Preuve sur le risque d'affaires de Gazifère

R-3724-2010, Phase 2

Présenté par:
Jean-Benoît Trahan

IGUA/ACIG

1. Contexte socioéconomique de la franchise

- Population hautement éduquée (24 % ayant des études universitaire comparativement à 20% pour le Québec)
- L'économie de Gatineau est aujourd'hui largement axée sur le secteur tertiaire (85% des emplois)
- Le taux de chômage de la Ville est l'un des plus bas au Canada (4,7% en 2006, comparativement à 7 % pour le Québec et 5,8% pour le Canada)

2. Risque à court terme

- Pas de risque supplémentaire relié au mécanisme incitatif :
  - Depuis 2006, Gazifère a réussi à obtenir des excédents de rendement appréciables à chaque année (minimum de 0,51%).
  - Plusieurs années de non atteinte du rendement sous la méthode au coût de service.
  - Utilisation d'une formule basée sur les coûts, lesquels sont largement fixes ou connus à l'avance.
  - Limitation des risques d'écarts entre ce qui est prévu et le réel par l'utilisation de facteurs exogènes (variation du taux de rendement, investissements de plus de 450 000 $, etc.).
  - Possibilité de revenir au coût de service si des événements majeurs menacent la viabilité financière de l'entreprise.

2. Risque à court terme (suite)

- Portion importante de clients chauffage, qui ne peuvent passer aisément à une autre source d'énergie (93% de la clientèle).
- La situation actuelle concernant les écarts reliés aux prévisions de ventes, équivaut à ce qui existait dans le cadre d'une réglementation au coût de service.
- Conclusion
  - Niveau de risque à court terme très limité;
  - Pas de risque à court terme additionnel provenant du mécanisme incitatif.

3. Risque à long terme

3.1. La clientèle de Gazifère

- La proportion des volumes qui provenait des clients industriels qui était de 48 % en 1999 n'est plus que de 28 % en 2009.

- Entre 1999 et 2010, Gazifère a augmenté sa clientèle de 12 938 clients, soit une croissance de 62 % pour le résidentiel et 25 % pour le commercial.

- La perte de client se situe entre 68 et 104 pour la période 2006-2010
  - À ce rythme, plus de 350 ans pour qu'il ne reste plus un seul client dans la franchise… alors qu'il ne faudrait qu'une soixantaine d'année pour Gaz Métro

- Seulement 6% des revenus de distribution proviennent du secteur industriel (4,5% de l'industrie des pâtes et papiers)

L'avenir de Gazifère ne sera pas axé sur une dépendance envers le secteur industriel, mais il dépendra plutôt des secteurs résidentiel et commercial.

3. Risque long terme (suite)

3.2. La Situation concurrentielle

- Depuis 2004, des hausses tarifaires en électricité ont été régulièrement décrétées (0,35 % à 5,33% par année).
- Changement dans l'approche commerciale de Hydro-Québec passant de agressive à absente, dans le marché de la construction.
- Changement de paradigme au niveau du prix du gaz naturel par l'arrivée commerciale du gaz de schiste.

Le gaz naturel devrait demeurer concurrentiel dans les marchés de croissance de Gazifère (résidentiel et commercial) au cours des prochaines années.

- À noter que la croissance de la clientèle de Gazifère s'est faite au cours des dernières années dans une situation concurrentielle beaucoup plus difficile que ce qui est envisageable pour les prochaines années.

3. Risque long terme (suite)

3.3. La réduction des volumes par client

- La réduction des volumes par client est en grande partie expliquée par des mesures en efficacité énergétique.
  - Cette baisse de consommation a pour effet de réduire la facture du client au total.
  - Amélioration de la situation concurrentielle de gaz naturel
- L'augmentation de clients sans hausse de volumes procure un avantage tarifaire.
  - Majorité des coût de distribution son fixes (immobilisations)
  - Économies d'échelle sur certaines immobilisations (conduites principales)

La baisse de volumes par client ne peut être un élément négatif au point de vue compétitif pour Gazifère et se veut plutôt un gain au point de vue de la compétitivité avec les autres sources d'énergies

3. Risque long terme (suite)

3.4. La taille de la franchise

- Nous avons démontré que la clientèle industrielle représente environ 6 % des revenus totaux de Gazifère
  - Gazifère n'est pas dans une situation hors norme, bien au contraire. Elle se veut à cet égard, en meilleure situation que Gaz Métro.

- La perte d'une masse de clients sera aussi important chez un petit ou un grand distributeur.
  - La dépendance de Gazifère envers le secteur des pâtes et papiers et très limité (max. 4,5 % des revenus);
  - Ce qui représenterait un risque pour Gazifère est une fuite de masse de la clientèle commerciale et résidentielle
    - Gazifère va chercher 95 % de la nouvelle construction unifamiliale actuellement et les pertes de clients en nombres sont très limités.

4. Conclusion

- Gazifère profite d'une situation socioéconomique supérieure à la moyenne canadienne et québécoise.
- Il ne nous semble pas qu'il y a de risques additionnels comparativement à 1999 et nous croyons que le mécanisme incitatif n'est pas un élément de risque additionnel comparativement à la méthode au coût de service.
- Nous sommes plutôt d'avis que Gazifère se compare avantageusement à Gaz Métro et qu'elle présente davantage les caractéristiques des autres grands distributeurs gaziers canadiens.