

Le 30 novembre 2015

PAR COURRIER ÉLECTRONIQUE

Stella Leney
Directrice principale – Environnement
et affaires corporatives
20^e étage
75, boulevard René-Lévesque Ouest
Montréal (Québec) H2Z 1A4



N/Référence : C-4945

Objet : Demande en vertu de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* (RLRQ, c. A-2.1) (ci-après *Loi sur l'accès*)

Madame,

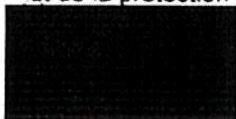
Nous donnons suite à votre courrier électronique du 13 octobre 2015, dans lequel vous nous demandez tous les sondages qu'Hydro-Québec a menés auprès de sa clientèle, incluant leurs résultats, pour l'année 2010.

En réponse à votre demande, nous vous transmettons copie des documents demandés pour lesquels nous avons inclus une liste. Toutefois, nous vous informons que nous avons retiré ou caviardé, le cas échéant, la méthodologie détaillée des firmes de sondage. De plus, quatre sondages ne peuvent vous être remis puisqu'ils contiennent des renseignements de nature commerciale. Au soutien de ces restrictions, nous invoquons les motifs prévus aux articles 21, 22, 23 et 24 de la Loi sur l'accès. Nous joignons en annexe copie des articles invoqués.

Si vous croyez ne pas avoir obtenu satisfaction ou si le délai prescrit n'est pas respecté, vous aurez droit de recours devant la Commission d'accès à l'information, conformément à l'article 135 de la Loi sur l'accès. Vous trouverez en annexe une note explicative sur l'exercice de ce recours.

Nous vous prions d'agréer, Madame, nos salutations distinguées.

La responsable de l'accès aux documents
et de la protection des renseignements personnels,



Stella Leney

p. j.

SONDAGES CLIENTÈLE 2010

C - 4945 Demande d'accès

- Suivi de la qualité des contacts – clientèle -> résidentielle – commerciale
- Indice de la satisfaction de la clientèle résidentielle – Faits saillants 2010
- Indice de satisfaction – Affaires / Commercial / Marché agricole
- Indice de satisfaction – Grands comptes
- Campagne « Efficacité énergétique » vague 2 (Printemps 2010)
- Campagne « Fenêtre/Porte-fenêtre et géothermie » (Printemps 2010)
- Campagne « Efficacité énergétique – Ampoules » (Automne 2010)
- Mesure du bruit médiatique entourant les activités d'Hydro-Québec
- Post-test publicitaire auprès de la clientèle d'affaires concernant l'envoi ciblé de dépliants
- Post-test pour la campagne publicitaire « Emménagement/Déménagement »
- Évolution de la satisfaction générale de la population à l'égard d'Hydro-Québec