

PLAN STRATÉGIQUE 2016-2020

# Voir grand avec notre énergie propre



ÉRIC MARTEL

PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

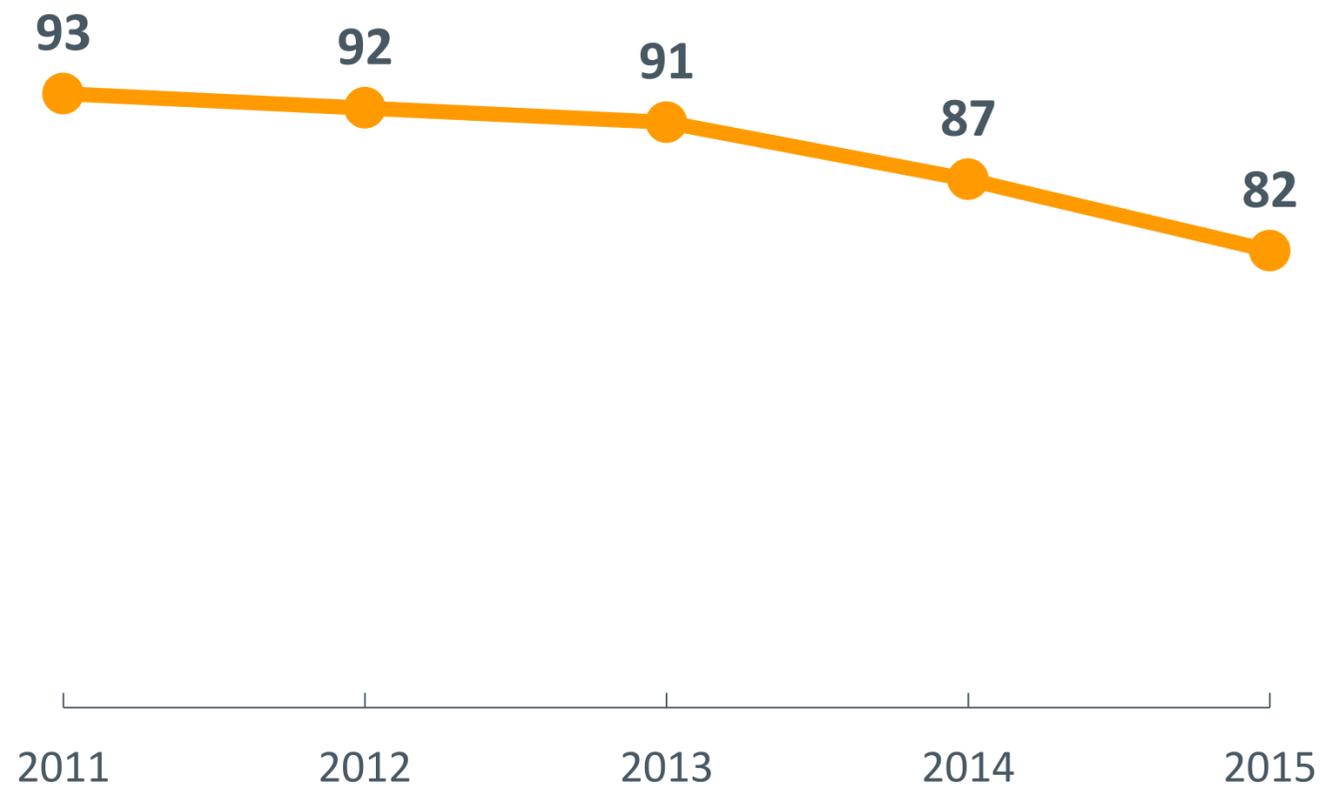
Association des retraités d'Hydro-Québec | 19 octobre 2016



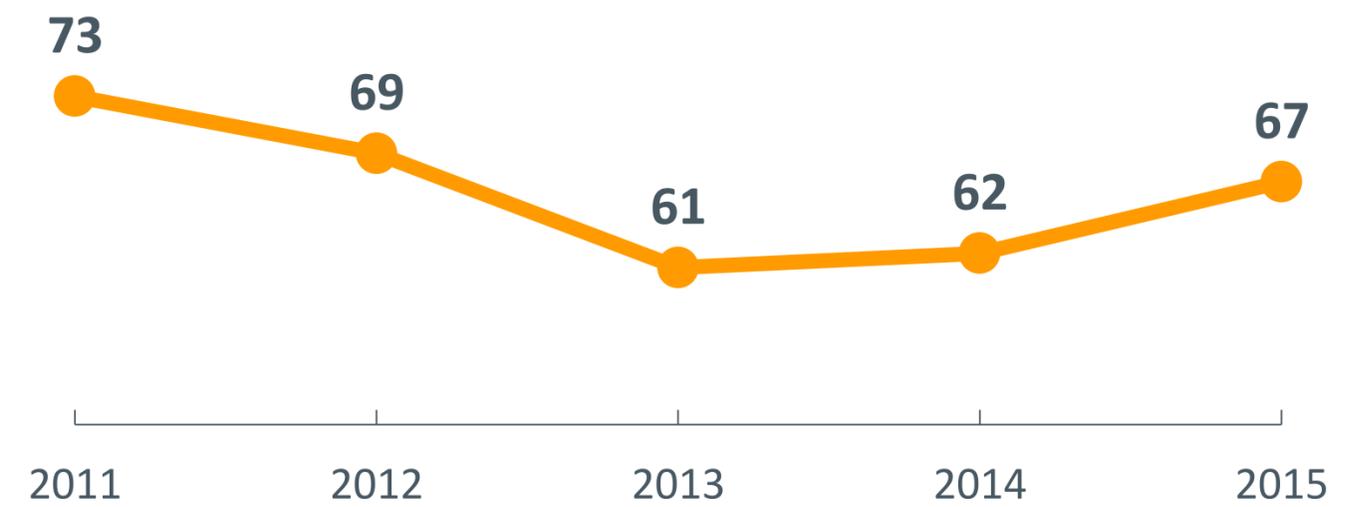
# NOTRE CONTEXTE D'AFFAIRES

# Fléchissement de la satisfaction de la population et de l'engagement des employés

Évolution du taux de satisfaction générale de la **population** (%)



Évolution de l'indice global d'engagement de nos **employés** (%)



# Les tarifs résidentiels les plus bas de l'Amérique du Nord



Données basées sur 1 000 kWh de consommation mensuelle (avant taxes) aux tarifs en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2015

# Notre énergie, un atout pour le Québec

---

**99 %**

**DE L'ÉLECTRICITÉ PRODUITE  
À PARTIR DE L'EAU**

---

**PROPRE,  
RENOUVELABLE  
ET FIABLE**



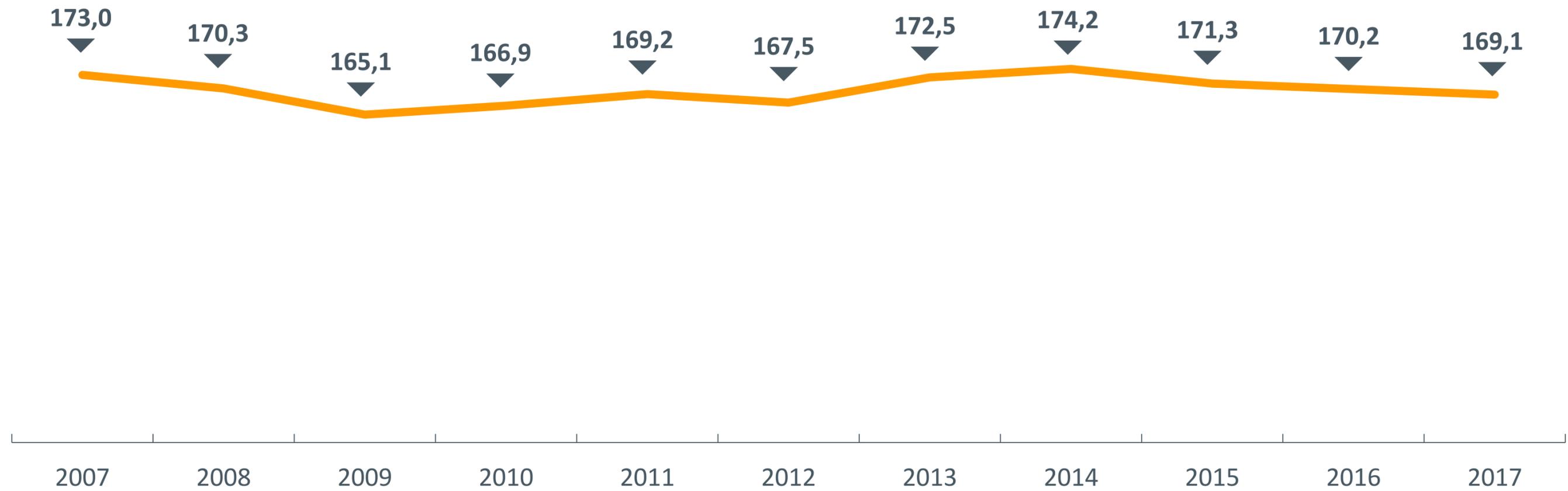
# Répondre aux besoins des prochaines années

- Nous avons suffisamment d'énergie pour alimenter le Québec
- Par contre, nous avons besoin de puissance additionnelle en période de pointe

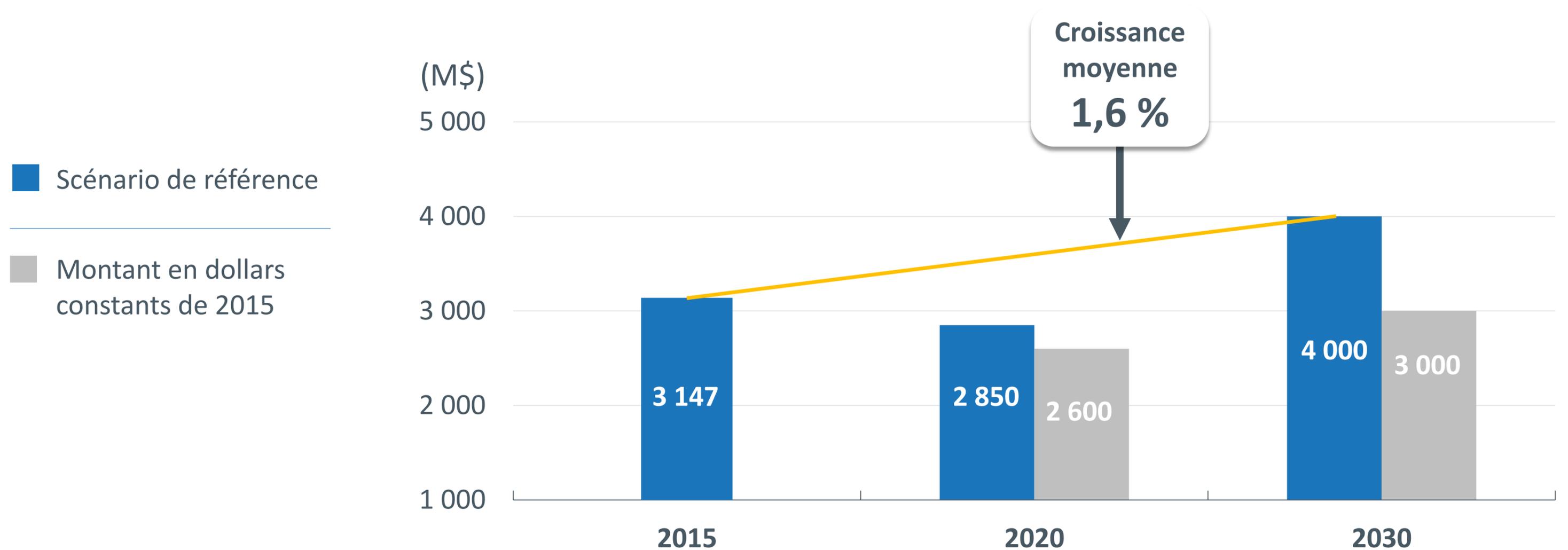


# Évolution des ventes au Québec (TWh)

---



# Sans croissance, notre contribution au gouvernement du Québec diminuera



# Hydro-Québec, un partenaire économique important

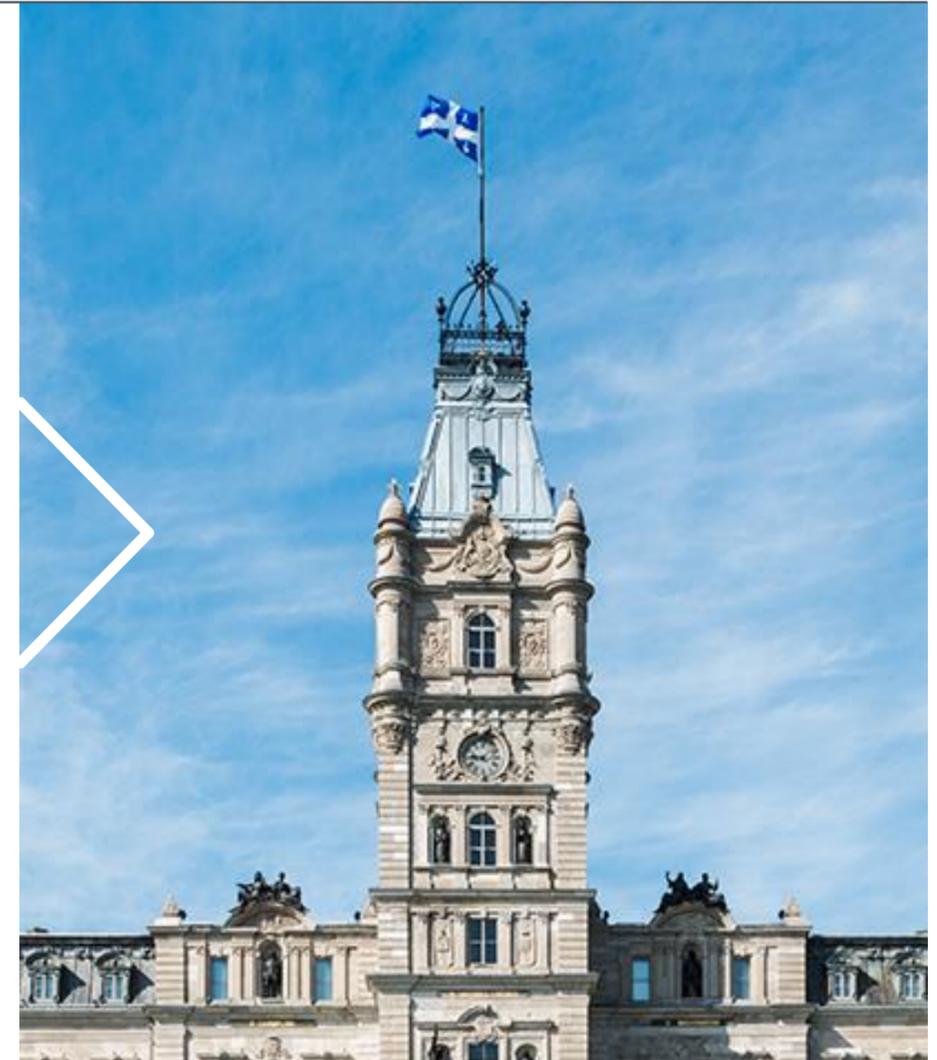
**3,5 G\$**

MONTANTS VERSÉS AU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

+

**3,4 G\$**

INVESTISSEMENTS AU QUÉBEC





# NOS STRATÉGIES POUR L'AVENIR

# Nos objectifs et nos stratégies en un coup d'œil

---

## OBJECTIFS

Doubler nos revenus d'ici  
15 ans afin d'augmenter nos profits

Être une référence en matière de services  
à la clientèle

Contribuer au développement économique  
et à la transition énergétique du Québec

Limiter les hausses tarifaires à un niveau  
inférieur ou égal à l'inflation

## STRATÉGIES

1

Améliorer les services à la clientèle

2

Communiquer de façon proactive  
avec nos clients, nos employés et nos  
partenaires

3

Améliorer notre productivité

4

Exploiter de nouvelles avenues  
de croissance



# SERVICES À LA CLIENTÈLE

# Accessibilité à nos services clientèles

## CENTRES DE RELATIONS CLIENTÈLE OUVERTS SOIR ET LE WEEKEND À COMPTER DU 25 JUIN. 1ER JUILLET DE 9 À 17 H

### > Achalandage

- Weekend du 25 juin : **4 652 appels**
- Jour férié du 1 juillet : **3 758 appels**
- Weekend du 2-3 juillet : **5 801 appels**

PLAGE	AVANT	MAINTENANT
Semaine	8 h à 18 h	8 h à <b>20 h 30</b>
Weekend	Fermé	<b>9 h à 17 h</b>

The screenshot shows the Hydro Québec website header with navigation links: "Tous nos sites", "Nouvelles", "Nous joindre", "Info-pannes", "English", and "Me connecter". The main navigation includes "Résidentiel", "Affaires", and "À propos". A search bar contains "Mot(s)-clé(s)". Below the navigation, there are links for "Espace clients", "Mieux consommer", and "Conseils de sécurité".

The main content area features a "JE VEUX" menu with the following options:

- m'inscrire à la Facture Internet
- avoir le portrait de ma consommation
- m'inscrire au Mode de versements égaux
- signaler un changement d'adresse
- devenir client

The central message is "Nouvelles heures pour nous joindre !" with the following details:

- De 8 h à 20 h 30 en semaine
- De 9 h à 17 h la fin de semaine
- 1<sup>er</sup> juillet, de 9 h à 17 h !

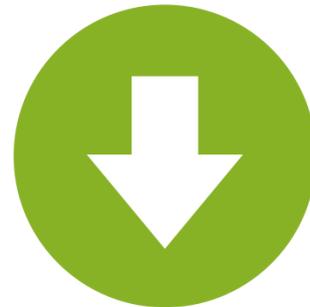
On the right, there is a graphic of a spiral notebook with the handwritten text: "APPELER HYDRO (OUVERT JUSQU'À 20h30)".

# Services à la clientèle : premiers résultats positifs

---

DÉLAI MOYEN DE RÉPONSE

---



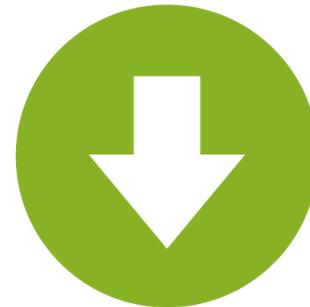
**54 %**

---

2015: 205 SECONDES  
2016 : 94 SECONDES

NOMBRE DE  
PLAINTES REÇUES

---



**36 %**

---

2015: 4308  
2016 : 2756

RESPECT DE NOS DATES  
D'ENGAGEMENTS  
RACCORDEMENTS  
MULTIPLES

---



**35 %**

---

2015: 55 %  
2016 : 90 %



# COMMUNICATIONS PROACTIVES

# Communiquer auprès de nos clients

## CAMPAGNE D'INFORMATION ET DE PUBLICITÉ

### 5 thèmes :

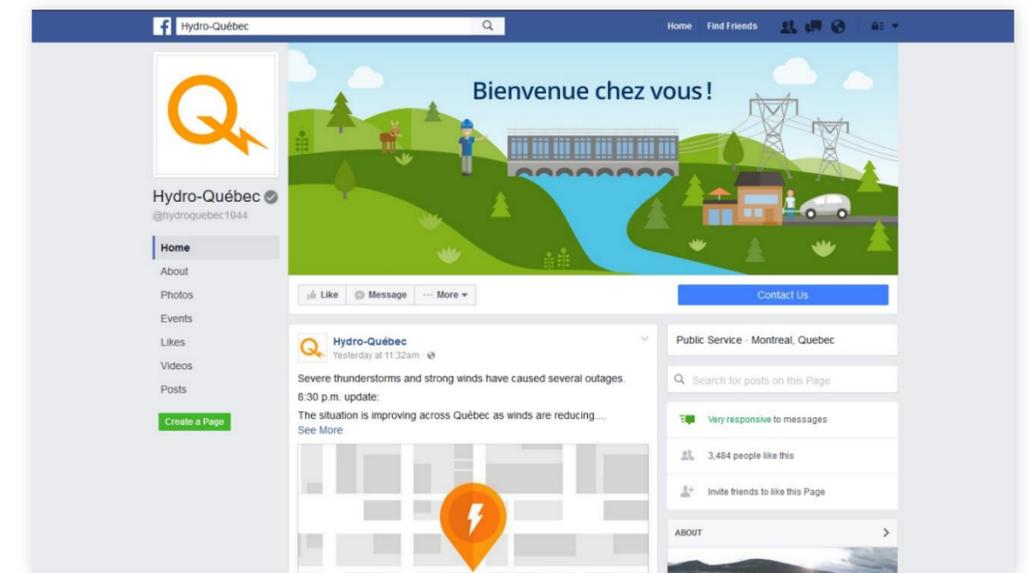
- Développement international (plus récente)
- Services à la clientèle
- Tarification
- Exportations
- Caractère propre de notre énergie



# Communiquer avec nos clients

## MÉDIAS SOCIAUX

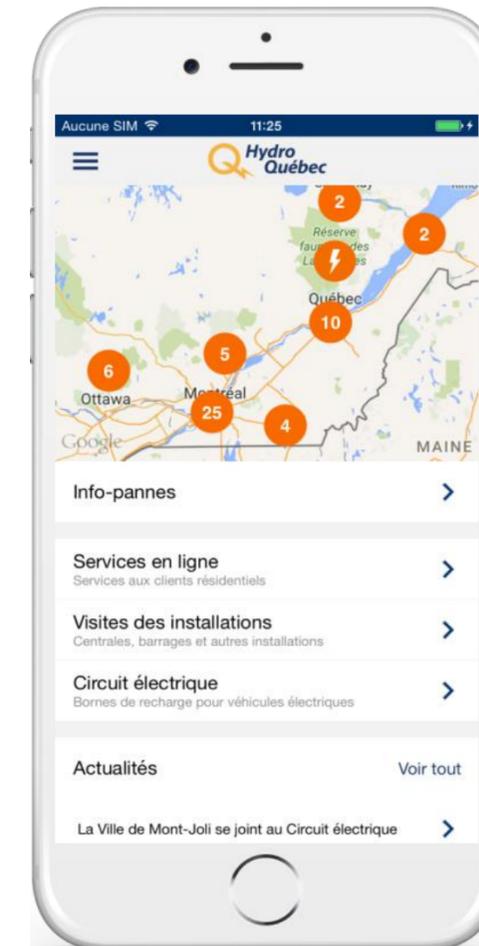
- Lancement des comptes Twitter clients et Facebook (juillet 2016)
- Twitter corporatif déjà existant depuis plus de 3 ans
- Multiples interactions avec les clients sur les 3 plateformes



# Communiquer avec nos clients

## APPLICATION MOBILE HYDRO-QUÉBEC

- Contenu axé sur Info-Pannes
- Résultats
  - Nombre de téléchargements au 31 août 2016 : **149 800 téléchargements**



# Communiquer avec nos partenaires

## RELATIONS AVEC LE MILIEU

- Maintenir des relations en continu avec les communautés partout au Québec
- Favoriser l'acceptabilité sociale des divers projets de l'entreprise et l'intégration des préoccupations des communautés
- Faire connaître les différentes initiatives et programmes d'Hydro-Québec (électrification des transports, programmes d'efficacité énergétique, etc.)



# Respect des milieux touchés par nos activités

**INFORMER, ÉCOUTER, ÉCHANGER,  
AMÉLIORER.**

## 100 PROJETS

FAISANT ANNUELLEMENT  
L'OBJET D'UNE DÉMARCHE  
OFFICIELLE DE PARTICIPATION  
DU PUBLIC

**ENVIRONNEMENT**  
Acceptabilité  
environnementale

**SOCIÉTÉ**  
Accueil favorable des  
communautés touchées



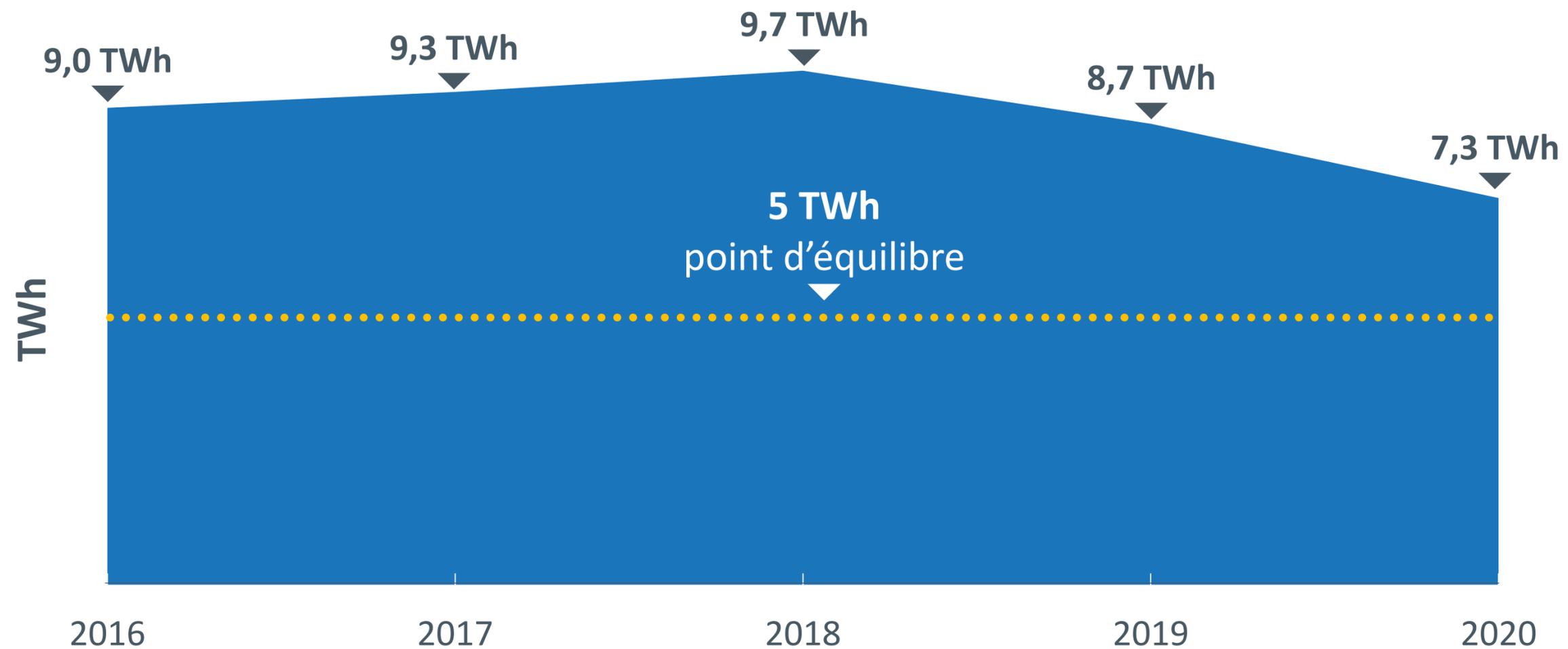
**ÉCONOMIE**  
Aspects techniques et rentabilité



# PRODUCTIVITÉ

# Améliorer la productivité

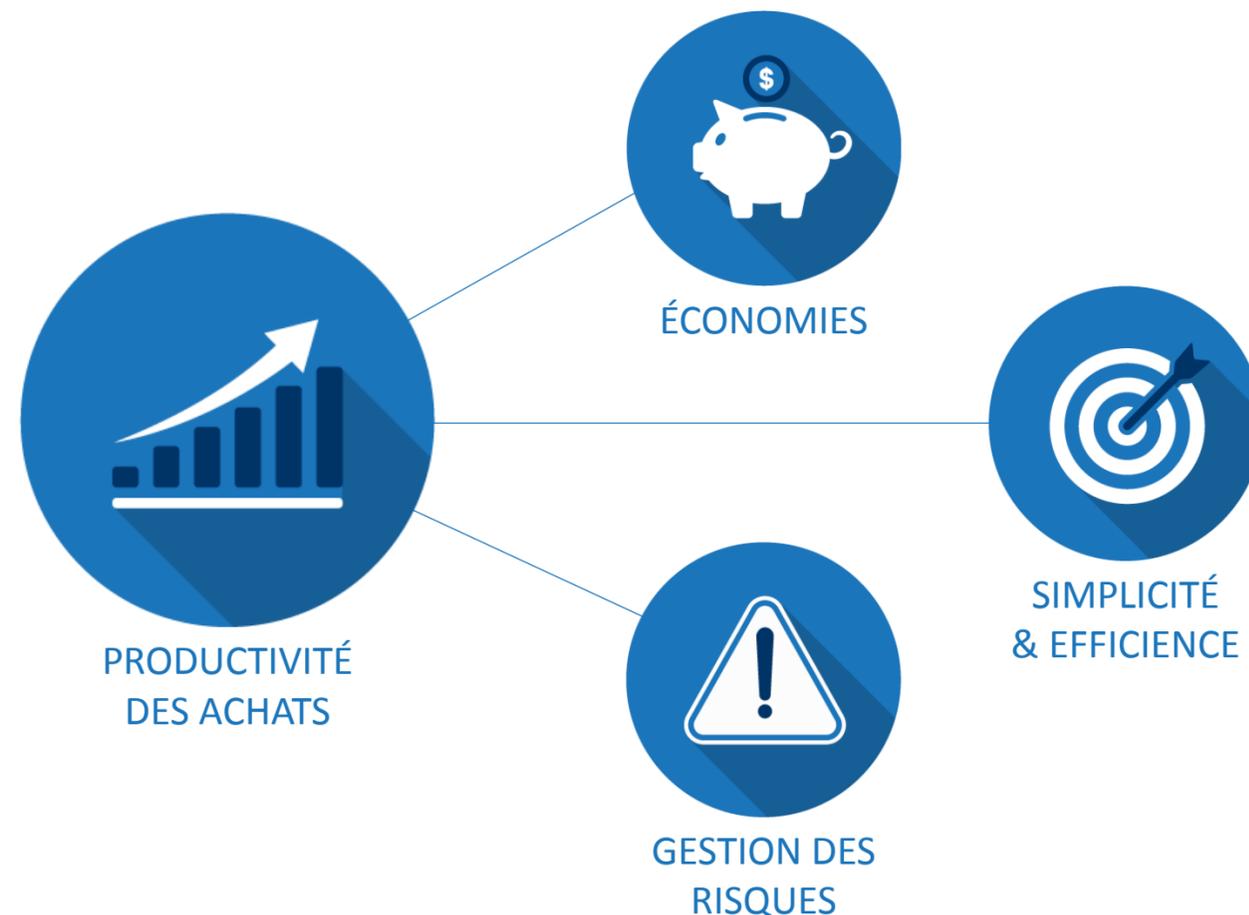
ACHAT D'ÉNERGIE EN PHASE AVEC LES BESOINS (1 TWh = 1 milliard de KWh)



# Améliorer la productivité

## AJOUTS AUX PRATIQUES D'ACQUISITION EN VIGUEUR

### LA CRÉATION DE VALEUR EN APPROVISIONNEMENT STRATÉGIQUE



### CIBLES D'ÉCONOMIES



93 %

Achat de biens et de services auprès de fournisseurs installés au Québec

# Améliorer la productivité

## OPTIMISER L'UTILISATION DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS

Nous avons:

- réduit le **portefeuille de projets TIC 2016** de 158 M\$ ;
- réduit nos dépenses de **contrats de services** de 4 M\$ ;
- réduit la **force de travail** en prévision de l'application du plan d'efficacité 2017 et **effectué une gestion serrée des charges**, générant des économies de 68 M\$ en 2016



Réduction des coûts de 68 M\$ cette année



# AVENUES DE CROISSANCE

# Exploiter de nouvelles avenues de croissance

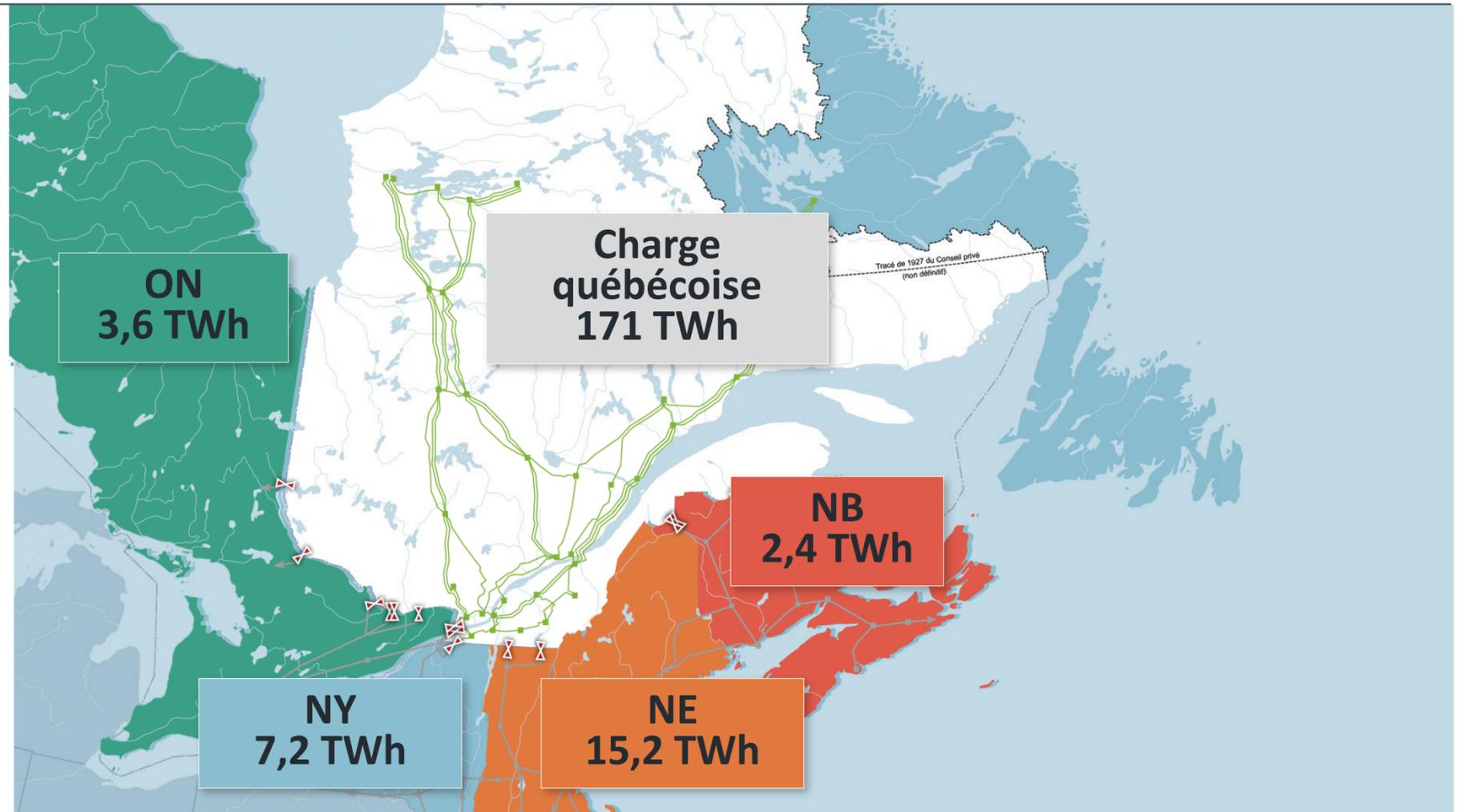
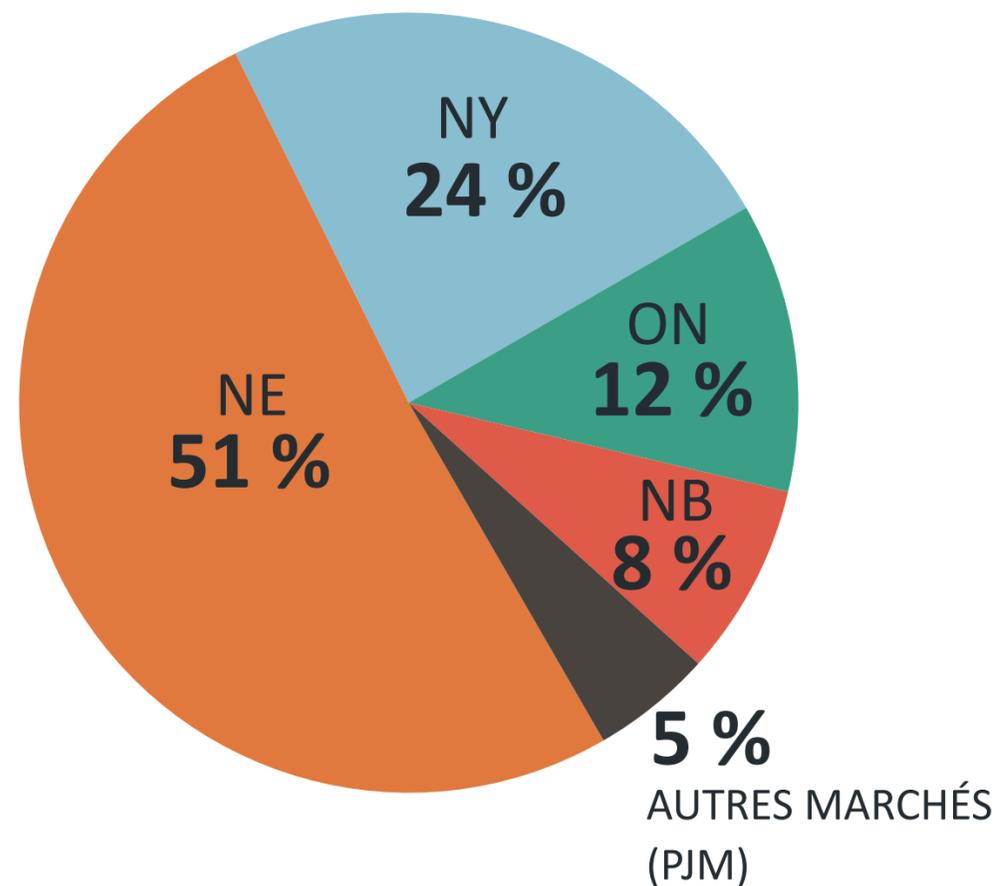
- Croissance des exportations
- Acquisitions et prises de participation
- Commercialisation des innovations
- Augmentation de la puissance de notre parc de production



# Exploiter de nouvelles avenues de croissance

## EXPORTATIONS

RÉPARTITION DES VENTES DANS NOS MARCHÉS D'EXPORTATION



# Exploiter de nouvelles avenues de croissance

## COMMERCIALISATION DES INNOVATIONS

Capitaliser sur l'expertise et la réputation internationale de l'IREQ

- > TM4
- > Esstalion
- > MIR



# Exploiter de nouvelles avenues de croissance

## AUGMENTATION DE LA PUISSANCE DE NOTRE PARC DE PRODUCTION

D'ici 5 ans :

- Compléter le projet de la Romaine
- Identifier le prochain grand projet hydroélectrique



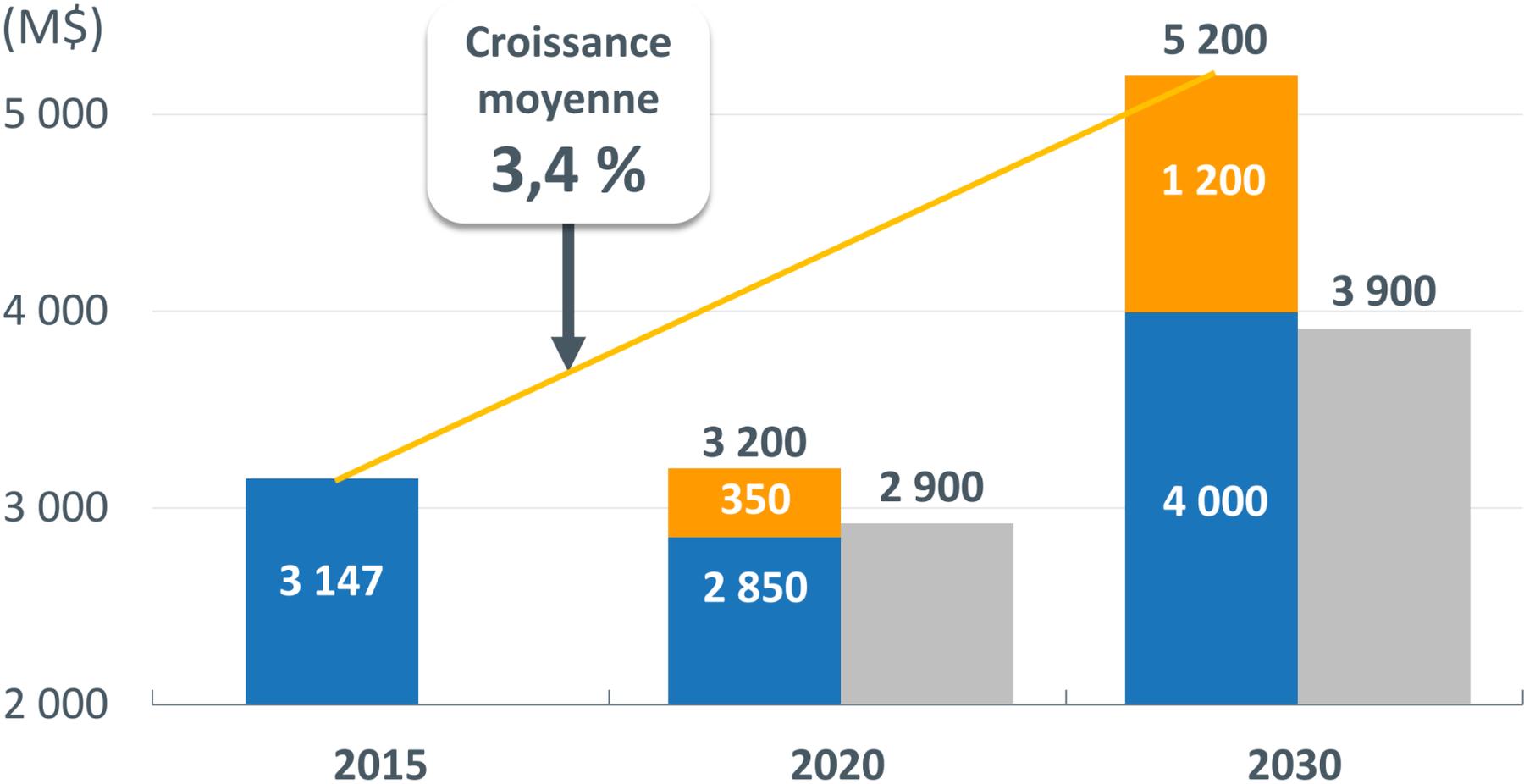


# RÉSULTATS ET PERSPECTIVES

# Notre ambition

## BÉNÉFICE NET

- Scénario de référence
- Nouvelles avenues de croissance
- Montant en dollars constants de 2015



# Objectif 2030

## DOUBLER LES REVENUS D'HYDRO-QUÉBEC

2015

**13,8 G\$**

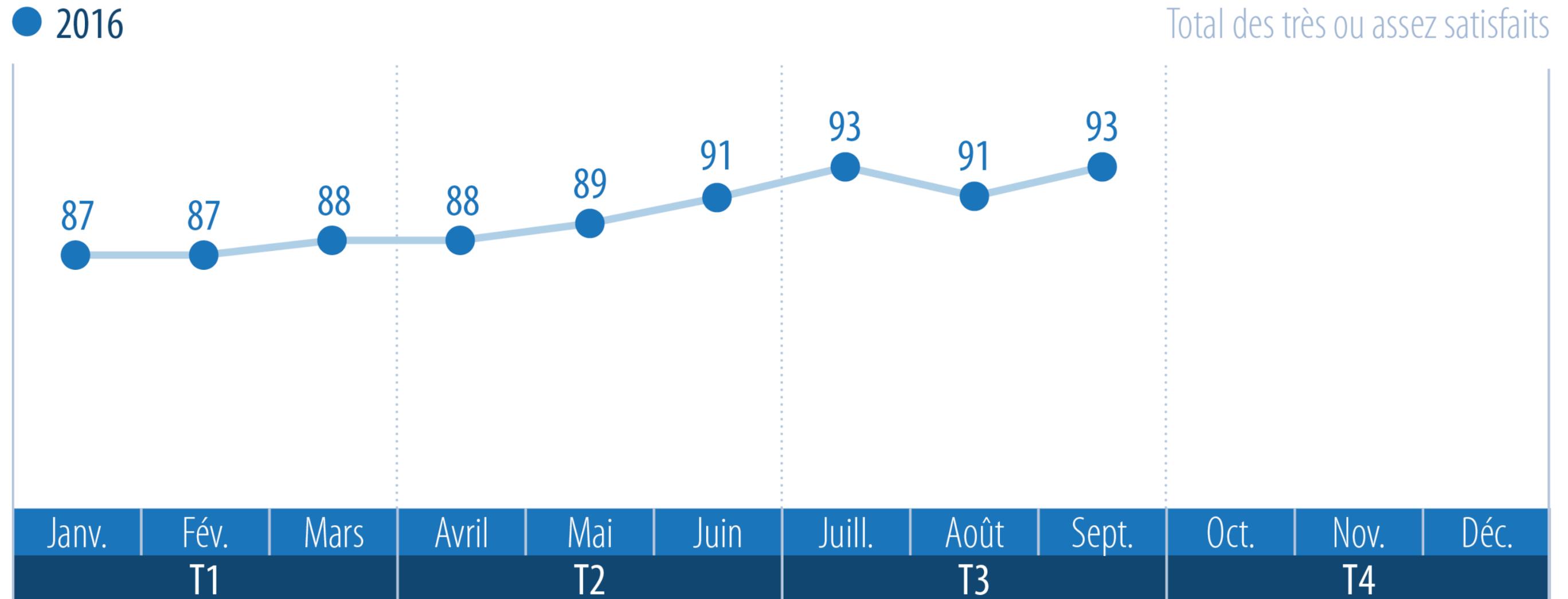
2030

**27 G\$**



# Satisfaction de la population : premiers résultats positifs

## Évolution du taux de satisfaction générale de la population (%)



Source : Sondage Suivi de la satisfaction des clients résidentiels d'Hydro-Québec  
Unité – Prévision et caractérisation, direction – Tarifs et conditions de service

# Retraités | Campagne Centraide 2016

## OBJECTIF 2016 : 705 291 \$

- ✓ La campagne des retraités a compté pour 28 % de notre campagne en 2015
- ✓ Au 14 octobre : 606 774 \$
- ✓ Donateurs au 14 octobre : 2 636 sur 6 165 retraités sollicités
- ✓ Relance postale d'ici fin octobre



**DONNEZ GÉNÉREUSEMENT !**

An aerial photograph of a large dam and reservoir. The dam is a long, curved concrete structure on the right side of the frame. The reservoir is a large body of blue water that fills most of the middle ground. The surrounding landscape is a mix of green forested hills and smaller bodies of water. The sky is a pale blue with some light clouds. The text 'MIEUX FAIRE VOIR GRAND BÂTIR DEMAIN' is overlaid in large white letters on the left side of the image.

**MIEUX FAIRE  
VOIR GRAND  
BÂTIR DEMAIN**