

**RÉPLIQUE  
À LA DISSIDENCE DE L'ACIG  
SUR LES NOUVEAUX PROGRAMMES  
VGE DU PGEÉ**

1 SCGM et plusieurs des participants au Groupe de travail pour l'étude de son dossier tarifaire  
2 2004 ayant exprimé leur accord au contenu de la pièce SCGM-9, document 1 (« Plan global en  
3 efficacité énergétique – horizon 2003-2006 ») ont pris connaissance de la dissidence de l'ACIG  
4 concernant le PGEÉ eu égard aux VGE (texte de Jean-Benoît Trahan en date du 16 juillet  
5 2003). Afin d'éviter, lors de l'audience, une répétition par SCGM et ces intervenants des  
6 arguments en faveur du PGEÉ, tel que présenté à la pièce SCGM-9, document 1, ces parties  
7 ont jugé préférable de soumettre le présent document commun.

8  
9 Ce document explique, dans un premier temps, pourquoi et comment SCGM a conçu ses  
10 programmes d'efficacité énergétique pour les clients VGE. Bien que la pièce SCGM-9,  
11 document 1, abordait ce sujet, le présent document s'attarde à préciser certains aspects à la  
12 lumière des propos soumis par l'ACIG dans sa dissidence.

13  
14 Par la suite, le document commente les recommandations de l'ACIG concernant les  
15 programmes proposés, ainsi que le mécanisme d'ajustement pour pertes de revenus (MAPR).

16  
17 En conclusion, SCGM et les intervenants soutenant le PGEÉ soumis en l'instance demandent à  
18 la Régie de rejeter la dissidence de l'ACIG et d'accepter le PGEÉ convenu par la majorité.

19

1 **1. LA CONCEPTION DES NOUVEAUX PROGRAMMES VGE**

2  
3 L'ACIG élabore abondamment à la section 2 de sa dissidence sur le fait que les grandes  
4 entreprises et industries contribuent, sans aide extérieure, aux efforts en efficacité énergétique.  
5 En particulier, elle avance à l'alinéa 2 a. de sa dissidence que les entreprises sont constamment  
6 à la recherche de gains de productivité et que pour cette raison, elles envisagent régulièrement  
7 des mesures en efficacité énergétique. En réalité, l'ACIG nous indique simplement que les  
8 entreprises du secteur industriel agissent dans leur intérêt : elles font de l'efficacité énergétique  
9 lorsqu'elles estiment que cela répond à leurs besoins économiques à court terme.

10  
11 Toutefois, cette affirmation s'applique également à l'ensemble de la clientèle. Chaque client de  
12 SCGM, peu importe l'usage et la quantité de gaz qu'il consomme, agit toujours en fonction de  
13 ses intérêts principalement économiques ou du moins, de ce qu'il perçoit être ses intérêts.

14  
15 Mais voilà, l'essence même du PGEÉ ne consiste pas à soutenir l'implantation de mesures  
16 lorsqu'un client y voit son intérêt, mais plutôt lorsque le client n'y voit pas son intérêt. Le PGEÉ  
17 a été conçu pour que les clients incorporent des mesures d'efficacité énergétique qu'ils  
18 n'auraient pas autrement implantées seuls, soit par ce qu'ils sont mal renseignés sur les gains  
19 énergétiques possibles, soit parce qu'ils ont besoin d'une aide technique pour évaluer et  
20 implanter ces mesures ou soit encore, parce que l'investissement ne le justifie pas sans un  
21 appui financier extérieur.

22  
23 Ainsi, nous voyons mal en quoi le fait que les clients VGE puissent effectuer seul de l'efficacité  
24 énergétique lorsque leur intérêt le justifie milite en faveur de l'absence de programmes à leur  
25 égard. Si tel était le cas, cela vaudrait pour l'ensemble de la clientèle de SCGM et le PGEÉ  
26 devrait être abandonné. La véritable question en jeu consiste plutôt à savoir si les clients VGE  
27 peuvent en faire davantage avec une aide supplémentaire.

28  
29 Or, toutes les démarches entreprises par SCGM avant l'élaboration finale de ses programmes  
30 VGE vont en ce sens. Elles ont d'ailleurs été entreprises pour donner suite à la demande  
31 formulée par la Régie dans sa décision D-2000-211 portant sur notre premier PGEÉ.<sup>1</sup>

1 Mentionnons que ces démarches font aussi suite à l'intérêt manifesté par la clientèle VGE  
2 envers l'efficacité énergétique depuis l'insertion des programmes PE207 et PE208 au PGEÉ.  
3 En effet, pas moins de 60 clients VGE ont participé à ces programmes même si ceux-ci ne les  
4 visaient pas spécifiquement<sup>2</sup>.

5  
6 Parmi ces démarches, SCGM a fait parvenir un sondage à sa clientèle VGE au mois de mars  
7 2003 contenant quelques questions liées à l'efficacité énergétique. Les résultats obtenus sont  
8 présentés à la pièce SCGM-9, document 6. L'analyse de ces réponses a permis de tirer  
9 quelques conclusions importantes. Toutefois, avant de s'attarder plus à fond sur celles-ci, il y a  
10 lieu de répondre aux critiques formulées par l'ACIG eu égard au sondage.

11  
12 Il est vrai que la question 7.3 portant sur l'intérêt des clients envers d'éventuels programmes  
13 d'efficacité énergétique ne précisait pas les modalités de financement de ces programmes<sup>3</sup>. Il  
14 serait surprenant que ces clients présument que tout cela se ferait gratuitement. Par ailleurs, si  
15 SCGM avait apporté cette précision sans toutefois indiquer quels sont les gains énergétiques  
16 réalisables, l'investissement requis, la période de retour escompté sur l'investissement,  
17 l'augmentation des tarifs prévus et une explication des principes du MAPR, cela aurait aussi  
18 donné des résultats devant être analysés avec précaution. En somme, tous savent qu'on doit  
19 toujours analyser avec discernement les résultats obtenus lors de sondage.

20  
21 Il y a d'ailleurs lieu de faire un tel discernement sur les réponses obtenues à la question 7.2 afin  
22 de corriger l'interprétation suggérée par l'ACIG. A la question : *Au cours des deux prochaines*  
23 *années, votre entreprise envisage-t-elle recourir à des mesures d'économies d'énergie*  
24 *particulière?*, l'ACIG affirme sans trop de retenu, que :

25  
26 *« Selon le sondage de SCGM, 7 clients sur 10 ont indiqué qu'ils recourront à des*  
27 *mesures d'efficacité énergétique dans les deux prochaines années. Et cela, sans*  
28 *qu'aucun type d'aide ne soit fourni de la part de SCGM. »*<sup>4</sup>  
29

30 Il est important de mentionner que SCGM a, depuis la mise en place du PGEÉ, développé un  
31 plan de communication pour promouvoir ses programmes auprès de l'ensemble de la clientèle

---

<sup>1</sup> D-2000-211, page 35.

<sup>2</sup> Les programmes PE207 et PE208 visaient en priorité la clientèle CII.

<sup>3</sup> Page 10 de la dissidence de l'ACIG.

1 industrielle. Avant le sondage, nos programmes étaient connus au point ou, comme nous  
2 l'avons indiqué ci-dessus, une soixantaine de clients VGE ont participé aux programmes PE207  
3 et PE208.

4  
5 Il faut donc lire les résultats de cette question en gardant à l'esprit que les répondants ont pu  
6 inscrire qu'ils avaient effectivement l'intention d'effectuer des économies d'énergie dans le but  
7 d'encourager SCGM à maintenir en place ou même de développer de nouveaux programmes à  
8 leur égard.

9  
10 Ajoutons que ces résultats doivent être d'autant plus pondérés que la question porte sur une  
11 intention à l'égard d'un comportement socialement valorisé : faire de l'efficacité énergétique.  
12 Dans un tel cas, il est généralement constaté un écart important entre les bonnes intentions et  
13 leurs réalisations effectives.

14  
15 C'est d'ailleurs le but du PGEÉ de faire en sorte que les « bonnes intentions » des clients VGE  
16 deviennent réalité en les aidant à trouver leur compte dans des mesures d'efficacité  
17 énergétique.

18  
19 Ceci étant dit, en tenant compte des limites associées à tout sondage, il procure néanmoins de  
20 précieuses informations. Les constats qui ont été faits et que l'on retrouve en annexe de chaque  
21 tableau-réponse de la pièce SCGM-9, document 6 permettent de tirer les conclusions  
22 suivantes :

- 23
- 24 ▪ Une portion importante des entreprises sondées désire effectuer des efforts  
25 supplémentaires en efficacité énergétique;<sup>5</sup>
  - 26 ▪ Plusieurs d'entre elles ont indiqué avoir besoin de conseils techniques en la matière pour  
27 réaliser ces mesures;
  - 28 ▪ La période de retour sur l'investissement constitue le critère le plus important dans leur  
29 choix d'investir ou non en efficacité énergétique.
- 30

---

<sup>4</sup> Page10 de la dissidence de l'ACIG, quatrième paragraphe.

1 Ces constatations sont importantes puisque, selon nous, il en découle que les clients VGE, de  
2 façon générale, peuvent faire plus d'économies d'énergie si elles obtiennent un appui concret à  
3 leurs démarches.

4  
5 Mentionnons d'ailleurs que nos nouveaux programmes VGE, en particulier le programmes  
6 PE211, ressemblent à ceux qu'Hydro-Québec Distribution a développé pour leur clientèle, et  
7 que la Régie a tout récemment approuvé dans sa décision D-2003-110.

---

<sup>5</sup> L'ACIG semble reconnaître comme valable cet élément du sondage puisqu'elle mentionne en conclusion de la section 3, page 10 de la dissidence ceci : « *Enfin, on notera que la clientèle est intéressée par des programmes de financement à plus de 70 %, lequel type de programme sera repris dans la proposition de l'ACIG.* ».

1 **2. LA RECOMMANDATION FINALE DE L'ACIG**

2  
3 Dans sa recommandation finale, l'ACIG demande à la Régie de revoir la façon dont ces  
4 programmes ont été élaborés. Plus précisément, l'ACIG demande que la Régie « *modifie les*  
5 *programmes VGE PE211 et PE213 afin qu'ils utilisent le concept de l'utilisateur-payeur, soit le*  
6 *prêt rémunéré à même le tarif du consommateur participant.* »

7  
8 Nous comprenons de cette demande que le client participant ne recevrait aucun avantage  
9 particulier de ces programmes puisqu'il paierait entièrement l'ensemble des mesures  
10 implantées via un surplus à sa facturation étalé dans le temps.

11  
12 En d'autres mots, l'ACIG ne veut qu'aucune forme d'avantages ne soit offerte aux clients pour  
13 qu'ils s'engagent dans des mesures d'économie d'énergie. Or, si les clients VGE, comme le  
14 prétend l'ACIG, investissent en efficacité énergétique lorsque leur intérêt le justifie, comment un  
15 programme qui n'offre aucun avantage particulier pourrait-il les inciter à en faire plus?

16  
17 Il est important de comprendre que les grandes entreprises évaluent régulièrement des projets  
18 qui peuvent diminuer leurs coûts de production ou augmenter leurs revenus. Cependant,  
19 compte tenu de la rareté des ressources humaines, matérielles et financières, il arrive  
20 fréquemment que les entreprises ne puissent pas investir dans tous les projets intéressants. Ils  
21 sélectionnent alors ceux qui leurs apparaissent les plus rentables.

22  
23 La mesure de cette rentabilité est généralement calculée à partir de la période de retour sur  
24 l'investissement (PRI). Ces entreprises vont donc choisir le ou les quelques projets dont la PRI  
25 est la plus courte et vont laisser de côté les autres projets, même si ceux-ci peuvent être  
26 rentables à plus long terme. Ainsi, si la PRI des mesures à implanter est trop élevée, ils  
27 n'entreprendront pas un tel projet. Cette situation pourrait même se répéter année après année.

28  
29 Ces observations sont aussi celles constatées par les auteurs d'une étude produite sur le  
30 marché américain pour le compte de « l'Americain Council for Energy-Efficient Economy » :

31  
32 *« Because the links between improvement in energy efficiency and high priority*  
33 *goals such as improvements in plant productivity, product quality, environmental*

1 *emission requirements, and labor and materials efficiency are generally not*  
2 *understood, energy-efficiency projects are considered non-strategic and take low*  
3 *priority when industrial firms allocate capital. A one-to three-year payback is often*  
4 *required for cost-saving investments such as energy-efficiency projects. Capital*  
5 *rationing, a common budgeting approach, further hinders energy-efficiency*  
6 *investments, since fewer investments are undertaken that would be justified by*  
7 *more conventional budgeting analysis.*

8  
9 *Due to these barriers, there is justification for outside parties, such as utilities, to*  
10 *step in and encourage adoption of cost-effective energy-efficiency technologies.*  
11 *The field of utility demand-side management (DSM) has evolved to the point where*  
12 *utilities now have both the resources and the interest to play an important role in*  
13 *improving the energy efficiency of the U.S. industrial sector. »<sup>6</sup>*

14  
15 (les soulignés sont de nous)

16  
17 Dans une telle situation, la seule façon d'entrer dans la catégorie des projets prioritaires qui  
18 seront réalisés par l'entreprise consiste à réduire la PRI du projet. Les programmes conçus par  
19 SCGM le permettent, alors qu'un principe d'utilisateur-payeur ne le permet pas.

20  
21 L'ACIG demande aussi à la Régie « *de permettre l'intégration « plus visuelle » dans les PRC et*  
22 *PRRC du concept d'efficacité énergétique* ».

23  
24 Mentionnons tout d'abord que nous sommes quelque peu surpris de cette demande. Il nous  
25 apparaît difficilement conciliable que l'ACIG avance d'abord que les coûts des programmes  
26 VGE auront un impact négatif sur la compétitivité de SCGM pour finalement recommander à la  
27 Régie, que les programmes PRC et PRRC financent plus ouvertement l'efficacité énergétique,  
28 alors que cela aura le même impact sur les tarifs de SCGM.

29  
30 Par ailleurs, il est important de bien distinguer l'objectif d'un programme de ses effets possibles.  
31 Les programmes du PGEÉ visent l'efficacité énergétique tandis que les programmes tels le  
32 PRC et le PRRC visent le développement commercial. De plus, le PRC est utilisé uniquement  
33 pour brancher de nouveaux clients au gaz alors que, comme le mentionne l'ACIG dans sa  
34 dissidence<sup>7</sup>, le marché VGE est arrivé à maturité. Quant au PRRC, il ne peut être utilisé que

---

<sup>6</sup> Jennifer Jordan and Steven Nadel (1993), Industrial Demand-Side Management Programs: What's Happened, What Works, What's Needed (American Council for an Energy-Efficient Economy).

<sup>7</sup> Page 5 de la dissidence de l'ACIG.

1 lorsque le client devient vulnérable à la fin de son contrat, ce qui ne nous permet pas d'agir pour  
2 l'inciter en tout temps à entreprendre des travaux en efficacité énergétique.

3 Comme 71 % de la clientèle au tarif D<sub>4</sub> et 91 % de celle au tarif D<sub>5</sub> ont signé des contrats pour  
4 une période de 5 ans et plus<sup>8</sup>, peu d'entre eux seraient éligibles à ces programmes année  
5 après année.

6  
7 On voit bien que les programmes PRC et PRRC ne doivent pas être confondus avec le PGEÉ.

8 En réalité, le PGEÉ vise à réduire la consommation de gaz naturel. C'est d'ailleurs pourquoi les  
9 subventions du PRC et du PRRC doivent être rentables pour SCGM alors que les subventions  
10 du PGEÉ doivent être rentables pour le client.

---

<sup>8</sup> Voir SCGM-11, document 1, page 20.

1 **3. L'APPLICATION DU MAPR À LA CLIENTÈLE VGE**

2  
3 En plus de sa recommandation finale, l'ACIG avance à la section 4 de sa dissidence qu'il serait  
4 déraisonnable de protéger SCGM contre les pertes de revenus réalisées par les programmes  
5 VGE puisque sans l'existence du PGEÉ, SCGM perdrait malgré tout ces revenus, du moins  
6 dans une importante proportion.

7  
8 Tout d'abord, nous voudrions revenir sur les principes sous-jacents à la mise en place du  
9 MAPR. L'objectif poursuivi par la mise en place d'un tel mécanisme est d'éviter que le  
10 distributeur n'augmente son rendement en faisant moins en efficacité énergétique et, *a*  
11 *contrario*, qu'il ne voit son rendement réduit par une augmentation de son effort en efficacité  
12 énergétique. En fait, en l'absence d'un tel mécanisme, un distributeur ne trouverait pas  
13 d'incitation à rencontrer ses objectifs en efficacité énergétique et à dépenser les budgets prévus  
14 car ce dernier verrait alors son rendement accru. Le MAPR permet de pallier ce problème en  
15 laissant le distributeur neutre vis-à-vis de sa performance en efficacité énergétique. Il ressort  
16 donc que le MAPR, comme le mécanisme d'ajustement des coûts du PGEÉ, visent à rassurer  
17 la Régie et les intervenants que les objectifs que le distributeur s'est fixé lors de l'élaboration du  
18 PGEÉ seront à toutes fins pratiques rencontrés et surtout, que les sommes qui lui sont allouées  
19 à cette fin seront bel et bien utilisées pour réaliser les programmes du PGEÉ.

20  
21 Dans un tel contexte, nous comprenons mal les propos de l'ACIG qui affirme que le MAPR n'a  
22 pas sa place en ce qui concerne les grands consommateurs de gaz naturel au Québec (page  
23 12 de sa dissidence). Est-ce à dire que SCGM pourrait lors de l'élaboration du PGEÉ prévoir  
24 des programmes pour la clientèle des grands consommateurs, ce qui entraînerait  
25 nécessairement des coûts et des pertes de revenus, et les inclure à la demande tarifaire sans  
26 toutefois mettre en place les mécanismes pour en assurer leur réalisation? Pourtant, le MAPR  
27 ne sert qu'à assurer les clients et la Régie que le tarif chargé représente bien les coûts ou les  
28 impacts financiers réellement encourus. C'est en quelque sorte un outil de nivellement des  
29 coûts et des revenus.

30  
31 Dans l'application du mécanisme incitatif, l'ACIG mentionne à la page 11 de sa dissidence que  
32 la Régie avait jugé approprié de protéger le revenu du Distributeur contre les pertes provenant

1 du PGEÉ. Nous désirons apporter une précision importante à cette affirmation. Le mécanisme  
2 incitatif a pour objectif :

3

4 *« d'éviter que SCGM ne soit pénalisée ou récompensée par la réalisation ou non*  
5 *réalisation du PEEÉ, le mécanisme incitatif doit neutraliser l'impact qu'aura le PEEÉ*  
6 *sur ses coûts et ses revenus. Afin que SCGM ne soit pas incitée à réduire les*  
7 *budgets et la performance du PEEÉ, les dépenses et revenus qui y sont associés*  
8 *doivent être traités comme une exclusion. »*<sup>9</sup>

9

10 En effet, encore une fois, le traitement comme *exclusion* prévu au mécanisme incitatif n'a pour  
11 but que de mettre en place les outils pour assurer que le Distributeur s'implique activement  
12 dans la réalisation de programmes en efficacité énergétique. Dans le cas contraire, le  
13 Distributeur verrait le calcul des gains de productivité, tel que prévu au mécanisme, réduit des  
14 efforts consentis en efficacité énergétique ce qui inciterait le Distributeur à réduire ses efforts.

15

16 Afin de bien démontrer les impacts du fonctionnement du PGEÉ, du MAPR et de son impact sur  
17 le mécanisme incitatif, vous trouverez en annexe un exemple qui simule le fonctionnement des  
18 différents outils tarifaires.

19

20 À l'aide de cet exemple, nous pouvons constater que lorsque nous intégrons tous les aspects  
21 réglementaires actuellement en vigueur, soit le PGEÉ, le MAPR ainsi que le mécanisme  
22 incitatif, la détermination du rendement en début comme en fin d'année est neutralisée des  
23 effets anticipés et réels découlant de son implication dans le PGEÉ (exemple 2). .

24

25 Dans le cas où nous éliminerions le MAPR pour les programmes VGE, ceci équivaldrait à  
26 évaluer les pertes de revenus réelles découlant de la réalisation des programmes à zéro.  
27 L'exemple 3 en présente le résultat et nous voyons clairement que cela affecte la détermination  
28 du rendement à l'actionnaire. Pourquoi SCGM agirait-elle ainsi? Elle n'aurait donc plus de  
29 raisons de réaliser les programmes d'efficacité énergétique. L'ACIG soumet que :

30 *« toute aide apportée à un client pour lui permettre de réduire sa consommation*  
31 *de gaz naturel par unité de production a pour incidence d'augmenter l'intérêt du*  
32 *consommateur envers cette source d'énergie. »* ou

33

34 *« Ainsi, le Distributeur a un intérêt commercial à aider ses consommateurs dans*  
35 *leurs solutions énergétiques. »* (page 15 de la dissidence de l'ACIG)

---

<sup>9</sup> Page 21 du Rapport final des participants à la phase 3 du PEN - R-3425-99.

1  
2 Toutefois, aucune démonstration ne vient appuyer ces dires. Le seul exercice ayant pour but de  
3 mesurer l'effet de fidélisation et d'attraction découlant du PGEÉ a été réalisé auprès de la  
4 clientèle résidentielle et commerciale et n'a pu permettre de conclure sur un quelconque effet  
5 mesurable découlant de la connaissance des programmes du PGEÉ. Conséquemment,  
6 pourquoi SCGM chercherait-elle à réduire la consommation si son intérêt économique est  
7 d'accroître celle-ci? C'est pour éviter cette situation que le MAPR existe.

8  
9 Il est important de rappeler que la détermination du facteur X dans le mécanisme incitatif à la  
10 performance a été établie comme suit :

11  
12 *« ...le Facteur X est un estimé de la performance réelle observée dans les*  
13 *activités de distribution de SCGM au cours des dix dernières années. »<sup>10</sup>*  
14

15 L'implication de SCGM dans le PGEÉ s'est concrétisée dans le dossier tarifaire 2001 soit après  
16 la mise en place du mécanisme incitatif. C'est d'ailleurs pour cette raison que le Groupe de  
17 travail a prévu en faire une exclusion.

18  
19 Il nous semble que venir aujourd'hui arbitrairement conclure que le MAPR ne devrait pas  
20 s'appliquer aurait pour impact de venir modifier l'entente sur le mécanisme incitatif. Il serait  
21 préférable de maintenir l'application des règles existantes tout en laissant le soin au Groupe de  
22 travail créé pour l'évaluation du mécanisme incitatif de revoir les règles s'il le juge à propos.

23  
24 L'ACIG dans son document de dissidence mentionne à la page 11 :

25 *« Ainsi, on présume de l'indifférence du Distributeur quant aux impacts positifs pouvant*  
26 *découler de ses différents efforts, tel que la notoriété, l'attrait commercial ou simplement*  
27 *la volonté d'être un bon citoyen (principe de responsabilité social) ».*

28  
29 *« Est-il préjudiciable, s'il y a un quelconque intérêt, de protéger le Distributeur contre*  
30 *toutes pertes de revenus et de lui offrir bonification s'il atteint un certain rendement ?*  
31 *Nous croyons que oui. »*  
32

33 Nous aimerions rappeler à l'ACIG que les grands gagnants des impacts positifs pouvant  
34 découler des différents efforts en efficacité énergétique, en admettant pour les seules fins de la  
35 discussion, qu'il y ait des impacts positifs tels que la notoriété et l'attrait commercial, sont les

1 clients. En effet, si les clients sont plus satisfaits des services rendus par le Distributeur et qu'ils  
2 maintiennent leur consommation ou ajoutent à leur consommation ou si encore cela permet  
3 d'accroître plus rapidement la clientèle, c'est l'ensemble des clients qui en bénéficiera dans  
4 leurs tarifs.

5  
6 La question que nous pourrions nous poser est : « s'il y a des effets bénéfiques anticipés par  
7 une implication en efficacité énergétique, est-il correct d'en neutraliser les effets dans  
8 l'application du mécanisme incitatif? » Comme mentionné précédemment, la réponse à cette  
9 question devrait être abordée dans les discussions entourant l'évaluation du mécanisme incitatif  
10 à l'amélioration de la performance et non pas dans le présent dossier tarifaire.

---

<sup>10</sup> Rapport final des participants à la Phase 3 du PEN - R-3425-99, page 12, lignes 29 et 30.

1 **4. CONCLUSION**

2

3 Pour toutes ces raisons, SCGM ainsi que les participants soutenant le PGEÉ soumis à la pièce  
4 SCGM-9, document 1, demandent à la Régie de ne pas donner suite aux demandes présentées  
5 par l'ACIG et de rejeter cette dissidence.

**HYPOTHÈSES**

Base de tarification	1 000 000 \$		
Portion équité	38,50%	385 000 \$	
Rendement	10%	38 500 \$	
Gain de productivité avec MAPR comme exclusion	1 000 \$		
Gain de productivité sans MAPR comme exclusion	935 \$		
Bonification du rendement en traitant le MAPR comme exclusion	0,14%	525 \$	39 025 \$
Bonification du rendement sans MAPR comme exclusion	0,13%	491 \$	38 991 \$
Projection de Consommation avant PGEE	1000000 m3		
Projection de Consommation après PGEE	999500 m3		
Coût de service, excluant rendement et PGEE	90 000 \$		
Coût du PGEE	5 \$		
MAPR	Volume	500 m3	

**EXEMPLE 1**

**AVEC MÉCANISME INCITATIF, SANS PGEE ET MAPR**

	Volume	Prix unitaire	
Revenu	1000000	0,1285	128 500 \$
MAPR			- \$
			128 500 \$
Coût			90 000 \$
Rendement			38 500 \$

**EXEMPLE 2**

**AVEC MÉCANISME INCITATIF, PGEE ET MAPR**

	Volume	Prix unitaire	Si aucune perte		Si perte comme prévue		Si perte plus élevée	
			Volume		Volume		Volume	
Revenu	999500	0,12909	129 030 \$	129 095 \$	999500	129 030 \$	999000	128 965 \$
MAPR	500	0,12909	65 \$	(65) \$ *	0	- \$	500	65 \$ **
MAPR	-500	0,12909	(65) \$					
			129 030 \$	129 030 \$		129 030 \$		129 030 \$
Coût			90 005 \$	90 005 \$		90 005 \$		90 005 \$
Rendement			39 025 \$	39 025 \$		39 025 \$		39 025 \$

**EXEMPLE 3**

**AVEC MÉCANISME INCITATIF, PGEE ET SANS MAPR**

	Volume	Prix unitaire	Si aucune perte		Si perte comme prévue		Si perte plus élevée	
			Volume		Volume		Volume	
Revenu	999500	0,12906	128 996 \$	129 061 \$	999500	128 996 \$	999000	128 932 \$
MAPR	0	0,12906	- \$	- \$	0	- \$	0	- \$
MAPR	0	0,12906	- \$					
			128 996 \$	129 061 \$		128 996 \$		128 932 \$
Coût			90 005 \$	90 005 \$		90 005 \$		90 005 \$
Rendement			38 991 \$	39 056 \$		38 991 \$		38 927 \$
				Rendement autorisé		Rendement autorisé		Rendement autorisé
				38 991 \$		38 991 \$		38 991 \$
				Excédent de rendement		Excédent de rendement		Excédent de rendement
				65 \$		- \$		(65) \$
				Client 66,67%		Client 66,67%		Client 50,00%
				43 \$		- \$		(32) \$
				SCGM 33,33%		SCGM 33,33%		SCGM 50,00%
				22 \$		- \$		(32) \$
				Rendement total		Rendement total		Rendement total
				39 013 \$		38 991 \$		38 959 \$

\* Frais reporté qui fait en sorte que nous remboursons le client

\*\* Frais reporté qui fait en sorte que nous chargerons au client la perte additionnelle encourue