



ACTIVITE COMMERCIALE



Usine de l'OCP à Jorf Lasfar

LES VENTES

Détail des ventes en 2002 comparée à 2001
par catégorie de clientèle répartie selon l'activité.

	2001		2002		Evolution	
	Nombre de clients	Ventes en GWh	Nombre de clients	Ventes en GWh	Nombre de clients	Ventes en GWh
DISTRIBUTEURS	11	6 908	11	7 228	0%	5%
INDUSTRIE	23 332	3 161	25 140	3 322	8%	5%
AGRICULTURE	9 405	709	10 653	697	13%	-2%
TERTIAIRE	241 332	706	256 408	753	6%	7%
RESIDENTIEL	1 679 444	1 517	1 853 673	1 666	10%	10%
ADMINISTRATIF	31 832	450	34 713	475	9%	5%
TOTAL ONE	1 985 382	13 451	2 180 628	14 141	10%	5%

En 2002, l'augmentation de la demande a connu un tassement par rapport aux années précédentes puisque cette augmentation n'a été que de 5% alors que la moyenne des cinq dernières années est de 5,6%. L'ONE maintient sa part de marché au niveau de la Distribution.

En effet, les clients directs de l'ONE ont représenté 49% de la demande nationale, le reste étant distribué à travers les Régies Publiques et les Gestionnaires Délégués.

L'analyse de la consommation de la clientèle directe de l'ONE fait ressortir les évolutions suivantes :

CLIENTS ALIMENTÉS EN TRÈS HAUTE ET HAUTE TENSION

Une demande soutenue

Les ventes en volume réalisées avec les clients THT-HT s'élèvent à 2 178,3 GWh, soit une augmentation de près de 4% par rapport à 2001. Ce segment de clientèle qui représente 15,5% de la demande nationale a enregistré deux évé-

nements majeurs :

- la fermeture des Charbonnages du Maroc ;
- le démarrage du nouveau site de SONASID à Jorf Lasfar.

L'évolution de la demande pour les principales activités fut comme suit:

Clients THT - HT

Segments	Part de mardhé	Evolution de la consommation
Chimie	15,3%	-3,8%
Cimenteries	38,1%	4,4%
Mines	31,7%	2,7%
Autres	14,9%	11,7%
Total	100%	3,5%



LES VENTES

Clients MT industriels

Segments	Part de marché	Evolution de la demande
Agro-alimentaire	23,6%	6,1 %
Pompage Eau	19,6%	3,4 %
Textile	14,8%	5,7 %
Matériaux de construction	15,1%	10,0 %
Autres	26,9%	10,6 %
Total	100 %	7,3 %

CLIENTS ALIMENTÉS EN MOYENNE TENSION

Les ventes en volume aux clients MT s'élèvent à 2 324 GWh, soit une augmentation de 3,5% par rapport à 2001.

CLIENTS INDUSTRIELS

Les ventes aux clients industriels MT en hausse de 7,3% concernent essentiellement les secteurs de l'agro-alimentaire, du textile, des matériaux de construction ainsi que le pompage industriel de l'eau.

CLIENTS AGRICOLES

Les ventes aux clients agricoles ONE ont enregistré une baisse en

volume de 2,1% due essentiellement à la baisse de l'activité des ORMVA qui ont connu des restrictions du programme d'irrigation suite à la baisse du niveau d'eau dans les barrages, notamment celui de Douk-kala (-41%) et de Souss-Massa (-18%), et aux fortes précipitations qu'a connues notre pays durant le dernier trimestre de l'année 2002.

CLIENTS TERTIAIRES

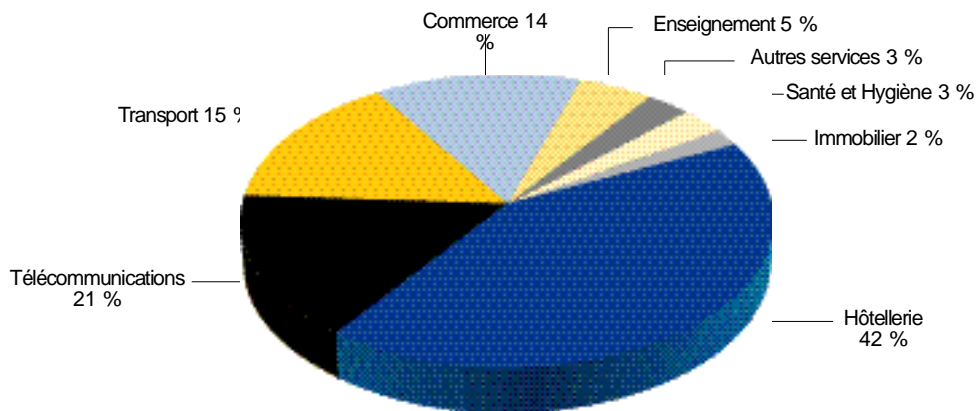
La consommation a évolué de 3,2%, alors que le nombre de clients a augmenté de 16,2% représentant un nombre total de 1 455 clients tertiaires MT.

Le secteur des télécommunications a connu l'accroissement le plus

important correspondant à une augmentation de 16,3% en volume ; il représente actuellement 52% des clients tertiaires et 16% de la consommation totale de ce marché.

Par contre, le segment hôtellerie, malgré une augmentation de 5,4% du nombre de clients, a enregistré une baisse de la consommation (-2,3%), principalement dans les villes d'Agadir et de Marrakech.

Le segment transport connaît aussi une baisse de la consommation (-1,9%).



Répartition de la consommation des clients MT tertiaires.

CLIENTS ALIMENTÉS EN BASSE TENSION

CLIENTS RÉSIDENTIELS

Le marché résidentiel a enregistré une progression de 10% en volume et en nombre par rapport à 2001. Il représente 12% du total des ventes.

CLIENTS PATENTÉS

Les clients patentés ont enregistré une évolution en volume de 5% et de 6% en nombre.

DISTRIBUTEURS

Les clients distributeurs représentent une part de 51% des ventes totales de l'ONE. Leur consommation a progressé globalement de 4,6%.

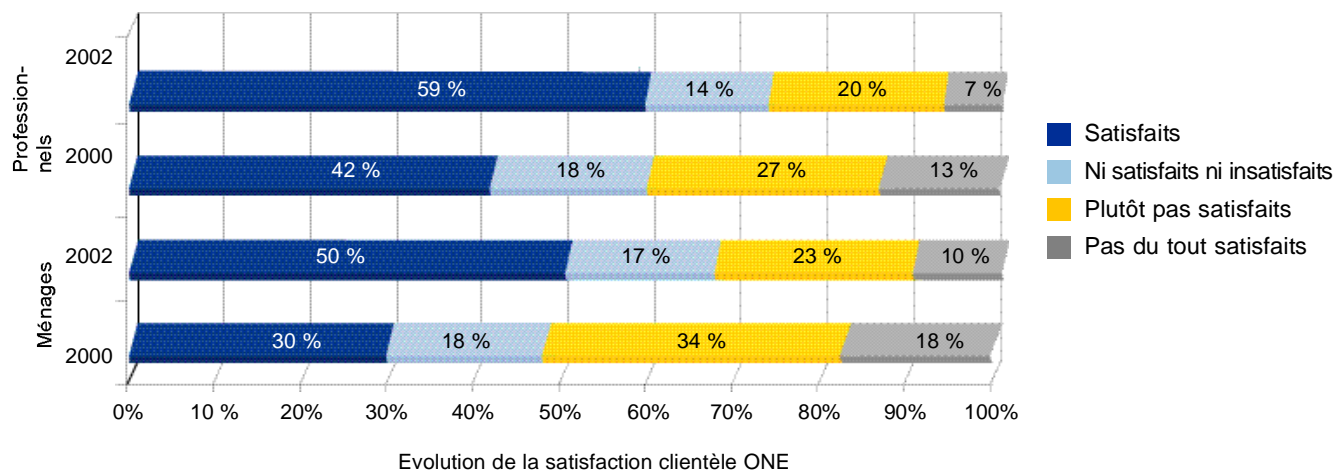
L'évolution de la consommation a été enregistrée essentiellement au niveau de Radeema Marrakech (12,7%), Amendis Tanger (9,2%) et Redal Rabat (7,3%).

Evolution de la consommation des Distributeurs

Distributeurs	Evolution %
LYDEC CASABLANCA	3,2 %
REDAL RABAT	7,3 %
AMENDIS TANGER	9,2 %
AMENDIS TETOUAN	0,1 %
RADEEF FES	2,4 %
RADEEMA MARRAKECH	12,7 %
RADEEM MEKNES	3,5 %
RAK KENITRA	0,9 %
RADEEJ ELJADIDA	5,1 %
RADES SAFI	2,4 %
RADEEL LARACHE	-3,9 %



Pompage industriel de l'eau dans la province d'El Haouz



SERVICE A LA CLIENTELE

L'enquête de satisfaction, un outil pour mieux connaître nos clients et satisfaire leurs attentes.

ENQUÊTE DE SATISFACTION

Taux de satisfaction en nette progression

L'ONE réalise depuis 1995 des enquêtes de satisfaction auprès d'un échantillon d'environ 6000 clients.

Ces enquêtes, sont menées suivant différents axes d'analyse : par division régionale, par critère, par marché et par distributeur.

Réalisées tous les deux ans, les enquêtes de satisfaction de la clientèle permettent de mesurer la qualité de service, d'évaluer la qualité des prestations offertes, mais aussi d'identifier les attentes et besoins des clients et ce afin de cibler les actions d'amélioration.

Ce baromètre permet également de donner aux responsables opérationnels un feed-back sur les résultats des actions entreprises et d'ajuster

leurs actions en matière de qualité de service.

L'enquête réalisée en 2002 a permis de dégager les résultats suivants :

- Le taux de satisfaction global pour les ménages et patentés en 2002 est de 50%, alors qu'il était de 30% lors de l'enquête 2000 ce qui constitue une amélioration notable de 20 points ;
- Le taux de satisfaction global des clients professionnels a pour sa part progressé également de façon sensible puisque ce taux est passé de 42% en 2000 à 59% en 2002 gagnant ainsi 17 points.

La demande d'amélioration exprimée par les clients a porté essentiellement sur :

- la célérité de rétablissement en cas de coupure ;
- le délai et l'efficacité de réponse en cas de réclamation.



Guichet d'Agence Commerciale



Premier client "NOUR" à Khmiss Zemamra



SYSTÈME NOUR

Prépaiement avec compteur électronique et carte à puce

Le développement important de l'électrification rurale (près de 2.000 villages en 2002 soit environ 180.000 foyers), impose la mise en place de nouvelles solutions pour la gestion commerciale de la clientèle rurale.

Le système actuel de gestion, basé sur la relève des index, l'édition et la distribution des factures, s'avère inadapté au milieu rural à cause de la dispersion des foyers et des distances géographiques de plus en plus importantes à couvrir aussi bien pour l'ONE que pour les clients.

Par souci d'améliorer le service offert à sa clientèle rurale, l'ONE a étudié et mis en œuvre en 2002 un système de gestion basé sur une nouvelle technologie à prépaiement utilisant un compteur électronique et une carte à puce. Cette solution, baptisée "NOUR", présente pour le

client rural plusieurs avantages, à savoir :

- lui offrir la possibilité de procéder à l'achat de l'électricité au rythme de ses revenus et en fonction de ses besoins;
- lui permettre de contrôler au préalable sa consommation et de l'adapter à son budget;
- le dispenser des contraintes de gestion actuelle à savoir le déplacement mensuel aux agences de l'ONE pour le paiement des factures, les coupures pour non paiement et éventuellement les résiliations d'abonnement;
- lui offrir plus de proximité grâce à la mise en place d'un réseau de points de ventes pour la recharge des cartes notamment dans les Souks où le client rural a l'habitude de s'approvisionner.

Pour l'ONE, ce système supprime toute la partie relève, facturation, distribution des factures et recouvrement permettant ainsi de réduire le coût de distribution.

Pour maîtriser la mise en œuvre de

NOUR, l'ONE a conduit une expérience pilote en octobre 2002, dans les villages d'Aït Ourir (province d'Al Haouz) et de Khmis Zemamra (province d'El Jadida).

Les premiers résultats ont fait ressortir une grande satisfaction des clients qui se sont appropriés le système et une demande importante des citoyens se trouvant dans les villages mitoyens.



Compteur à prépaiement



SERVICE A LA CLIENTELE

Le Centre d'Assistance à la Clientèle (CAC) a pour objectif, d'améliorer la qualité de contact avec les clients par un meilleur service.

CENTRE D'ASSISTANCE À LA CLIENTÈLE

Une écoute des clients
24h/24h

Opérationnel depuis juin 2002, le Centre d'Assistance à la Clientèle vient renforcer le dispositif d'accueil et d'écoute déjà mis en place par l'Office à travers son large réseau d'agences dans tout le Royaume.

Ainsi le Centre d'Assistance à la Clientèle devra répondre aux demandes d'information générale (tarifs, contacts, procédures d'abonnement, etc.) et fournira les informations relatives aux coupures. Il servira également de recours pour les clients n'ayant pas été satisfaits par les unités régionales, dans la mesure où il enregistrera et suivra les réclamations et doléances des clients.

Le CAC est bâti sur une plateforme logicielle et matérielle des plus performantes avec une architecture utilisant aussi bien la téléphonie qu'in-

Le centre d'assistance à la clientèle de l'ONE

ternet. Des téléopératrices ont été formées sur l'utilisation de ces outils ainsi qu'à l'accueil téléphonique et aux métiers de l'ONE.

Le CAC qui fonctionne 24h/24h est accessible soit via un numéro unique d'accès universel : 082 00 77 77 permettant aux clients de ne supporter que le coût d'une communication locale soit via le site web de l'ONE : www.one.org.ma.

Les études marketing lancées pour la mise en place du CAC ont montré que plus de 60% des clients de l'ONE sont intéressés par ce service.

AUDILEC

Meilleure maîtrise de la consommation d'énergie

Dans le cadre des actions entreprises en matière d'assistance et d'aide aux entreprises nationales, l'ONE a lancé, AUDILEC, un programme d'audit des installations électriques.

Ce programme, qui vise à aider les clients à maîtriser leurs consommations d'énergie, vient s'ajouter aux réductions tarifaires successives consenties en leur faveur depuis 1997 et dont le cumul a atteint jusqu'à 28%.

Chaque action, dans le cadre d'AUDILEC, fait l'objet d'une convention tripartite entre le client, le consultant retenu pour exécuter l'audit et l'ONE. Le client et l'ONE prennent en charge respectivement 55% et 45% du coût de l'audit.

L'audit consiste à analyser les factures d'électricité, les process industriels et les installations électriques

du client afin de repérer les gisements d'économie.

En plus des mesures adoptées en matière de rationalisation des consommations, les entreprises auditées bénéficient d'une formation action de leur personnel.

Depuis janvier 2001, date de la mise en place d'AUDILEC, une phase pilote a été lancée auprès de plusieurs entreprises appartenant à des secteurs variés (textile, agro-alimentaire, mécanique et produits pharmaceutiques).

L'opération a concerné les entreprises raccordées pendant plus de 12 mois au réseau de l'ONE, se trouvant dans la région du centre (Casablanca, Ben Slimane, Khouribga, Settat, Beni Mellal et El Jadida).

Cette opération a permis d'identifier un potentiel de déplacement de 600 kW des heures pleines vers les heures creuses sachant qu'en Moyenne Tension, le prix de vente de l'électricité en heures pleines est



Poste de distribution MT/BT

largement supérieur à celui des heures creuses.

Ainsi les clients audités ont enregistré un gain allant de 5% à 20% sur leurs factures d'électricité.