

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001

**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 3 de SCGM-1, document 1 – Impact des prix du gaz sur la clientèle

**Préambule :**

**Page 4 de 21, lignes 22-24 :**

*« Le tableau suivant présente la progression relative, depuis trois ans, de la portion du gaz de réseau (incluant le gaz de compression) par rapport à la portion transport et distribution sur la facture d'un client résidentiel et commercial type. »*

**Page 5 de 21, lignes 4-5 :**

*« \* Moyenne des prix du gaz de réseau pour la période d'octobre à avril appliquée sur une base annuelle »*

**Questions :**

- 1 a) En date de la préparation de la preuve, quelle était la valeur du gaz naturel sur le marché, pour l'été 2001 et pour un an?
  - 1 b) Expliquer la motivation de SCGM à utiliser les prix "octobre 2000 - avril 2001" et de les appliquer sur une année, plutôt que d'utiliser le prix réel des mois de mai et juin 2001, pour ensuite extrapoler une valeur pour l'été, selon la valeur du marché.
  - 1 c) Quelle aurait été la proportion du gaz dans le tableau si SCGM avait utilisé les prix réels de mai et juin 2001 et son estimé pour le reste de l'été?
- 

**Réponse :**

- a) En date du 12 juin 2001, la valeur sur le marché pour l'été 2001 était de 5,66 \$/GJ et de 5,94 \$/GJ pour la période d'un an.
-

- b) Afin de faire un comparable sur une même base, SCGM a utilisé, pour les années 1998-1999 et 1999-2000, la même période à partir de l'année 2000-2001 (oct. 2000 à avril 2001) compte tenu qu'elle n'était pas complète. De plus, SCGM voulait utiliser les prix réels pour se rapprocher de la réalité.
- c) Pour le résidentiel, la proportion de gaz aurait été de 43 % tandis que pour le CII, cette proportion aurait été de 53 %.

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001

**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 3 de SCGM-1, document 1 – Impact des prix du gaz sur la clientèle

**Préambule :**

**Page 5 de 21, lignes 9-12 :**

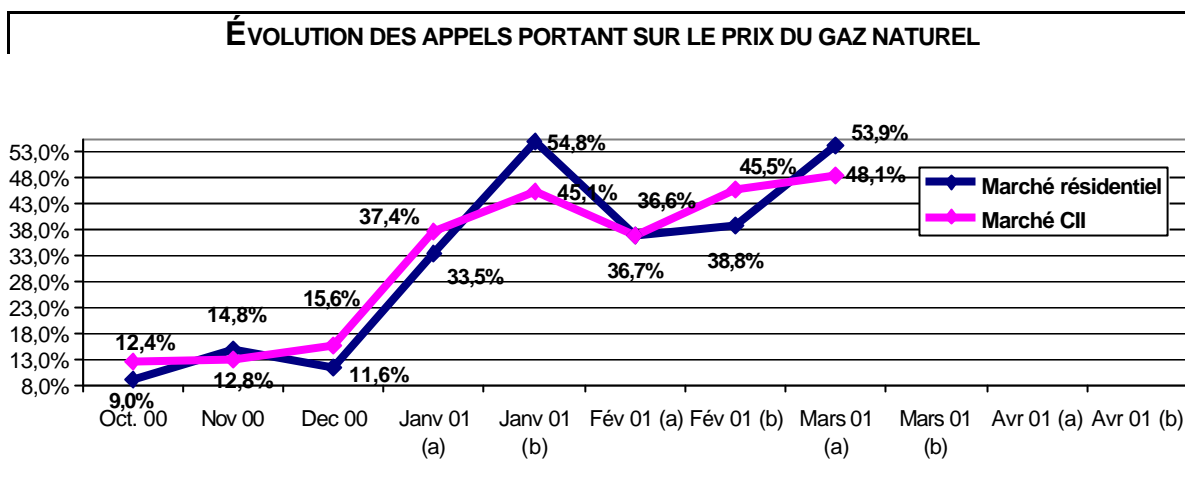
*« D'autre part, en octobre 2000, les appels portant sur le prix du gaz naturel étaient de l'ordre de 9% pour les clients résidentiels et de 12% au niveau commercial tandis qu'ils s'élevaient à 54% et 48% respectivement au mois de mars 2001. »*

**Questions :**

- 2 a) Quelle était la proportion d'appels au service à la clientèle en janvier et février 2001?
- 2 b) Est-ce que SCGM peut identifier séparément les appels traitant strictement de l'augmentation des prix du gaz et les appels liés au communiqué par lequel SCGM annonçait un remboursement résultant de l'ajustement d'inventaire sur une période de trois mois (février, mars et avril) plutôt que sur la période habituelle de 12 mois?
- Si oui, veuillez nous soumettre les données.
  - Si non, peut-on conclure que les appels portant sur le prix du gaz naturel incluaient aussi des appels concernant l'ajustement sur trois mois?
-

Réponse :

2 a)



Note : À partir de janvier, comme le prix de la marchandise augmentait beaucoup, nous avons pris la décision de sonder la clientèle aux 15 jours. Les données sont toutefois disponibles **tous les jours**. La clientèle sondée est constituée d'un échantillon représentatif de celle ayant téléphoné au sujet du prix (code spécifique dans le système téléphonique).

2 b) Non. On peut toutefois penser que les appels liés à l'ajustement de l'inventaire sont inclus dans ceux spécifiques au prix. On ne peut cependant distinguer ces deux types d'appels, le système ne le permettant pas.

Les premières raisons d'appel selon le client sont :

Facture estimée	0,00%	1,20%
Erreur de facturation	1,30%	3,60%
Prix du gaz	53,90%	48,10%
Mode de paiements égaux à la hausse	5,30%	6,00%
Période de facturation	0,00%	0,00%
Solde au compte	4,60%	6,00%
Autres raisons non reliées à la facture	34,90%	35,10%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001

**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 4 de SCGM-1, document 1 – Besoins de la clientèle

**Préambule :**

**page 6 de 21, lignes 17-18 :**

*« Un sondage réalisé en avril 2001 révèle que plus de 30% des clients ont appliqué des mesures permettant d'atténuer les conséquences de l'augmentation des prix du gaz. »*

**Questions :**

- 3 a) Veuillez nous soumettre les questions de ce sondage, la méthodologie (l'échantillonnage, la marge d'erreur, etc).
  - 3 b) Parmi les mesures permettant aux clients d'atténuer les conséquences de l'augmentation des prix du gaz naturel, pouvez vous identifier si certains clients ont fixé leur prix de gaz avec leur fournisseur ou leur courtier?
- 

**Réponse :**

a) La question était :

Toujours au cours de l'hiver que nous venons de passer, avez-vous changé vos habitudes ou entrepris des actions concrètes pour réduire la consommation de GAZ NATUREL dans votre <Type> c'est à dire des choses que vous n'appliquiez pas ou pas autant les hivers précédents?

	<b>Résultats en (%)</b>	
	<u>CII</u>	<u>Résidentiel</u>
A) OUI	33 %	34 %
B) NON	64 %	65 %
C) NSP/NRP	3 %	1 %

---

Voici les détails relatifs à la méthodologie:

**Méthodologie**

La présente étude a été réalisée au moyen d'entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de 1 503 clients de SCGM (voir tableau pour répartition) pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

Les entrevues téléphoniques ont été réalisées par SOM Recherche et Sondages du 13 au 29 avril 2001. Le taux de réponse de l'étude est de 65,6 % et les entrevues ont duré en moyenne 4,31 minutes.

À l'aide des données de la clientèle de SCGM pour les strates visées, l'ensemble des résultats a été pondéré de manière à rendre l'échantillon représentatif de la clientèle SCGM. Finalement, nous obtenons avec les 1 503 clients sondés, un taux d'erreur maximal de  $\pm 2,5$  % et ce, 19 fois sur 20.

**Détail des différentes strates du sondage**

	<b>Nombre interrogé</b>	<b>Nombre total de clients</b>	<b>Marge d'erreur à 95%</b>
<b>TOTAL SONDAGE</b>	<b>1 503</b>	<b>154 884</b>	
<b>Résidentiel</b>	<b>500</b>	<b>107 513</b>	<b><math>\pm 4,4</math> %</b>
<b>CII Total</b>	<b>1 003</b>	<b>47 371</b>	<b><math>\pm 3,1</math> %</b>
1-5 000m <sup>3</sup>	201	12 458	$\pm 6,9$ %
5 001-10 000m <sup>3</sup>	200	7 508	$\pm 6,9$ %
10 001- 36 000m <sup>3</sup>	201	14 188	$\pm 6,9$ %
36 001- 100 000m <sup>3</sup>	201	8 562	$\pm 6,9$ %
100 001m <sup>3</sup> et +	200	4 655	$\pm 6,8$ %

b) Non. Les résultats du sondage ne touchent pas à cet aspect.

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001  
**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 4 de SCGM-01, document 01 – Besoins de la clientèle

**Préambule :**

**page 6 de 21, lignes 25-26 :**

*« Un sondage réalisé en mai 2001 révèle que 55% des clients ont certainement ou probablement l'intention d'adhérer à un prix fixe, pour une période donnée. »*

**Questions :**

- 4 a) Veuillez nous soumettre les questions de ce sondage, la méthodologie (l'échantillonnage, la marge d'erreur, etc).
  - 4 b) Selon les résultats du sondage, pouvez vous identifier si certains clients ont déjà fixé leur prix de gaz avec leur fournisseur ou leur courtier?
- 

**Réponse :**

- a) Voir la réponse SCGM 1, document 1.1.

Voici la méthodologie qui a permis d'effectuer le sondage dans lequel étaient incorporés plusieurs sujets notamment celui concernant le tarif de fourniture à prix fixe. Ce sondage s'adressait aux clients de SCGM :

**Sondage CII :**

**Population visée**

- Dirigeants et décideurs (propriétaires, présidents, vice-présidents, finances, gestion de l'énergie) dont l'entreprise est située sur le réseau et appartient aux segments petit et moyen débits.
  - Comme pour le « suivi notoriété », le territoire géographique visé concerne les régions de
-

Montréal, Québec et Sherbrooke. Les localités suivantes font partie des trois régions en question :

**Montréal :**

- Anjou, Dollard-des-Ormeaux, Dorval, Lachine, LaSalle, Laval, Montréal, Montréal-Est, Montréal-Nord, Montréal Ouest, Outremont, Pierrefonds, Pointe-aux-Trembles, Rivière-des-Prairies, St-Léonard, Verdun, St-Laurent, Ville St-Pierre.

**Québec :**

- Ancienne-Lorette, Beauport, Charlesbourg, Québec, St-Augustin, Ste-Foy, Sillery, Val-Bélair, Valcartier, Deschambault, Donnacona, Loretteville, Notre-Dame-de-Portneuf, Pont Rouge, St-Basile-Sud, St-Gabriel, St-Raymond, St-Romuald, Vanier.

**Sherbrooke :**

- Ascot Corner, Fleurimont, Magog, Rock Forest, Sherbrooke, Bromptonville, Drummondville, Granby, Kingsey Falls, Lennoxville, Notre-Dame-du-Bon-Conseil, Plessisville, Princeville, Victoriaville, Waterloo, Windsor, Warwick.
- Deux grands secteurs économiques ont été considérés :
- **le commercial**<sup>1</sup> (commerce de détail ou de gros);
  - **l'industriel**<sup>2</sup> (avec ou sans procédé(s)).

Un certain nombre d'institutions ont été ajoutées au secteur industriel.

- L'échantillon aléatoire a été obtenu de la firme Dun & Bradstreet, à partir des directives de Créatec+.
- Seules les entreprises de cinq employés et plus<sup>3</sup> ont été incluses dans l'échantillon. Jusqu'à dix appels ont été faits pour rejoindre un répondant.

---

<sup>1</sup> Codes SIC 45 à 59, 60 à 77, 91 à 97.

<sup>2</sup> Codes SIC 10 à 39, 81 à 86.

<sup>3</sup> Basé sur les informations de Dun & Bradstreet au moment de tirer l'échantillon.



### **Plan de recherche**

- Au total, **n = 350** entrevues devaient être complétées et **n = 389** ont été complétées, selon le plan suivant :

	<b>Total</b>	<b>Clients</b>	<b>Non-clients</b>
Visé	<b>350</b>	200	150
Complété	<b>389</b>	202	187

### **Marge d'erreur**

- La marge d'erreur maximale avec un échantillon de cette taille est de  $\pm 5,0 \%$ , 19 fois sur vingt ( $\pm 6,9 \%$  pour les clients et  $\pm 7,2 \%$  pour les non-clients).

### **Questionnaire**

- Sa durée moyenne a été de 10 minutes.

### **Cueillette des données**

- Toutes les entrevues ont été effectuées à partir du centre d'appels de Créatec+ à Montréal, sous « monitoring » continu et supervision constante. Les entrevues ont été conduites **en français ou en anglais**, selon la langue de préférence des répondants.
- Aucune saisie ou codification manuelle n'a été nécessaire, compte tenu que la cueillette a été assistée à l'écran (CATI).
- Les entrevues se sont déroulées du 23 au 31 mai 2001.

### **Taux de réponse**

- Durant cette vague d'enquête,  $n = 1987$  numéros ont été générés dans l'échantillon initial. Avec un taux d'éligibilité de  $48 \%$ ,  $n = 389$  entrevues ont été complétées pour un taux de réponse de  $41 \%$ .

### **Traitement des données**

- Les réponses obtenues à chaque question ont été ventilées selon le type d'entreprise.

### **Pondération**

- Pour rendre les résultats comparables à ceux « suivi notoriété », une pondération fut nécessaire.<sup>4</sup>

## **Sondage Résidentiel**

### **Population visée**

- Les clients résidentiels du Québec.

### **Échantillonnage**

- À partir d'une liste de clients résidentiels fournie par Gaz Métropolitain, Créatec+ a procédé à un échantillonnage entièrement probabiliste.
- Parmi chaque foyer contacté, la personne choisie était celle qui était responsable de la facture énergétique.

### **Questionnaire**

- Le questionnaire a été élaboré par Gaz Métropolitain et retouché par Créatec+. La durée moyenne d'entrevue a été de quatre minutes. Le questionnaire couvrait essentiellement les réactions (intentions d'appeler, d'adhérer) à l'idée de prix fixe sur une période donnée.

### **Marge d'erreur**

- La marge d'erreur maximale avec un échantillon de cette taille est de  $\pm 6,9\%$ , et ce, 19 fois sur vingt.

### **Cueillette des données**

- Les entrevues ont été réalisées à partir du centre d'appels de Créatec+, sous supervision et « monitoring » continu, les 25 et 26 mai 2001, principalement le soir.

### **Taux de réponse**

- À partir de  $n = 499$  initialement tirés, 102 étaient inéligibles et  $n = 201$  entrevues ont été complétées pour un taux de réponse de 51 %. Le taux de réponse a été calculé selon les normes de l'AIRMS.

### **Traitement des données**

---

<sup>4</sup> **Pondération :**  
Ville : Montréal (.88), Québec (.05), Sherbrooke (.07)  
Secteur : Commercial (.81), Industriel (.19)  
Client : Commercial (.48), Industriel (.60)  
Montréal (.50), Québec (.50), Sherbrooke (.50)

- Les données ont été pondérées (sur la base régionale seulement) et croisées par une bannière.

b) Le sondage effectué ne visait pas cet aspect.

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001

**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 5 de SCGM-1, document 1 – Alternatives envisagées pour répondre aux besoins de la clientèle

**Préambule :**

**page 7 de 21, lignes 36-43 :**

*« Une autre alternative envisagée était d'inciter les clients à utiliser les mécanismes existants d'achat direct pour leur permettre de négocier la structure de prix leur convenant directement avec les fournisseurs. Bien que cette alternative existe déjà pour une certaine partie de la clientèle, SCGM ne croit pas qu'elle soit actuellement une option réelle pour l'ensemble de la clientèle en gaz de réseau. Sa compréhension de la dynamique des marchés de fourniture de gaz naturel amène SCGM à constater que les clients des marchés résidentiels, petits commerciaux, petits industriels et institutionnels sont souvent limités dans leur choix d'approvisionnement au gaz de réseau offert par SCGM. »*

**Questions :**

- 5 a) Veuillez identifier combien de clients des marchés résidentiels, petits commerciaux, petits industriels et institutionnels sont actuellement en achat direct, si possible par type de marché, si non, dans l'ensemble. Veuillez également indiquer la représentation en volume pour chacun des type de marché qui sont actuellement en achat direct.
- 5 b) Nous présumons que pour inciter les clients à utiliser les mécanismes existants d'achat direct, SCGM fournit une liste de ces fournisseurs et des courtiers actifs dans le marché québécois. Si tel est le cas, veuillez fournir cette liste.
-

**Réponse :**

5 a) Voir le tableau ci-dessous qui comprend le nombre de clients en achats directs par tarif.

	Tarif 1	Tarif 3	Tarif M	Total
Nombre de clients	1 482	82	177	1 741
Quantités annuelles (GJ)	6 701 422	2 542 412	6 975 601	16 219 435

5 b) La liste présentement utilisée par SCGM est annexée à la présente.

LISTE DES FOURNISSEURS, AGENTS ET COURTIER

<u>Fournisseurs</u>	<u>Provinces</u>	<u>Téléphones</u>	<u>Contacts</u>	<u>Télécopieurs</u>
BP CANADA ENERGY CORP.	ALBERTA	1(403)233-5604	STEVE ACKER	1(403)233-5611
CORAL ENERGY CANADA, INC.	ALBERTA	1(403)216-3535 1(403)216-3527	GARY BLACK MONA KADRI	1(403)216-3602 1(403)216-3602
	ONTARIO	(519)886-1250	RICHARD SCHURR	(519)885-8060
DIRECT ENERGY MARKETING LTD	ONTARIO	1(416)221-4441	MURRAY YOUNG	1(416)250-2980
DUKE ENERGY MARKETING LIMITED PARTNERSHIP	QUEBEC	(450)677-0100 (450)677-0100	MARIE-JOSE NOEL PIERRE LACROIX	(450)677-0004 (450)677-0004
DYNEGY CANADA MARKETING AND TRADE, A DIVISION OF DYNEGY CANADA INC.	ALBERTA	1(403)213-6028 1(403)213-6242	KATHERINE WREN SEAN MCCRADY	1(403)213-6153 1(403)213-6153
	ONTARIO	1(800)668-8061	MRS. MARCIA KALL	1(905)469-0200
	QUEBEC	(514)876-9850	MARIO LAROCQUE	(514)876-9852
ENGAGE ENERGY CANADA L.P.	ONTARIO	1(905)542-8484 1(905)542-8484	ANDREW WALL JASON HOWE	1(905)542-7715 1(905)542-7715
ENRON CANADA CORP.	ONTARIO	1(905)270-7866 1(905)821-4116	JOHN J. LAVORATO MR. KARY O'NEILL	1(905)270-8826 1(905)821-3870
HUSKY OIL OPERATIONS LIMITED	ALBERTA	1(403)750-1400	C.M. (CHUCK) BAUMGART	1(403)750-1811
IMPERIAL OIL RESOURCES	ALBERTA	1(403)237-3234	ROSA MCDONALD	1(403)232-5870
NEXEN MARKETING	ALBERTA	1(403)699-4111 1(403)699-4090 1(403)260-3432 1(403)699-4070	JANICE WENARCHUK MERRYL SCHMITT Mitch Zumwalt TREVOR NICOL	1(403)699-5752 1(403)699-5752 1(403)699-5752 1(403)699-5752
POCO PETROLEUMS LTD	ALBERTA			
PREMSTAR ENERGY CANADA LTD.	ONTARIO	1(519)436-1420	Mr. Mike Kilby	1(519)436-1574

LISTE DES FOURNISSEURS, AGENTS ET COURTIER

<u>Fournisseurs</u>	<u>Provinces</u>	<u>Téléphones</u>	<u>Contacts</u>	<u>Télécopieurs</u>
RESOURCES ENERGY MGMT. CORP.	ONTARIO	1 (877) 313-6384 1 (819) 843-6725	HELENE GIGNAC	1 (416) 961-1010
SUNCOR INC.	ALBERTA	1 (403) 269-8629	TAB CUTHILL	1 (403) 269-6201
TALISMAN ENERGY INC.	ALBERTA	1 (403) 237-1126	JIM SLOAN	1 (403) 237-1078
TRANSCANADA GAS SERVICES, DIV. OF TRANSCANADA ENERGY LTD	QUEBEC	(514) 251-0979	CAROLE DUPUIS	(514) 251-0046
TXU ENERGY TRADING CANADA LIMITED	ALBERTA	1 (214) 875-9829	VERONICA ESPARZA	1 (214) 875-9056
<u>Agents, Courtiers</u>	<u>Provinces</u>	<u>Téléphones</u>	<u>Contacts</u>	<u>Télécopieurs</u>
A.E. SHARP LIMITED	ONTARIO	(416) 733-5648 1 (416) 733-5644	KEN HARRISON TOM WOODWARD	1 (416) 733-0650 1 (416) 733-0650
COMSATEC INC	ONTARIO	(514) 336-1848 1 (705) 752-4342	HAROLD JOFFRE JO ANNE HAMBLY RAYMOND DROUIN	(514) 336-6008 1 (705) 752-4800
DUKESOLUTIONS CANADA INC	ONTARIO	1 (416) 512-7700	MS. YVETTE LIZOTTE	1 (416) 218-2288
ECNG INC.	ONTARIO	1 (905) 825-8877	BILL SMEE	1 (905) 825-1066
	QUEBEC	(450) 443-0011 (450) 443-0011	PIERRE MANDEVILLE SUZANNE PERRAULT	(450) 443-0056 (450) 443-0056
ENERGIES COMFORM INC. (ROLE CONSEIL)	QUEBEC	(514) 816-5900	LUCIE GERVAIS	(450) 652-7029
ENERGISTICS GROUP INC.	ONTARIO	1 (519) 351-2104	DAVID SHAW	1 (519) 351-2146
ENERGY ADVANTAGE INC.	ONTARIO	1 (905) 337-2205 1 (905) 337-2205	BLAIR NICKERSON RICH THODE	1 (905) 337-2209 1 (905) 337-2209

LISTE DES FOURNISSEURS, AGENTS ET COURTIER

<u>Agents, Courtiers</u>	<u>Provinces</u>	<u>Téléphones</u>	<u>Contacts</u>	<u>Télécopieurs</u>
GESTION D'ENERGIE DARCHE INC. (ROLE CONSEIL)	QUEBEC	(450) 435-1398	PIERRE J. DARCHE	(450) 435-0799
GIGACON INC.	QUÉBEC	(450) 443-6522	M. MICHEL LIA	(450) 443-9075
KIMBALL RESOURCES, INC	TEXAS	1 (713) 783-7723	M. DOUG MELIS	
OPTEC ENERGIE-SERVICES INC. (ROLE CONSEIL)	QUEBEC	(514) 875-7500	GERARD FORGET	(514) 875-7505

Les fournisseurs, agents et consultants mentionnés sur cette liste ont démontré l'intérêt d'approvisionner la clientèle du Québec en gaz naturel. Les noms inscrits sur cette liste sont fournis à titre d'information seulement. Cette liste peut s'avérer incomplète.

Produit par Gaz Métropolitain  
 Approvisionnement Gazier/Gas Supply  
 Date : 2001/07/06



**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001  
**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 5 de SCGM-1, document 1 – Alternatives envisagées pour répondre aux besoins de la clientèle

**Préambule :**

**page 8 de 21, lignes 4-12 :**

*« ... la perception de SCGM est à l'effet que la constitution d'un regroupement dans le but d'offrir un prix fixe est ardue pour le courtier. SCGM constate que la majorité des clients qui constituent les marchés résidentiels et CII ne pourraient techniquement, sur une base individuelle, limiter leur sensibilité face à la fluctuation des prix du gaz naturel en fixant à un prix donné leur approvisionnement en gaz auprès d'un autre fournisseur que SCGM. Cette alternative, bien que disponible pour une certaine portion de la clientèle, ne semble pas être disponible pour l'ensemble de la clientèle. Il va sans dire que SCGM n'a nullement l'intention de faire compétition aux fournisseurs de gaz naturel actuellement présents dans le marché mais de combler un besoin réel d'une certaine portion de la clientèle. »*

**Questions :**

- 6 a) Existe-t-il actuellement dans la franchise de SCGM, des regroupements de clients pour lesquels des contrats d'achat de gaz naturel sont administrés par des agents dans le marché.
- 6 b) Dans l'affirmative, pouvez-vous nous indiquer si ces clients bénéficient de prix fixes pour des périodes déterminées ou si ces même clients n'ont qu'un accès limité à des prix variables sur le marché.
- 6 c) Pouvez-vous nous indiquer si, en Ontario, les clients qui constituent les marchés résidentiels et CII ont accès à des prix fixes par des intervenants du marché, autre que les distributeurs?
- 6 d) Indiquez si des distributeurs ontariens offrent des prix fixes à leurs clients des marchés résidentiels, petits commerciaux, petits industriels et institutionnels, pour des termes spécifiques de 12 mois ou plus?

---

**Réponse :**

---

- 6 a) Oui
- 6 b) Voir SCGM-1, document 1.13
- 6 c) Certains courtiers ontariens offrent des prix fixes aux clients résidentiels et commerciaux. Le site Internet [www.energyshop.com](http://www.energyshop.com) regroupe les offres de six courtiers s'adressant au marché résidentiel. En date du 4 juillet, ces offres sont pour des durées de 1 an, 3 ans, 4 ans et 5 ans à des prix variant de 26,1 ¢/m<sup>3</sup> à 32,9 ¢/m<sup>3</sup> (6,92 à 8,72 \$/GJ).

On doit cependant préciser que le marché ontarien est beaucoup plus vaste que le marché québécois. En effet, les deux distributeurs ontariens ont un nombre de clients combinés d'approximativement 2,6 millions. Ce marché, en nombre de clients, représente environ 17 fois le marché québécois. Il nous apparaît donc plus aisé pour un courtier d'obtenir la masse critique requise pour fixer des prix sur les marchés.

- 6 d) Nos informations sont à l'effet que les deux distributeurs ontariens n'offrent pas l'option de prix fixe mais seulement l'option du prix variable.

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001  
**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 7 de SCGM-1, document 1 – Proposition

**Préambule :**

**page 9 de 21, lignes 17-20 :**

*« Ainsi, SCGM permettra à tout client qui en fait la demande d'obtenir un approvisionnement de son gaz de réseau à un prix fixe pour une durée déterminée en fonction de la disponibilité d'un tel bloc de gaz acheté par SCGM selon les dispositions et règles de sa politique approuvée des dérivatifs financiers. »*

**Questions :**

- 7 a) Sera-t-il possible pour un client d'obtenir un prix fixe pour une période inférieure à 12 mois, dans la mesure que SCGM détient un bloc correspondant aux mêmes critères.
  - 7 b) Veuillez clarifier quelle sera la politique de SCGM, si toutefois un client lui demande de fixer le prix de son gaz, pour une période précise, à des prix qui ne se retrouvent pas dans les blocs pour lesquels SCGM offre des positions de prix fixe (dans une fenêtre de 2 mois), mais que certains de ces blocs font déjà partie du groupe réservé au gaz de réseau à prix variable.
- 

**Réponse :**

- a) Voir la réponse SCGM-1, document 1.14.
- b) Le client devra choisir parmi les blocs disponibles.

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001

**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 8 de SCGM-01, document 01 – Modalités applicables à l'option de fourniture à prix fixe auprès de la clientèle

**Préambule :**

**page 10 de 21, lignes 5-6 :**

*« Le client pourra s'informer auprès du service à la clientèle afin de connaître la disponibilité d'un tel produit. »*

**Questions :**

- 8 a) Veuillez préciser quelle sera la procédure de mise en offre des blocs de gaz à prix fixe et comment en seront avisés les clients.
  - 8 b) SCGM entend-t-elle aviser les clients des prévisions et tendances du marché au moment où elle offrira les blocs de gaz à prix fixes? Le cas échéant, de quelle façon ? (téléphone, télécopieur, courrier électronique, etc.).
  - 8 c) Comment SCGM entend-t-elle attribuer les blocs de gaz à prix fixe pour deux demandes simultanées (exemple: même date, même heure, sur 2 télécopieurs différents)?
- 

**Réponse :**

- a) Voir la réponse 2.2 du document SCGM-1, document 1.14.
  - b) Voir la réponse 3.2 du document SCGM-1, document 1.25.
  - c) Advenant la situation où 2 contrats seraient conclus simultanément, SCGM tenterait d'accommoder et de faire les efforts nécessaires pour satisfaire la demande de ces clients. En fait, ce serait un grand hasard que deux demandes soient parfaitement simultanées et qu'elles surviennent, de plus, au moment même où les blocs se sont épuisés.
-

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001

**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 8 de SCGM-01, document 01 – Modalités applicables à l'option de fourniture à prix fixe auprès de la clientèle

**Préambule :**

**page 10 de 21, lignes 28-29 :**

*« ... celui-ci (le client) sera responsable d'évaluer le niveau de risque qu'il est prêt à assumer en s'engageant dans l'une ou l'autre des alternatives. »*

**page 10 de 21, lignes 31-34 :**

*« Cette option du tarif de fourniture ne sera pas transférable, c'est-à-dire que les clients qui déménageront et qui avaient choisi de souscrire à cette option ne pourront la transférer à leur nouvelle adresse ni à un nouveau client à l'ancienne adresse de service. Tout client pourra toujours s'informer auprès de SCGM pour connaître la disponibilité de nouvelles offres de gaz à prix fixe. »*

**Questions :**

- 9 a) Comment conciliez-vous la notion que le client devra "assumer" un niveau de risque à laquelle vous référez aux lignes 28-29, avec la facilité apparente aux lignes 31-34 de se départir de ses engagements simplement en déménageant.
  - 9 b) SCGM entend-t-elle limiter l'accès à ce service aux propriétaires d'immeubles et non aux locataires qui pourraient facilement envisager se prévaloir de prix alléchant en cours d'hiver pour se voir libérés de leurs engagements au 1er juillet suivant, simplement en changeant d'adresse?
  - 9 c) SCGM a-t-elle déterminée une ligne directrice pour les clients résidentiels et CII qui ont accès à plus d'une source d'énergie? SCGM a-t-elle évalué la probabilité que ces clients profitent également des avantages d'un prix pondéré en hiver, pour ensuite changer de source d'énergie dès le printemps?
  - 9 d) Qui prendra le risque financier pour l'ensemble des clients qui se seront dégagés de leurs engagements aussi facilement?
-

**Réponse :**

- a) Pour SCGM, le niveau de risque est attribuable au choix que le client aura effectué et est indépendant du phénomène relié au déménagement. Il est peu probable qu'un client déménage seulement pour « se sortir » d'un prix fixe.
- b) Non. Il faut mettre en perspective que les besoins des clients sont d'obtenir une stabilité des prix. De plus, advenant que le locataire s'engage dans une telle avenue, celui-ci devra encourir des dépenses et des efforts qui pourraient s'avérer plus élevés que les « économies » engendrées par un tel geste.
- c) La compréhension de SCGM est que cette clientèle ne désire pas s'engager dans ce type de programme. Cette clientèle va plutôt suivre de près les variations de prix et opter pour les opportunités à court terme compte tenu de la flexibilité qu'ils se sont donnée.
- d) Les blocs de tarif de fourniture à prix fixe sont issus de la politique des dérivatifs financiers, laquelle vise une gestion optimale du gaz de réseau. Or, les volumes associés au déménagement ainsi que les prix y afférant vont bénéficier à l'ensemble de la clientèle puisque ceux-ci proviennent des transactions citées précédemment.

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001  
**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 9 de SCGM-01, document 01 – Impact sur la gestion du gaz de réseau

**Préambule :**

**page 10 de 21, lignes 43-46 (Règles de facturation) :**

*« Puisque SCGM désire offrir une option à prix fixe à ses clients, il lui faut simplifier, dans la mesure du possible, les règles de facturation de ce service. SCGM propose donc que le client soit facturé selon l'option de prix fixe pour une période déterminée, sans qu'il y ait de calcul de déséquilibres volumétriques annuels. »*

**page 10 de 21, lignes 43-46 (Règles de facturation) :**

*« Les volumes non consommés par les clients de l'option à prix fixe du gaz de réseau demeureront quant à eux des volumes acquis pour les fins de l'option à prix variable mensuellement du gaz de réseau. »*

**Questions :**

10 a) Pouvons-nous conclure que les clients du gaz de réseau ayant l'option de prix variable assumeront tous les coûts qui résultent des écarts financiers liés aux déséquilibres volumétriques annuels des clients du gaz de réseau ayant l'option de prix fixe?

---

**Réponse :**

Les déséquilibres volumétriques annuels des clients en gaz de réseau fixe seront effectivement transférés au gaz de réseau variable. L'impact positif ou négatif de ce transfert dépendra de la différence positive ou négative entre le prix fixé et le prix du gaz sur le marché au moment du transfert.

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001  
**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 9 de SCGM-01, document 01 – Impact sur la gestion du gaz de réseau

**Préambule :**

**Page 11 de 21, lignes 25-27, ... 29-33 (Écarts accumulés entre les prix projetés et les prix effectivement payés) :**

*« Dans le but de garder ce nouveau service simple pour le client et le distributeur, SCGM propose de ne pas créditer ou débiter, selon le cas, les écarts accumulés entre les prix projetés et les prix payés, à la clientèle ayant choisi l'option à prix fixe. ...  
... Une fois le terme de l'option à prix fixe écoulé, les clients qui retourneront à l'option de prix variable du gaz de réseau seront à nouveau facturés en fonction de cette option et subiront ou bénéficieront, selon le cas, des écarts entre les prix projetés et les prix effectivement payés (du gaz de réseau) qui auront été accumulés (par SCGM) lors de la période pendant laquelle ils étaient au tarif de fourniture à prix fixe. »*

**Questions :**

- 10 e) Quel sera le traitement pour un client qui après avoir bénéficié d'un prix fixe au gaz de réseau pour une période donnée, choisit le mécanisme d'achats directs. Aura-t-il la surprise d'un ajustement rétroactif pour le solde en inventaire et l'ajustement d'inventaire accumulés avant qu'il ne se soit prévalu de l'option de prix fixe?
- 10 f) Ce traitement pour les clients au gaz de réseau (prix variable) qui optent pour l'option de prix fixe de SCGM diffère-t-il du traitement d'un client au gaz de réseau (prix variable) qui choisit de s'approvisionner d'un fournisseur autre que SCGM, avec ou sans intervention d'un courtier?
-



**Réponse :**

- 10 e) Un client qui, après avoir bénéficié du gaz de réseau à prix fixe, déciderait d'aller en achat direct n'aurait aucune «surprise» et se verrait traiter comme tout client qui migre du gaz de réseau vers l'achat direct. Un client qui choisirait le service d'achat-revente se verrait facturer l'ajustement d'inventaire comme les autres clients en achat-revente et un client qui choisirait le service de livraison se verra facturer, le cas échéant, le gaz détenu en inventaire pour lui comme tout client qui quitte le gaz de réseau pour le service de livraison.
- 10 f) Non, la seule différence est qu'un client en gaz de réseau à prix fixe ne pourra pas migrer vers le service d'un autre fournisseur avant l'échéance de son contrat.

**RÉPONSE DE SCGM À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENT**

**Origine :** Demande de renseignement en date du 28 juin 2001

**Demandeur :** FCEI/ACAGNEQ

---

**Référence :** Section 9 de SCGM-01, document 01 – Impact sur la gestion du gaz de réseau

**Préambule :**

**Page 12 de 21, lignes 12-15 :**

*« La politique actuelle d'utilisation des dérivatifs financiers permet de fixer 66% des volumes de gaz de réseau sur une période de 0 à 12 mois, 45% des volumes sur une période de 13 à 24 mois et 31% sur une période de 25 à 36 mois. »*

**Questions :**

10 g) Arrive-t-il parfois que SCGM fixe des prix pour des périodes qui ne sont pas des multiples de 12 mois? Dans l'affirmative, SCGM envisage-t-elle offrir des blocs à prix fixe pour des périodes qui ne sont pas des multiples de 12 mois?

---

**Réponse :**

Voir la réponse SCGM-1, document 1.14, réponse 2.6.