

**COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT PRÉVU
À LA CAUSE TARIFAIRE 2010 ET LE RÉEL 2010
(RÉSULTATS A PRIORI)**

Lors du dossier d'examen du Rapport annuel 2009 (R-3717-2009, Gaz Métro-13, Document 3), Gaz Métro proposait une nouvelle méthode de suivi de la rentabilité du plan de développement (nouvelle méthode de calcul) ainsi qu'une façon différente de présenter les données. Puisque dans le cadre de la Cause tarifaire 2009, le plan de développement avait été établi à partir de « l'ancienne méthode », Gaz Métro avait alors également présenté les résultats selon cette méthode mais avait ajouté, à titre indicatif, les résultats évalués selon la nouvelle méthode.

Dans sa décision D-2010-091 relative au Rapport annuel 2009, la Régie *« prend acte de la nouvelle méthode d'évaluation de la rentabilité du plan de développement et demande à Gaz Métro d'utiliser cette méthode pour présenter la rentabilité de son plan de développement dans les prochains dossiers tarifaires et dossiers d'examen du rapport annuel. »* Ainsi, lors de la Cause tarifaire 2011 (R-3720-2010, Gaz Métro-3, Document 2), un premier plan de développement a été produit utilisant la méthode modifiée.

Cependant, au présent dossier d'examen du rapport annuel, la comparaison du plan de développement 2010 doit encore une fois être produite selon l'ancienne méthode puisque le plan de développement présenté dans le cadre de la Cause tarifaire 2010 avait été élaboré à partir de cette méthode. Ainsi, tout comme lors du Rapport annuel 2009, les résultats selon l'ancienne méthode sont présentés dans un premier tableau et comparés au plan établi à la Cause tarifaire, mais un second tableau est également produit afin de présenter les résultats selon la nouvelle méthode de calcul. Dans le second tableau, le plan de développement est comparé à l'historique, faute de pouvoir le comparer aux prévisions de la Cause tarifaire 2010. Dès 2011, la comparaison du plan de développement se fera uniquement selon la nouvelle méthode.

Par ailleurs, la Régie demandait aussi à Gaz Métro, dans sa décision D-2010-091, *« de déposer, dans les prochains dossiers d'examen du rapport annuel, la rentabilité du plan de développement en évaluant le TRI de l'ensemble des nouvelles ventes, le TRI des ventes liées à de nouveaux clients et le TRI des ajouts de charge. »* Trois tableaux de comparaison du réel

et de la Cause tarifaire seront donc produits à l'avenir, soit un pour chaque catégorie de ventes demandée par la Régie. Pour le présent dossier par contre, seuls les résultats réels sont présentés distinctement entre ces trois catégories puisque, encore une fois, le plan de développement établi lors de la Cause tarifaire 2010 n'avait pas été produit suivant ces catégories. L'information sera donc pour cette fois présentée dans un seul tableau (le troisième) distinguant sur trois colonnes les nouveaux clients, les ajouts de charge et les ventes totales.

Société en commandite Gaz Métro
Rapport annuel au 30 septembre 2010, R-3745-2010

COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT - VENTES TOTALES
CAUSE 2010 VERSUS RÉEL A PRIORI (ANCIENNE MÉTHODE DE CALCUL)
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 30 SEPTEMBRE 2010

Ligne	Description	PETIT ET MOYEN DÉBIT (PMD)									GRANDES ENTREPRISES			GRAND TOTAL		
		RÉSIDENTIEL			AFFAIRES			TOTAL PMD			Cause 2010 (10)	Réal 2010 (11)	Variation (C11-C10) (12)	Cause 2010 (13)	Réal 2010 (14)	Variation (C14-C13) (15)
		Cause 2010 (1)	Réal ¹ 2010 (2)	Variation (C2-C1) (3)	Cause 2010 (4)	Réal 2010 (5)	Variation (C5-C4) (6)	Cause 2010 (7)	Réal 2010 (8)	Variation (C8-C7) (9)						
1	Nombre de clients ²	5 514	5 215	(299)	2 784	2 530	(254)	8 298	7 745	(553)	6	14	8	8 304	7 759	(545)
2	Volumes (10 ³ m ³)	13 058	12 108	(950)	84 580	61 133	(23 447)	97 638	73 241	(24 397)	37 318	33 531	(3 787)	134 956	106 773	(28 183)
3	Immobilisations (000 \$) (incluant les frais généraux)	18 852	14 756	(4 096)	22 544	19 302	(3 242)	41 396	34 058	(7 338)	763	618	(145)	42 159	34 675	(7 484)
4	Subvention PRC (000 \$)	8 279	7 178	(1 101)	9 407	6 546	(2 861)	17 686	13 724	(3 962)	11	0	(11)	17 697	13 724	(3 973)
5	Contributions clients (000 \$) ³	(1 942)	(1 880)	62	(580)	(1 533)	(953)	(2 522)	(3 413)	(891)	0	(26)	(26)	(2 522)	(3 439)	(917)
6	Total des investissements (000 \$)	25 189	20 054	(5 135)	31 371	24 315	(7 056)	56 560	44 369	(12 191)	774	592	(182)	57 334	44 961	(12 373)
7	Impact sur les tarifs Hausse / (baisse) pour la première année (000 \$)	354	(54)	(408)	(4 180)	(4 525)	(345)	(3 826)	(4 579)	(753)	(1 077)	(599)	478	(4 903)	(5 178)	(275)
8	Impact sur les tarifs Hausse / (baisse) pour les cinq premières années (000 \$)	8	(231)	(239)	(19 488)	(19 393)	95	(19 480)	(19 623)	(143)	(5 226)	(1 538)	3 688	(24 706)	(21 162)	3 544

¹ Le terme réel désigne les informations telles que signées en cours d'année (*a priori*) et non les ventes telles qu'elles se réaliseront (*a posteriori*).

² Le nombre de clients correspond aux nombre de clients pour lesquels il y a eu des ventes. Ceci comprend les nouveaux clients, mais aussi les clients existants pour lesquels un ajout de consommation a été signé.

³ Les contributions clients regroupent la contribution de raccordement de 300\$ ainsi que toutes les autres contributions faites par les clients.

**COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT - VENTES TOTALES
RÉEL A PRIORI 2010 COMPARÉ AUX RÉELS A PRIORI 2008 ET 2009
MÉTHODE DE CALCUL DE TRI MODIFIÉE**

Ligne	Description	PETIT ET MOYEN DÉBIT (PMD)									GRANDES ENTREPRISES			GRAND TOTAL		
		RÉSIDENTIEL			AFFAIRES			TOTAL PMD			Réal 2008 (10)	Réal 2009 (11)	Réal 2010 (12)	Réal 2008 (13)	Réal 2009 (14)	Réal 2010 (15)
		Réal ¹ 2008 (1)	Réal 2009 (2)	Réal 2010 (3)	Réal 2008 (4)	Réal 2009 (5)	Réal 2010 (6)	Réal 2008 (7)	Réal 2009 (8)	Réal 2010 (9)						
1	Nombre de clients ² an 1	3 787	2 054	2 829	2 766	2 061	2 490	6 553	4 115	5 319	43	13	14	6 596	4 128	5 333
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	5 640	2 940	4 203	2 707	2 041	2 421	8 347	4 981	6 624	43	13	14	8 390	4 994	6 638
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	6 722	3 500	4 758	2 716	2 061	2 427	9 438	5 561	7 185	43	13	14	9 481	5 574	7 199
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	7 048	3 636	4 890	2 721	2 061	2 427	9 769	5 697	7 317	43	13	14	9 812	5 710	7 331
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	7 144	3 636	4 925	2 722	2 061	2 427	9 866	5 697	7 352	43	13	14	9 909	5 710	7 366
7	Volumes (10 ^{m³}) an 1	8 442	5 345	6 471	82 107	41 070	53 471	90 549	46 415	59 941	328 731	61 307	33 531	419 280	107 722	93 472
8	Volumes (10 ^{m³}) an 2 (cumulatif)	9 637	5 311	7 009	80 130	39 861	54 445	89 767	45 172	61 454	329 438	60 152	7 189	419 205	105 324	68 643
9	Volumes (10 ^{m³}) an 3 (cumulatif)	11 697	6 549	8 498	80 260	40 336	54 790	91 957	46 885	63 288	329 849	60 563	7 189	421 806	107 448	70 477
10	Volumes (10 ^{m³}) an 4 (cumulatif)	12 793	7 086	9 172	80 344	40 336	54 818	93 137	47 422	63 990	329 849	60 563	7 189	422 986	107 985	71 179
11	Volumes (10 ^{m³}) an 5 (cumulatif)	13 127	7 202	9 377	80 368	40 336	54 818	93 495	47 538	64 195	329 849	60 563	7 189	423 344	108 101	71 384
12	Immobilisations (000 \$) an 0	15 666	7 715	10 631	24 469	15 838	19 122	40 135	23 553	29 753	379	992	618	40 514	24 545	30 370
13	Immobilisations (000 \$) an 1	2 686	1 504	2 148	115	150	101	2 801	1 654	2 249	0	0	0	2 801	1 654	2 249
14	Immobilisations (000 \$) an 2	1 450	813	787	49	196	49	1 499	1 009	836	0	0	0	1 499	1 009	836
15	Immobilisations (000 \$) an 3	464	181	186	25	0	0	489	181	186	0	0	0	489	181	186
16	Immobilisations (000 \$) an 4	100	0	19	5	0	0	105	0	19	0	0	0	105	0	19
17	Immobilisations (000 \$) an 5 (incluant les frais généraux)	18	0	11	0	0	0	18	0	11	0	0	0	18	0	11
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	6 103	3 027	3 990	10 368	5 151	6 605	16 471	8 178	10 595	161	11	0	16 632	8 189	10 595
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	2 290	1 313	2 037	26	84	122	2 316	1 397	2 159	0	0	0	2 316	1 397	2 159
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	1 302	781	812	20	35	40	1 322	816	852	0	0	0	1 322	816	852
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	359	207	225	8	0	0	367	207	225	0	0	0	367	207	225
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	68	0	54	8	0	0	76	0	54	0	0	0	76	0	54
	contributions clients ³ (000 \$) an 0	(18)	(95)	(102)	(269)	(1 811)	(1 291)	(287)	(1 906)	(1 393)	0	0	(26)	(287)	(1 906)	(1 419)
23	contributions clients (000 \$) an 1	(1 075)	(733)	(887)	(98)	(180)	(235)	(1 173)	(913)	(1 122)	0	0	0	(1 173)	(913)	(1 122)
24	contributions clients (000 \$) an 2	(566)	(366)	(512)	0	(9)	(4)	(566)	(375)	(515)	0	0	0	(566)	(375)	(515)
25	contributions clients (000 \$) an 3	(325)	(197)	(217)	0	(5)	0	(325)	(202)	(217)	0	0	0	(325)	(202)	(217)
26	contributions clients (000 \$) an 4	(98)	(40)	(39)	0	0	(1)	(98)	(40)	(39)	0	0	0	(98)	(40)	(39)
27	contributions clients (000 \$) an 5	(29)	0	(9)	0	0	0	(29)	0	(9)	0	0	0	(29)	0	(9)
28	Total des investissements (000 \$) an 0	15 648	7 620	10 528	24 200	14 027	17 831	39 848	21 647	28 360	379	992	592	40 227	22 639	28 951
29	Total des investissements (000 \$) an 1	7 714	3 798	5 250	10 385	5 121	6 471	18 099	8 919	11 721	161	11	0	18 260	8 930	11 721
30	Total des investissements (000 \$) an 2	3 174	1 760	2 313	75	271	167	3 249	2 031	2 480	0	0	0	3 249	2 031	2 480
31	Total des investissements (000 \$) an 3	1 441	765	781	45	30	40	1 486	795	821	0	0	0	1 486	795	821
32	Total des investissements (000 \$) an 4	361	167	205	13	0	(1)	374	167	205	0	0	0	374	167	205
33	Total des investissements (000 \$) an 5	57	0	56	8	0	0	65	0	56	0	0	0	65	0	56
34	Impact sur les tarifs															
35	Pour la première année (000 \$)	1 094	306	555	(4 461)	(3 008)	(4 140)	(3 367)	(2 702)	(3 585)	(7 224)	(1 331)	(599)	(10 591)	(4 033)	(4 184)
36	Pour les cinq premières années (000 \$)	2 873	615	826	(20 589)	(14 007)	(19 034)	(17 716)	(13 392)	(18 208)	(30 104)	(5 297)	(1 538)	(47 820)	(18 689)	(19 746)
37	Taux de rendement interne	9,00%	10,53%	10,71%	24,88%	28,26%	30,21%	17,49%	20,40%	21,09%	> 100%	> 100%	> 100%	29,95%	23,97%	21,75%
38	Point mort tarifaire (années)	13,37	8,38	8,11	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

¹ Le terme réel désigne les informations telles que signées en cours d'année (*a priori*) et non les ventes telles qu'elles se réaliseront (*a posteriori*).

² Le nombre de clients correspond aux nombre de clients pour lesquels il y a eu des ventes. Ceci comprend les nouveaux clients, mais aussi les clients existants pour lesquels un ajout de consommation a été signé.

³ Les contributions clients regroupent la contribution de raccordement de 300\$ ainsi que toutes les autres contributions faites par les clients.

COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT - NOUVEAUX CLIENTS ET AJOUTS DE CHARGE
RÉEL A PRIORI 2010
MÉTHODE DE CALCUL DE TRI MODIFIÉE

Ligne	Description	RÉSIDENTIEL			PETIT ET MOYEN DÉBIT (PMD)			TOTAL PMD			GRANDES ENTREPRISES			GRAND TOTAL		
		Réel ¹ Nouveaux (1)	Réel Ajouts (2)	Réel Total (3)	Réel Nouveaux (4)	Réel Ajouts (5)	Réel Total (6)	Réel Nouveaux (7)	Réel Ajouts (8)	Réel Total (9)	Réel Nouveaux (10)	Réel Ajouts (11)	Réel Total (12)	Réel Nouveaux (13)	Réel Ajouts (14)	Réel Total (15)
1	Nombre de clients ² an 1	2 829	0	2 829	1 727	763	2 490	4 556	763	5 319	7	7	14	4 563	770	5 333
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	4 203	0	4 203	1 658	763	2 421	5 861	763	6 624	7	7	14	5 868	770	6 638
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	4 758	0	4 758	1 664	763	2 427	6 422	763	7 185	7	7	14	6 429	770	7 199
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	4 890	0	4 890	1 664	763	2 427	6 554	763	7 317	7	7	14	6 561	770	7 331
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	4 925	0	4 925	1 664	763	2 427	6 589	763	7 352	7	7	14	6 596	770	7 366
7	Volumes (10 ³ m ³) an 1	6 471	0	6 471	34 626	18 845	53 471	41 096	18 845	59 941	1 378	32 153	33 531	42 474	50 998	93 472
8	Volumes (10 ³ m ³) an 2 (cumulatif)	7 009	0	7 009	35 600	18 845	54 445	42 609	18 845	61 454	1 578	5 611	7 189	44 187	24 456	68 643
9	Volumes (10 ³ m ³) an 3 (cumulatif)	8 498	0	8 498	35 944	18 845	54 790	44 442	18 845	63 288	1 578	5 611	7 189	46 020	24 456	70 477
10	Volumes (10 ³ m ³) an 4 (cumulatif)	9 172	0	9 172	35 972	18 845	54 818	45 145	18 845	63 990	1 578	5 611	7 189	46 723	24 456	71 179
11	Volumes (10 ³ m ³) an 5 (cumulatif)	9 377	0	9 377	35 972	18 845	54 818	45 349	18 845	64 195	1 578	5 611	7 189	46 927	24 456	71 384
12	Immobilisations (000 \$) an 0	10 631	0	10 631	16 138	2 984	19 122	26 768	2 984	29 753	618	0	618	27 386	2 984	30 370
13	Immobilisations (000 \$) an 1	2 148	0	2 148	101	0	101	2 249	0	2 249	0	0	0	2 249	0	2 249
14	Immobilisations (000 \$) an 2	787	0	787	49	0	49	836	0	836	0	0	0	836	0	836
15	Immobilisations (000 \$) an 3	186	0	186	0	0	0	186	0	186	0	0	0	186	0	186
16	Immobilisations (000 \$) an 4	19	0	19	0	0	0	19	0	19	0	0	0	19	0	19
17	Immobilisations (000 \$) an 5	11	0	11	0	0	0	11	0	11	0	0	0	11	0	11
	(incluant les frais généraux)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	3 990	0	3 990	5 089	1 516	6 605	9 079	1 516	10 595	0	0	0	9 079	1 516	10 595
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	2 037	0	2 037	122	0	122	2 159	0	2 159	0	0	0	2 159	0	2 159
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	812	0	812	40	0	40	852	0	852	0	0	0	852	0	852
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	225	0	225	0	0	0	225	0	225	0	0	0	225	0	225
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	54	0	54	0	0	0	54	0	54	0	0	0	54	0	54
	contributions clients ³ (000 \$) an 0	(102)	0	(102)	(1 271)	(20)	(1 291)	(1 373)	(20)	(1 393)	(26)	0	(26)	(1 399)	(20)	(1 419)
23	contributions clients (000 \$) an 1	(887)	0	(887)	(235)	0	(235)	(1 122)	0	(1 122)	0	0	0	(1 122)	0	(1 122)
24	contributions clients (000 \$) an 2	(512)	0	(512)	(4)	0	(4)	(515)	0	(515)	0	0	0	(515)	0	(515)
25	contributions clients (000 \$) an 3	(217)	0	(217)	0	0	0	(217)	0	(217)	0	0	0	(217)	0	(217)
26	contributions clients (000 \$) an 4	(39)	0	(39)	(1)	0	(1)	(39)	0	(39)	0	0	0	(39)	0	(39)
27	contributions clients (000 \$) an 5	(9)	0	(9)	0	0	0	(9)	0	(9)	0	0	0	(9)	0	(9)
28	Total des investissements (000 \$) an 0	10 528	0	10 528	14 867	2 965	17 831	25 395	2 965	28 360	592	0	592	25 987	2 965	28 951
29	Total des investissements (000 \$) an 1	5 250	0	5 250	4 955	1 516	6 471	10 206	1 516	11 721	0	0	0	10 206	1 516	11 721
30	Total des investissements (000 \$) an 2	2 313	0	2 313	167	0	167	2 480	0	2 480	0	0	0	2 480	0	2 480
31	Total des investissements (000 \$) an 3	781	0	781	40	0	40	821	0	821	0	0	0	821	0	821
32	Total des investissements (000 \$) an 4	205	0	205	(1)	0	(1)	205	0	205	0	0	0	205	0	205
33	Total des investissements (000 \$) an 5	56	0	56	0	0	0	56	0	56	0	0	0	56	0	56
34	Impact sur les tarifs															
35	Pour la première année (000 \$)	555	0	555	(2 595)	(1 545)	(4 140)	(2 040)	(1 545)	(3 585)	(82)	(517)	(599)	(2 122)	(2 062)	(4 184)
36	Pour les cinq premières années (000 \$)	826	0	826	(11 951)	(7 082)	(19 034)	(11 126)	(7 082)	(18 208)	(432)	(1 106)	(1 538)	(11 558)	(8 188)	(19 746)
37	Taux de rendement interne	10,71%	0,00%	10,71%	25,03%	58,74%	30,21%	17,70%	58,74%	21,09%	25,39%	>100%	>100%	17,11%	50,17%	21,75%
38	Point mort tarifaire (années)	8,11	0,00	8,11	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

¹ Le terme réel désigne les informations telles que signées en cours d'année (*a priori*) et non les ventes telles qu'elles se réaliseront (*a posteriori*).

² Le nombre de clients correspond aux nombre de clients pour lesquels il y a eu des ventes. Ceci comprend les nouveaux clients, mais aussi les clients existants pour lesquels un ajout de consommation a été signé.

³ Les contributions clients regroupent la contribution de raccordement de 300\$ ainsi que toutes les autres contributions faites par les clients.