

1  
2 **MISE À JOUR DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT RÉSIDENTIEL**  
3  
4

5 **1. RÉSULTATS 2001**  
6

7 Au terme de la troisième année du plan de développement résidentiel, nous constatons les effets  
8 négatifs des hausses du prix du gaz naturel au cours de la saison de chauffage 2001. En effet,  
9 les résultats finaux nous indiquent des ventes totales de 2 206 nouveaux clients.  
10

	Prévisions 2001 (6/6)	Réel au 30 septembre 2001	Prévisions 2002	Prévisions 2003
<b>Nouvelles constructions</b>	1 500	1 528	1 530	1 580
<b>Densification</b>	1 050	678	900	850
<b>TOTAL</b>	2 550	2 206	2 430	2 430

11 L'écart entre les résultats et l'objectif révisé provient en grande partie du marché de la  
12 densification et s'explique essentiellement par l'impact de la hausse des prix du gaz. Nos efforts  
13 de développement se sont donc heurtés au cours du dernier exercice à une réticence de plus  
14 en plus marquée de la part de nos clients potentiels à opter pour le gaz naturel. La hausse de  
15 prix du gaz naturel a positionné, de façon désavantageuse lors de la saison de chauffe 2001,  
16 le gaz naturel au chapitre des coûts d'opération. Nos analyses effectuées auprès de groupes de  
17 clients cibles ont confirmé que l'avantage concurrentiel perçu il y a quelques mois au gaz naturel  
18 avait, depuis, disparu.  
19  
20  
21

22 **2. RÉSULTATS 2002**  
23

24 Pour l'année en cours, nous avons prévu l'an dernier raccorder 2 430 clients, soit 1 530 en  
25 nouvelle construction et 900 clients en densification. À l'instar de la nouvelle construction,  
26 l'atteinte de cet objectif risque d'être difficile en densification. En effet, le changement de  
27 perception à l'égard du gaz naturel comme source d'énergie économique a, malgré la correction  
28 à la baisse des prix au cours des derniers mois, des impacts marqués dans le segment de la

1 densification résidentielle. Nous constatons que les clients se positionnent en mode d'attente par  
 2 rapport à tous les travaux de conversion d'équipements, la seule motivation à un changement  
 3 d'appareil étant la défaillance ou la vétusté des équipements. Dans la nouvelle construction,  
 4 nous constatons aussi un recul de l'intérêt des consommateurs. Toutefois, la nécessité d'investir  
 5 dans un système de chauffage et l'intérêt marqué de la clientèle à l'égard des appareils  
 6 périphériques tels cuisinière, foyer, BBQ et autres, nous permettent de maintenir une percée  
 7 intéressante, principalement dans le marché de la nouvelle construction d'habitation haut de  
 8 gamme.

9  
 10 La réalisation des activités du secteur résidentiel est toujours tributaire de l'enveloppe de 1,9 M\$  
 11 accordée par la Régie. La ventilation des sommes imputées à cette enveloppe pour l'année 2002  
 12 est présentée au tableau suivant :

	<b>Densification</b>	<b>Nouvelles constructions</b>
<b>Main-d'œuvre directe</b>		
- <b>Conseiller en communication</b> <sup>(1)</sup>	34 500 \$	34 500 \$
- <b>Conseiller analyse de marché</b> <sup>(1)</sup>	69 000 \$	
- <b>Conseillers mise en marché</b> <sup>(3)</sup>	69 000 \$	138 000 \$
- <b>Conseillers assistance technologique</b> <sup>(2)</sup>	79 000 \$	79 000 \$
- <b>Conseiller construction</b> <sup>(1)</sup>		71 000 \$
- <b>Représentants ventes</b> <sup>(3)</sup>	111 000 \$	55 500 \$
- <b>Dépenses directes reliées à la main-d'œuvre</b>	32 500 \$	32 500 \$

	Densification	Nouvelles constructions
<b>Banque de données et formation</b>		
- Banques de données	140 000 \$	
- Formation	10 000 \$	
<b>Communication, publicité et support promotionnel</b>		
- Offres commerciales	200 000 \$	
- Projets domiciliaires		250 000 \$
- Publicité ciblée	300 000 \$	250 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>1 045 000 \$</b>	<b>910 500 \$</b>

1  
2 L'enveloppe budgétaire contribue à promouvoir le gaz naturel par la mise en valeur des  
3 applications et bienfaits de celle-ci dans un positionnement de confort et de tendance. De plus,  
4 nous travaillons à dynamiser notre réseau de partenaire en agrandissant notamment celui-ci par  
5 le développement de vitrines commerciales appelées à développer le marché des appareils  
6 périphériques tels que foyer, cuisinière et autres applications.

7  
8

### 9 3. PRÉVISIONS POUR L'ANNÉE 2003

10

#### 11 Densification de réseau

12

13 Fortement touchés par la détérioration de notre avantage concurrentiel, nous comptons rejoindre  
14 850 clients additionnels au cours de l'année 2003. L'atteinte de cet objectif est tributaire du  
15 maintien des prix actuels du gaz et du développement du marché des appareils périphériques.  
16 Pour l'année 2003, les nouvelles ventes seront réparties comme suit : 700 conversions de  
17 système existant et 150 nouveaux clients par le biais de notre programme Accès Gaz  
18 domestique.

19

1 Au cours des prochaines années, nous prévoyons que le nombre de nouveaux clients acquis  
2 via le programme Accès Gaz domestique devrait rejoindre celui de la densification, pour  
3 atteindre en 2005 un rythme de croisière d'environ 1 500 raccordements par année. Le  
4 développement de marché est toutefois conditionnel à l'élargissement de notre réseau  
5 d'installateurs. En effet, nos partenaires actuels, étant exclusivement des entrepreneurs en  
6 chauffage, s'intéressent peu aux offres commerciales visant le marché des équipements  
7 périphériques.

8  
9 Pour le marché de la conversion, nous comptons continuer d'adapter au fil des saisons, à partir  
10 des programmes commerciaux (AccèsGaz, GazAtout), des offres ponctuelles en collaboration  
11 avec notre réseau de Partenaires certifiés Gaz Métropolitain. L'accent sera également mis sur  
12 l'amélioration continue de notre service à la clientèle. Ainsi, la mise en place de processus  
13 d'affaires améliorés et un suivi rigoureux nous ont permis de contrôler les coûts ainsi que le délai  
14 de raccordement. Dorénavant, nous offrons à la clientèle de la raccorder à l'intérieur d'une  
15 période de 15 jours ouvrables.

#### 16 17 **Nouvelles constructions résidentielles**

18  
19 D'ici la fin de 2002, nous prévoyons conclure près de 40 ententes de partenariat additionnelles  
20 avec des constructeurs ou promoteurs. Ces efforts porteront à près de 200 le nombre d'ententes  
21 conclues depuis le début de nos activités de développement résidentiel.

22  
23 En raison du contexte concurrentiel difficile de l'année dernière, l'équipe de représentation et de  
24 support technique en place est toujours fortement mise à contribution dans l'atteinte des  
25 objectifs. L'achèvement de projets résidentiels en cours et l'ombre projetée par le changement  
26 de perception à l'égard de la stabilité des prix du gaz naturel nous portent à penser qu'un objectif  
27 de 1 580 unités représente un défi stimulant. Ce défi sera d'autant plus de taille que nous  
28 devrions au cours des prochains mois assister, selon quelques spécialistes, à une baisse des  
29 mises en chantiers des unités haut de gamme. En effet, le nombre total de mises en chantier  
30 devrait, au cours des prochaines années, se maintenir. Toutefois, le nombre d'unités locatives  
31 et d'unités bon marché devrait constituer, en raison de la pénurie de logements, une grande part  
32 de ces mises en chantier. La mise en valeur des attributs du gaz naturel dans ce type de  
33 nouvelle construction dite bas de gamme reste à ce jour encore difficile.

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  
31  
32  
33

Les efforts consentis au contrôle des coûts de construction, la standardisation et le regroupement des travaux de raccordement contribuent au développement rentable de ce segment de marché.

#### **4. OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT 2003**

Les effets persistants du revirement de la situation concurrentielle et la perte de l'avantage lié à une stabilité relative du prix du gaz obligent la SCGM à maintenir à 2 430 unités le nombre de nouveaux clients prévus en 2003. Le niveau de ces nouvelles ventes, soit 1 580 clients en nouvelle construction et 850 en densification, permet de maintenir la rentabilité du développement résidentiel à un point mort tarifaire de 12,7 ans et un taux de rendement interne TRI de 11,52 %.

Les actions commerciales mises en place visent le développement rentable. En effet, tous les efforts sont axés sur le développement d'outils ponctuels et ciblés permettant de répondre aux besoins d'une clientèle de plus en plus aguerrie en ce qui concerne le choix d'une énergie. Au cours des prochaines années, l'argumentaire de mise en marché sera basé sur les attributs de confort et d'efficacité énergétique. De plus, la mise en valeur des équipements périphériques à gaz naturel et l'amélioration de la visibilité et de l'accessibilité de ces équipements contribueront grandement à l'atteinte de ces objectifs. Entre autres actions à déployer en ce sens, nous comptons continuer le rapprochement entre la SCGM, les intervenants actuels de l'industrie et les grands joueurs du marché du détail.

#### **5. CLIENTÈLE EXISTANTE**

SCGM continuera d'offrir son programme PréGaz. L'objectif de ce programme est d'offrir une solution simple au remplacement des appareils au gaz naturel vieillissants. Nous favorisons également par ce programme l'utilisation efficace du gaz naturel en y intégrant les éléments provenant de son Plan global d'efficacité énergétique. De plus, dans un souci de mieux répondre aux besoins de sa clientèle en matière de confort et de tendance, nous envisageons continuer

1 de favoriser l'installation d'appareils périphériques à gaz naturel au cours des prochaines  
2 années. La mise en place d'un programme d'ajouts de charge incitant la clientèle à se munir  
3 d'appareils périphériques s'inscrit dans cet objectif.  
4

RÉSIDENTIEL PLURIANNUEL

	Nombre de clients	Volumes à terme <sup>(5)</sup> (Bcf)	Volumes à terme (10 <sup>6</sup> m <sup>3</sup> )	T.R.I.	POINT MORT (ans)	Effet sur les tarifs		
						1 AN	5 ANS	20 ANS
						Cumulatif		
(millions \$)								
<b><u>Cause 1999</u></b> <sup>(1)</sup>	23 075	1,96	52,52	8,70 %	18	2,3	13,6	(12,0)
<b><u>Cause 2000</u></b> <sup>(2)</sup>								
Nouvelles constructions	22 700	1,93	54,67	9,87 %	15.85	1,5	9,5	(26,1)
Densification	24 400	1,99	56,37	15,10 %	4.73	0,5	(0,2)	(81,0)
<b>TOTAL</b>	<b>47 100</b>	<b>3,92</b>	<b>111,04</b>	<b>12,03 %</b>	<b>10.91</b>	<b>2,0</b>	<b>9,3</b>	<b>(107,1)</b>
<b><u>Cause 2001</u></b> <sup>(3)</sup>								
Nouvelles constructions	28 500	2,24	63,45	10,40 %	14.40	1,7	10,6	(39,6)
Densification	22 100	1,91	54,11	14,80 %	4.60	0,5	(0,3)	(82,4)
<b>TOTAL</b>	<b>50 600</b>	<b>4,15</b>	<b>117,56</b>	<b>12,20 %</b>	<b>10.10</b>	<b>2,2</b>	<b>10,3</b>	<b>(122,0)</b>

**RÉSIDENTIEL PLURIANNUEL**

	Nombre de clients	Volumes à terme <sup>(5)</sup> (Bcf)	Volumes à terme (10 <sup>6</sup> m <sup>3</sup> )	T.R.I.	POINT MORT (ans)	Effet sur les tarifs		
						1 AN	5 ANS	20 ANS
						Cumulatif		
<b><u>Cause 2002</u></b> <sup>(4)</sup>								
Nouvelles constructions	17 072	1,00	28,33	10,95 %	14.10	1,0	4,6	(22,4)
Densification	14 580	1,10	31,16	13,68 %	8.5	0,8	2,3	(47,7)
<b>TOTAL</b>	<b>31 652</b>	<b>2,10</b>	<b>59,49</b>	<b>12,30 %</b>	<b>11.50</b>	<b>1,8</b>	<b>6,9</b>	<b>(70,1)</b>
<b><u>Cause 2003</u></b>								
Nouvelles constructions	21 758	1,45	41,08	11,39 %	12.83	1,15	6,6	(38,4)
Densification	14 500	1,00	28,33	11,64 %	12.64	0,85	3,7	(26,8)
<b>TOTAL</b>	<b>36 258</b>	<b>2,45</b>	<b>69,41</b>	<b>11,52 %</b>	<b>12.70</b>	<b>2,00</b>	<b>10,3</b>	<b>(65,2)</b>

1. Source : Dossier R-3397-98, pièces SCGM-3, doc. 3, p.12 et SCGM-3, doc. 3.18, p.2

2. Source : Dossier R-3426-99, pièce SCGM-4, doc. 1.58

3. Source : Dossier R-3444-2000, pièce SCGM-4, doc. 7, p. 5

4. Source : Dossier R-3463-2001, pièces SCGM-3, doc. 7, p.5

5. Les volumes correspondent aux volumes cumulatifs qui seront atteints à la maturité du développement résidentiel. Cette maturité est atteinte à la deuxième année du développement.