

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30

SOCIÉTÉ EN COMMANDITE GAZ MÉTROPOLITAIN

**CAUSE TARIFAIRE 2002
R-3463-2001**

**RECONDUCTION DES PROGRAMMES
DE FLEXIBILITÉ TARIFAIRE**

1 **PROPOSITION SUR DES PROGRAMMES COMMERCIAUX**

2
3 **Programmes de flexibilité tarifaire mazout et bi-énergie**

4
5 SCGM demande à la Régie de reconduire, pour la période se terminant le 30 septembre
6 2003, les programmes de flexibilité tarifaire mazout et bi-énergie pour les tarifs 1, 3 et M.

7
8 Depuis 1995, SCGM a utilisé ces programmes qui ont fait l'objet d'un suivi périodique à la
9 Régie.

10
11 Le tableau suivant résume les résultats depuis l'instauration de ces programmes :

12

	VOLUMES PRÉSERVÉS			
ANNÉES	MAZOUT (m ³)	BI-ÉNERGIE (m ³)	REVENUS T/D PRÉSERVÉS (\$)	MONTANT RABAIS CONSENTIS (\$)
1995	22 209 399	210 091	3 600 000	797 649
1996		3 258 929	599 617	179 503
1997		15 970 042	2 785 788	854 102
1998		682 576	135 042	15 715
1999	11 578 933	2 024 613	2 148 386	494 250
2000	2 301 409	4 288 250	1 158 283	466 567
2001 (projection)	1 636 037	9 742 359	2 119 728	1 476 733
TOTAL	37 725 778	36 176 860	12 546 844	4 268 142
	(1,33 BCF)	(1,27 BCF)		

13
14 Ce tableau démontre que SCGM a pu préserver 2,60 bcf depuis l'existence de ces
15 programmes. Près de 34 % de rabais (4 268 142 \$ / 12 546 844 \$) ont été alloués afin de
16 préserver des revenus de transport et de distribution (T/D) de 12,5 M\$. Ce pourcentage
17 s'avère de beaucoup inférieur au maximum de 85 % autorisé par la Régie dans sa décision
18 D-94-52.

1 Le ratio projeté est quant à lui en hausse avec un pourcentage de 69 %, ce ratio dénote une
2 plus grande difficulté de maintien de la clientèle.

3

4 Depuis leur instauration, ces programmes ont permis de prévenir une perte de volumes et
5 de revenus T/D ainsi que la hausse tarifaire qui en résulterait auprès de l'ensemble de la
6 clientèle.

7

8 SCGM a démontré que la gestion de ces programmes a été à l'avantage de la clientèle.

9 D'une part, ces programmes comportent des formules normées qui permettent de contrer la
10 concurrence sans octroyer de rabais de façon discriminatoire. D'autre part, un suivi
11 trimestriel est présenté à la Régie afin de l'informer des sommes octroyées ainsi que des
12 volumes et revenus T/D préservés.

13

14 SCGM est d'avis que ces programmes constituent des outils marketing profitables puisqu'ils
15 peuvent être utilisés selon les besoins pour réagir face à la concurrence dans le marché.

16 D'ailleurs, la Régie a accepté de renouveler annuellement les demandes de flexibilité tarifaire
17 depuis 1995. SCGM considère important que ces programmes soient disponibles en tout
18 temps auprès de sa force de vente. SCGM a tout intérêt à continuer de gérer efficacement
19 ces programmes puisque les rabais consentis sont ajoutés, en totalité, au coût de service
20 de l'année au cours de laquelle ils ont été accordés.

21

22 En conséquence, SCGM demande à la Régie que ces programmes soient disponibles pour
23 la période se terminant le 30 septembre 2003.