

**TARIFICATION DYNAMIQUE :
BILAN DE L'HIVER 2020-2021**

(SUIVI DE LA DÉCISION D-2020-055)

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	5
2. OPTIONS POUR LES CLIENTS DOMESTIQUES ET DE PETITE PUISSANCE	5
2.1. Cible de 60 000 participants au 1 ^{er} décembre 2020	6
2.1.1. Commercialisation largement ciblée de la clientèle domestique	7
2.1.2. Courriel de fidélisation aux adhérents du 1 ^{er} hiver.....	10
2.1.3. Bonification de l'accompagnement post-adhésion	11
2.2. Portrait des participants au 1 ^{er} décembre 2020	18
2.3. Résultats de l'hiver 2020-2021	19
2.3.1. Portrait des participants au 31 mars 2021	19
2.3.2. Sommaire des événements de pointe	20
2.3.3. Évolution de l'effacement moyen depuis l'hiver 2019-2020.....	21
2.3.4. Résultats détaillés de l'effacement et économies réalisées	22
2.4. Satisfaction de la clientèle	28
2.5. Principaux constats et déploiement à l'hiver 2021-2022.....	30
3. PROJET PILOTE POUR LA CLIENTÈLE DE MOYENNE PUISSANCE.....	31

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Courriel d'invitation personnalisé avec mention d'une consommation $\geq 10\ 000$ kWh/an.....	8
Figure 2 : Courriel de fidélisation.....	10
Figure 3 : Extraits de la section Conseils (bonifiée)	12
Figure 4 : Exemple de graphique pour comprendre l'effet de l'abaissement de la température de consigne sur la consommation.....	13
Figure 5 : Exemple d'un avis d'événement de pointe envoyé par courriel (amélioré) – Tarif Flex.....	14
Figure 6 : Courriel d'invitation à rejoindre la communauté numérique - Clients performants..	15
Figure 7 : Courriel d'invitation à rejoindre la communauté numérique - Clients moins performants.....	16
Figure 8 : Courriel de fin d'hiver	17
Figure 9 : Distribution des économies réalisées à l'option de crédit hivernal	24
Figure 10 : Distribution des économies réalisées aux tarifs Flex D et Flex G	27

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 2020-2021.....	9
Tableau 3 : Répartition de la clientèle inscrite aux options de tarification dynamique au 1 ^{er} décembre 2020	18
Tableau 4 : Répartition de la clientèle inscrite aux options de tarification dynamique au 31 mars 2021	20
Tableau 5 : Répartition des événements et heures de pointe	21
Tableau 6 : Résultats des clients domestiques adhérant à l'option de crédit hivernal	22
Tableau 7 : Résultats des clients de petite puissance adhérant à l'option de crédit hivernal.....	23
Tableau 8 : Résultats des clients domestiques adhérant au tarif Flex D	25
Tableau 9 : Résultats des clients domestiques adhérant au tarif Flex G	26

1. INTRODUCTION

1 Dans sa décision [D-2019-027](#)¹, la Régie de l'énergie (la « Régie ») acceptait 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 et demandait au Distributeur de déposer un suivi présentant les résultats, constats et analyses
5 du déploiement progressif de ces options.

6 Comme indiqué à la section 1 du bilan de l'hiver 2019-2020 (« Bilan du 1^{er} hiver »)², et
7 conformément à la décision [D-2020-055](#)³ portant sur le traitement des suivis prévus dans les
8 dossiers tarifaires découlant de décisions antérieures à la *Loi visant à simplifier le processus*
9 *d'établissement des tarifs de distribution d'électricité*, le Distributeur dépose les présents suivis
10 pour l'hiver 2020-2021⁴ :

- 11 • Suivi du tarif de pointe critique (le « tarif Flex ») et de l'option de crédit de pointe
12 critique (l' « Option de crédit hivernal ») pour la clientèle domestique (tarif D) et de
13 petite puissance (tarif G)⁵ (**section 2**) ;
- 14 • Suivi du tarif expérimental de pointe critique pour les clients de moyenne puissance
15 (tarifs M et G9) (**section 3**).

2. OPTIONS POUR LES CLIENTS DOMESTIQUES ET DE PETITE PUISSANCE

16 Le tableau 1 présente les options de tarification dynamique offertes aux clients domestiques
17 et de petite puissance à l'hiver 2020-2021⁶, en les distinguant du tarif de base autrement
18 applicable. Tout en bonifiant l'offre de service du Distributeur, ces options visent à permettre
19 aux clients en mesure de diminuer leur consommation lors des périodes de pointe - ou de la
20 déplacer en dehors de ces périodes de pointe - de réduire leur facture d'électricité, contribuant
21 ainsi à réduire les besoins en puissance du Distributeur.

¹ Paragraphes 823 et 824.

² [Tarification dynamique : Bilan de l'hiver 2019-2020 \(Suivi de la décision D-2020-055\)](#), 30 octobre 2020.






³ Paragraphes 64 et 65.

⁴ Certaines données aux présents suivis ont été arrondies.

⁵ Clients pour lesquels seule l'énergie est enregistrée dans le système de facturation.

⁶ Le détail des structures de prix, conditions d'admissibilité et modalités d'application des 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, le tout demeurant inchangé pour l'hiver 2020-2021 en raison du [gel des tarifs au 1^{er} avril 2020](#).

**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
 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.

2.1. Cible de 60 000 participants au 1^{er} décembre 2020

1 Pour le second hiver d'application de ces options, un déploiement restreint a de nouveau été
2 privilégié afin de continuer d'assurer un accompagnement optimal de la clientèle et de mettre
3 à profit la rétroaction obtenue en vue d'un déploiement à grande échelle. Ainsi, le Distributeur
4 visait une augmentation de la participation à 60 000 clients pour l'hiver 2020-2021.

5 Considérant les quelques 20 000 participants de l'hiver 2019-2020 toujours inscrits à l'une ou
6 l'autre des options de tarification dynamique, le Distributeur a débuté le recrutement d'environ
7 40 000 nouveaux clients en septembre 2020. Étant donné le peu d'intérêt des clients de petite
8 puissance lors du 1^{er} hiver⁷ et en raison du contexte de la crise sanitaire et économique liée à
9 la COVID-19, aucun recrutement par le biais d'invitation n'a été réalisé auprès de cette
10 clientèle⁸. Néanmoins, un client de petite puissance pouvait adhérer à l'une ou à l'autre des
11 options de tarification dynamique via leur Espace client ou en contactant le Service à la
12 clientèle d'Hydro-Québec.

⁷ Dossier R-4041-2018, phase 2, pièce [HQD-7, document 11 \(B-0112\)](#), réponse à la question 2.2 de la demande de renseignements n° 1 d'UC.

⁸ À l'automne 2020, le Distributeur a toutefois contacté la FCEI afin qu'elle puisse accroître la visibilité de la tarification dynamique auprès de ses membres, comme indiqué en réponse à la question 5.1 de la demande de renseignements n° 7 de la Régie à la pièce [HQD-7, document 1.2 \(B-0126\)](#) dans le cadre du dossier R-4041-2018, phase 2.

2.1.1. Commercialisation largement ciblée de la clientèle domestique

1 Afin de recruter 40 000 nouveaux clients pour l'hiver 2020-2021, le Distributeur a opté pour
2 une commercialisation largement ciblée selon des critères de potentiel d'effacement, cela afin
3 de maximiser les économies réalisées par les clients et leur satisfaction envers ces options.

4 Ainsi, et contrairement au 1^{er} hiver basé entièrement sur une sélection aléatoire des clients au
5 tarif D invités à participer⁹, seul le quart des quelques 455 000 invitations lancées
6 (95 000 courriels) l'ont été sur une base aléatoire. Les autres invitations (360 000 courriels)
7 ont ciblé des segments de clients plus susceptibles d'adhérer aux options de tarification
8 dynamique en fonction d'un potentiel plus élevé d'effacement. Les clients ainsi ciblés étaient,
9 soit ceux ayant une consommation annuelle de 10 000 kWh ou plus, soit ceux sélectionnés en
10 fonction de critères géographiques (géomarketing), ou soit ceux qui s'étaient auparavant
11 inscrits sur la liste d'intérêt sur le site Web d'Hydro-Québec¹⁰.

12 Le courriel d'invitation personnalisé envoyé est similaire à celui du 1^{er} hiver¹¹. Un courriel
13 différent visant à susciter davantage d'intérêt, soit en précisant que le client recevait l'invitation
14 en raison d'une consommation annuelle supérieure ou égale à 10 000 kWh, a été testé auprès
15 de certains clients ciblés sur cette base (Figure 1). Ce dernier n'a toutefois pas été retenu pour
16 les envois ciblés subséquents faute de résultats concluants de ces tests. De plus, eu égard au
17 meilleur taux d'adhésion constaté auprès de la clientèle domestique à la suite du test de l'envoi
18 d'un courriel de relance au 1^{er} hiver, une telle relance a été effectuée cet hiver-ci auprès de
19 l'ensemble des clients sollicités.

⁹ 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).

¹⁰ Les clients ayant un intérêt pour la tarification dynamique mais n'ayant pas reçu d'invitation à y participer dans le cadre de l'hiver 2019-2020, pouvaient s'inscrire sur une liste d'intérêt sur le site Web d'Hydro-Québec.

¹¹ Voir Figure 1, page 8 du [Bilan du 1^{er} hiver](#).

FIGURE 1 :
COURRIEL D'INVITATION PERSONNALISÉ AVEC MENTION D'UNE CONSOMMATION
≥ 10 000 KWH/AN



1 Tout comme lors du 1^{er} hiver, les clients invités à participer ont eu accès à un outil de
2 simulation¹² sur leur Espace client du site Web d'Hydro-Québec. Cet outil leur a permis de
3 comparer les économies potentielles, tant à l'option de crédit hivernal qu'au tarif Flex, en
4 fonction de leur propre profil historique de consommation, facilitant ainsi la prise de décision
5 d'adhérer ou non à l'une ou à l'autre des options de tarification dynamique proposées.

6 La campagne de recrutement a été soutenue par diverses mesures allant d'une refonte de la
7 section Conseils sur le site Web d'Hydro-Québec (détails à la section 2.1.3), d'une facilitation
8 de l'accès vers le service d'inscription en ligne, ainsi que d'entrevues accordées à certains
9 médias afin de rappeler les bénéfices de s'inscrire à la tarification dynamique. Tout comme
10 lors du lancement des options à l'hiver 2019-2020, la portée des actions médiatiques a été
11 limitée en cohérence avec un déploiement graduel des options.

¹² Disponible uniquement pour les clients ayant un historique de consommation lors du précédent hiver.

- 1 Le tableau 2 présente les taux d'adhésion suivant les invitations par courriel, ainsi que des
2 données relatives au processus de recrutement.

**TABLEAU 2 :
TAUX D'ADHÉSION ET DONNÉES RELATIVES AU RECRUTEMENT -
HIVER 2020-2021**

	Clients domestiques	Clients de petite puissance	Total
Nombre de courriels ciblés pour invitation et relance	455 000	0	455 000
<i>% courriels ouverts</i>	± 60%		
<i>% de clics vers le site Web</i>	± 40%		
Nombre de clients ayant accèder à l'outil de simulation¹	67 366	360	67 726
Nombre d'appels répondus au SALC²	8 314	259	8 573
<i>durée moyenne des appels (sec.)</i>	649	614	
Nombre d'adhésions bruts de la période	44 856	42	44 898
<i>% via Libre-service (Espace client)</i>	97%	86%	
<i>% via un représentant SALC</i>	3%	14%	
Taux d'adhésion (% des courriels envoyés)	10%	N/A	10%

¹ Seuls les clients domestiques invités avaient accès à l'outil de simulation (les clients de petite puissance admissibles y ont accès en tout temps).

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 d'environ 11 minutes.

- 3 Au terme de la période de recrutement, qui a permis d'atteindre la cible de 40 000 nouveaux
4 adhérents, le Distributeur constate que le taux d'adhésion a été de 10 % auprès de la clientèle
5 domestique¹³. Ce taux est également de 10 % pour la clientèle domestique sollicitée de façon
6 ciblée, alors qu'il est de 8 % pour la clientèle domestique sollicitée de façon aléatoire¹⁴.
- 7 La distribution des quelques 40 000 nouvelles adhésions pour la clientèle domestique au
8 1^{er} décembre 2020 selon le type de commercialisation se distingue comme suit :
- 9 • 65 % proviennent du ciblage en fonction de critères géographiques ;
 - 10 • 17 % proviennent du ciblage en fonction d'un niveau de consommation annuel de
 - 11 10 000 kWh et plus ;
 - 12 • 16 % proviennent de la sélection aléatoire ;
 - 13 • 2 % proviennent de la liste d'intérêt¹⁵.

¹³ Au 1^{er} hiver, le taux d'adhésion pour cette clientèle était de 5 % sans relance et de 8 % après relance, le cas échéant, comme indiqué à la page 9 (ligne 12) du [Bilan du 1^{er} hiver](#).

¹⁴ Ces taux d'adhésion incluent l'envoi d'un courriel de relance, le cas échéant.

¹⁵ Après vérification que les clients rencontrent les conditions habituelles d'admissibilité.

2.1.2. Courriel de fidélisation aux adhérents du 1^{er} hiver

- 1 Également, en novembre 2020, le Distributeur a envoyé un courriel de fidélisation aux
- 2 participants de l'hiver 2019-2020 toujours inscrits à l'une ou l'autres des options, leur rappelant
- 3 le début imminent du 2^e hiver de tarification dynamique.
- 4 La figure 2 illustre le courriel de fidélisation envoyé.

**FIGURE 2 :
COURRIEL DE FIDÉLISATION**



- 5 Par ailleurs, avant le début du 2^e hiver, les représentants du Service à la clientèle ont contacté
- 6 par téléphone certains clients ayant réalisé une perte sur leur facture d'électricité au tarif Flex
- 7 par rapport à leur tarif de base lors du 1^{er} hiver. En plus de les informer de la situation, le
- 8 représentant du Service à la clientèle indiquait aux clients la possibilité d'être transféré du tarif
- 9 Flex à l'option de crédit hivernal.

2.1.3. Bonification de l'accompagnement post-adhésion

1 Comme indiqué à la section 2.1.3 du bilan du 1^{er} hiver¹⁶, le Distributeur a, dès le 1^{er} hiver,
2 fourni différents outils et conseils d'accompagnement post-adhésion à l'ensemble des
3 participants aux options. À la lumière des résultats d'effacement du 1^{er} hiver et de la rétroaction
4 des participants, le Distributeur a, pour ce deuxième hiver, bonifié cet accompagnement :

- 5 • Refonte de la section Conseils sur le site Web d'Hydro-Québec, incluant une
6 restructuration des contenus afin de mieux expliquer les principaux gestes à poser
7 lors des événements de pointe, ainsi que l'ajout d'un quiz pour permettre aux
8 adhérents de tester leurs connaissances (Figure 3).
- 9 • Création d'un contenu avancé sur le chauffage (section Conseils) afin d'améliorer
10 la capacité des participants à agir adéquatement sur le chauffage (bon geste au
11 bon moment) :
 - 12 ○ Ajouts de graphiques et nouveau contenu sur l'effet de l'abaissement de la
13 température de consigne sur la consommation, avec quelques cas de figures
14 (Figure 4) ;
 - 15 ○ Ajout d'une explication sur le préchauffage de la résidence pour augmenter le
16 confort pendant les événements de pointe.
- 17 • Amélioration visuelle des avis d'événement de pointe par courriel (Figure 5).

¹⁶ Pages 10-12 du [Bilan du 1^{er} hiver](#).

**FIGURE 3 :
EXTRAITS DE LA SECTION CONSEILS (BONIFIÉE)**

Les incontournables

Le chauffage électrique et la consommation d'eau chaude ont un grand impact sur votre facture d'électricité. Si vous adoptez les bons comportements lors des événements de pointe, vous ferez davantage d'économies.

Chauffage électrique

Potentiel d'économies : **très élevé**

Comment réaliser des économies : Lorsque vous abaissez la température de consigne, vos équipements de chauffage s'arrêtent. Plus vous abaissez la température, plus l'arrêt dure longtemps.

[Comprendre l'effet de l'abaissement de la température de consigne sur la consommation](#)

Le chauffage électrique : part importante de la consommation pendant les journées froides

Pendant les journées froides, le chauffage peut représenter jusqu'à **80 % de votre consommation** d'électricité. Il est donc important que vous suiviez les conseils d'hydro-Québec en matière de chauffage afin de réduire votre consommation lors des événements de pointe et de maximiser vos économies.

Part de la consommation d'électricité lors des journées froides

Mesures à prendre

1. Abaissez la température au **avant**.
Pourquoi ?
2. Rétablissez la température **fin** de l'événement de pointe.
Pourquoi ?
3. Abaissez la température de tous les thermostats de vos appareils.
Pourquoi ?

Les petits gestes qui font une différence

Petits ou grands, toutes les mesures que vous prendrez pour réduire votre consommation pendant un événement de pointe réduiront votre facture.

	1. Électroménagers et autres appareils. Voyez comment et pourquoi	+
	2. Échangeur d'air Voyez comment et pourquoi	+
	3. Spa Voyez comment et pourquoi	+
	4. Véhicule électrique Voyez comment et pourquoi	+

Testez vos connaissances sur la tarification dynamique

Répondez aux questions suivantes pour découvrir les mesures à prendre pendant un événement de pointe et pour maximiser vos économies.

Lors des événements de pointe, lequel de ces gestes en lien avec le chauffage de votre résidence vous permettra d'économiser d'avantage ?

Abaissez la température au **tout début** d'un événement de pointe, pas avant.

Abaissez la température la **veille** d'un événement de pointe.

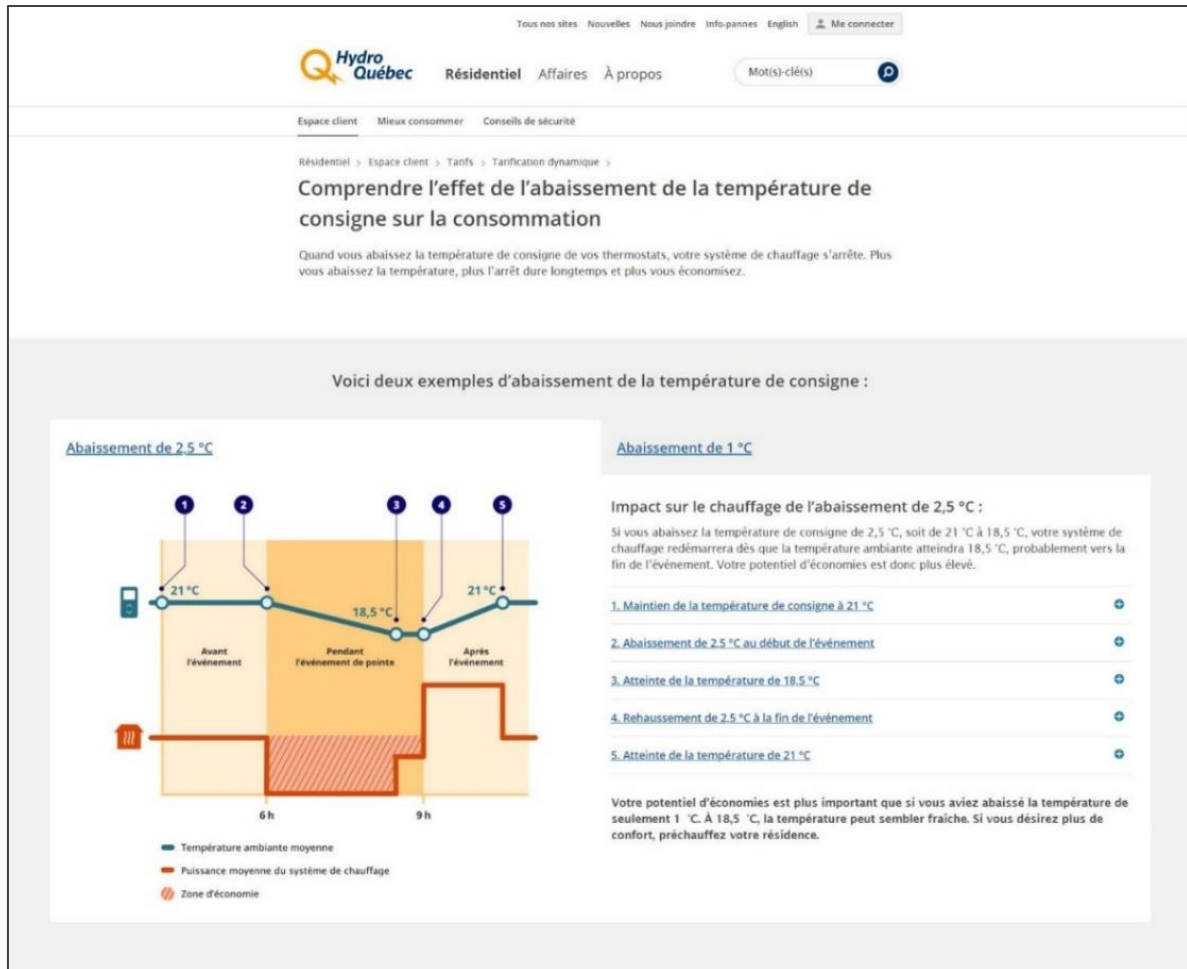
Abaissez la température de consigne de quelques degrés pour toute la période hivernale.

Question 1 de 7

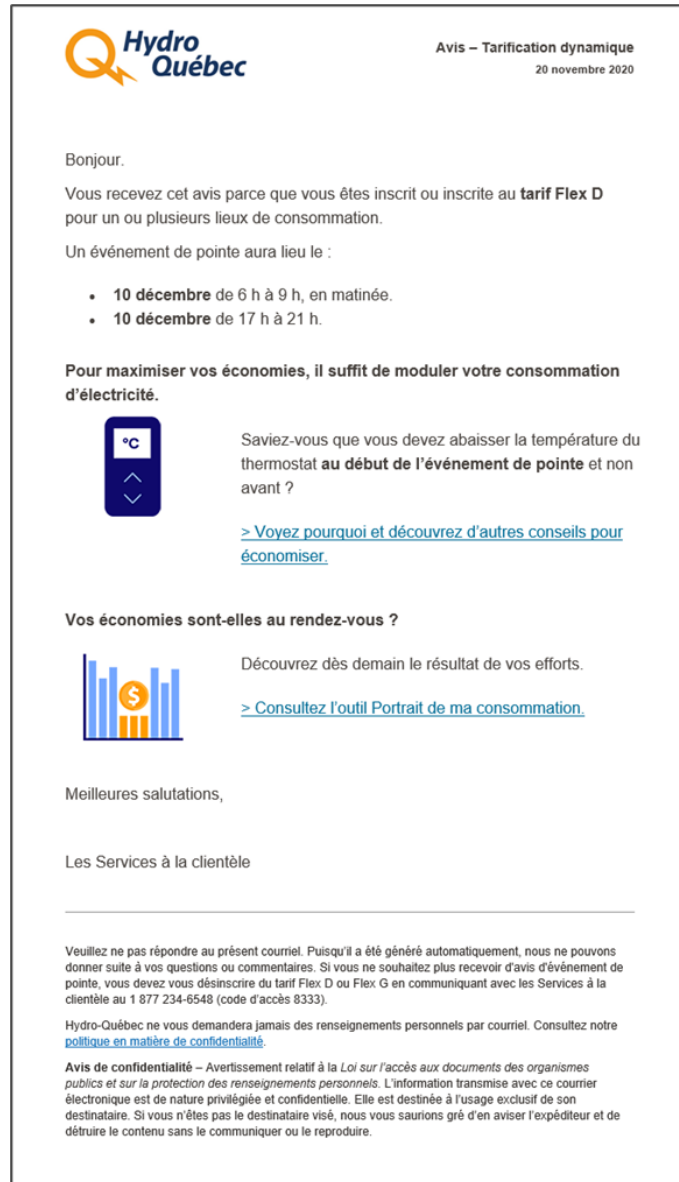
Vous maximisez vos économies quand votre système de chauffage ne fonctionne pas. Lorsque vous abaissez la température de consigne au début d'un événement de pointe, vos équipements de chauffage s'arrêtent. Plus vous abaissez la température, plus l'arrêt dure longtemps et plus vous économisez.

Questions suivantes

**FIGURE 4 :
EXEMPLE DE GRAPHIQUE POUR COMPRENDRE L'EFFET DE L'ABAISSMENT DE LA TEMPÉRATURE DE CONSIGNE SUR LA CONSOMMATION**



**FIGURE 5 :
EXEMPLE D'UN AVIS D'ÉVÉNEMENT DE POINTE ENVOYÉ PAR COURRIEL (AMÉLIORÉ)
– TARIF FLEX**



1 De plus, en janvier 2021, Hydro-Québec a créé un espace d'échange sur le Web appelé
2 Communauté de la tarification dynamique¹⁷, invitant les clients inscrits à la tarification
3 dynamique à s'y joindre dans le but de favoriser l'échange de connaissances entre membres
4 et experts. Dans le courriel annonçant le lancement de cet espace d'échange qui a été envoyé
5 en février 2021 à tous les clients participants, un message personnalisé a été ajouté, cela en
6 fonction des économies réalisées depuis le 1^{er} décembre 2020 :

¹⁷ Via la plate-forme numérique *Bang the Table* : <https://conversation.hydroquebec.com/tarification-dynamique>

- 1 • Soit un message félicitant les clients performants et indiquant à ceux-ci d'aller sur
- 2 cet espace pour partager leurs bonnes pratiques (Figure 6) ;
- 3 • Soit un message adressé aux clients moins performants et leur indiquant d'y aller
- 4 pour consulter les bonnes pratiques (Figure 7).

**FIGURE 6 :
COURRIEL D'INVITATION À JOINDRE LA COMMUNAUTÉ NUMÉRIQUE -
CLIENTS PERFORMANTS**



Partagez vos bonnes pratiques.

Nous vous invitons à joindre la communauté de la tarification dynamique afin de mettre en commun vos conseils, poser toutes vos questions et échanger avec les experts et les membres de notre équipe-conseil.

Surtout, prenez quelques minutes pour consulter le blogue de nos experts.

[Le chauffage : quatre gestes gagnants pour vous aider à économiser](#)

Joindre la communauté dès maintenant !

Des questions sur la tarification dynamique ?

Consultez [notre site Web](#) ou communiquez avec les Services à la clientèle au 1 877 234-6548 (code d'accès 8333).

**FIGURE 7 :
COURRIEL D'INVITATION À JOINDRE LA COMMUNAUTÉ NUMÉRIQUE -
CLIENTS MOINS PERFORMANTS**



Posez vos questions et échangez avec nos experts.

Consultez le blogue de nos experts, obtenez des réponses à vos questions et mettez en commun conseils et bonnes pratiques avec les membres et les experts de la tarification dynamique.

Surtout, prenez quelques minutes pour consulter le blogue de nos experts et en apprendre davantage sur les gestes qui vous feront économiser.

[Le chauffage : quatre gestes gagnants pour vous aider à économiser](#)

Joindre la communauté dès maintenant !

Des questions sur la tarification dynamique ?

Consultez [notre site Web](#) ou communiquez avec les Services à la clientèle au 1 877 234-6548 (code d'accès 8333).

- 1 Au terme du 2^e hiver, pas moins de 12 800 participants ont accédé à cet espace d'échange,
- 2 126 questions ont été posées et 9 blogues ont été publiés par les ingénieurs et experts du
- 3 Distributeur. Fermé aux échanges une fois l'hiver terminé, le site d'échange demeure
- 4 accessible aux participants pour consulter les conseils et échanges de l'hiver passé.
- 5 Par ailleurs, les outils d'accompagnement post-adhésion suivants demeurent inchangés¹⁸ :

¹⁸ *Ibid.*, note 16.

- 1 • Portrait de la consommation adapté pour les clients au tarif Flex, incluant un suivi
2 des économies réalisées depuis le début de l'hiver ;
- 3 • Suivi des économies pour les clients inscrits à l'option de crédit hivernal ;
- 4 • Facture d'électricité modifiée pour tenir compte de la tarification dynamique.
- 5 De plus, au terme du 2^e hiver, le Distributeur a, et ce à la demande des participants, diffusé
6 les résultats sommaires d'effacement et des économies réalisées sur son site Web¹⁹. En effet,
7 ces derniers ont manifesté leur intérêt à propos de l'impact collectif de la tarification dynamique
8 sur la diminution de la consommation en période de pointe. Un courriel a également été envoyé
9 aux participants pour les informer de ces résultats tout en leur annonçant la fin de la période
10 hivernale (Figure 8).

**FIGURE 8 :
COURRIEL DE FIN D'HIVER**



¹⁹ <https://www.hydroquebec.com/residentiel/espace-clients/tarifs/tarification-dynamique-bilan-collectif.html>

2.2. Portrait des participants au 1^{er} décembre 2020

1 Au 1^{er} décembre 2020, 62 074 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 2020**

Clients domestiques		Clients de petite puissance		Total
Crédit hivernal	Flex D	Crédit hivernal	Flex G	
53 188	8 493	374	19	62 074

4 Au moment de l'adhésion et dans le cadre du sondage à la suite de l'hiver 2020-2021
5 (section 2.4), des questions sociodémographiques ainsi que des questions portant sur
6 l'utilisation de l'électricité ont été posées afin d'établir le portrait des participants.

7 Les résultats ainsi obtenus révèlent que l'ensemble des clients domestiques participant à la
8 tarification dynamique à l'hiver 2020-2021 continuent de se distinguer de la population en
9 général²⁰. Plus spécifiquement :

- 10 • 81 % demeurent dans une résidence unifamiliale (ensemble des ménages québécois :
11 58 %) ;
- 12 • 54 % ont une scolarité de niveau universitaire (ensemble des ménages québécois :
13 35 %) ;
- 14 • 97 % chauffent à l'électricité (ensemble des ménages québécois : 80 %) ;
- 15 • 39 % possèdent un système de chauffage central électrique (ensemble des ménages
16 québécois : 16 %) ;
- 17 • 22 % de ceux qui utilisent un système de chauffage central électrique possèdent un
18 thermostat connecté (ensemble des ménages québécois : 1 %), alors que 7 % de ceux
19 qui utilisent un système de chauffage décentralisé électrique possèdent un thermostat
20 connecté (ensemble des ménages québécois < 1 %) ;
- 21 • 36 % possèdent un chauffage d'appoint au combustible (ensemble des ménages
22 québécois : 22 %) ;
- 23 • 7 % ont une voiture électrique ou hybride (ensemble des ménages québécois : 1 %).

²⁰ Source pour toutes les comparaisons : *Utilisation de l'électricité dans le marché résidentiel* – Édition 2018 [Ad hoc recherche]

1 Le Distributeur constate que ces résultats diffèrent de ceux du premier hiver à certains
2 égards²¹, ce qui peut s'expliquer par la stratégie de commercialisation largement ciblée au
3 deuxième hiver, contrairement à celle entièrement aléatoire du 1^{er} hiver.

4 Ces mêmes résultats ne sont pas disponibles pour la clientèle de petite puissance adhérant à
5 l'une ou à l'autre des options en raison du faible taux de réponse aux questions posées au
6 moment de l'adhésion et de la faible participation de cette clientèle au sondage à la suite de
7 l'hiver 2020-2021.

2.3. Résultats de l'hiver 2020-2021

8 Le Distributeur présente aux sections suivantes le portrait des participants à la fin du 2^e hiver
9 de la tarification dynamique et le sommaire des événements de pointe ayant eu lieu au cours
10 de ce même hiver. L'évolution des principaux résultats depuis l'hiver 2019-2020 et les résultats
11 détaillés de l'effacement et des économies réalisées²², pour les clients domestiques et les
12 clients de petite puissance ayant adhéré à l'une ou l'autre des options de tarification
13 dynamique, sont également présentés. Ces résultats détaillés sont présentés par grandes
14 strates de consommation, par segments de la clientèle et par types d'habitation. De plus, les
15 résultats d'effacement et les économies moyennes réalisées, selon le type d'invitation utilisé
16 pour le recrutement, sont également présentés.

17 D'emblée, le Distributeur souligne que les résultats de ce 2^e hiver de la tarification dynamique
18 sont teintés par les effets du contexte exceptionnel de la pandémie de COVID-19 dans lequel
19 il s'est déroulé, notamment des mesures sanitaires déployées à cet égard, comme indiqué à
20 la section 2.3.3.

2.3.1. Portrait des participants au 31 mars 2021

21 Au 31 mars 2021, 60 603 clients étaient toujours inscrits à l'une ou l'autre des options de
22 tarification dynamique pour les clientèles domestique et de petite puissance. Ainsi, entre le
23 1^{er} décembre 2020 et le 31 mars 2021, 1 471 clients ont abandonné la tarification dynamique,
24 soit un taux de désistement similaire à celui de l'an dernier (2 % c. près de 3 % au 1^{er} hiver)²³.
25 Tout comme pour le 1^{er} hiver, les clients inscrits au tarif Flex devaient contacter le service à la
26 clientèle d'Hydro-Québec pour retourner à leur tarif de base, tandis que les clients inscrits à
27 l'option de crédit hivernal pouvaient, quant à eux, se désinscrire de l'option sur leur Espace
28 client.

29 Le tableau 4 présente la répartition de la clientèle inscrite aux différentes options de tarification
30 dynamique à la fin du 2^e hiver.

²¹ Section 2.2 du [Bilan du 1^{er} hiver](#).

²² Les factures et les économies présentées excluent les taxes de vente.

²³ Cette année, les retraits sont principalement liés à des déménagements.

**TABLEAU 4 :
RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE INSCRITE AUX
OPTIONS DE TARIFICATION DYNAMIQUE AU 31 MARS 2021**

Hiver 2020-2021	Clients domestiques		Clients de petite puissance		Total
	Crédit hivernal	Flex D	Crédit hivernal	Flex G	
Nombre de clients inscrits au 1 ^{er} décembre 2020	53 188	8 493	374	19	62 074
Nombre de clients inscrits au 31 mars 2021	52 001	8 208	377	17	60 603
Écart	- 1 187	-285	3	-2	- 1 471

2.3.2. Sommaire des événements de pointe

1 Pour l'hiver 2020-2021, les résultats de l'effacement à l'option de crédit hivernal sont calculés
 2 à partir des 22 événements de pointe appelés totalisant 75 heures, tandis que les résultats
 3 aux tarifs Flex sont calculés à partir des 27 événements de pointe totalisant 90 heures, qui est
 4 par ailleurs le nombre d'heures utilisé pour le calibrage des tarifs Flex assurant la neutralité
 5 tarifaire. En ce qui a trait à l'option de crédit hivernal, le Distributeur a voulu appeler un nombre
 6 suffisant d'heures afin de fidéliser sa clientèle y adhérant et d'ainsi bâtir un bassin suffisant de
 7 clients pour inscrire les MW à son bilan de puissance, comme il l'indiquait au bilan du
 8 1^{er} hiver²⁴.

9 En plus d'avoir eu recours à la tarification dynamique en fonction des conditions climatiques
 10 prévues, qui ont été par ailleurs plus chaudes que la normale cette année, le Distributeur a
 11 également déclenché des événements de pointe pour assurer l'alimentation de la charge
 12 locale lors d'un événement sur le réseau de transport survenu en mars 2021²⁵.

13 Le tableau 5 présente la répartition des événements et des heures de pointe de l'hiver
 14 2020-2021.

²⁴ Page 15 (section 2.3.2) du [Bilan du 1^{er} hiver](#). À partir de l'hiver 2020-2021, le Distributeur inscrit la contribution attendue des options de tarification dynamique (tant l'option de crédit hivernal que le tarif Flex) à son bilan de puissance (seul le tarif Flex était inscrit au bilan de puissance à l'hiver 2019-2020).

²⁵ Dossier R-4041-2018, phase 2, [pièce HQD-7, document 1.2 \(B-0126\)](#), réponse à la question 4.1 de la demande de renseignements n° 7 de la Régie.

**TABLEAU 5 :
RÉPARTITION DES ÉVÉNEMENTS ET HEURES DE POINTE – HIVER 2020-2021**

	Nombre d'événements de pointe		Nombre d'heures de pointe	
	Crédit hivernal	Flex	Crédit hivernal	Flex
6 h - 9 h	13	18	39	54
16 h - 20 h	9	9	36	36
Total	22	27	75	90

2.3.3. Évolution de l'effacement moyen depuis l'hiver 2019-2020

À la lumière des résultats présentés à la section 2.3.4, le Distributeur constate que l'effacement moyen de la clientèle participant à la tarification dynamique à l'hiver 2020-2021 a augmenté par rapport à l'effacement moyen à l'hiver 2019-2020, passant de 0,8 kW à 1,1 kW. Plusieurs éléments pourraient expliquer cette augmentation, notamment :

- La bonification des conseils en lien avec la consigne de chauffage et la mise en ligne de la communauté numérique où les membres s'échangeaient des conseils sur les meilleures pratiques à adopter durant les événements de pointe (section 2.1.3).
- La courbe d'apprentissage des participants, comme en témoigne l'augmentation de l'effacement moyen de ceux qui en étaient à leur deuxième hiver de participation (tableaux 6 et 8). De plus, il y a une possible conscientisation collective quant aux bons gestes à adopter au bon moment.
- La commercialisation ciblée selon des critères de potentiel d'effacement, comme en font d'ailleurs foi les niveaux plus élevés d'effacement moyen et d'économie moyenne associés aux adhérents ainsi sollicités (détails selon le type d'invitation aux tableaux 6 et 8).
- L'hiver atypique associé à la pandémie de COVID-19 et aux mesures sanitaires déployées à cet égard. En effet, en raison du confinement et du télétravail, un meilleur contrôle de la consigne de chauffage pouvait être possible pour les adhérents n'ayant pas de thermostat connecté. De plus, le report de certaines tâches ménagères, en dehors des heures de pointe, pouvait dans certains cas être facilité. Toutefois, un effet contraire chez certains clients pour qui le confort était privilégié pourrait être également constaté, ces derniers étant constamment présents à la maison lors des événements de pointe.

2.3.4. Résultats détaillés de l'effacement et économies réalisées

Économies réalisées à l'option de crédit hivernal

- 1 Les tableaux 6 et 7 présentent les résultats détaillés de l'effacement ainsi que des économies
- 2 réalisées pour les clients domestiques et les clients de petite puissance ayant adhéré à l'option
- 3 de crédit hivernal, respectivement.

**TABLEAU 6 :
RÉSULTATS DES CLIENTS DOMESTIQUES ADHÉRANT À L'OPTION DE CRÉDIT HIVERNAL -
HIVER 2020-2021**

	Consommation annuelle moyenne (kWh)	Facture moyenne au tarif D (\$)	Économie (\$) Moyenne	Économie (\$) Minimum	Économie (\$) Maximum	Effacement moyen (kW)
Ensemble des clients	21 462	1 741 \$	40 \$	0 \$	1 265 \$	1,1
Strates de consommation annuelle						
[-; 5000[3 535	362 \$	6 \$	0 \$	143 \$	0,2
[5000;10000[7 928	634 \$	14 \$	0 \$	385 \$	0,4
[10000;15000[12 586	965 \$	23 \$	0 \$	444 \$	0,6
[15000;20000[17 622	1 378 \$	35 \$	0 \$	1 154 \$	1,0
[20000;25000[22 427	1 796 \$	43 \$	0 \$	1 050 \$	1,2
[25000;30000[27 293	2 237 \$	50 \$	0 \$	1 265 \$	1,4
[30000;35000[32 181	2 690 \$	58 \$	0 \$	1 175 \$	1,5
[35000;40000[37 210	3 159 \$	66 \$	0 \$	743 \$	1,8
[40000;45000[42 199	3 626 \$	79 \$	0 \$	1 172 \$	2,1
[45000;50000[47 219	4 097 \$	72 \$	0 \$	617 \$	1,9
[50000;55000[52 066	4 551 \$	96 \$	0 \$	1 235 \$	2,6
[55000;60000[56 855	5 000 \$	70 \$	0 \$	525 \$	1,9
[60000; Max.]	73 034	6 518 \$	68 \$	4 \$	517 \$	1,8
Type de clients						
Client résidentiel	21 448	1 740 \$	40 \$	0 \$	1 265 \$	1,1
Exploitation agricole	26 713	2 222 \$	46 \$	0 \$	1 172 \$	1,3
Segments d'habitation						
Logement dans un immeuble 4 logements +	10 057	792 \$	28 \$	0 \$	263 \$	0,8
Logement dans un duplex ou triplex	14 896	1 189 \$	43 \$	0 \$	503 \$	1,2
Maison individuelle	23 210	1 883 \$	68 \$	0 \$	1 265 \$	1,8
Statut du ménage						
Client non MFR	21 966	1 781 \$	65 \$	0 \$	1 175 \$	1,7
Client MFR	16 501	1 322 \$	44 \$	0 \$	463 \$	1,2
Source d'énergie pour le chauffage						
TAE	21 842	1 771 \$	65 \$	0 \$	1 265 \$	1,7
autre que TAE	17 612	1 386 \$	30 \$	0 \$	270 \$	0,8
Type d'invitation						
Aléatoire	18 607	1 503 \$	33 \$	0 \$	768 \$	0,9
Ciblé - Critères géographiques	23 607	1 920 \$	45 \$	0 \$	1 050 \$	1,2
Liste intérêt	19 055	1 546 \$	52 \$	0 \$	733 \$	1,4
Ciblé - 10 000 kWh et plus	21 325	1 723 \$	37 \$	0 \$	1 265 \$	1,0
Second hiver	19 450	1 575 \$	35 \$	0 \$	1 235 \$	0,9

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 -
HIVER 2020-2021

	Consommation annuelle moyenne (kWh)	Facture moyenne au tarif G (\$)	Économie (\$) Moyenne	Économie (\$) Minimum	Économie (\$) Maximum	Effacement moyen (kW)
Ensemble des clients	28 361	2 958 \$	21 \$	0 \$	179 \$	0,6
Strates de consommation annuelle						
[-; 5000[3 069	463 \$	4 \$	0 \$	32 \$	0,1
[5000; 10000[7 598	902 \$	15 \$	0 \$	144 \$	0,4
[10000; 15000[12 155	1 353 \$	17 \$	0 \$	99 \$	0,5
[15000; 20000[17 580	1 890 \$	22 \$	0 \$	130 \$	0,6
[20000; 25000[22 274	2 354 \$	18 \$	0 \$	105 \$	0,5
[25000; 30000[27 878	2 910 \$	24 \$	0 \$	179 \$	0,7
[30000; 35000[32 212	3 339 \$	22 \$	0 \$	105 \$	0,6
[35000; 40000[37 439	3 857 \$	26 \$	1 \$	124 \$	0,7
[40000; 45000[42 535	4 360 \$	23 \$	2 \$	95 \$	0,7
[45000; 50000[47 162	4 819 \$	18 \$	1 \$	156 \$	0,5
[50000; 60000[53 705	5 467 \$	24 \$	2 \$	170 \$	0,6
[60000; 70000[65 181	6 603 \$	35 \$	1 \$	123 \$	1,0
[70000; 80000[73 864	7 463 \$	48 \$	7 \$	176 \$	1,2
[80000; 90000[83 739	8 440 \$	25 \$	7 \$	43 \$	0,7
[90000; 100000[90 009	9 061 \$	7 \$	7 \$	7 \$	0,2
[100000;149999[118 077	11 825 \$	74 \$	10 \$	138 \$	2,0
[149999;199999[171 058	17 015 \$	25 \$	25 \$	25 \$	0,7

Note : les différentes catégories ne sont pas mutuellement exclusives.

Les données selon le type de source d'énergie pour le chauffage ne peuvent être présentées en raison du faible taux de réponse aux questions posées au moment de l'adhésion.

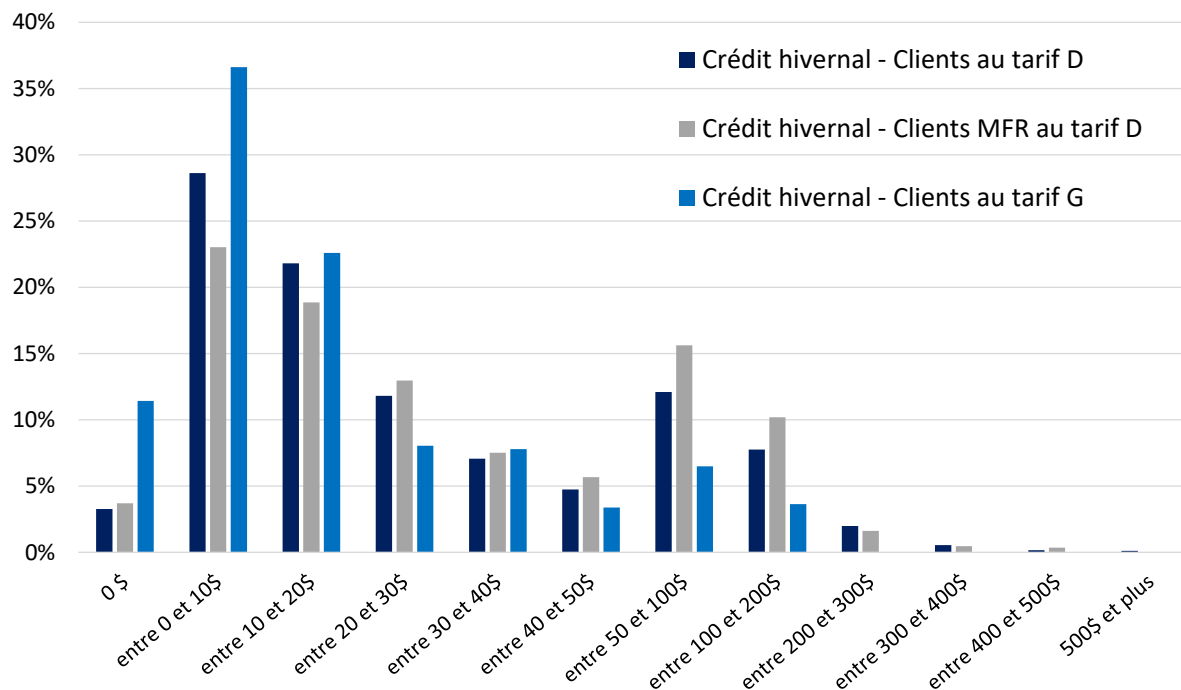
- 1 Comme indiqué aux tableaux 6 et 7, l'économie moyenne réalisée par les clients domestiques
2 et de petite puissance inscrits à l'option de crédit hivernal est de 40 \$ et de 21 \$,
3 respectivement, en hausse par rapport au 1^{er} hiver pour les clients domestiques²⁶. Cette
4 hausse d'économie peut être notamment expliquée par une augmentation des heures de
5 pointe appelées à l'hiver 2020-2021 à l'option de crédit hivernal²⁷. Le Distributeur constate que
6 l'effacement et les économies réalisées chez les clients domestiques augmentent,
7 généralement, avec la consommation globale des participants.
- 8 Le Distributeur note également que l'économie moyenne réalisée par les clients MFR à l'option
9 de crédit hivernal est de 44 \$, tandis que l'économie maximale est de 463 \$²⁸.
- 10 La figure 9 présente la distribution des économies réalisées par les clients domestiques, en
11 distinguant celle des clients MFR, et par les clients de petite puissance à l'option de crédit
12 hivernal.

²⁶ L'économie moyenne réalisée à l'hiver 2019-2020 par les clients domestiques et de petite puissance était de 28 \$ et de 21 \$, respectivement (effacement moyen de 0,8 kW et 0,6 kW, respectivement). Quant à l'économie moyenne réalisée à l'hiver 2020-2021 par les clients domestiques sélectionnés aléatoirement, soit sur la même base que ceux du 1^{er} hiver, elle est en hausse par rapport à celle du 1^{er} hiver, soit 33 \$ (28 \$ au 1^{er} hiver); leur effacement moyen est également à la hausse, soit 0,9 kW (0,8 kW au 1^{er} hiver).

²⁷ 70 heures de pointe appelées à l'option de crédit hivernal à l'hiver 2019-2020 contrairement à 75 heures à l'hiver 2020-2021.

²⁸ Ces mêmes résultats pour les clients MFR au 1^{er} hiver étaient de 23 \$ et 508 \$, respectivement.

**FIGURE 9 :
DISTRIBUTION DES ÉCONOMIES RÉALISÉES À L'OPTION DE CRÉDIT HIVERNAL -
HIVER 2020-2021**



1 Le Distributeur note également que 66 % des clients domestiques inscrits à l'option de crédit
 2 hivernal ont fait des économies de moins de 30 \$, soit des économies de 12 \$ en moyenne²⁹.
 3 Également, 3 % des clients n'ont pas réalisé d'économies, alors que ce taux s'élevait à 7 %
 4 au 1^{er} hiver.

Économies réalisées aux tarifs Flex D et Flex G

5 Les clients inscrits aux tarifs Flex D et Flex G font face à un fort signal de prix qui les incitent
 6 à modifier leur profil de consommation faute de quoi ceux-ci pourraient obtenir une facture plus
 7 élevée au tarif Flex qu'à leur tarif de base.

8 Les tableaux 8 et 9 présentent les résultats détaillés de l'effacement ainsi que les économies
 9 réalisées (après efforts) par les clients domestiques et les clients de petite puissance ayant
 10 adhéré au tarif Flex D et Flex G, respectivement.

²⁹ À l'hiver 2019-2020, ce même taux s'élevait à 75 % et les économies réalisées étaient de 10 \$ en moyenne.

TABLEAU 8 :
RÉSULTATS DES CLIENTS DOMESTIQUES ADHÉRANT AU TARIF FLEX D -
HIVER 2020-2021

	Consommation annuelle moyenne (kWh)	Facture moyenne au tarif D (\$)	Économie (\$) Moyenne	Économie (\$) Minimum	Économie (\$) Maximum	Effacement moyen (kW)
Ensemble des clients	21 617	1 758 \$	48 \$	-206 \$	966 \$	1,1
Strates de consommation annuelle						
[-; 5000[3 323	350 \$	4 \$	-36 \$	60 \$	0,2
[5000;10000[7 989	638 \$	12 \$	-135 \$	106 \$	0,4
[10000;15000[12 593	965 \$	24 \$	-153 \$	161 \$	0,6
[15000;20000[17 567	1 375 \$	38 \$	-135 \$	270 \$	1,0
[20000;25000[22 379	1 794 \$	53 \$	-133 \$	252 \$	1,2
[25000;30000[27 322	2 242 \$	63 \$	-137 \$	306 \$	1,4
[30000;35000[32 303	2 703 \$	81 \$	-102 \$	361 \$	1,9
[35000;40000[37 235	3 163 \$	80 \$	-140 \$	414 \$	1,8
[40000;45000[42 198	3 626 \$	79 \$	-67 \$	414 \$	1,7
[45000;50000[47 477	4 121 \$	100 \$	-105 \$	349 \$	2,1
[50000;55000[52 598	4 601 \$	109 \$	-82 \$	387 \$	2,4
[55000;60000[57 310	5 043 \$	121 \$	-39 \$	536 \$	2,6
[60000; Max.]	77 316	6 978 \$	232 \$	-206 \$	966 \$	5,0
Type de clients						
Client résidentiel	21 604	1 757 \$	48 \$	-206 \$	966 \$	1,1
Exploitation agricole	24 557	2 065 \$	81 \$	-8 \$	337 \$	1,6
Segments d'habitation						
Logement dans un immeuble 4 logements +	10 346	818 \$	25 \$	-135 \$	216 \$	0,7
Logement dans un duplex ou triplex	14 684	1 167 \$	42 \$	-25 \$	311 \$	0,9
Maison individuelle	23 085	1 877 \$	70 \$	-135 \$	637 \$	1,7
Statut du ménage						
Client non MFR	21 792	1 770 \$	68 \$	-135 \$	637 \$	1,7
Client MFR	18 194	1 466 \$	52 \$	-11 \$	338 \$	1,1
Source d'énergie pour le chauffage						
TAE	21 880	1 778 \$	68 \$	-135 \$	637 \$	1,7
autre que TAE	17 534	1 387 \$	40 \$	-97 \$	224 \$	0,9
Type d'invitation						
Aléatoire	19 177	1 559 \$	36 \$	-125 \$	794 \$	0,8
Ciblé - Critères géographiques	23 767	1 940 \$	53 \$	-206 \$	966 \$	1,2
Liste intérêt	17 779	1 435 \$	64 \$	-56 \$	305 \$	1,8
Ciblé - 10 000 kWh et plus	21 759	1 757 \$	43 \$	-137 \$	880 \$	1,0
Second hiver	19 539	1 586 \$	48 \$	-135 \$	536 \$	1,2

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 -
HIVER 2020-2021**

	Consommation annuelle moyenne (kWh)	Facture moyenne au tarif G (\$)	Économie (\$) Moyenne	Économie (\$) Minimum	Économie (\$) Maximum	Effacement moyen (kW)
Ensemble des clients	18 692	1 998 \$	14 \$	-59 \$	80 \$	0,3
Strates de consommation annuelle						
[-; 5000[3 712	505 \$	-14 \$	-59 \$	3 \$	0,2
[5000; 10000[7 715	914 \$	10 \$	-2 \$	18 \$	0,2
[10000; 15000[13 746	1 511 \$	21 \$	21 \$	21 \$	1,0
[15000; 20000[17 265	1 859 \$	23 \$	14 \$	38 \$	0,5
[20000; 25000[20 783	2 208 \$	28 \$	28 \$	28 \$	0,5
[25000; 30000[27 821	2 904 \$	25 \$	6 \$	44 \$	0,3
[30000; 35000[-	-	-	-	-	-
[35000; 40000[-	-	-	-	-	-
[40000; 45000[41 326	4 241 \$	15 \$	15 \$	15 \$	0,4
[45000; 50000[-	-	-	-	-	-
[50000; 60000[-	-	-	-	-	-
[60000; 70000[-	-	-	-	-	-
[70000; 80000[-	-	-	-	-	-
[80000; 90000[88 770	8 938 \$	80 \$	80 \$	80 \$	0,3
[90000; 100000[-	-	-	-	-	-
[100000; 149999[-	-	-	-	-	-
[149999; 199999[-	-	-	-	-	-

Note : les différentes catégories ne sont pas mutuellement exclusives.

Les données selon le type de source d'énergie pour le chauffage ne peuvent être présentées en raison du faible taux de réponse aux questions posées au moment de l'adhésion.

- 1 Comme indiqué aux tableaux 8 et 9, l'économie moyenne réalisée par les clients domestiques
2 et de petite puissance est de 48 \$ et de 14 \$, respectivement, pour ce 2^e hiver de la tarification
3 dynamique, en baisse par rapport au 1^{er} hiver³⁰. Cette baisse d'économie peut être notamment
4 expliquée par une augmentation des heures de pointe appelées à l'hiver 2020-2021³¹, faisant
5 en sorte que davantage de consommation est facturée au prix en pointe, tandis que moins de
6 consommation est facturée au prix hors pointe.
- 7 Tout comme pour les clients domestiques à l'option de crédit hivernal, l'effacement et les
8 économies réalisées pour les clients domestiques inscrits au tarif Flex D augmentent avec la
9 consommation globale des participants.
- 10 Toutefois, certains clients ont payé davantage au tarif Flex qu'à leur tarif de base. Le surcoût
11 le plus élevé a été de 206 \$ au tarif Flex D et de de 59 \$ au tarif Flex G³². Le Distributeur ne
12 constate pas d'enjeu de rentabilité pour la clientèle MFR. En effet, l'économie moyenne

³⁰ L'économie moyenne réalisée à l'hiver 2019-2020 par les clients domestiques et de petite puissance était de 62 \$ et de 25 \$, respectivement (effacement moyen de 1,0 kW et 0,4 kW, respectivement). Quant à l'économie moyenne réalisée à l'hiver 2020-2021 par les clients domestiques sélectionnés aléatoirement, soit sur la même base que ceux du 1^{er} hiver, elle est également moindre, soit 36 \$ (62 \$ au 1^{er} hiver); leur effacement moyen est également moindre, soit 0,8 kW (1,0 kW au 1^{er} hiver).

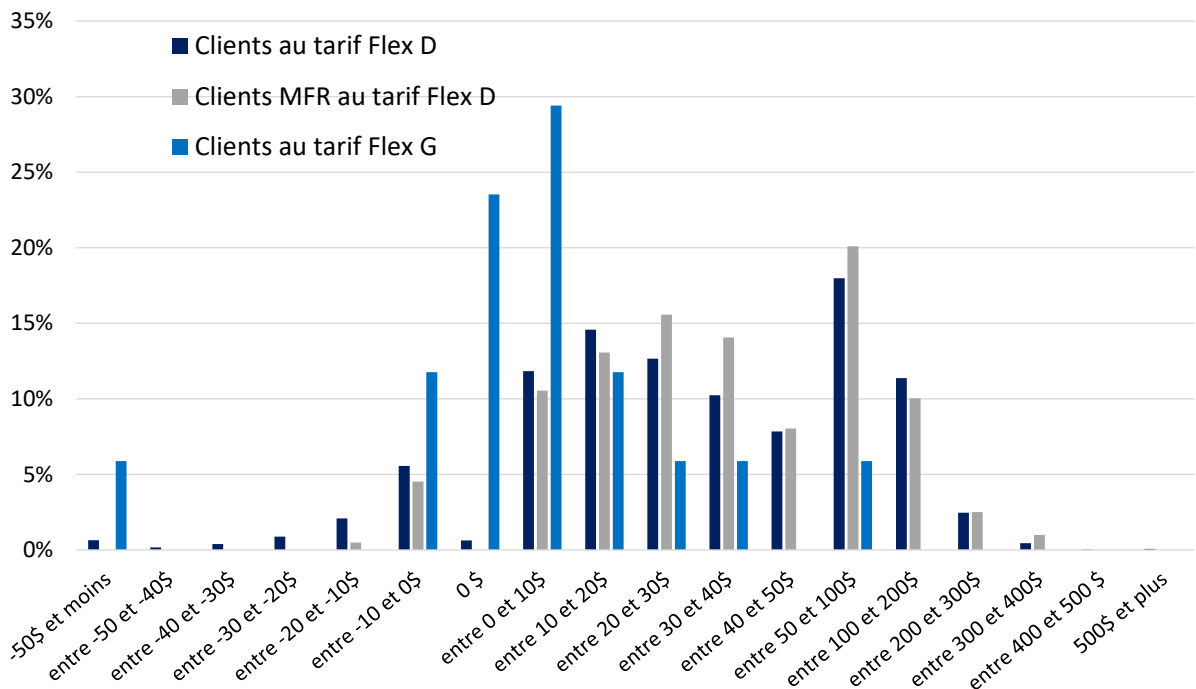
³¹ 81 heures de pointe appelées aux tarifs Flex à l'hiver 2019-2020 contrairement à 90 heures à l'hiver 2020-2021.

³² Un tel surcoût représente 3 % de la facture au tarif D et 15 % de la facture au tarif G.

1 réalisée par les clients MFR inscrits au tarif Flex D est de 52 \$, tandis que le surcoût le plus
2 élevé a été de 11 \$³³ par rapport au tarif D³⁴.

3 La figure 10 présente la distribution des économies réalisées aux tarifs Flex D et Flex G par
4 les clients domestiques et de petite puissance, ainsi que les économies réalisées par les
5 clients MFR inscrits au tarif Flex D.

**FIGURE 10 :
DISTRIBUTION DES ÉCONOMIES RÉALISÉES AUX TARIFS FLEX D ET FLEX G -
HIVER 2020-2021**



6 Le Distributeur constate que, tout comme lors de l'hiver précédent, l'offre au tarif Flex est
7 profitable pour la majorité des clients qui y adhèrent. Toutefois, 10 % des clients domestiques
8 ont payé une facture plus élevée au tarif Flex comparativement au tarif de base, contrairement
9 à 4 % à l'hiver 2019-2020. Le surcoût moyen de 16 \$ à l'hiver 2020-2021 est néanmoins
10 comparable à celui de 12 \$ à l'hiver 2019-2020³⁵.

³³ Un tel surcoût représente 2 % de la facture moyenne de ce client.

³⁴ Ces mêmes résultats pour les clients MFR au 1^{er} hiver étaient de 58 \$ et 34 \$, respectivement.

³⁵ Un tel surcoût représente 2 % de la facture moyenne à l'hiver 2020-2021 (1 % à l'hiver 2019-2020).

1 Du côté de la clientèle MFR, bien qu'il y ait eu plus de clients dits « perdants » cette année
2 (10 c. un seul au 1^{er} hiver), leur surcoût moyen est toutefois moindre, soit 5 \$ au 2^e hiver alors
3 qu'il était de 34 \$ l'an dernier³⁶.

4 En ce qui a trait à la clientèle de petite puissance, 18 % des clients ont payé une facture plus
5 élevée au tarif Flex G qu'au tarif G, comparativement à 27 % à l'hiver 2019-2020.

6 Le Distributeur tient à rappeler que tous les participants inscrits aux tarifs Flex disposent d'un
7 suivi quotidien de leur consommation et de leurs économies sur leur Espace client, comme
8 indiqué à la section 2.1.3. Les clients ont ainsi la possibilité de se désinscrire du tarif Flex et
9 de retourner à leur tarif de base, au cours de l'hiver, s'ils jugent que ce tarif ne leur est pas
10 profitable.

2.4. Satisfaction de la clientèle

11 Cette année encore, le Distributeur a mandaté la firme Ad hoc Recherche pour réaliser un
12 sondage auprès de l'ensemble des participants³⁷ afin de mieux comprendre leur niveau de
13 satisfaction envers ces offres tarifaires ainsi que leurs habitudes de consommation lors des
14 événements de pointe. Bien que la clientèle de petite puissance ait été sondée, aucun résultat
15 à cet égard n'est présenté en raison du nombre insuffisant de répondants.

16 De plus, contrairement à l'hiver dernier, seul le sondage à la suite de l'hiver³⁸ a été réalisé
17 puisque les deux autres sondages réalisés l'an dernier, soit celui à l'égard du processus de
18 recrutement et celui à la suite d'un événement de pointe, n'ont soulevé aucun enjeu important.
19 Le sondage à la suite de l'hiver permet au Distributeur d'évaluer la satisfaction globale des
20 participants, les actions qu'ils ont posées, leur niveau de motivation et la probabilité qu'ils
21 poursuivent leurs efforts au prochain hiver, et ainsi d'adapter, au besoin, sa stratégie de
22 déploiement et d'accompagnement pour le prochain hiver.

Satisfaction globale envers les offres

23 De manière générale, les clients domestiques sondés se disent plutôt satisfaits de leur
24 expérience à la tarification dynamique. Plus de six clients sur dix (63 %) se disent d'ailleurs très
25 satisfaits³⁹. Ce taux de satisfaction des clients inscrits au tarif Flex D est encore plus élevé
26 (68 %) que celui des clients inscrits à l'option de crédit hivernal (63 %).

27 Globalement, les raisons de satisfaction les plus évoquées par les clients domestiques sont
28 les suivantes :

- 29 • Les avis, jugés clairs et reçus en temps pendant l'hiver ;
- 30 • L'expérience générale jugée satisfaisante ;
- 31 • La facilité à participer ;

³⁶ Un tel surcoût représente 1 % de la facture moyenne des MFR « perdants » à l'hiver 2020-2021 (3 % à l'hiver 2019-2020).

³⁷ Clients inscrits - dès l'hiver 2019-2020 ou uniquement pour l'hiver 2020-2021 - à une des deux options tarifaires.

³⁸ Taux de participation de 35 % chez la clientèle domestique.

³⁹ Taux représentant une note de 8 à 10 sur 10.

- 1 • La fierté de participer à l'effort collectif de réduction/faire sa part.

2 Toutefois, la difficulté à réduire davantage leur consommation, les faibles économies obtenues
3 ainsi que les efforts requis pour réaliser ces économies ont notamment été ciblés comme une
4 source d'insatisfaction chez les clients domestiques. Ainsi, moins de la moitié (46 %) des
5 clients sondés⁴⁰ se disent très satisfaits des économies réalisées.

Actions posées

6 La quasi-totalité des clients domestiques (97 %) disent avoir posé des gestes particuliers lors
7 d'au moins un événement de pointe. Parmi ceux-ci, la vaste majorité (90 %) dit avoir participé
8 à tous ou à la plupart des événements de pointe. La réduction de l'utilisation des électro-
9 ménagers (89 %) et la modification de l'utilisation du chauffage (85%) sont parmi les actions
10 les plus souvent posées durant les événements de pointe. Parmi ceux qui diminuent la
11 température de consigne de leur résidence (78%), 77% l'abaissent pour l'ensemble de la
12 résidence, d'environ 2,9 °C en moyenne.

13 En ce qui a trait à l'abaissement de la température de consigne, il s'est fait au moment, ou à
14 moins d'une heure, de l'événement de pointe (comme cela est conseillé sur le site Web
15 d'Hydro-Québec) dans 63 % des cas lors des événements de pointe du matin, et dans 80 %
16 des cas lors des événements de pointe de fin d'après-midi/début de soirée. Par ailleurs, 63 %
17 de l'ensemble des répondants au sondage sont conscients que le meilleur moment pour
18 abaisser la température de consigne est au moment ou à moins d'une heure avant l'événement
19 de pointe afin de maximiser les économies.

20 Quant au préchauffage du domicile, seulement 30 % des répondants ayant diminué la
21 température de chauffage lors des événements de pointe (et étant en mesure de quantifier la
22 baisse) ont indiqué le faire à tous les événements de pointe ou souvent. Également, le
23 Distributeur constate que près de la moitié des clients (47 %) n'ont jamais préchauffé leur
24 résidence avant un événement de pointe au cours de l'hiver.

Autres éléments d'intérêt

25 Le sondage fournit également les informations suivantes :

- 26 • Bien que la plupart des membres d'un même foyer se soient dit motivés (très et plutôt)
27 à réduire leur consommation (89 %), il reste néanmoins que la facilité à poser des
28 gestes pour réduire la consommation s'est avérée limitée⁴¹.
- 29 • La plupart des clients domestiques (73 %) ont pris l'habitude de consulter, souvent ou
30 à l'occasion, leurs économies sur leur Espace client à la suite d'événements de pointe.
- 31 • En ce qui a trait à la possibilité de poursuivre et de recommander le tarif, 80 % des
32 clients domestiques sondés resteraient à la tarification dynamique pour l'hiver 2021-
33 2022 et 69 % la recommanderait⁴².

⁴⁰ Clients ayant posé des gestes lors d'événements de pointe au moins une fois durant l'hiver.

⁴¹ 57 % des répondants ont donné une note de 8 à 10 sur 10, où 10 signifie extrêmement facile.

⁴² Taux représentant une note de 8 à 10, où 10 signifie extrêmement probable.

- 1 • Lorsque sondés sur la possibilité de diversifier les modalités de la tarification
2 dynamique, les clients domestiques se sont montrés intéressés aux alternatives qui
3 permettraient d'obtenir un plus grand potentiel d'économies, notamment par
4 l'augmentation du nombre total d'heures d'appel⁴³.
- 5 • Près de 30 % des clients domestiques sondés ont eu connaissance de la communauté
6 en ligne et 41 % de ceux-ci l'ont consulté au cours de l'hiver (souvent, à l'occasion ou
7 rarement). La presque totalité (95 %) de ceux l'ayant consulté se montrent favorables
8 au maintien de celle-ci l'hiver prochain (tout à fait ou plutôt d'accord).
- 9 • Lorsqu'une aide financière couvrant une partie du montant d'achat d'un thermostat
10 programmable à distance est évoquée, 68 % des clients ayant des thermostats
11 programmables sans l'option de contrôle à distance se disent prêts à considérer l'achat
12 de ce type de thermostat (certainement ou probablement). Par ailleurs, 51 % de ces
13 mêmes clients se disent prêts à remplacer un ou certains de leurs thermostats actuels
14 avant l'hiver prochain, lorsque le facteur prix associé à ce type de thermostats n'est
15 pas considéré. De plus, près de 60 % se disent intéressés par un nouveau service
16 offrant une gestion clé en main de la température de consigne de leurs thermostats
17 durant les événements de pointe⁴⁴.

Évolution des résultats de la sélection aléatoire

18 Chez les clients domestiques sélectionnés sur une base aléatoire, les résultats du 2^e hiver se
19 distinguent de ceux du 1^{er} hiver à certains égards, notamment :

- 20 • Il y a une hausse notable de leur satisfaction à l'égard des économies engendrées
21 grâce aux efforts de réduction de consommation d'électricité (46 % donnent une note
22 de 8 à 10 sur 10 c. 38 % en 2020) ;
- 23 • Quant aux clients indiquant avoir abaissé la température de consigne lors des
24 événements de pointe, l'abaissement dans l'heure avant le début de l'événement de
25 pointe du soir est beaucoup mieux maîtrisé que l'an dernier (78 % c. 64 % l'an dernier).

2.5. Principaux constats et déploiement à l'hiver 2021-2022

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

- 28 • L'effacement moyen des clients inscrits à la tarification dynamique s'est amélioré par
29 rapport à l'effacement moyen du premier hiver, passant de 0,8 kW à 1,1 kW par
30 événement. Grâce à cet effacement moyen, les deux options de tarification dynamique
31 ont ainsi permis de réduire les besoins en puissance du Distributeur de 65 MW à
32 chaque événement de pointe au cours duquel l'ensemble des options ont été appelées,
33 soit l'équivalent de la demande moyenne d'environ 12 000 clients résidentiels par

⁴³ 56 % des répondants ont donné une note de 8 à 10 sur 10, où 10 signifie extrêmement intéressé.

⁴⁴ Taux représentant une note de 8 à 10 sur 10, où 10 signifie extrêmement intéressé.

- 1 événement. Toutefois, le Distributeur est conscient que les résultats de ce deuxième
2 hiver d'application sont teintés par l'effet de la pandémie de COVID-19.
- 3 • Davantage de clients abaissent leur consigne de chauffage au bon moment, soit à
4 moins d'une heure avant l'événement pointe du soir. La compréhension des bons
5 gestes à adopter au bon moment semble s'être améliorée.
 - 6 • Le taux de satisfaction envers la tarification dynamique et l'intention de poursuivre
7 l'expérience à l'hiver prochain se maintiennent.

8 Les résultats de l'hiver 2020-2021 permettent également de constater une amélioration
9 notable de la satisfaction à l'égard des économies réalisées, quoique celle-ci demeure
10 partagée⁴⁵. Ainsi, les efforts déployés tant au niveau de la bonification des conseils et de
11 l'accompagnement post-adhésion qu'au niveau de la stratégie de commercialisation,
12 davantage ciblée en fonction du potentiel d'effacement, ont porté fruit.

13 Le Distributeur poursuit donc le déploiement progressif et vise un objectif de
14 120 000 participants à la tarification dynamique pour l'hiver 2021-2022. Les tests de
15 robustesse et de performance sur le plan des infrastructures des technologies de l'information
16 réalisés cet été⁴⁶ ont confirmé que l'augmentation de la cible à 120 000 clients n'entraînerait
17 pas de conséquences négatives sur les opérations.

18 Le recrutement de ces quelques 60 000 participants supplémentaires a débuté le
19 13 septembre 2021. La stratégie de commercialisation est similaire à celle du 2^e hiver. Ainsi,
20 seule une partie des invitations lancées sont aléatoires, et le reste des invitations continuent
21 d'être ciblées à des segments de clients ayant un potentiel d'effacement plus élevé. Toutefois,
22 et contrairement au second hiver, le Distributeur concentre la majorité de son recrutement
23 ciblé sur une vingtaine de postes de distribution ayant une capacité limitée.

24 Pour le prochain hiver, le Distributeur entend bonifier son accompagnement, notamment par
25 certains ajustements à ses conseils en matière de chauffage et l'ouverture de la communauté
26 numérique dès le 1^{er} décembre. De plus, il compte également évaluer la possibilité de mieux
27 outiller les clients Flex moins performants, et cela plus tôt dans l'hiver. Enfin, le Distributeur
28 explore de nouvelles avenues susceptibles d'accroître l'effacement moyen des participants à
29 la tarification dynamique.

3. PROJET PILOTE POUR LA CLIENTÈLE DE MOYENNE PUISSANCE

30 Tout comme pour la clientèle de petite puissance, aucun recrutement actif pour la clientèle de
31 moyenne puissance n'a été réalisé en raison de la crise sanitaire liée à la COVID-19. Toutefois,
32 si un client admissible au tarif Flex M ou au tarif Flex G9 voulait participer au projet pilote,

⁴⁵ Selon les résultats du sondage réalisé à la suite de l'hiver, 46 % des clients domestiques ayant adhéré à la tarification dynamique (tous types de recrutement confondus) se disent satisfaits à l'égard des économies réalisées au cours de l'hiver 2020-2021, alors que seulement 38 % d'entre eux disaient l'être au cours de l'hiver 2019-2020.

⁴⁶ Dossier R-4110-2019, phase 1, [pièce HQD-8, document 9 \(B-0180\)](#), réponse à l'engagement n° 11.

- 1 celui-ci pouvait contacter le Service à la clientèle d'Hydro-Québec pour compléter son
- 2 adhésion.
- 3 Un seul client était inscrit au tarif Flex M durant l'hiver 2020-2021. Celui-ci a réalisé, en
- 4 moyenne, un effacement de 19 kW et une économie de 906 \$. Lorsque sondé, ce client s'est
- 5 dit satisfait de son expérience.
- 6 Le projet pilote se poursuit à l'hiver 2021-2022.