

SOCIÉTÉ EN COMMANDITE GAZ MÉTROPOLITAIN

CAUSE TARIFAIRE 2000
R-3426-99

PREUVE EN CHEF SUR LE :
DÉVELOPPEMENT DES VENTES

TÉMOINS :

ANDRÉ BOULANGER
GUYLAINE LEHOUX
JOHANNE PAQUIN

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	Page 3
Orientations et stratégies marketing.....	Page 4
Hypothèses économiques et énergétiques	Page 5
Développement des réseaux	Page 6
Nouvelles ventes et livraisons de gaz naturel	
Introduction.....	Page 7
Ventes - Partenariat	Page 8
Ventes Grandes entreprises.....	Page 12
Ventes – Partenariat et Ventes Grandes entreprises.....	Page 20
Développement du marché résidentiel	Page 22
Suivi - Plan en efficacité énergétique.....	Page 24

1 **INTRODUCTION**

2

3 Ce document présente les principales orientations marketing qui nous permettront de réaliser nos
4 objectifs de vente et de maintien de clientèle au cours de la prochaine année, compte tenu des
5 hypothèses économiques et énergétiques et de la situation concurrentielle dans lesquelles devra
6 évoluer la Société en commandite Gaz Métropolitain (la SCGM). Plus spécifiquement, nous
7 vous présenterons les objectifs de la SCGM en termes de nouvelles ventes et de livraison de gaz
8 naturel pour l'année 1999-2000.

9

10 Ce témoignage comporte également une demande à la Régie de rendre permanent le programme
11 de flexibilité tarifaire – mazout pour les tarifs 1, 3 et M ainsi que celui de la bi-énergie. Nous
12 croyons que la gestion administrative de ces programmes serait mieux adaptée à nos besoins en
13 rendant le programme de flexibilité tarifaire permanent. D'ailleurs, la Régie est à même de juger
14 de l'aspect raisonnable des sommes engagées en consultant les rapports de suivis envoyés
15 périodiquement.

1 **ORIENTATIONS ET STRATÉGIES MARKETING**

2
3 Le développement et la mise en place des stratégies marketing sont principalement gouvernés par
4 les hypothèses économiques et énergétiques dans lesquelles la SCGM doit évoluer d'une part,
5 mais également par une situation concurrentielle dont elle doit tenir compte, tant au chapitre du
6 maintien de sa clientèle qu'à celui du développement de nouveaux marchés. Ainsi, la SCGM
7 déploiera de nombreux efforts dans l'identification, le développement et la mise en place d'outils
8 marketing nécessaires au maintien de sa clientèle et au développement de toutes les niches de
9 marché rentables.

10
11 Parmi les stratégies qu'elle compte mettre en place en 1999-2000, certaines concernent plus
12 particulièrement la rétention des volumes à risque, l'ajout de volumes existants ainsi que
13 l'accélération du développement des marchés sur réseau. La poursuite du concept d'offres
14 globales de produits et services sera accentuée de façon à rencontrer davantage les besoins de la
15 clientèle actuelle et potentielle. La SCGM compte également intensifier sa présence dans le
16 marché résidentiel, principalement dans le développement de la nouvelle construction
17 domiciliaire et dans la densification de son réseau gazier, tout en travaillant à rentabiliser les
18 extensions de réseau.

19
20 Par ailleurs, bien que la réputation de la SCGM soit bien établie et que son expertise dans le
21 domaine de la distribution du gaz naturel soit une référence obligée, de nombreux aspects de ses
22 activités sont encore méconnus. Ainsi, l'élaboration des stratégies de communication devra-t-elle
23 permettre d'appuyer les objectifs de la SCGM et traduire dans l'action la volonté de cette dernière
24 de continuer à se développer et à offrir davantage à sa clientèle. Pour l'essentiel, les
25 communications seront principalement mises à contribution dans l'amélioration de la notoriété de
26 la SCGM auprès de tous ses intervenants, dans la génération de retombées positives et
27 quantifiables en termes de maintien et de nouvelles ventes, dans la promotion des nombreux
28 attributs reliés à l'utilisation du gaz naturel, de technologies performantes et d'équipements
29 périphériques nécessaires à l'ensemble des marchés visés.
30

HYPOTHÈSES ÉCONOMIQUES ET ÉNERGÉTIQUES

TABLEAU 1

Hypothèses économiques	
	1999-2000
PIB Canada ⁽¹⁾	2,5 %
PIB Québec ⁽²⁾	2,5 %
Inflation Canada ⁽³⁾	1,7 %
Inflation Québec ⁽⁴⁾	1,7 %
Taux de change (\$ US/\$ Can) ⁽⁵⁾	0,69
Taux d'intérêt (Bons du trésor 90 jours) ⁽⁶⁾	5,0 %
Taux d'intérêt (Obligations 10 ans) ⁽⁷⁾	5,7 %

(1) Référence : Consensus Forecasts, août 1999.

(2) Hypothèse : croissance du PIB québécois équivalente à la croissance canadienne.

(3) Référence : Consensus Forecasts, août 1999.

(4) Hypothèse : inflation québécoise équivalente à l'inflation canadienne.

(5) Référence : Consensus Forecasts, août 1999.

(6) Référence, Consensus Forecasts, août 1999.

(7) Référence, Consensus Forecasts, août 1999.

TABLEAU 2

Hypothèses énergétiques	
	1999-2000
WTI (\$ US /baril) ⁽¹⁾	19,00
Mazout lourd, Bulk à Montréal (\$ Can /baril) ⁽²⁾	
‣ 1,5 % soufre	24,80
‣ 2,0 % soufre	23,40
Mazout léger, Rack à Montréal (¢ Can/litre) ⁽³⁾	22,00
Gaz naturel à Empress (\$ Can /GJ) ⁽⁴⁾	3,10

(1) Consensus se dégageant d'une analyse des prévisions fondamentales effectuées par différents organismes canadiens et internationaux, disponibles en septembre 1999 ainsi que des SWAPS affichés sur les marchés financiers en septembre 1999 pour la période de novembre 1999 à octobre 2000 (voir annexe 1).

(2) Établies en fonction des ratios historiques des prix du mazout lourd à Montréal par rapport au prix du pétrole brut.

(3) Établie en fonction des ratios historiques des prix du mazout léger à Montréal par rapport au prix du pétrole brut.

(4) Consensus se dégageant d'une analyse des prévisions fondamentales effectuées par différents organismes canadiens et internationaux, disponibles en septembre 1999 ainsi que des SWAPS affichés sur les marchés financiers en septembre 1999 pour la période de novembre 1999 à octobre 2000 (voir annexe 1).

1 **DÉVELOPPEMENT DES RÉSEAUX**

2
3 **Budget de base et projets subventionnés**

4
5 La prévision de la SCGM, en ce qui a trait au développement de réseaux, s'établit à 0,60 Bcf de
6 nouvelles ventes pour l'année 1999/2000, pour des investissements de 8,1 millions de dollars
7 totalisant 55 kilomètres de conduites.

8
9 À cela s'ajoutent des investissements de l'ordre de 6,0 millions de dollars qui requièrent
10 l'utilisation de subventions de 2,7 millions de dollars. Un solde de 1,2 million de subvention,
11 provenant de l'entente conclue l'année dernière avec le gouvernement du Québec, et un montant
12 de 1,5 million de dollars, provenant d'une entente sur le point d'être conclue, devraient permettre
13 la réalisation de ces investissements. Ceux-ci permettront l'installation de 62 kilomètres de
14 conduites pour des nouvelles ventes de 0,21 Bcf par an. Ces investissements sont inclus au plan
15 de développement de la présente cause.

16
17 **Budget de développement**

18
19 Dans son avis A-99-01, la Régie recommande au Gouvernement que la SCGM ait un droit
20 exclusif de distribution de gaz naturel pour les régions administratives du Bas St-Laurent, Côte
21 Nord et Gaspésie. De ce fait, la SCGM prévoit encourir des dépenses de l'ordre de 200 000\$ afin
22 de réaliser des analyses et des études de marché dans ces mêmes régions.

1 **NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL**

2

3 **INTRODUCTION**

4

5 Cette section présente les prévisions de nouvelles ventes et de livraisons pour l'année dans les
6 marchés de petite et moyenne consommations (Ventes - Partenariat) et de grande consommation
7 (Ventes Grandes entreprises). On y retrouve, pour chacun des marchés et pour chacune des
8 années 1998-1999 et 1999-2000, le contexte énergétique, les nouvelles ventes et les livraisons
9 anticipées. Enfin, des tableaux sur la rentabilité des nouvelles ventes prévues et le sommaire des
10 livraisons pour 1999-2000, pour l'ensemble des marchés, apparaissent à la fin.

1 **NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL**

2
3 **VENTES – PARTENARIAT / Année 1998-1999**

4
5 **Contexte énergétique**

6
7 Le prix du gaz naturel offert par la SCGM (gaz de réseau) a été en moyenne de 9,89 ¢/m³
8 (2,61 \$/GJ) pour la période d'octobre 1998 à septembre 1999. Ce prix représente une
9 augmentation de 27 % par rapport à la même période de l'année précédente.

10
11 D'autre part, la moyenne des prix du mazout n° 2 « Rack Contract » à Montréal, d'octobre 1998 à
12 septembre 1999, est de 17,80 ¢/litre, soit une baisse de 4 % par rapport à l'année précédente.

13
14 Toutefois, même si la situation concurrentielle du gaz naturel s'est grandement détériorée face au
15 mazout au cours de l'automne 1998 et de l'hiver 1999, la SCGM a pu préserver 0,39 Bcf de
16 livraisons à risque grâce à l'octroi de rabais de l'ordre de 0,5 MM \$ provenant du programme de
17 flexibilité tarifaire – mazout autorisé par la Régie dans sa décision D-99-11.

18
19 Face à l'électricité, la situation du gaz naturel demeure précaire vis-à-vis le programme bi-énergie
20 (tarif BT) sans interruption. En effet, Hydro-Québec a poursuivi ce programme, même si le rabais
21 de 25 % applicable à ce tarif n'a pas été reconduit depuis 1998. De ce fait, une partie de la
22 clientèle demeure vulnérable et la SCGM a pu préserver près de 0,10 Bcf grâce à l'octroi de
23 rabais de l'ordre de 0,1 MM \$ provenant du programme de flexibilité tarifaire bi-énergie.

24
25 **Nouvelles ventes et livraisons**

26
27 Dans la cause tarifaire 1999 (R-3397-98), la prévision de nouvelles ventes de la SCGM
28 s'établissait à 3,50 Bcf. La SCGM, malgré le contexte énergétique défavorable, prévoit dépasser
29 légèrement cet objectif de 0,20 Bcf pour s'établir à 3,70 Bcf.

30
31 En ce qui concerne les livraisons, la SCGM prévoit terminer l'année à 95,81 Bcf soit environ 3 %
32 de plus que la prévision de 93,23 Bcf. Cet écart s'explique principalement par un contexte
33 économique favorable ainsi que la maturation plus rapide que prévue des livraisons découlant des
34 nouvelles ventes.

NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL

VENTES – PARTENARIAT / Année 1999-2000

Contexte énergétique

TABLEAU 3

SITUATION CONCURRENTIELLE PROJETEE, 1999-2000 (GAZ = 100)								
Conversion et nouvelle construction					Maintien de la clientèle			
Type de client	Volume annuel (m ³)	Mazout n° 2 (%)	Electricité régulière (%)	Electricité bi-mazout (%)	Bi-mazout 25 heures d'interrup. (%)	Bi-mazout 0 heure d'interrup. (%)	Bi-gaz 25 heures d'interrup. (%)	Bi-gaz 0 heure d'interrup. (%)
Tarif 1 :								
. Résidentiel Unifamilial	3 000	76	121	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o
. Commercial	14 600 200 000	66 82	162 146	75 84	75 84	75 84	91 99	75 84
Tarif 3 :								
. Industriel	400 000	98	209	100	100	100	117	100

Le tableau ci-dessus démontre clairement que la situation concurrentielle du gaz naturel est défavorable dans une proportion pouvant atteindre 34 % par rapport au mazout et 25 % face à la bi-énergie. À cet effet, si les hypothèses quant aux prix du mazout et du gaz naturel devaient se réaliser pour l'année 1999-2000, la situation concurrentielle du gaz naturel serait difficile pour une deuxième année consécutive. Ainsi, la SCGM pourrait se trouver dans une situation où le maintien de la consommation d'une partie de la clientèle existante serait à risque (voir SCGM 4, Document 2). Afin de réduire ce risque, la SCGM demande à la Régie de reconduire et de rendre permanent le programme de flexibilité tarifaire – mazout pour les tarifs 1, 3 et M ainsi que celui de la bi-énergie.

Nouvelles ventes et livraisons

Compte tenu du contexte concurrentiel dans lequel évoluera la SCGM, la prévision relative à la signature de nouvelles ventes dans le marché Ventes - Partenariat est de 3 991 clients pour un volume total de 106 203 10³m³ ou 3,75 Bcf.

Cet objectif demeure agressif compte tenu de la perpétuation d'une situation concurrentielle défavorable pour le gaz naturel qui est susceptible d'affecter la pénétration du marché. D'autre part, l'utilisation d'outils marketing existants ou en développement contribuera à l'atteinte de cet objectif.

1 Les prévisions de livraisons sont constituées comme suit :

2
3
4

TABLEAU 4

LIVRAISONS DE GAZ NATUREL 1999-2000	
Description	Livraisons (Bcf)
Livraisons prévues (10/2) en 1998-1999	95,81
. Maturation des nouvelles ventes	3,67
. Pertes à l'efficacité énergétique	(0,60)
. Pertes structurelles	(0,20)
. Migration de clients au tarif 4 ou 5	(0,20)
Livraisons pour 1999-2000	98,48

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
31
32
33
34
35
36

1. Maturation des nouvelles ventes : 3,67 Bcf

La maturation des nouvelles ventes se traduit par la matérialisation en livraisons de nouvelles ventes signées au cours d'une année. Celles-ci sont composées de :

- ▶ 0,46 Bcf d'un nouveau client grande entreprise qui utilisera le tarif général pour sa période de rodage en 1999-2000;
- ▶ 1,18 Bcf provenant des nouvelles ventes signées en 1997-1998;
- ▶ 1,17 Bcf provenant des nouvelles ventes signées en 1998-1999;
- ▶ 0,86 Bcf provenant des nouvelles ventes signées en 1999-2000.

2. Pertes à l'efficacité énergétique : (0,60) Bcf

Les pertes liées à l'efficacité énergétique proviennent de mesures telles le remplacement d'équipements vétustes par des équipements plus performants, la rénovation de bâtiments (enveloppe architecturale) ou des économies d'énergie (meilleure gestion des habitudes de consommation).

3. Pertes structurelles : (0,20) Bcf

Ces pertes sont la résultante de l'effet du contexte économique qui se traduit par une utilisation moins grande du bâtiment, par des locaux rendus vacants suite à une fermeture temporaire ou permanente et par des bâtiments démolis ou encore incendiés.

4. Migration de clients au tarif 4 ou 5 : (0,20) Bcf

Quelques clients provenant du marché des Ventes - Partenariat vont migrer au tarif 4 ou 5, compte tenu d'une augmentation de leur consommation annuelle.

1 **NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL**

2
3 **VENTES - PARTENARIAT**

4
5 **Sommaire Ventes – Partenariat**

6
7
8 TABLEAU 5

SOMMAIRE DES NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS VENTES PARTENARIAT			
Description	Budget 1998-1999	Projection 10/2 1998-1999	Budget 1999-2000
Situation concurrentielle :			
. Prix du gaz (\$/GJ)	2,65	2,61 ⁽¹⁾	3,10
. Prix du mazout n° 2 (¢/litre)	19,00	17,80 ⁽²⁾	22,00
. Tarif bi-énergie (¢/kW)	3,27	3,27 ⁽³⁾	3,27
Nouvelles ventes (Bcf)	3,50	3,70	3,75
Livraisons (Bcf)	93,13	95,81	98,48

9
10
11 (1) Gaz naturel : Moyenne « gaz de réseau » de la SCGM d'octobre 1998 à septembre 1999

12 (2) Mazout : Moyenne « Oil Buyer's Guide for Rack Contract » à Montréal d'octobre 1998 à septembre 1999

13 (3) Bi-énergie : Selon tarif d'Hydro-Québec

NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL

VENTES GRANDES ENTREPRISES / Année 1998-1999

Contexte énergétique

Pour la période d'octobre 1998 à septembre 1999, le prix du mazout no 6 a augmenté de 9 % par rapport à l'année précédente tandis que celui du gaz naturel, pour des contrats fermes d'un an à la frontière de l'Alberta, a augmenté de 34 %. De ce fait, la SCGM n'a pu que constater une détérioration de la situation concurrentielle du gaz naturel. Compte tenu de ce contexte, il demeurerait difficile de réaliser la signature de nouvelles ventes reliées au mazout. De plus, certains clients au tarif interruptible n'ont pas consommé la totalité de leur potentiel au gaz naturel, préférant le mazout pour des raisons économiques.

Bien que la tendance des prix du mazout lourd soit à la hausse depuis juillet 1999, la situation concurrentielle demeure précaire compte tenu que le prix du gaz naturel des contrats fermes d'un an à la frontière de l'Alberta se maintient au-dessus de 3,00 \$/GJ depuis juin 1999.

Nouvelles ventes

TABLEAU 6

NOUVELLES VENTES VENTES GRANDES ENTREPRISES				
Marché	Projection 10/2 (Bcf)	Budget 1998-99 (Bcf)	Écart (Bcf)	Segments visés
Conversion	0,2	2,4	(2,2)	Pâtes et papiers Métallurgie/sidérurgie
Expansion	0,9	0,8	(0,1)	Métallurgie/sidérurgie Manufacturiers/Pâtes et papiers
Implantation industrielle	5,5	4,0	1,5	Métallurgie/sidérurgie Chimie
TOTAL	6,6	7,2	(0,6)	

L'écart défavorable provient principalement du marché de la conversion où deux clients du secteur des Pâtes et papiers ont reporté leur projet, compte tenu des prix relatifs du gaz naturel et du mazout. D'autre part, dans le marché des implantations industrielles, la SCGM a réalisé la signature de deux clients non prévus au budget, provenant des segments de la Chimie et de la Métallurgie/sidérurgie.

NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL

VENTES GRANDES ENTREPRISES

Livraisons de gaz naturel

TABLEAU 7

LIVRAISONS DE GAZ NATUREL 1998-1999	
Description	Livraisons (Bcf)
Livraisons prévues (avant interruption) selon budget présenté dans le cadre de la Cause tarifaire 1998-1999	132,13
. Maturation des nouvelles ventes	0,51
. Migration de clients Ventes - Partenariat	(0,21)
. Pertes reliées à la situation économique internationale défavorable	(4,92)
. Pertes reliées à la concurrence mazout	(4,04)
. Pertes reliées aux grèves	(0,57)
. Fluctuations de production	0,40
Livraisons 1998-1999 (projection 10/2) avant interruption	123,30
. Interruptions	(1,00)
Livraisons 1998-1999 (projection 10/2) après interruption	122,30
Livraisons prévues après interruption selon budget présenté dans le cadre de la Cause tarifaire 1998-1999	125,72

1. Maturation des nouvelles ventes : 0,51 Bcf

Deux nouvelles ventes signées antérieurement à 1998-1999, dans les secteurs Métallurgie/sidérurgie et Pâtes et papiers, entraînent un volume supplémentaire de 0,51 Bcf.

2. Migration de clients Ventes - Partenariat : (0,21) Bcf

Certains clients provenant du marché de la Grande entreprise ont migré à un tarif 1,3 ou M, compte tenu d'une baisse de leur volume de consommation.

1
2 3. Pertes reliées à la situation économique internationale défavorable : (4,92) Bcf

3
4 Des baisses de livraison provenant de onze compagnies oeuvrant dans les secteurs suivants
5 sont à souligner :

- 6
7 ▶ Métallurgie/sidérurgie : 3,39 Bcf
8 ▶ Chimie : 0,68 Bcf
9 ▶ Pâtes et papiers : 0,37 Bcf
10 ▶ Alimentation : 0,21 Bcf
11 ▶ Textiles : 0,27 Bcf

12
13 La principale raison de ces baisses est l'impact du ralentissement économique dans les pays
14 asiatiques.

15
16 4. Pertes reliées a la concurrence mazout : (4,04) Bcf

17
18 Dix-sept clients dont sept du secteur des Pâtes et papiers ont utilisé du mazout au lieu du gaz
19 naturel, entraînant une perte de volumes de gaz pour la SCGM de 4,04 Bcf.

20
21 5. Pertes reliées aux grèves : (0,57) Bcf

22
23 Des grèves dans le secteur des Pâtes et papiers ont entraîné une baisse des livraisons de
24 0,57 Bcf.

25
26 6. Fluctuations de production : 0,40 Bcf

27
28 Plusieurs clients prévoient une variation dans leur consommation qui se traduira, pour la
29 SCGM, par une augmentation des volumes de l'ordre de 0,40 Bcf.

NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL

VENTES GRANDES ENTREPRISES / Année 1999-2000

Contexte énergétique

TABLEAU 8

SITUATION CONCURRENTIELLE PROJETÉE, 1999-2000 (GAZ = 100)		
Marché	Mazout no 6 1,5 % soufre	Mazout n° 6 2,0 % soufre
Industriel continu · 3 300 000 m ³ · 13 000 000 m ³	70 76	66 72
Industriel interruptible · 1 700 000 m ³ · 20 000 000 m ³	76 85	71 81

Tel qu'indiqué au tableau ci-dessus, la situation concurrentielle prévue du gaz naturel s'avère encore défavorable dans le marché de la Grande entreprise.

De ce fait, il demeure encore possible qu'une partie de la clientèle utilise le mazout no 6 pour ses besoins énergétiques. À cet égard, la SCGM a d'ailleurs fait une demande relativement à la reconduction des outils tarifaires, soit le volet 2 et l'optimisation du service interruptible, que la Régie a acceptée dans sa décision D-99-123. De plus, dans un tel contexte, il demeure difficile de réaliser la signature de nouveaux clients qui peuvent aussi utiliser le mazout n° 6 comme source d'énergie.

1 **NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL**

2
3 **VENTES GRANDES ENTREPRISES**

4
5 **Nouvelles ventes**

6
7 TABLEAU 9

8

NOUVELLES VENTES 1999-2000		
Marché	Nouvelles ventes prévues (Bcf)	Segments visés
Expansion	0,25	Aliments et boissons et Manufacturier

9
10 Deux clients existants prévoient l'addition de nouveaux volumes, lesquels sont prévus se
11 concrétiser dans l'année 1999-2000.

NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL

VENTES GRANDES ENTREPRISES

Livraisons de gaz naturel

TABLEAU 10

LIVRAISONS DE GAZ NATUREL 1999-2000	
Description	Livraisons (Bcf)
Livraisons prévues (10/2) en 1998-99 avant interruption	123,30
. Maturation des nouvelles ventes	1,80
. Migration de clients Ventes-Partenariat	0,20
. Pertes reliées à la concurrence mazout	(0,97)
. Pertes reliées à des économies d'énergie	(0,26)
. Pertes reliées à la situation économique	(0,72)
. Récupération due aux grèves en 1998-1999	0,57
. Fluctuations de production	0,18
Livraisons 1999-2000 avant interruption	124,10
. Interruptions	(13,60)
Livraisons 1999-2000 après interruption	110,50

1. Maturation des nouvelles ventes : 1,80 Bcf

Une nouvelle vente signée en 1996-1997 va entraîner des retraits de 0,02 Bcf dans le secteur Métallurgie/sidérurgie.

Un client faisant l'objet d'une nouvelle vente signée en 1997-1998, dans le secteur Raffinerie/pétrochimie, entraînera un volume additionnel de 0,51 Bcf.

La signature de sept nouvelles ventes en 1998-1999 dans les secteurs Métallurgie/sidérurgie, Alimentation, Institution, Commerce, Textiles et Cimenterie permettront à la SCGM d'augmenter ses livraisons de 1,02 Bcf. En dernier lieu, 0,25 Bcf de livraisons supplémentaires proviendront de deux nouvelles ventes prévues en 1999-2000.

- 1 2. Migration de clients Ventes - Partenariat : 0,20 Bcf
2
3 Certains clients provenant du marché des Ventes-Partenariat vont migrer à un tarif 4 ou 5,
4 compte tenu d'une augmentation de leur volume de consommation.
5
- 6 3. Pertes reliées à la concurrence mazout : (0,97) Bcf
7
8 Des pertes additionnelles de 0,97 Bcf reliées au mazout proviennent de trois segments :
9 Métaux/fonte/affinage, Pâtes et papiers et Aliments/boissons.
10
- 11 4. Pertes reliées à des économies d'énergie : (0,26) Bcf
12
13 Deux clients des secteurs Pâtes et papiers et Manufacturier prévoient réaliser des économies
14 d'énergie résultant en une baisse des livraisons de 0,26 Bcf.
15
- 16 5. Pertes reliées à la situation économique : (0,72) Bcf
17
18 Six compagnies des secteurs Chimie, Métallurgie/sidérurgie, Textiles et Pâtes et papiers ont
19 connu une baisse du niveau de la demande de leurs produits, ce qui a entraîné une baisse des
20 livraisons de 0,72 Bcf .
21
- 22 6. Récupération due aux grèves en 1998-1999 : 0,57 Bcf
23
24 Récupération de volumes suite à des grèves ayant eu lieu en 1998-1999 auprès de trois
25 papetières.
26
- 27 7. Fluctuations de production : 0,18 Bcf
28
29 Plusieurs clients prévoient une variation dans leur consommation qui se traduira, pour la
30 SCGM, par une augmentation des livraisons de l'ordre de 0,18 Bcf.

NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL

VENTES GRANDES ENTREPRISES

Sommaire Ventes Grandes entreprises

TABLEAU 11

SOMMAIRE DES NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS VENTES GRANDES ENTREPRISES			
Description	Budget 1998-1999	Projections 10/2 1998-1999	Budget 1999-2000
Situation concurrentielle :			
. Gaz naturel contrat ferme 1 an (\$/GJ)	2,65	2,82 ⁽¹⁾	3,10
. Mazout – WTI (\$US/BBL)	16,50	15,85 ⁽²⁾	19,00
Livraisons avant interruption (Bcf)	132,13	123,00	124,10
Nouvelles ventes (Bcf)	7,20	6,60	0,25

(1) Gaz Naturel : Moyenne contrat ferme 1 an, d'octobre 1998 à septembre 1999, selon la publication « Canadian Gas Price Reporter ».

(2) Mazout : Moyenne d'octobre 1998 à septembre 1999, selon le «Oil Buyer's Guide».

NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL

VENTES - PARTENARIAT ET VENTES GRANDES ENTREPRISES

Rentabilité des nouvelles ventes 1999-2000

Le tableau ci-dessous présente les objectifs ainsi que la rentabilité du plan de développement global des ventes pour les marchés des Ventes - Partenariat et des Ventes Grandes entreprises.

TABLEAU 12

RENTABILITÉ DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT 1999-2000								
Marché	Nombre de clients	Volumes		Immobilisations		Contribution tarifaire		Tri (%)
		10 ³ m ³	Bcf	(000 \$)		(000 \$)		
				Const. et frais généraux	PRC	5 ans	1 an	
Ventes - Partenariat	3 991	106 203	3,75	33 837	14 998	(25 474)	(2 419)	22,19
Ventes Grandes entreprises	2	7 000	0,25	14	0	(456)	(91)	100
TOTAL	3 993	113 203	4,00	33 851	14 998	(25 930)	(2 510)	19,8

NOUVELLES VENTES ET LIVRAISONS DE GAZ NATUREL

VENTES - PARTENARIAT ET VENTES GRANDES ENTREPRISES

Livraisons globales 1999-2000

Le tableau ci-dessous présente un résumé des livraisons pour la SCGM en 1999-2000.

TABLEAU 13

LIVRAISONS GLOBALES – 1999-2000	
Description	Livraisons (Bcf)
Livraisons prévues (10/2) en 1998-99 avant interruption	219,11
. Maturation des nouvelles ventes	5,47
. Récupération due aux grèves en 1998-1999	0,57
. Pertes (efficacité énergétique, concurrence)	(1,83)
. Pertes (fluctuations production, structurelles)	(0,74)
Livraisons 1999-2000 avant interruption	222,58
. Interruptions	(13,60)
Livraisons 1999-2000 après interruption	208,98

1 **DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL**

2
3 **Statut sur le plan de développement – Nouvelle construction et densification de réseau**

4
5 Dans le cadre de la cause tarifaire 1999 (R-3397-98), la SCGM s'est fixé des objectifs de
6 développement dans le marché résidentiel.

7
8 Réparties en deux segments de marché, soit la nouvelle construction résidentielle et la
9 conversion d'immeubles sur réseau (densification), la SCGM prévoyait le raccordement de 750
10 unités. Or, pour l'année financière 1998-1999, 1366 nouvelles ventes ont été enregistrées. Ces
11 résultats dépassent largement nos objectifs initiaux et nous permettent d'être très optimistes pour
12 l'année financière 1999-2000.

13
14
15 TABLEAU 14

16

	Objectifs 1999	Réel au 30 septembre 1999
Nouvelle construction	210	481
Densification	540	885
Total	750	1 366

17
18
19
20 **Densification du réseau**

21
22 L'automne 1998 a été marqué par la mise en place d'un ensemble d'offres commerciales pour le
23 secteur résidentiel en vue de maximiser les infrastructures existantes.

24
25 En effet, la SCGM a procédé au lancement officiel de trois nouvelles offres commerciales qui
26 s'adressent à la clientèle résidentielle potentielle sur réseau pour les bâtiments de types
27 unifamilial, duplex et triplex. Une des offres, *AjoutGaz*, s'adresse aux clients résidentiels actuels
28 qui n'ont toujours pas converti leur système de chauffage central au gaz naturel. Les deux autres
29 offres s'adressent à une toute nouvelle clientèle qui ne connaît pas ou peu le gaz naturel. L'offre
30 *AccèsGaz* s'adresse à la clientèle potentielle dont le système de chauffage central peut être
31 remplacé par un nouveau système du même type, mais fonctionnant au gaz naturel. L'autre offre,
32 *GazAtout*, s'adresse à la clientèle potentielle dont le système de chauffage central n'est pas
33 convertissable, mais qui recherche quand même les bénéfices de certains appareils fonctionnant
34 au gaz naturel, dont le chauffage de l'eau sanitaire, les systèmes de chauffage d'appoint ainsi que
35 les gazoménagers.

36
37 La SCGM a ainsi officialisé, par le lancement de ces offres, son intention ferme de maximiser les
38 infrastructures existantes. La SCGM n'entend pas délaissier pour autant sa clientèle résidentielle
39 existante et continue à faire la promotion de son programme de remplacement d'équipements
40 résidentiels vétustes, *PréGaz*, et à l'améliorer, si possible, pour refléter les besoins du marché en
41 constante évolution.

1 De plus, au chapitre des communications seulement, une réallocation des ressources vers la
2 densification du réseau a permis à la SCGM d'assurer la promotion de ces différentes offres.

3
4 **Modifications aux programmes PRC et PRRC pour le marché résidentiel**

5
6 Afin d'assurer l'ajout de nouveaux clients résidentiels permettant ainsi d'optimiser les
7 infrastructures existantes, la SCGM propose de simplifier les conditions d'accès pour l'obtention
8 de PRC et de PRRC concernant l'utilisation du gaz naturel dans des bâtiments résidentiels de
9 types unifamilial, duplex et triplex.

10
11 En effet, comparativement aux pratiques commerciales des différents distributeurs d'énergie tels
12 que le mazout (n° 2) et l'électricité, la clientèle résidentielle perçoit les conditions et obligations
13 rattachées aux différents programmes commerciaux comme une complexité additionnelle lors
14 d'une conversion au gaz naturel.

15
16 La SCGM propose de modifier les conditions rattachées aux programmes PRC et PRRC en
17 éliminant les CAM (consommations annuelles minimales) attachées à chaque client individuel
18 résidentiel. Le texte modifié du programme PRC et PRRC pour refléter cette proposition apparaît
19 à la section SCGM 4, Documents 3 et 4.

20
21 En fait, l'expérience des dernières années a démontré à la SCGM que la plupart des clients n'ont
22 qu'une seule source d'approvisionnement et, par conséquent, deviennent de fidèles
23 consommateurs de gaz naturel pour de nombreuses années.

24
25 Une plus grande simplicité dans l'application des modalités des programmes PRC et PRRC
26 permettrait à la SCGM d'être plus dynamique dans ses programmes de densification résidentielle.
27 De plus, il serait beaucoup plus simple pour le consommateur de faire affaires avec la SCGM tel
28 qu'il le demande déjà, tout en facilitant le travail de nos différents partenaires lors de la vente
29 dans le secteur résidentiel.

30
31 **Réduction des coûts de construction**

32
33 Afin d'augmenter la rentabilité du développement du marché résidentiel, Gaz Métropolitain a
34 profité du renouvellement des contrats généraux avec les entrepreneurs en construction pour y
35 inclure de nouvelles façons de faire afin de réduire les coûts de branchements. Entre autres, des
36 mesures telles le regroupement des branchements, la flexibilité quant à la date de gaz requis et le
37 pré-assemblage de pièces devraient apporter des économies intéressantes et ainsi améliorer
38 éventuellement la rentabilité du développement du marché résidentiel.

1 **SUIVI - PLAN EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE**

2
3 **LA POSITION DE LA SCGM EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE**

4
5 Il est acquis que l'appui ainsi que la volonté d'agir de Gaz Métropolitain en matière d'efficacité
6 énergétique est indéniable. Dans cette optique, un plan qui répond aux besoins et attentes
7 spécifiques de la SCGM et de sa clientèle - en fonction d'un ensemble de règles et balises
8 réglementaires, de principes, d'objectifs et de stratégies fonctionnelles visant la rentabilité des
9 mesures - contribuera à la réalisation de la politique énergétique du gouvernement du Québec.

10
11 La SCGM souhaite consolider les intérêts de tous les intervenants (groupes environnementalistes,
12 groupes de consommateurs, etc.) dans sa stratégie d'intervention en efficacité énergétique. Tout
13 investissement en efficacité énergétique doit procurer un rendement acceptable pour ceux qui en
14 assument les risques. Il est donc important, d'une part, que ces programmes diminuent la facture
15 globale du client afin qu'il soit en mesure de récupérer son investissement sur une période
16 relativement courte et, d'autre part, génèrent pour les actionnaires de la SCGM une valeur ajoutée
17 sur leur investissement.

18
19 Les grandes orientations et les stratégies guidant le Plan en efficacité énergétique, ainsi qu'une
20 série de principes que nous nous sommes donnés pour atteindre les objectifs d'efficacité
21 énergétique, ont été déposés lors de la cause tarifaire 1999, R-3397-98 SCGM-3, Document 4,
22 page 12-17. En voici quelques-uns que nous avons cru bon de réitérer :

- 23
24 1. Améliorer la position concurrentielle de la SCGM en augmentant l'efficacité énergétique des
25 systèmes à gaz naturel et des usages finaux afin de fidéliser la clientèle et accroître les parts
26 de marché.
- 27
28 2. Accroître la satisfaction du consommateur en lui offrant plus de services à des conditions
29 compétitives.
- 30
31 3. Promouvoir des programmes dont le bilan d'économie d'énergie est positif pour le
32 consommateur et dont l'impact tarifaire est neutre à moyen et long termes pour les clients.
- 33
34 4. Retenir le processus de sélection des programmes d'efficacité énergétique qui tentera
35 d'atteindre un équilibre entre les différents aspects du développement durable.

36
37 Mais au-delà des économies d'énergie, la SCGM est d'avis que l'efficacité énergétique est liée à
38 l'optimisation d'un bilan énergétique québécois. De façon générale, cette optimisation fait
39 référence à la bonne source d'énergie au bon endroit. Ceci est déterminé par les consommateurs
40 en fonction des coûts, de la performance et des qualités intrinsèques des différentes formes
41 d'énergie.

42
43 L'efficacité énergétique fait partie intégrante des activités de la SCGM depuis plusieurs années
44 déjà et nous croyons qu'elle sera appelée à jouer un rôle de plus en plus important afin de rendre
45 la société québécoise plus performante et productive à l'échelle nationale et internationale.

1 À cet effet, il est de notre responsabilité d'offrir des programmes qui positionnent la SCGM
2 comme un fournisseur de services énergétiques performants et de qualité pour le plus grand
3 bénéfice de notre clientèle. Nous croyons également que cette orientation sera bénéfique à la
4 croissance de la SCGM.

5
6 Dans cette optique, nous réitérons, comme mentionné dans la cause tarifaire 1999, R-3397-98
7 SCGM-3, document 4, que les mesures déjà en cours soient maintenues, améliorées et structurées
8 afin d'être intégrées au Plan en efficacité énergétique.

1 **LE PLAN EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE**

2 Le 10 février 1999, la Régie de l'énergie acquiesçait à la demande de la SCGM de lui accorder un
3 budget de 610 000 \$ afin de lui permettre d'élaborer une stratégie de mise en œuvre d'un Plan en
4 efficacité énergétique (Réf. D-99-11, R-3397-98, 1999 02 10, pages 18 à 20).

5
6 Lors du dépôt de la cause tarifaire 1999, R-3397-98, la SCGM avait présenté un schéma illustrant
7 les principales étapes de développement de son Plan en efficacité énergétique (pièce SCGM 3-
8 document 4, page 11). La SCGM entend poursuivre sa démarche en ce sens et compléter les
9 activités nécessaires au déploiement du Plan.

10
11 Ainsi, avant et depuis la décision de la Régie, une série d'activités ont été réalisées, d'autres sont
12 en cours de réalisation et une nouvelle série est sur le point d'être initiée. Nous verrons un peu
13 plus loin le détail de l'ensemble de ces activités réparties selon trois phases, c'est-à-dire les
14 activités en amont du Plan, la conception et l'élaboration de nouvelles activités et l'évaluation, le
15 suivi et l'ajustement du Plan.

16

17 **Activités réalisées au cours de l'exercice financier 1998-1999.**

18

19 **Suivi et évaluation préliminaire du programme PréGaz**

20

21 Nous avons développé une méthode d'évaluation d'impact énergétique de notre programme de
22 remplacement d'équipements de chauffage de l'espace vétustes par d'autres plus performants.
23 Pour développer cette méthode d'évaluation, nous avons retenu les services d'un bureau d'étude
24 spécialisé en économie d'énergie.

25 L'objectif principal de cet exercice d'évaluation était de valider et d'ajuster au besoin la
26 méthodologie préconisée pour ce programme. Pour ce faire, nous avons effectué une évaluation
27 d'impact sur un échantillon de la population participante sur une période de deux mois. Les
28 résultats préliminaires nous indiquent des économies d'environ 10,7 % par participant. Ceci
29 représente, sur une consommation moyenne de chauffage de 2800 à 3100 m³, des économies
30 annuelles de 300 à 331 m³. Au 1^{er} octobre 1999, 2776 PréGaz avaient été livrés.

31 Il ne s'agit que d'une première étape vers l'évaluation globale de PréGaz. Il faut réaliser qu'étant
32 donné que l'évaluation des programmes, en termes d'économie d'énergie, est une activité
33 nouvelle pour la SCGM, nous nous sommes dotés d'outils et de systèmes pour recueillir, gérer et
34 analyser l'information. Pour l'évaluation du programme et des autres programmes d'efficacité
35 énergétique qui seront lancés ultérieurement, nous avons mis en place un mécanisme de collecte,
36 suivi, saisie et traitement de données qui permettra de constituer une base de données interactive.
37 Nous pouvons ainsi recueillir les informations provenant de différentes bases de données internes
38 (entre autres, le système de facturation) nécessaires à l'évaluation des programmes.

39 Dans le cas de PréGaz, cette base de données interactive nous permettra d'effectuer l'évaluation
40 de l'impact énergétique pour un hiver complet, avant et après l'installation des nouveaux
41 équipements, et ainsi obtenir une meilleure précision de nos résultats.

42

1 **Programme de conversion AccèsGaz**

2

3 Le programme AccèsGaz s'adresse à la clientèle résidentielle potentielle et vise à remplacer des
4 systèmes de chauffage central par des systèmes plus performants au gaz naturel. La clientèle
5 ciblée possède principalement des systèmes au mazout.

6

7 Ainsi, le programme a été lancé durant l'année 1998-1999 et nous continuerons d'en poursuivre
8 la promotion et l'évaluation en 1999-2000.

9

10 Dans une deuxième phase, et ce, dans le but d'évaluer la contribution de ce programme dans la
11 substitution du mazout par du gaz naturel, nous effectuerons une évaluation énergétique de ce
12 dernier au cours de l'exercice financier 1999-2000. Nous estimons cependant à 2500 m³ la
13 consommation de chaque nouveau client AccèsGaz au niveau de la chauffe uniquement.

14

15 **Lancement d'un projet pilote de thermostats programmables**

16 Lors de la relance de nos programmes résidentiels au printemps 1999 (1^{er} mars au 30 juin 1999),
17 et ce, tout en profitant de l'occasion pour mettre en place un projet d'efficacité énergétique, nous
18 avons inclus une offre promotionnelle pour inciter les clients à changer leur système de chauffage
19 actuel vétuste, qu'il soit au gaz ou au mazout, par un système plus efficace au gaz naturel. Cette
20 offre visait à inciter la clientèle à se préoccuper davantage de son efficacité énergétique. Nous
21 avons ainsi offert en prime un thermostat programmable à tous ceux ayant profité des
22 programmes PréGaz ou AccèsGaz durant la période comprise entre le 1^{er} mars et le 30 juin 1999,
23 et ce, sans aucun frais supplémentaire.

24

25 L'un des buts visés par le thermostat programmable dans le secteur résidentiel est de réduire les
26 frais de chauffage de nos clients et augmenter le confort de ceux-ci. Nous avons également réalisé
27 un guide de programmation du thermostat. Ce guide permet d'optimiser l'efficacité du thermostat
28 selon certains modes d'occupation. Nous croyons pouvoir faire économiser au client de 125 à 150
29 m³ avec ce thermostat, soit une diminution de consommation d'environ 5% pour la chauffe.
30 Durant la période de promotion, 396 thermostats ont été installés.

31

32 Nous évaluerons ce projet pilote par la suite en termes de rentabilité économique, mais aussi en
33 termes d'économie d'énergie pour le client. La méthode retenue consiste à évaluer les économies
34 d'énergie à partir d'un échantillon de clients qui ont installé le thermostat programmable. Ces
35 économies seront alors comparées à celles mesurées suite à l'évaluation de PréGaz sans
36 thermostat programmable. Par la suite, nous allons procéder aux tests de rentabilité qui seront
37 jugés nécessaires.

38

39 **Projets communautaires**

40

41 Deux projets communautaires sont en cours de réalisation. Un premier avec l'organisme **Option**
42 **Consommateurs** et un autre avec **Éco-action**.

43

44 Dans le cadre de ces projets, il s'agit de promouvoir et d'offrir aux clients de la SCGM,
45 principalement à faible revenu, en collaboration avec ces deux organismes, la visite d'un

1 conseiller d'Option Consommateurs ou d'Éco-action, selon les territoires concernés, qui
2 transmettra des conseils en vue de permettre à cette clientèle de réaliser des économies sur ses
3 coûts de chauffage. Pour la SCGM cela implique, entre autres, la formation des conseillers des
4 deux organismes sur plusieurs sujets, en plus de participer également à la conception de l'encart
5 faisant la promotion de ce service et aux frais de développement et d'impression de ce dernier.
6 L'insertion de l'encart, sans frais pour les deux organismes, dans la facturation des clients de la
7 SCGM et la rédaction et diffusion d'articles dans le bulletin GazInfo de la SCGM sont également
8 des services offerts aux deux organismes. Ce type de programme représente des économies
9 d'environ 2 % de la facture totale du client au niveau du chauffage de l'espace et de l'eau chaude
10 domestique.

11

12 **Mission exploratoire**

13

14 Nous avons mené, au cours de la dernière année, une mission exploratoire auprès de certains
15 distributeurs de gaz naturel. Le rapport relatif à cette mission constitue la toile de fond du
16 processus d'élaboration de notre Plan en efficacité énergétique. Le but de cette analyse
17 rétrospective était de recueillir les meilleures idées et projets de chaque distributeur de gaz naturel
18 afin de constituer une base de référence pour la SCGM et ainsi, de nous aider à bien nous
19 préparer à la conception du Plan en efficacité énergétique.

20

21 **Formation du personnel**

22

23 À l'aide d'un consultant externe, deux modules de formation en efficacité énergétique ont été
24 développés pour les employés de la SCGM, principalement ceux provenant du secteur Marketing,
25 afin qu'ils soient mieux en mesure d'intégrer l'efficacité énergétique lors de la conception de
26 leurs programmes. Le premier module, qui fut donné à l'interne au début de l'année 1999, traite
27 des étapes à franchir en vue de l'élaboration d'un plan d'action en efficacité énergétique. Le
28 second module, qui porte sur les méthodes d'évaluation d'impact énergétique, sera donné dans les
29 prochains mois aux personnes qui sont et qui seront impliquées dans l'évaluation des
30 programmes.

31

32 **Gaz naturel pour véhicules (GNV)**

33

34 Le 10 février 1999, la Régie refusait la demande de la Société de lui accorder un budget de
35 260 000 \$ afin de lui permettre de réaliser une étude exhaustive sur le potentiel de développement
36 du gaz naturel pour véhicules au Québec. Les raisons invoquées alors par la Régie pour refuser
37 cette demande étaient principalement reliées aux récents développements des véhicules
38 électriques par les concurrents, à la crainte d'un manque d'écart de prix entre le gaz naturel et
39 l'essence ou le diesel, ainsi qu'à l'obtention de supports financiers ou fiscaux de la part des
40 gouvernements.

41

42 La SCGM est d'avis que les véhicules électriques ne sont pas prêts ni technologiquement, ni
43 commercialement. De plus, le prix du gaz naturel est environ 50 % moindre que le prix de
44 l'essence ou du diesel; le prix à la pompe de ces derniers est d'ailleurs actuellement en hausse.
45 Par ailleurs, le gaz naturel n'a ni taxe d'accise, ni taxe routière. Enfin, Ressources naturelles
46 Canada a mis en place un programme incitatif, soit le «Market Development Incentive Payments

1 (MDIP, qui subventionne l'achat ou la conversion de véhicules au gaz naturel, en vigueur depuis
2 le 1^{er} février 1999. Cela s'ajoute aux obligations qui incombent à l'administration publique
3 fédérale en vertu de la *Loi S-7 (Loi sur les carburants de remplacement, L.C. 1995, c. 20)*, qui
4 s'applique lorsqu'un ministère, une société d'État ou un organisme fédéral achète ou loue une
5 nouvelle automobile, une fourgonnette ou un camion léger pour plus de douze mois. La Loi exige
6 qu'une partie de ces véhicules puisse utiliser l'un des carburants de remplacement désignés
7 lorsque cette décision est rentable et opérationnellement possible. Les carburants de
8 remplacement désignés sont l'éthanol, le méthanol, le propane, le gaz naturel, l'hydrogène et
9 l'électricité.

10
11 La SCGM propose donc d'ajouter le GNV au portefeuille d'activités présentées précédemment
12 dans son Plan en efficacité énergétique, principalement en raison des nombreux avantages qu'il
13 présente tant au chapitre de la santé qu'en regard de sa contribution à la réduction des émissions
14 de gaz à effet de serre.

15
16 Parmi les projets à réaliser en matière de GNV en 1999-2000, la SCGM continuera d'offrir des
17 services conseils à ses clients sur les équipements, agira comme facilitateur en établissant des
18 relations avec les fabricants, participera au CNGVA (NGV Alliance), participera au
19 développement d'un plan conjoint avec l'Agence de l'efficacité énergétique en matière de GNV
20 et poursuivra ses activités de veille technologique et commerciale.

21
22 En maintenant au minimum ces activités, la SCGM compte aller chercher environ 0,16 Bcf
23 (4 410 000 m³) en cinq ans en s'adressant principalement au marché des flottes gouvernementales
24 et commerciales, aux véhicules de police, tout en poursuivant son programme d'évaluation du
25 GNV dans le transport urbain et pour les chariots élévateurs.

26
27 **Le «Consortium for Energy Efficiency (CEE)».**

28
29 Dans le but de réduire les coûts de développement et de bénéficier de l'expertise, du savoir-faire
30 et du support en matière de conception, d'implantation, de suivi et d'évaluation de programmes
31 d'efficacité énergétique, la SCGM s'est jointe au «Consortium for Energy Efficiency (CEE)». Cet
32 organisme regroupe 17 distributeurs de gaz naturel à travers le Canada et les États-Unis. Le
33 transfert de connaissances et les notions acquises réduiront les coûts de développement, de
34 recherche et d'évaluation de certains programmes de la SCGM.

1 **Activités prévues au cours de l'exercice financier 1999-2000**

2
3 En plus des activités déjà réalisées à ce jour et en accord avec les grandes orientations qui se
4 dégagent de notre mission exploratoire, nous comptons réaliser une série d'activités durant la
5 prochaine année.

6
7 Ainsi, nous allons compléter quelques activités initiées au cours de l'exercice financier 1998-
8 1999 et en débiter un certain nombre de nouvelles, à savoir :

- 9
10 1. Finaliser l'évaluation de l'impact énergétique du programme PréGaz.
- 11
12 2. Évaluer la rentabilité de l'installation de générateurs d'air chaud de 3^e génération dans le
13 secteur résidentiel, principalement pour la densification du réseau. Actuellement, dans le
14 marché de la nouvelle construction, la presque totalité des équipements de chauffage installés
15 est de type 3^e génération. Cependant, dans le cadre de l'activité de densification, la presque
16 totalité des équipements installés est de type 2^e génération. Cette dernière situation est liée à
17 la présence d'une cheminée dans la plupart des cas et également aux contraintes techniques
18 ou architecturales propres à l'installation d'un second système d'évacuation.
- 19
20 3. Enrichir le volet efficacité énergétique de notre site Internet en y dédiant une section
21 complète. Pour la SCGM, Internet est un moyen innovateur de rendre accessible, en tout
22 temps, des informations pertinentes pour le consommateur et l'inciter ainsi à mieux utiliser
23 l'énergie qu'il consomme.
- 24
25 4. Évaluer le projet pilote sur les thermostats programmables en termes d'économies d'énergie
26 et la probabilité de succès advenant la promotion du programme à l'ensemble de la clientèle.
- 27
28 5. Évaluer le programme de conversion AccèsGaz en termes d'impact énergétique.
- 29
30 6. Offrir le second module de formation sur les techniques d'évaluation d'impact énergétique.
- 31
32 7. Poursuivre nos activités de sensibilisation de la clientèle à l'égard de l'efficacité énergétique.
- 33
34 8. Finaliser l'étude sur les coûts évités pour la «non-livraison» de gaz naturel par la SCGM.
- 35
36 9. Poursuivre l'implantation et l'évaluation du Plan en efficacité énergétique et ajuster ses
37 composantes au cours de l'année 1999-2000.

38
39 Nous réaliserons un certain nombre de projets pilotes dans le but de vérifier la rentabilité, pour le
40 distributeur et la clientèle, de l'implantation à grande échelle d'autres programmes d'efficacité
41 énergétique pour l'année 2000-2001. Des projets pilotes seront principalement réalisés dans le
42 secteur de la restauration, des commissions scolaires et des immeubles multilocatifs. Le contrôle
43 et la gestion d'énergie adaptés aux besoins de nos clients, le remplacement d'équipements
44 vétustes par des équipements à plus haute efficacité et la sensibilisation de la clientèle sont des
45 avenues que nous sommes à regarder en ce moment. Une veille technologique est menée sur les
46 équipements de chauffage de l'espace et de l'eau chaude domestique et sur la gestion d'énergie.

1 Nous mènerons un suivi des projets afin d'évaluer le potentiel d'économies d'énergie et de
2 rentabilité.

3
4 Nous comptons également explorer et identifier d'autres projets à réaliser en efficacité
5 énergétique en partenariat avec divers organismes. Nous croyons en effet fortement qu'un
6 regroupement des ressources réduirait le coût de certaines interventions de la SCGM. Nous
7 voulons ainsi maximiser l'effet de levier en adoptant des programmes complémentaires aux
8 initiatives gouvernementales, par exemple par la coentreprise ou le partenariat avec les sociétés
9 de services énergétiques et autres distributeurs ou fournisseurs d'équipements intéressés par ce
10 projet.

11
12 Mentionnons enfin qu'une grande part des activités des membres du CTGN et du Groupe
13 DATECH sont intégrées au Plan et continueront d'être en relation directe avec les activités de la
14 SCGM en matière d'efficacité énergétique. Leur expertise et leur domaine d'activité constituent
15 des ressources importantes que nous comptons utiliser pour soutenir notre politique en efficacité
16 énergétique.

1 **PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES**

2
3 La totalité du budget de 610 000 \$ alloué pour l'exercice financier 1998-1999 a été consacré à la
4 réalisation d'activités et programmes strictement dédiés à l'efficacité énergétique.

5
6 Afin d'améliorer notre Plan en efficacité énergétique et de poursuivre son implantation et son
7 évaluation, il est nécessaire de maintenir notre stratégie au cours des prochains mois. Pour une
8 meilleure planification et un meilleur suivi de nos activités, nous avons scindé celles-ci en trois
9 phases :

10
11 Phase 1 : Les activités en amont du Plan en efficacité énergétique (activités telles que
12 décrites précédemment).

13
14 Phase 2 : La conception et l'élaboration de nouvelles activités

15
16 Phase 3 : L'évaluation, le suivi et l'ajustement du Plan en efficacité énergétique.

17
18 Au cours de l'exercice financier 1998-1999, nous avons terminé la première phase et initié la
19 seconde phase alors qu'au cours de l'exercice financier 1999-2000 nous terminerons la seconde
20 phase et initierons la troisième phase.

21
22 Afin de poursuivre et permettre l'implantation de nos activités et de réaliser nos projets pilotes en
23 efficacité énergétique, nous demandons à la Régie de nous accorder un budget que nous estimons
24 à 600 000\$ pour l'exercice financier 1999-2000.

25
26 Les besoins budgétaires pour l'année financière 2000-2001 et les années subséquentes seront
27 déterminés plus en détail au cours de l'exercice 1999-2000. Nous croyons toutefois qu'au seul
28 chapitre de l'efficacité énergétique un budget annuel de l'ordre de 500 000 \$ serait approprié et
29 devrait être alloué à la SCGM de façon récurrente à compter de l'année 2000-2001, et ce, pour
30 une durée de trois années consécutives. Ceci permettrait à la SCGM d'assurer une meilleure
31 planification et un meilleur suivi des projets en efficacité énergétique, tout en maximisant les
32 retombées pour tous les intervenants : clients, actionnaires, partenaires, etc.

33
34 Les tableaux qui suivent fournissent l'information relative aux dépenses d'exploitation qui
35 composent le budget des deux exercices financiers précités, et ce, par grande catégorie d'activités
36 et par phase. Ces dépenses incluent le salaire d'une personne/année ainsi que les frais de
37 consultation externe.

1
2

TABLEAU 15

DÉPENSES EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE		
RÉPARTIES PAR PHASES		
LES PHASES	Dépenses 1998/1999	Prévision 1999/2000
Phase 1 : Activités en amont (intrants)	400 000 \$	-
Phase 2 : Conception et élaboration de nouvelles activités	210 000 \$	160 000 \$
Phase 3 : Évaluation, suivi et ajustement du Plan (extrants)	-	440 000 \$
Total	610 000 \$	600 000 \$

3

4

TABLEAU 16

DÉPENSES EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE			
RÉPARTIES PAR CATÉGORIES⁽¹⁾			
CATÉGORIES DE DÉPENSES	DÉPENSES 1998/1999	PRÉVISION 1999/2000	PRÉVISION 2000/2001
Études et recherches	180 000 \$	130 000 \$	50 000 \$
Suivi et évaluation	40 000 \$	65 000 \$	100 000 \$
Sensibilisation, promotion et formation	260 000 \$	265 000 \$	250 000 \$
Projets-pilotes et partenariats	130 000 \$	140 000 \$	100 000 \$
Total	610 000 \$	600 000 \$	500 000 \$

5

6

(1) Les dépenses salariales sont réparties entre les différentes catégories.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23

ANNEXE 1

**PRÉVISIONS ÉNERGÉTIQUES
DISPONIBLES EN SEPTEMBRE 1999**

1
2
3

**PRÉVISIONS ÉNERGÉTIQUES
DISPONIBLES EN SEPTEMBRE 1999**

Prix du gaz à Empress \$/GJ	
	1999/2000
Nesbitt Burns	3,05
Enerdata	3,05
Purvin & Gertz	2,75
ARC	2,82
Sproule	2,75
Gilbert	2,83
Moyenne	2,88
Swaps septembre	3,25
Scénario SCGM	3,10
Prix du WTI (\$US/Baril)	
	1999/2000
Nesbitt Burns	19,00
Purvin & Gertz	15,70
ARC	17,50
Sproule	17,34
Gilbert	17,00
Moyenne	17,81
Swaps septembre	20,32
Scénarios SCGM	19,00

4
5