chauffage central électrique ;
- 5 • 10 % de ceux qui utilisent un système de chauffage central électrique possèdent un
6 thermostat connecté, alors que 8 % de ceux qui utilisent un système de chauffage
7 décentralisé électrique possèdent un thermostat connecté ;
- 8 • 18 % possèdent un chauffage d'appoint au combustible

2.3. Résultats de l'hiver 2019-2020

9 Le Distributeur présente aux sections suivantes le portrait des participants à la fin du premier
10 hiver de la tarification dynamique et le sommaire des événements de pointe ayant eu lieu au
11 cours de ce même hiver. De plus, les résultats détaillés de l'effacement et des économies
12 réalisées¹⁷ pour les clients domestiques et les clients de petite puissance ayant adhéré à l'une
13 ou l'autre des options de tarification dynamique sont également présentés. Ces résultats sont
14 présentés par grandes strates de consommation, par segments de la clientèle et par types
15 d'habitation.

2.3.1. Portrait des participants au 31 mars 2020

16 Au 31 mars 2020, 19 819 clients étaient toujours inscrits à l'une ou l'autre des options de
17 tarification dynamique pour les clientèles domestique et de petite puissance. Ainsi, entre le
18 1^{er} décembre 2019 et le 31 mars 2020, 536 clients ont abandonné la tarification dynamique,
19 soit un taux de désistement d'environ 3 %. Les clients inscrits au tarif Flex devaient contacter
20 le service à la clientèle d'Hydro-Québec pour retourner à leur tarif de base, tandis que les
21 clients inscrits au crédit hivernal pouvaient, quant à eux, se désinscrire de l'option sur leur
22 Espace client. Les principales raisons invoquées à cet égard, outre un déménagement, sont
23 les économies négligeables sur la facture et la difficulté à changer les habitudes de
24 consommation.

25 Le tableau 4 présente la répartition de la clientèle inscrite aux différentes options de tarification
26 dynamique à la fin du premier hiver.

¹⁶ Ces données doivent être interprétées avec prudence étant donné le faible nombre de répondants au sondage. De plus, puisque les clients de petite puissance n'ont pas été sélectionnés aléatoirement dans la population (contrairement aux clients domestiques), leurs caractéristiques correspondent à celles des clients de petite puissance qui se sont inscrits à la tarification dynamique et non à celles de l'ensemble de la population (clients au tarif G) qui pourrait être intéressée par un tel programme.

¹⁷ Les factures et les économies présentées excluent les taxes de vente.

TABLEAU 4 :
RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE INSCRITE AUX
OPTIONS DE TARIFICATION DYNAMIQUE AU 31 MARS 2020

Hiver 2019-2020	Clients domestiques		Clients de petite puissance		Total
	Crédit hivernal	Flex D	Crédit hivernal	Flex G	
Nombre de clients inscrits au 1 ^{er} décembre 2019	17 575	2 437	316	27	20 355
Nombre de clients inscrits au 31 mars 2020	17 074	2 360	359	26	19 819
Écart	- 501	-77	43	- 1	- 536

2.3.2. Sommaire des événements de pointe

1 Pour l’hiver 2019-2020, les résultats de l’effacement au crédit hivernal sont calculés à partir
 2 des 21 événements de pointe appelés totalisant 70 heures, tandis que les résultats aux tarifs
 3 Flex sont calculés à partir des 24 événements de pointe totalisant 81 heures. Puisque le
 4 calibrage du tarif Flex assure une neutralité tarifaire pour 90 heures de pointe, le Distributeur
 5 a tenté d’utiliser au maximum les heures de pointe prévues dans les modalités de ce tarif,
 6 malgré les conditions climatiques plus chaudes que la normale, et ce, par souci d’équité envers
 7 le reste de la clientèle. En ce qui concerne les heures de pointe au crédit hivernal, le
 8 Distributeur a plutôt tenté de l’utiliser pour un nombre suffisant d’heures afin de fidéliser sa
 9 clientèle y adhérant et de bâtir un bassin suffisant pour inscrire éventuellement les MW à son
 10 bilan.

11 Le tableau 5 présente la répartition des événements et des heures de pointe de l’hiver
 12 2019-2020.

TABLEAU 5 :
RÉPARTITION DES ÉVÉNEMENTS ET HEURES DE POINTE – HIVER 2019-2020

	Nombre d'événements de pointe		Nombre d'heures de pointe	
	Crédit hivernal	Flex	Crédit hivernal	Flex
6 h - 9 h	14	15	42	45
16 h - 20 h	7	9	28	36
Total	21	24	70	81

2.3.3. Résultats de l’effacement et économies réalisées

Économies réalisées à l’option de crédit hivernal

13 Les tableaux 6 et 7 présentent les résultats détaillés de l’effacement ainsi que des économies
 14 réalisées pour les clients domestiques et les clients de petite puissance ayant adhéré au crédit
 15 hivernal, respectivement.

TABLEAU 6 :
RÉSULTATS DES CLIENTS DOMESTIQUES ADHÉRANT À L'OPTION DE CRÉDIT HIVERNAL

	Consommation annuelle moyenne (kWh)	Facture moyenne au tarif D (\$)	Économie (\$) Moyenne	Économie (\$) Minimum	Économie (\$) Maximum	Effacement moyen (kW)
Ensemble des clients	18 599	1 511 \$	28 \$	0 \$	1 386 \$	0,8
Strates de consommation annuelle						
[-; 5000[3 552	360 \$	5 \$	0 \$	64 \$	0,1
[5000;10000[7 717	618 \$	11 \$	0 \$	161 \$	0,3
[10000;15000[12 467	963 \$	17 \$	0 \$	503 \$	0,5
[15000;20000[17 504	1 379 \$	27 \$	0 \$	640 \$	0,8
[20000;25000[22 415	1 807 \$	36 \$	0 \$	406 \$	1,0
[25000;30000[27 245	2 241 \$	42 \$	0 \$	766 \$	1,2
[30000;35000[32 093	2 689 \$	51 \$	0 \$	1 386 \$	1,5
[35000;40000[37 318	3 175 \$	62 \$	0 \$	557 \$	1,8
[40000;45000[42 051	3 618 \$	75 \$	0 \$	673 \$	2,2
[45000;50000[47 259	4 107 \$	57 \$	0 \$	508 \$	1,6
[50000;55000[51 849	4 535 \$	74 \$	3 \$	441 \$	2,1
[55000;60000[57 465	5 061 \$	50 \$	4 \$	199 \$	1,4
[60000; Max.]	70 715	6 302 \$	81 \$	1 \$	1 103 \$	2,3
Type de clients						
Client résidentiel	18 556	1 507 \$	28 \$	0 \$	1 386 \$	0,8
Exploitation agricole	25 860	2 143 \$	49 \$	0 \$	382 \$	1,4
Segments d'habitation						
Logement dans un immeuble 4 logements +	8 840	710 \$	12 \$	0 \$	221 \$	0,3
Logement dans un duplex ou triplex	13 340	1 068 \$	17 \$	0 \$	557 \$	0,5
Maison individuelle	22 438	1 827 \$	35 \$	0 \$	1 386 \$	1,0
Statut du ménage						
Client non MFR	19 503	1 583 \$	41 \$	0 \$	1 386 \$	1,2
Client MFR	13 837	1 114 \$	23 \$	0 \$	508 \$	0,7
Source d'énergie pour le chauffage						
TAE	19 051	1 549 \$	29 \$	0 \$	1 386 \$	0,9
autre que TAE	15 771	1 252 \$	18 \$	0 \$	366 \$	0,5

Note : les différentes catégories ne sont pas mutuellement exclusives. Seule l'identification du statut du ménage est basée sur la réponse à une question posée dans le cadre d'un sondage.

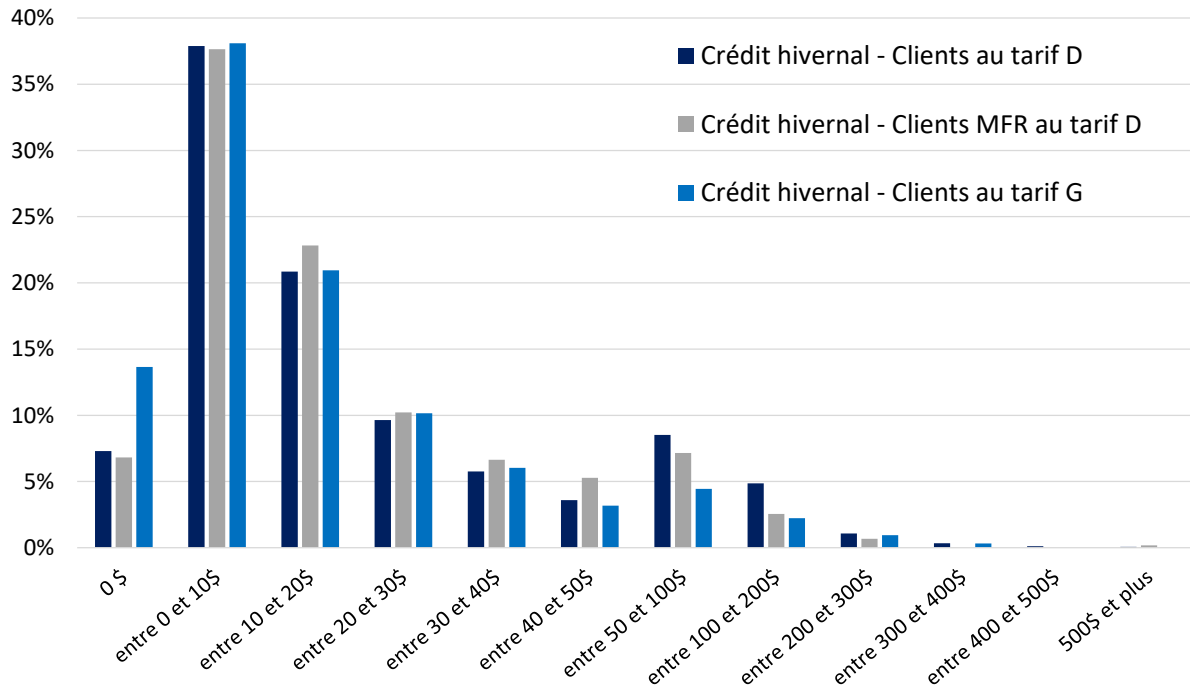
TABLEAU 7 :
RÉSULTATS DES CLIENTS DE PETITE PUISSANCE ADHÉRANT À L'OPTION DE CRÉDIT HIVERNAL

	Consommation annuelle moyenne (kWh)	Facture moyenne au tarif G (\$)	Économie (\$) Moyenne	Économie (\$) Minimum	Économie (\$) Maximum	Effacement moyen (kW)
Ensemble des clients	30 655	3 184 \$	21 \$	0 \$	327 \$	0,6
Strates de consommation annuelle						
[-; 5000[3 482	506 \$	5 \$	0 \$	30 \$	0,2
[5000; 10000[7 578	901 \$	12 \$	0 \$	99 \$	0,3
[10000; 15000[12 420	1 376 \$	11 \$	0 \$	34 \$	0,3
[15000; 20000[17 131	1 847 \$	13 \$	0 \$	53 \$	0,4
[20000; 25000[22 772	2 405 \$	26 \$	0 \$	268 \$	0,7
[25000; 30000[27 097	2 835 \$	19 \$	1 \$	67 \$	0,6
[30000; 35000[32 564	3 374 \$	27 \$	2 \$	104 \$	0,8
[35000; 40000[37 679	3 881 \$	19 \$	3 \$	74 \$	0,6
[40000; 45000[43 003	4 408 \$	13 \$	0 \$	26 \$	0,4
[45000; 50000[46 615	4 765 \$	14 \$	3 \$	26 \$	0,4
[50000; 60000[53 853	5 482 \$	20 \$	0 \$	94 \$	0,6
[60000; 70000[65 020	6 587 \$	50 \$	1 \$	170 \$	1,4
[70000; 80000[73 895	7 466 \$	37 \$	0 \$	185 \$	1,1
[80000; 90000[86 811	8 745 \$	27 \$	1 \$	50 \$	0,8
[90000; 100000[98 877	9 939 \$	21 \$	21 \$	21 \$	0,6
[100000; 149999[117 921	11 793 \$	168 \$	8 \$	327 \$	4,8
[149999; 199999[166 993	16 406 \$	162 \$	162 \$	162 \$	4,9
Source d'énergie pour le chauffage						
TAE	31 758	3 293 \$	23 \$	0 \$	327 \$	0,7
autre que TAE	20 447	2 175 \$	9 \$	0 \$	18 \$	0,3

Note : les différentes catégories ne sont pas mutuellement exclusives.

- 1 Comme indiqué aux tableaux 6 et 7, l'économie moyenne réalisée par les clients domestiques
- 2 et de petite puissance inscrits à l'option de crédit hivernal est de 28 \$ et de 21 \$,
- 3 respectivement. Le Distributeur constate que l'effacement et les économies réalisées chez les
- 4 clients augmentent, généralement, avec la consommation globale des participants.
- 5 Le Distributeur note également que l'économie moyenne réalisée par les clients MFR au crédit
- 6 hivernal est de 23 \$, tandis que l'économie maximale est de 508 \$.
- 7 La figure 8 présente la distribution des économies réalisées par les clients domestiques, en
- 8 distinguant celle des clients MFR, et par les clients de petite puissance au crédit hivernal. Le
- 9 Distributeur constate que la distribution des clients MFR inscrits au crédit hivernal se compare
- 10 à celle de l'ensemble des clients domestiques participants.

**FIGURE 8 :
DISTRIBUTION DES ÉCONOMIES RÉALISÉES AU CRÉDIT HIVERNAL**



Le Distributeur note également que 75 % des clients domestiques inscrits au crédit hivernal ont fait des économies de moins de 30 \$.

Économies réalisées aux tarifs Flex D et Flex G

1 À partir du moment où les clients adhèrent au tarif Flex, force est de constater qu'ils font face
 2 à un fort signal de prix qui les incitent à modifier leur profil de consommation. Les données de
 3 consommation enregistrées par les compteurs intègrent ainsi les efforts d'effacement ou de
 4 déplacement que ces clients ont déployés. C'est pour cette raison que le Distributeur présente
 5 les économies réalisées après efforts par les clients adhérant au tarif Flex. Il s'agit donc d'un
 6 exercice permettant d'évaluer la rentabilité, pour les clients, d'être facturé au tarif Flex plutôt
 7 qu'au tarif de base, considérant les efforts déployés.

8 Il importe de ne pas confondre cette évaluation de la rentabilité pour les clients facturés au
 9 tarif Flex avec la démonstration de neutralité tarifaire. Le Distributeur tient à rappeler que la
 10 démonstration de la neutralité tarifaire est réalisée au moment du calibrage du tarif Flex, à
 11 partir de profils de consommation avant effacement ou déplacement. Ainsi, la neutralité
 12 tarifaire permet de s'assurer qu'avant que les clients aient l'opportunité de réagir au signal de

- 1 prix (autrement dit, avant effacement ou déplacement), le tarif Flex génère, en moyenne, les
- 2 mêmes revenus que le tarif de base.
- 3 Les tableaux 8 et 9 présentent les résultats détaillés de l'effacement ainsi que des économies
- 4 réalisées pour les clients domestiques et les clients de petite puissance ayant adhéré aux tarifs
- 5 Flex D et Flex G.

**TABLEAU 8 :
RÉSULTATS DES CLIENTS DOMESTIQUES ADHÉRANT AU TARIF FLEX D**

	Consommation annuelle moyenne (kWh)	Facture moyenne au tarif D (\$)	Économie (\$) Moyenne	Économie (\$) Minimum	Économie (\$) Maximum	Effacement moyen (kW)
Ensemble des clients	20 010	1 630 \$	62 \$	-99 \$	555 \$	1,0
Strates de consommation annuelle						
[-; 5000[3 302	349 \$	8 \$	-6 \$	43 \$	0,1
[5000;10000[7 729	621 \$	18 \$	-29 \$	80 \$	0,4
[10000;15000[12 462	957 \$	34 \$	-28 \$	148 \$	0,6
[15000;20000[17 568	1 377 \$	54 \$	-34 \$	164 \$	0,8
[20000;25000[22 474	1 805 \$	73 \$	-32 \$	233 \$	1,2
[25000;30000[27 274	2 243 \$	97 \$	-70 \$	310 \$	1,7
[30000;35000[32 252	2 701 \$	96 \$	-79 \$	311 \$	1,6
[35000;40000[37 047	3 145 \$	118 \$	-99 \$	389 \$	1,7
[40000;45000[42 123	3 619 \$	108 \$	-18 \$	376 \$	2,0
[45000;50000[47 570	4 130 \$	124 \$	23 \$	329 \$	1,9
[50000;55000[51 862	4 531 \$	153 \$	17 \$	363 \$	1,6
[55000;60000[56 820	4 995 \$	143 \$	101 \$	201 \$	1,0
[60000; Max.]	67 705	6 017 \$	191 \$	55 \$	555 \$	3,4
Type de clients						
Client résidentiel	19 937	1 624 \$	61 \$	-99 \$	555 \$	1,0
Exploitation agricole	26 666	2 213 \$	104 \$	-28 \$	372 \$	2,2
Segments d'habitation						
Logement dans un immeuble 4 logements +	9 005	727 \$	22 \$	-28 \$	168 \$	0,4
Logement dans un duplex ou triplex	13 928	1 117 \$	39 \$	-34 \$	269 \$	0,5
Maison individuelle	23 268	1 900 \$	74 \$	-99 \$	555 \$	1,2
Statut du ménage						
Client non MFR	20 591	1 675 \$	72 \$	-99 \$	555 \$	1,3
Client MFR	17 106	1 384 \$	58 \$	-34 \$	275 \$	0,9
Source d'énergie pour le chauffage						
TAE	20 921	1 707 \$	65 \$	-99 \$	555 \$	1,1
autre que TAE	14 276	1 134 \$	40 \$	-26 \$	161 \$	0,6

Note : les différentes catégories ne sont pas mutuellement exclusives. Seule l'identification du statut du ménage est basée sur la réponse à une question posée dans le cadre d'un sondage.

**TABLEAU 9 :
RÉSULTATS DES CLIENTS DOMESTIQUES ADHÉRANT AU TARIF FLEX G**

	Consommation annuelle moyenne (kWh)	Facture moyenne au tarif G (\$)	Économie (\$) Moyenne	Économie (\$) Minimum	Économie (\$) Maximum	Effacement moyen (kW)
Ensemble des clients	20 448	2 175 \$	25 \$	-71 \$	370 \$	0,4
Strates de consommation annuelle						
[-; 5000[4 080	554 \$	9 \$	3 \$	18 \$	0,5
[5000; 10000[7 378	881 \$	19 \$	8 \$	30 \$	0,03
[10000; 15000[11 973	1 336 \$	8 \$	-36 \$	51 \$	0,7
[15000; 20000[17 713	1 904 \$	42 \$	31 \$	53 \$	0,5
[20000; 25000[22 523	2 380 \$	-10 \$	-71 \$	53 \$	0,5
[25000; 30000[27 260	2 849 \$	21 \$	-17 \$	52 \$	0,3
[30000; 35000[32 166	3 335 \$	-33 \$	-44 \$	-21 \$	0,4
[35000; 40000[36 642	3 778 \$	38 \$	10 \$	66 \$	0,4
[40000; 45000[-	-	-	-	-	-
[45000; 50000[-	-	-	-	-	-
[50000; 60000[52 173	5 315 \$	370 \$	370 \$	370 \$	0,5
[60000; 70000[-	-	-	-	-	-
[70000; 80000[-	-	-	-	-	-
[80000; 90000[-	-	-	-	-	-
[90000; 100000[-	-	-	-	-	-
[100000; 149999]	-	-	-	-	-	-
[149999; 199999]	-	-	-	-	-	-
Source d'énergie pour le chauffage						
TAE	22 044	2 333 \$	7 \$	-71 \$	66 \$	0,6
autre que TAE	9 981	1 139 \$	16 \$	8 \$	24 \$	0,1

Note : les différentes catégories ne sont pas mutuellement exclusives.

1 Comme indiqué aux tableaux 8 et 9, l'économie moyenne réalisée par les clients domestiques
 2 et de petite puissance est de 62 \$ et de 25 \$, respectivement. Tout comme pour les clients
 3 domestiques au crédit hivernal, l'effacement et les économies réalisées pour les clients
 4 domestiques inscrits au tarif Flex D augmentent avec la consommation globale des
 5 participants.

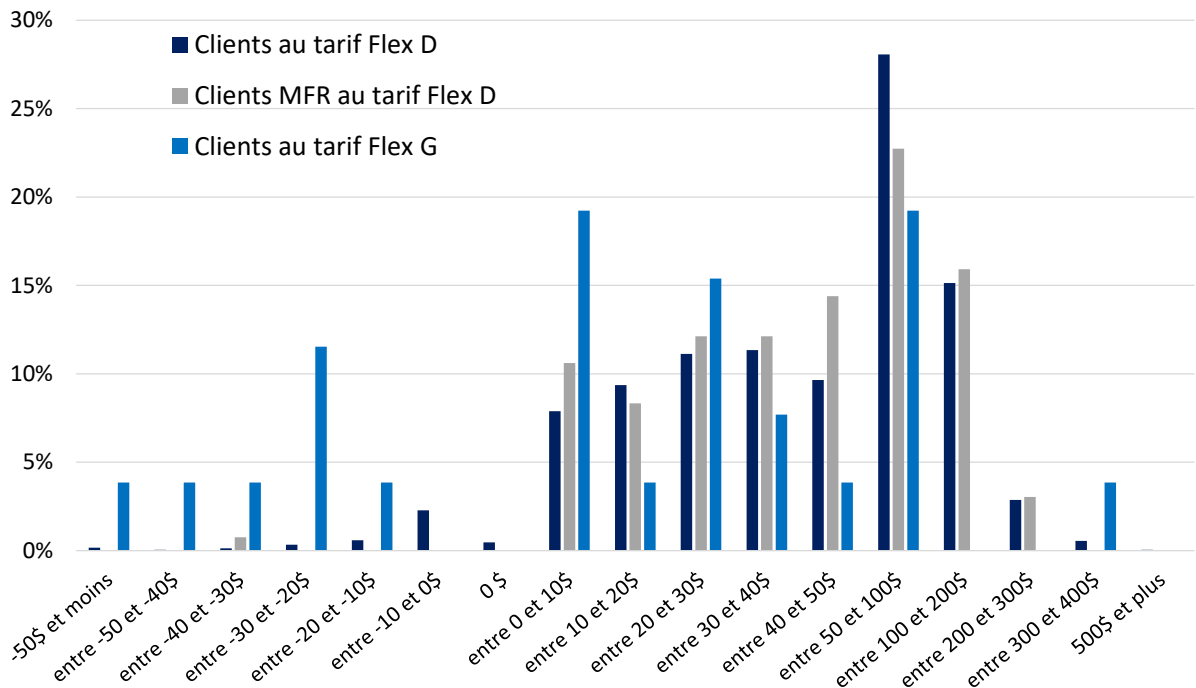
6 Toutefois, contrairement aux clients adhérant à l'option de crédit hivernal, certains clients au
 7 tarif Flex ont payé davantage au tarif Flex qu'à leur tarif de base ; le surcoût le plus élevé a été
 8 de 99 \$ au tarif Flex D et de 71 \$ au tarif Flex G¹⁸. Le Distributeur ne constate pas d'enjeu
 9 de rentabilité pour la clientèle MFR. En effet, l'économie moyenne réalisée par les clients MFR
 10 inscrits au tarif Flex D est de 58 \$ et un client MFR a payé une facture plus élevée au tarif
 11 Flex D, soit de 34 \$¹⁹, comparativement au tarif de base.

12 La figure 9 présente la distribution des économies réalisées aux tarifs Flex D et Flex G par les
 13 clients domestiques et de petite puissance, ainsi que les économies réalisées par les clients
 14 MFR inscrits au tarif Flex D.

¹⁸ Le surcoût dans chacun des cas représente 3 % de la facture au tarif de base.

¹⁹ *Ibid.*

**FIGURE 9 :
DISTRIBUTION DES ÉCONOMIES RÉALISÉES AUX TARIFS FLEX D ET FLEX G**



1 Le Distributeur constate que l’offre au tarif Flex est profitable pour la majorité des clients qui y
 2 adhèrent. Néanmoins, 4 % des clients domestiques ont payé une facture plus élevée au tarif
 3 Flex comparativement au tarif de base; et ce pourcentage est plus élevé chez les clients de
 4 petite puissance, soit 27 %. Le Distributeur tient à rappeler que tous les participants inscrits
 5 aux tarifs Flex disposent d’un suivi quotidien de leur consommation et de leurs économies sur
 6 leur Espace client, comme indiqué à la section 2.1.3. Les clients ont ainsi la possibilité de se
 7 désinscrire de la tarification dynamique, au cours de l’hiver, s’ils jugent que ces options ne
 8 leurs sont pas profitables.

2.4. Satisfaction de la clientèle

9 Afin de mieux comprendre le niveau de satisfaction des participants envers les nouvelles offres
 10 tarifaires ainsi que leurs habitudes de consommation lors d’événements de pointe, le
 11 Distributeur a mandaté la firme Ad hoc Recherche pour réaliser des sondages auprès de ces
 12 clients, et cela à différents moments, soit :

- 13 • à la suite de l’inscription²⁰;

²⁰ Taux de participation de 43 % chez la clientèle domestique et de 21 % chez la clientèle de petite puissance.

- 1 • à la suite d'un événement de pointe²¹; et
- 2 • après l'hiver²²

3 Le Distributeur a voulu tirer profit de cette vue d'ensemble de l'expérience client des
4 participants pour adapter, au besoin, sa stratégie de déploiement et d'accompagnement.

2.4.1. Sondage à la suite de l'inscription

5 Un sondage à la suite de l'inscription aux nouvelles options a été réalisé afin d'évaluer la
6 satisfaction, à cet égard, des clients sollicités. Le Distributeur a voulu connaître les raisons
7 d'adhésion, ou de non-adhésion, et la satisfaction des clients à toutes les étapes du processus,
8 cela afin d'identifier les occasions d'amélioration.

Raisons motivant l'adhésion

9 De façon générale, c'est avant tout la possibilité de réaliser des économies sur leur facture
10 d'électricité qui a motivé les clients domestiques et ceux de petite puissance à adhérer à la
11 tarification dynamique. Les motivations environnementales ont également été mentionnées
12 par les répondants et, dans une moindre mesure, les motivations d'ordre communautaire ainsi
13 que celles reliées au bien-être des générations futures. Plus spécifiquement, les principales
14 raisons d'adhésion à chacune des deux options proposées sont :

- 15 • pour le crédit hivernal : l'absence de risque financier, notamment pour les ménages
16 plus nombreux ;
- 17 • pour les tarifs Flex D et Flex G : le potentiel d'économies plus élevées.

18 Pour les clients ayant décliné l'offre d'adhésion à la tarification dynamique, les principales
19 raisons de leur non-adhésion sont le manque de compréhension des offres, les économies
20 potentielles négligeables et un horaire de travail non compatible.

Satisfaction à l'égard du processus d'adhésion

21 Les résultats du sondage indiquent que la grande majorité des clients sont satisfaits à l'égard
22 du processus d'adhésion (86 % au tarif D et 83 % au tarif G). En effet, les participants estiment
23 que les informations dans le courriel d'invitation et les conseils présentés pour aider à réduire
24 leur consommation d'électricité dans les pages d'accueil du site Web d'Hydro-Québec sont
25 clairs et utiles. Néanmoins, certains répondants considèrent que ces conseils sont difficilement
26 applicables à leur réalité.

27 Bien que la majorité des répondants se disent satisfaits de l'outil de simulation des économies,
28 le Distributeur note toutefois que certains participants doutent de la crédibilité des économies
29 potentielles qui leurs sont présentées dans la section « Comparez les tarifs ». Également, le
30 niveau de satisfaction est moins élevé pour les clients n'ayant pas été en mesure d'estimer
31 leurs économies potentielles en raison de l'absence de leur historique de consommation.

²¹ Taux de participation de 50 % chez la clientèle domestique et de 30 % chez la clientèle de petite puissance.

²² Taux de participation de 46 % chez la clientèle domestique et de 20 % chez la clientèle de petite puissance.

2.4.2. Sondage à la suite d'un événement de pointe

1 Un sondage à la suite d'un événement de pointe a également été réalisé afin d'évaluer le
2 déroulement de l'événement de pointe du 21 janvier 2020, entre 6 h et 9 h du matin. Le
3 Distributeur a voulu valider les paramètres entourant l'avis, mesurer le niveau de motivation
4 des participants, identifier les actions posées et évaluer la satisfaction envers les économies
5 réalisées.

Satisfaction à l'égard de l'avis d'événement de pointe

6 Selon les résultats du sondage, 98 % des clients domestiques et 95 % des clients de petite
7 puissance ont pris connaissance de l'avis d'événement de pointe qui leur a été envoyé la veille
8 de celui-ci. Le délai entre la réception de l'avis et la tenue de l'événement semble approprié
9 puisque ces participants disent avoir reçu l'avis à temps pour se préparer. Bien que le courriel
10 soit le canal de communication le plus fréquent, certains clients ont reçu l'avis d'événement
11 par le biais de leur application mobile. Dans l'ensemble, les répondants jugent que l'information
12 transmise dans l'avis d'événement est claire.

Participation à l'événement de pointe

13 Le Distributeur note une grande motivation des clients domestiques (89 %) à réduire la
14 consommation d'électricité et que cette motivation semble se traduire en actions. En effet,
15 82 % des clients domestiques²³ sondés ont posé un ou plusieurs gestes pour réduire leur
16 consommation, dont le report de l'utilisation de la sècheuse (72 %), de la laveuse à linge
17 (71 %), du lave-vaisselle (70 %) et l'abaissement de la température de consigne du chauffage
18 de leur résidence (64 %). Parmi les participants ayant abaissé leur consigne de chauffage, un
19 peu plus de la moitié l'ont fait au moment où l'événement a débuté ou dans l'heure précédente,
20 tandis que le restant des participants l'ont diminuée plus d'une heure avant l'événement. Par
21 ailleurs, la presque totalité des clients domestiques (91 %) considèrent qu'il a été facile de
22 poser des gestes pour diminuer leur consommation d'électricité.

23 En ce qui a trait à la clientèle de petite puissance, 92 % des clients sondés se sont dit motivés
24 et plus de 70 % ont participé à l'événement et ont informé l'ensemble des employés de leur
25 entreprise. Par ailleurs, 83 % de la clientèle de petite puissance souligne qu'il a été facile de
26 poser des gestes pour diminuer la consommation.

27 La principale raison invoquée pour ne pas avoir diminué la consommation d'électricité malgré
28 la réception de l'avis d'événement, cela tant pour les clients domestiques que ceux de petite
29 puissance, est l'impossibilité de réduire la consommation au moment de l'événement de
30 pointe. Le Distributeur note toutefois certaines disparités quant aux autres raisons invoquées
31 par les clients domestiques pour n'avoir pas participé à l'événement de pointe :

- 32 • le faible niveau d'économies est davantage mentionné par les participants au crédit
33 hivernal ;

²³ Soit 91 % des clients au tarif Flex D et 81 % des clients au crédit hivernal.

- 1 • l'absence de personnes à la maison au moment de l'événement est davantage
2 mentionnée par les participants au tarif Flex.

3 Enfin, parmi les clients domestiques ayant posé des gestes afin de réduire leur consommation
4 et ayant consulté leur Espace client le lendemain de l'événement de pointe (soit 46 % des
5 clients sondés), seuls 42 % se disent satisfaits à l'égard des économies réalisées. Du côté des
6 clients de petite puissance, ce même pourcentage est de l'ordre de 43 %, parmi les 27 % des
7 clients sondés ayant posé des gestes et ayant consulté leur Espace client.

2.4.3. Sondage à la suite de l'hiver

8 Finalement, un sondage a été réalisé à la fin de l'hiver 2019-2020 afin d'évaluer l'expérience
9 globale des participants à la suite du premier hiver de la tarification dynamique. Le Distributeur
10 a notamment voulu évaluer la satisfaction globale des participants envers les nouvelles offres,
11 les actions qu'ils ont posées, leur niveau de motivation et la probabilité qu'ils poursuivent leurs
12 efforts au prochain hiver.

Satisfaction globale envers les offres

13 Dans l'ensemble, tant chez les clients domestiques que ceux de petite puissance, plus de
14 60 % des clients sondés se disent plutôt satisfaits de leur première expérience à la tarification
15 dynamique. Pour les clients domestiques, le niveau de satisfaction chez ceux inscrits au tarif
16 Flex D est encore plus élevé (75 %) que celui des clients inscrits au crédit hivernal (63 %).

17 Globalement, les raisons de satisfaction les plus invoquées par les clients domestiques sont
18 les suivantes :

- 19 • Les économies réalisées ;
20 • Les communications d'Hydro-Québec pendant l'hiver (clarté des avis et autres
21 communications) ;
22 • La nature raisonnable des efforts requis pour réaliser des économies.

23 Toutefois, les faibles économies obtenues ont également été ciblées comme une source
24 d'insatisfaction chez plusieurs clients domestiques, de même que les efforts requis pour
25 réaliser ces économies, la difficulté à participer à certains événements de pointe et
26 l'incompréhension de la méthode de calcul des économies.

27 Les raisons de satisfaction et d'insatisfaction des clients de petite puissance sont relativement
28 semblables à celles des clients domestiques.

29 Par ailleurs, le courriel est le mode de notification d'événement favori, aussi bien pour les
30 clients domestiques que de petite puissance.

Actions posées

31 La quasi-totalité des clients domestiques disent avoir posé des gestes lors d'au moins un
32 événement de pointe, dont la réduction de l'utilisation des électro-ménagers (92 %) et

1 l'abaissement de la température de consigne de leur résidence (78 %) d'environ 2,8 °C. En ce
2 qui a trait à l'abaissement du chauffage, il s'est fait au moment, ou à moins d'une heure, de
3 l'événement de pointe (comme cela est conseillé sur le site Web d'Hydro-Québec) dans 58 %
4 des cas lors des événements de pointe du matin, et dans 64 % des cas lors des événements
5 de pointe de fin d'après-midi/début de soirée. Le Distributeur constate également que plus de
6 la moitié des clients sondés n'ont jamais préchauffé leur résidence avant un événement de
7 pointe au cours de l'hiver.

8 En ce qui a trait aux clients de petite puissance, l'abaissement du chauffage des locaux (91 %),
9 la diminution de l'éclairage (41 %) et le débranchement des appareils électriques (29 %) ont
10 été les principaux gestes posés afin de réduire la consommation lors des événements de
11 pointe.

Autres éléments d'intérêt pour le prochain hiver

12 Le sondage fournit également les informations suivantes :

- 13 • Bien que la plupart des membres d'un même foyer ou d'une même entreprise se soient
14 dit motivés à réduire leur consommation, il reste néanmoins que la facilité à poser des
15 gestes s'est avérée limitée ; le passage à l'action pour réduire leur consommation a
16 semblé plus ardu.
- 17 • La plupart des clients domestiques (70 %) et des clients de petite puissance (58 %) ont
18 pris l'habitude de consulter leurs économies sur leur Espace client à la suite
19 d'événements de pointe.
- 20 • En ce qui a trait à la possibilité de poursuivre et de recommander le tarif, plus de 75 %
21 des clients domestiques et de petite puissance sondés resteraient à la tarification
22 dynamique pour l'hiver 2020-2021 et près de 70 % recommanderaient le tarif auquel
23 ils étaient inscrits.
- 24 • Lorsque sondés sur la possibilité de diversifier les modalités de la tarification
25 dynamique, les clients domestiques et de petite puissance se sont montrés intéressés
26 aux alternatives qui permettraient d'obtenir un plus grand potentiel d'économies
27 comme l'augmentation du nombre total d'heures d'appel, l'allongement des périodes
28 de pointe et l'ajout d'événements de pointe les fins de semaine.

2.5. Principaux constats et déploiement à l'hiver 2020-2021

29 Le Distributeur est satisfait des résultats du premier hiver d'application des options de
30 tarification dynamique. De façon particulière, il note que :

- 1 • l'effacement moyen des clients inscrits à la tarification dynamique est conforme aux
2 attentes²⁴, soit 0,8 kW par événement²⁵. Grâce à cet effacement moyen, les deux
3 options de tarification dynamique ont permis de réduire les besoins en puissance du
4 Distributeur de 16 MW à chaque événement de pointe au cours duquel l'ensemble des
5 options ont été appelées, soit l'équivalent de la demande moyenne d'environ
6 3 000 clients résidentiels par événement.
- 7 • la plupart des participants domestiques se disent satisfaits de leur expérience (63 %
8 des clients inscrits au crédit hivernal et 75 % des clients inscrits au tarif Flex), et la
9 plupart des clients souhaitent poursuivre leur expérience à l'hiver 2020-2021 (77 %).

10 Néanmoins, les résultats de ce premier hiver permettent de constater une faible satisfaction à
11 l'égard des économies réalisées²⁶, tout en permettant d'identifier des pistes d'amélioration
12 pour l'accroître, ce qui passe principalement par la hausse de l'effacement. À cet égard,
13 considérant que l'abaissement du chauffage au bon moment constitue le geste ayant le plus
14 grand potentiel d'économies, et que, par ailleurs, bon nombre de clients n'ont pas baissé le
15 chauffage ou ne l'ont pas baissé au bon moment, il y a lieu d'améliorer la capacité des
16 participants à agir adéquatement sur le chauffage (bon geste au bon moment). Il y a également
17 lieu de modifier la stratégie de recrutement afin de cibler les clients en fonction de leur potentiel
18 d'effacement.

19 Pour ces raisons, le Distributeur poursuit le déploiement progressif et vise un objectif de
20 60 000 participants à la tarification dynamique pour l'hiver 2020-2021. Considérant les
21 participants de l'hiver 2019-2020 toujours inscrits à l'une ou l'autre des options de tarification
22 dynamique, le Distributeur souhaite recruter environ 40 000 nouveaux clients domestiques²⁷.

23 Le recrutement de ces quelques 40 000 participants supplémentaires a débuté le 8 septembre
24 2020. Pour se faire, le Distributeur compte solliciter environ 500 000 clients²⁸ par le biais de
25 courriels personnalisés, en considérant l'envoi d'un courriel de relance pour l'ensemble des
26 clients sollicités. Toutefois, et contrairement au recrutement de l'hiver dernier basé
27 entièrement sur une sélection aléatoire des clients invités à participer²⁹, seule une partie des
28 invitations lancées sont aléatoires. Le reste des invitations sont ciblées à des segments de
29 clients ayant un potentiel plus élevé à adhérer aux options de tarification dynamique et à

²⁴ Résultat conforme à l'hypothèse de réduction prévue des besoins en puissance associée à la tarification dynamique, prise en compte depuis l'État d'avancement 2018 du Plan d'approvisionnement 2017-2026.

²⁵ L'effacement moyen par clientèle et par option est présenté aux tableaux 6 à 9. Étant donné la prépondérance des clients domestiques inscrits au crédit hivernal, l'effacement moyen associé aux options de tarification dynamique est de 0,8 kW.

²⁶ Selon les résultats du sondage réalisé à la suite de l'hiver, 38 % des clients domestiques et 37 % des clients de petite puissance se disent satisfaits à l'égard des économies réalisées au cours de l'hiver 2019-2020.

²⁷ Étant donné le peu d'intérêt des clients de petite puissance, le recrutement pour l'hiver 2020-2021 vise surtout les clients domestiques. Les clients au tarif G qui le souhaitent peuvent toutefois adhérer à l'une ou l'autre des deux options offertes.

²⁸ Considérant un taux d'adhésion pouvant atteindre 8 % avec une relance.

²⁹ Le recrutement à partir d'un échantillon représentatif de l'ensemble de la clientèle était nécessaire à l'hiver 2019-2020 afin d'évaluer l'intérêt et le taux d'adhésion pour ces options tarifaires. Comme mentionné en réponse à la question 9.2 de la Régie à la pièce HQD-14, document 1.5 (B-0128) du dossier R-4057-2018, ces informations seront utiles au Distributeur pour cibler ses efforts dans le cadre d'un déploiement plus large.

1 s'effacer lors des événements de pointe afin de maximiser les économies réalisées par les
2 clients et leur satisfaction envers ces options.

3 En ce qui a trait à la stratégie d'accompagnement, le Distributeur compte également bonifier
4 l'accompagnement des clients durant le prochain hiver. Il entend :

- 5 • mieux expliquer les gestes à poser durant les événements de pointe permettant de
6 diminuer la consommation énergétique des participants, notamment sur la diminution
7 de la consigne de chauffage ; et
- 8 • offrir une rétroaction en début d'hiver aux clients qui ne réalisent pas d'économies.

3. PROJET PILOTE POUR LA CLIENTÈLE DE MOYENNE PUISSANCE

3.1. Processus de recrutement

9 La clientèle ciblée pour le tarif expérimental de pointe critique (Flex M et Flex G9³⁰) est
10 composée de clients commerciaux, institutionnels et industriels de moyenne puissance. Le
11 Distributeur a également souhaité requérir l'adhésion des stations de ski et des producteurs
12 en serres pour autant que ceux-ci ne soient pas déjà inscrits à d'autres options tarifaires
13 intégrant un effacement.

14 Comme mentionné dans le dossier R-4057-2018, le Distributeur a visé à recruter entre 15 et
15 20 participants pour son projet pilote. Afin de faciliter ce recrutement, le Distributeur a procédé
16 à des analyses sur différents profils de consommation afin de déterminer pour quels clients
17 ce type de tarification pourrait être avantageux.

18 Lors de la campagne de recrutement, les raisons évoquées pour ne pas adhérer au projet
19 pilote étaient principalement reliées aux contraintes techniques opérationnelles ainsi qu'aux
20 gains financiers modestes en contrepartie des efforts à déployer, ce qui confirmait les
21 appréhensions soulevées lors des groupes de discussion tenus en 2018. De plus, les clients
22 sollicités ont souligné que le programme de gestion de la demande de puissance – volet
23 Affaires (GDP – Affaires) est plus avantageux que les tarifs Flex M et Flex G9. Finalement,
24 ces clients ne se sont pas montrés intéressés par les tarifs Flex en raison du risque financier
25 qui y est associé. Ils ont mentionné qu'ils pourraient par contre être intéressés à une option de
26 crédit hivernal pour la clientèle de moyenne puissance, puisque cette option ne comporte
27 aucun risque financier.

3.2. Résultats de l'hiver 2019-2020

28 Au terme de la campagne de recrutement à la fin novembre 2019, deux clients du tarif M ont
29 adhéré au tarif Flex M³¹. Ces deux clients ont réalisé, en moyenne, un effacement de 8 kW et

³⁰ Le détail des structures de prix, conditions d'admissibilité et modalités d'application pour les clients au tarif M et ceux au tarif G9 se retrouvent respectivement aux sections 11 et 12 du chapitre 4 des [Tarifs d'électricité](#) en vigueur le 1^{er} avril 2019.

³¹ Aucun client n'a adhéré au tarif Flex G9.

- 1 des économies de 750 \$ pour l'hiver 2019-2020. Lorsque sondés, ces clients se sont dits
- 2 satisfaits de leur expérience et prêts à participer de nouveau à la tarification dynamique pour
- 3 l'hiver 2020-2021.
- 4 Ainsi, le projet pilote se poursuit à l'hiver 2020-2021.