

Montréal, 10 août 2007

PAR COURRIEL

Me Véronique Dubois
Secrétaire de la Régie de l'énergie
Régie de l'énergie
Tour de la Bourse
800, Place Victoria, bureau 255
Montréal (Québec) H4Z 1A2

OBJET : R-3630-2007 : Demande de modifier les tarifs de SCGM à compter du 1^{er} octobre 2007.

Chère consoeur,

Vous trouverez ci-joint les réponses d'OC à la demande de renseignements de SCGM.

Veillez agréer, chère consoeur, l'expression de nos meilleurs sentiments.

Me Stéphanie Lussier
788, rue Galt
Montréal (Québec), H4G 2P7
Tél. : (514) 761-0032
Courriel : stephanie.lussier@sympatico.ca

cc: Me Jocelyn B. Allard (SCGM);

**RÉPONSE D'OPTION CONSOMMATEURS À LA DEMANDE DE
RENSEIGNEMENTS DE SOCIÉTÉ EN COMMANDITE GAZ MÉTRO (« SCGM »)**

**Demande de modifier les tarifs de Société en commandite Gaz Métro
à compter du 1er octobre 2007**

R-3630-2007

1) Référence : Preuve d'OC en date du 3 juillet 2007, page 14 de 16

« Pour OC, qui possède une expérience manifeste en matière de livraison et de gestion de programmes pour les ménages à faible revenu, il est essentiel de connaître plus précisément les modalités applicables qui permettraient aux ménages à faible revenu de bénéficier ou non du programme avant de pouvoir l'appuyer. »

Questions :

1.1 Selon l'expérience d'OC, quelles seraient les meilleures modalités qui pourraient être appliquées afin d'identifier les ménages à faible revenu par un distributeur d'énergie, compte tenu des contraintes d'accès à cette information confidentielle ?

Réponse:

Il y a lieu de préciser que dans l'extrait en référence, OC souhaite connaître les modalités applicables à l'identification des ménages à faible revenu mais aussi celles applicables aux agents livreurs éventuels (voir réponse 1.2 ci-dessous à cet effet).

Relativement aux défis concernant l'identification de la clientèle à faible revenu, OC a déjà soulevé certaines préoccupations et propositions dans le dossier R-3596-2006 – Phase 2 (voir Mémoire d'OC, pp. 26-30).

En plus des préoccupations et propositions énumérées au mémoire référé, OC suggère, entre autres, de croiser les données de Statistiques Canada (se rapportant aux revenus par code postal) avec les adresses des clients afin d'identifier les quartiers avec une grande probabilité de clients à faible revenu. SCGM pourrait ensuite développer une stratégie pour cibler ces clients.

À notre connaissance, l'Agence de l'efficacité énergétique (AEE) ainsi que le Fonds en efficacité énergétique de Gaz Métro (FEÉ) possèdent une base de données de clients à faible revenu ayant participé au programme Éconologis de l'AEE. Le FEÉ utilise à cette fin un système d'identification des ménages à faible revenu basé sur le « géomapping » et le « télémarketing ». Il serait certainement utile et pratique pour le Distributeur de se

servir de l'expérience acquise à travers ces programmes et de collaborer avec le FEÉ et l'AEÉ dans le but de cibler adéquatement les clients à faible revenu.

1.2 Selon l'expérience d'OC, la méthode d'identification proposée par Gaz Métro, qui souhaite s'appuyer sur les groupes communautaires, est-elle optimale ? Veuillez détailler votre réponse.

Réponse :

Étant donné que la proposition de « s'appuyer sur les groupes communautaires » n'a pas encore été définie clairement par SCGM, tel que spécifié à la réponse 8.1 de la demande de renseignements du ROÉÉ (Gaz Métro 2, Document 7.43), il est difficile pour OC de déterminer si l'approche envisagée est optimale ou non.

OC retient de l'expérience qu'elle a acquise en matière de livraison de programmes pour les ménages à faible revenu que la réussite de tels programmes, livrés en partenariat avec les ACEF et autres groupes communautaires, nécessite que toutes les parties soient consultées, d'une part, sur les responsabilités de chacune et, d'autre part, afin d'élaborer les modalités de déploiement dudit programme. Aussi, faut-il souligner qu'une telle consultation met en lumière les intérêts, parfois opposés, du distributeur et des agents livreurs et qu'afin d'en arriver à une entente satisfaisante pour les parties, dans l'intérêt des clients visés, il faut y mettre du temps et les ressources nécessaires.

En ce qui a trait à la compensation qui pourrait être versée aux groupes communautaires agissant à titre d'intermédiaire entre le client et le distributeur (voir réponse 13.2 à la demande de renseignements d'OC à Gaz Métro, Gaz Métro 2, Document 7.27), OC souligne que ne pas offrir une compensation juste et raisonnable à ces derniers pourrait mettre en péril la réussite du programme. En effet, livrer un tel programme requiert des ressources supplémentaires de la part des agents livreurs qu'il faut rétribuer adéquatement. À défaut de quoi il leur sera difficile, voir impossible, d'accomplir leurs tâches de façon efficace et diligente.

Nous tenons toutefois à indiquer que, dans la mesure où la Régie acquiesçait à la demande de modification tarifaire de Gaz Métro, OC entend participer activement au développement et à la mise en œuvre d'un programme de crédit sur la facture pour les ménages à faible revenu qui serait alors rendu nécessaire afin de minimiser, sinon éliminer, l'impact de ladite modification tarifaire sur la facture des ménages à faible revenu.

2) Référence : Preuve d'OC en date du 3 juillet 2007, page 13 de 16

« De plus, les démarches internes du Distributeur, qui présentent des signes encourageants quant aux réductions de coûts, jumelées aux propositions complémentaires pourraient, dans un avenir rapproché, améliorer la rentabilité du marché comme l'indique le plan de développement 2008 qui affiche **déjà** un taux de rendement interne de 9,36 % et un point mort tarifaire de 11,80 ans pour le marché résidentiel. Ce qui s'approche sensiblement des cibles que Gaz Métro s'est elle-même fixées. »

Question :

2.1 Lorsque vous affirmez que le plan de développement affiche déjà un taux de rendement qui s'approche des cibles, prenez-vous en considération le 300 \$ de contribution ?

Réponse:

Les données relatives au TRI et au PMT présentées dans l'extrait en référence sont tirées de la pièce Gaz Métro 2, Document 6 laquelle n'identifie pas précisément les éléments considérés dans le calcul de la rentabilité du plan de développement. Toutefois, à la lecture de cette même pièce, il devient évident que la surprime institutionnalisée de 300 \$ qui serait applicable aux nouveaux clients résidentiels (extension et densification) est considérée dans le calcul de la rentabilité du plan de développement 2008 (colonne « contribution client », ligne 21).

En rédigeant l'extrait en référence, nous avons malencontreusement appliqué au plan de développement un élément de réponse ayant trait à la situation concurrentielle (Gaz Métro 2, Document 7.1, réponse 1.1).

Conséquemment, l'extrait en référence devrait se lire ainsi :

De plus, les démarches internes du Distributeur, qui présentent des signes encourageants quant aux réductions de coûts, jumelées aux propositions complémentaires pourraient, dans un avenir rapproché, améliorer la rentabilité du marché ~~comme l'indique le plan de développement 2008 qui affiche déjà un taux de rendement interne de 9,36 % et un point mort tarifaire de 11,80 ans pour le marché résidentiel~~ et permettre d'atteindre les ~~. Ce qui s'approche sensiblement des cibles que Gaz Métro s'est elle-même fixées.~~