

**RÉPONSE DE GAZ MÉTRO À UNE DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS**

**Origine :** Demande de renseignements n° 1 en date du 7 juin 2007

**Demandeur :** Régie de l'énergie

---

**Références :** (i) Gaz Métro – 2, Document 7, page 22  
(ii) Décision D-2006-140, page 10

**Préambule :**

Référence (i)

*« La rentabilité cible du marché résidentiel que vise Gaz Métro est fixée à un minimum de 9,5 % avec un point mort de 11 ans ou moins. Cet objectif vise à retourner progressivement à une rentabilité du marché résidentiel qui tend vers celle que Gaz Métro pensait avoir au cours des années passées. L'objectif pourra être révisé dans les années à venir en fonction de l'évolution du contexte du marché résidentiel et de l'évolution de la rentabilité globale du développement de Gaz Métro ».*

Référence (ii)

Coût en capital prospectif autorisé pour l'année tarifaire 2007 de 6,45%.

**Question :**

**4.1** Eu égard au coût en capital prospectif autorisé, dans le dossier tarifaire 2007, de 6,45% veuillez justifier les cibles de 9,5% comme TRI et de 11 ans comme point mort tarifaire, outre le fait que Gaz Métro vise à retrouver une rentabilité qu'elle pensait avoir au cours des années passées.

---

**Réponse :**

**4.1** La rentabilité cible est fixée à un minimum de 9,5 % pour 2008 et 2009. Le point mort tarifaire est en lien avec le TRI. Avec les simulations effectuées, un point mort de 11 ans correspondait à un TRI de 9,5 %.

Gaz Métro vise une rentabilité globale de son plan de développement qui permettra d'assurer la pérennité de ses activités à long terme. Chaque marché ne génère pas nécessairement le même niveau de rentabilité, considérant les investissements requis et les revenus générés. Certains sont plus rentables et d'autres un peu moins. Il s'agit donc de déterminer un équilibre entre la rentabilité des investissements requis et le développement du réseau afin de maximiser les bénéfices pour les clients actuels et futurs de Gaz Métro.

Cet équilibre a été atteint par le passé en ayant une rentabilité cible du marché résidentiel supérieure à 9,5 %. Plus le développement du marché résidentiel sera rentable, plus l'effet sur les tarifs sera à l'avantage des clients. Une cible élevée de rentabilité du développement du marché résidentiel n'est pas une mauvaise nouvelle pour les clients, tout au contraire. En contrepartie, un objectif de rentabilité trop ambitieux pourrait possiblement réduire le développement du marché résidentiel. Par exemple, une contribution excessive exigée des nouveaux clients ou encore des hausses tarifaires ciblées visant à réduire considérablement l'interfinancement pourrait très certainement générer une rentabilité supérieure mais auraient probablement un impact à la baisse sur le nombre de nouveaux clients. Il s'agit donc de respecter cet équilibre entre une rentabilité élevée et le développement maximal du marché résidentiel.