

RENTABILITÉ A POSTERIORI DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT

En réponse à la décision D-2010-091 (page 17, paragraphe 60), la Régie de l'énergie (ci-après « la Régie ») demandait :

« La Régie demande également au distributeur de présenter un suivi de la rentabilité a posteriori, intégrant graduellement des données réelles au fil des années de réalisation du plan, dans les prochains dossiers d'examen du rapport annuel. »

Elle demandait également que soit proposée, pour les marchés CII et VGE, une méthode d'évaluation du TRI. En réponse à ces demandes, Société en commandite Gaz Métro (ci-après « Gaz Métro ») présente les éléments suivants :

1. Suivi de la rentabilité *a posteriori* du plan de développement 2009 du marché résidentiel;
2. Proposition pour le marché affaires (CII);
3. Proposition pour le marché grandes entreprises (VGE); et
4. Les considérations importantes de la demande formulée par la Régie et propositions d'ajustement.

1. SUIVI DE LA RENTABILITÉ A POSTERIORI DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2009 DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL

Tel que mentionné dans la pièce Gaz Métro-13, Document 3, page 6 du dossier R-3717-2009, Gaz Métro a présenté une méthodologie améliorée de calcul de la rentabilité *a posteriori* pour le plan de développement 2009 du marché résidentiel. Le calcul de cette rentabilité est maintenant basé sur le cumul des projets dont la première vente s'effectue durant l'année.

Le tableau de l'annexe 1 présente la rentabilité sur une base comparative entre les informations présentées *a priori* lors du Rapport annuel 2009 et les résultats de l'analyse *a posteriori* réalisés dans le marché résidentiel. Le taux de rendement interne (TRI) *a posteriori* est de 10,52 % avec un point mort tarifaire de 8,44 ans en comparaison au TRI *a priori* actualisé de 10,58 % avec un point mort tarifaire de 8,68 ans.

Afin d'assurer la comparabilité entre les résultats *a priori* et *a posteriori* de l'impact sur les tarifs, du taux de rendement interne et du point mort, les informations du plan de développement des ventes présentées *a priori* ont été mises à jour en fonction du revenu requis autorisé de l'année en cours, soit celui utilisé pour évaluer la rentabilité *a posteriori*. Pour ce qui est du taux unitaire de distribution utilisé pour établir la rentabilité *a priori* actualisée, nous avons maintenu le taux moyen utilisé à l'origine. Les taux de distribution utilisés dans la rentabilité *a posteriori* sont les taux réels facturés.

Tel qu'expliqué au Rapport annuel 2009, les données réelles sur les coûts et les revenus des projets de nouvelles constructions résidentielles arrivent graduellement au fil des années selon la réalisation des projets. Ainsi, Gaz Métro croit qu'il est préférable d'attendre deux années avant d'effectuer le calcul de la rentabilité d'un plan de développement de vente puisque peu d'informations réelles sont disponibles avant cette période. Concrètement, pour ce qui est du plan de développement 2009, la rentabilité *a posteriori* présentée à l'annexe 1 comprend une portion importante de données prévisionnelles car un grand nombre de clients prévus au plan de développement 2009 n'avait pas débuté leur consommation ou n'avait pas accumulé douze mois de consommation au 30 septembre 2010. Le tableau de l'annexe 2 illustre les proportions de données réelles et prévisionnelles incluses pour le calcul de la rentabilité *a posteriori* au 30 septembre 2010.

2. PROPOSITION POUR LE MARCHÉ AFFAIRES (CII)

Le calcul de la rentabilité du marché affaires se divise en deux catégories, soit les nouveaux clients (avec nouveau branchement et avec branchement existant) et les ajouts de charge provenant de clients existants.

La méthodologie proposée pour présenter la rentabilité *a posteriori* du marché affaires (CII) au Rapport annuel devra être réalisée en subdivisant les résultats pour ces deux segments. Le suivi relatif aux nouveaux clients CII suivra la même méthodologie que celle appliquée dans le marché résidentiel.

Pour le second segment qui représente les ajouts de charge de clients déjà existants, la détermination des volumes générés par l'ajout de consommation rend le calcul de la rentabilité *a posteriori* de ce segment de marché plus complexe. Ainsi, une étude plus approfondie des volumes de consommation par client avant et après la vente est requise afin d'établir la portion du revenu attribuable à la vente de volume additionnel. La complexité liée à l'ajout de charges n'a pas permis à Gaz Métro de compléter sa réflexion sur la méthodologie à utiliser pour ce segment.

Gaz Métro propose donc à la Régie de poursuivre sa réflexion au cours des prochains mois afin de présenter, dans le Rapport annuel 2011, la méthodologie retenue ainsi que la rentabilité *a posteriori* du plan de développement du marché CII 2009, en respect de la méthodologie qui aura été retenue.

3. PROPOSITION POUR LE MARCHÉ GRANDES ENTREPRISES (VGE)

Ce segment de marché est très rentable puisque le point mort *a priori* est généralement inférieur à un an, et génère des revenus importants. Gaz Métro propose de présenter une rentabilité *a posteriori* dans les seuls cas où la rentabilité *a priori* présenterait un point mort supérieur à un an.

4. LES CONSIDÉRATIONS IMPORTANTES À LA DEMANDE FORMULÉE PAR LA RÉGIE ET PROPOSITIONS D'AJUSTEMENT

Gaz Métro aimerait porter à l'attention de la Régie que la production des rapports de suivis pourrait s'avérer, à travers le temps, être de grande envergure puisqu'elle exigera de suivre simultanément l'évolution de plusieurs plans de développement et ce, de manière cumulative.

Gaz Métro est préoccupée du fait que d'ici cinq ans, il y aura 15 plans de développement des ventes à analyser, soit cinq plans de vente dans le marché résidentiel et dix plans de vente dans le marché CII (ajout de charges et nouveaux clients). Le calcul de la rentabilité *a posteriori* d'un plan de développement nécessite, à lui seul, environ de deux à trois semaines de travail. À cet effet, Gaz Métro a produit l'annexe 3 afin d'illustrer le nombre de suivis de plan de développement des ventes requis aux rapports annuels des prochaines années.

La préparation d'un suivi *a posteriori* d'un plan de développement des ventes comporte la cueillette des données réelles, telles que le nombre de clients, les revenus et les volumes, les investissements, les subventions octroyées (PRC) ainsi que les contributions des clients. Par la suite, des analyses sont nécessaires afin d'établir les données prévisionnelles à ajouter. Chacune de ces composantes nécessite un traitement particulier afin d'assurer l'intégrité des données réelles en comparaison des données prévisionnelles. L'annexe 4 présente un tableau sommaire des informations réelles contenues dans les différentes composantes du revenu requis.

Compte tenu de la charge de travail requise, il serait impossible de présenter le suivi de la rentabilité *a posteriori* de tous les plans de développement dans le dossier du Rapport annuel puisque nous ne disposerons pas du temps nécessaire pour élaborer tous les suivis entre la date où les données sont disponibles et la date requise pour le dépôt des suivis.

De plus, en réponse à une question portant sur les modes de suivi qui pouvaient être mis en place pour apprécier l'évolution annuelle de la rentabilité du plan de développement d'une année sur toute sa durée, Gaz Métro indiquait :

« Pour qu'un minimum de données réelles soit disponible, le calcul pourrait débiter, par exemple, deux ans suivant le plan de vente, de manière à ce qu'il ait une valeur ajoutée suffisante à cet exercice. Par la suite, de nouvelles données pourraient être intégrées jusqu'à 7 ans suivant la présentation du plan dans le rapport annuel. » (nos soulignés)

Gaz Métro est d'avis que la valeur de l'analyse serait plus grande si elle disposait d'une proportion importante de données réelles quant aux volumes et que la majorité des investissements avait été réalisée.

Considérant l'ensemble de ces éléments, Gaz Métro propose à la Régie de lui présenter la rentabilité *a posteriori* d'un plan de développement des ventes la troisième année après la présentation *a priori* du plan de développement des ventes dans le rapport annuel. Par la suite, Gaz Métro présenterait un deuxième et dernier rapport de suivi illustrant les résultats finaux la sixième année suivant la présentation *a priori* du plan de développement; étape qui constituerait la rentabilité à maturité. L'annexe 5 présente le nombre de suivis de plan de développement requis par année, selon cette proposition.

Si la Régie ne retient pas la proposition de Gaz Métro et juge nécessaire de présenter la rentabilité de tous les plans de développement à chaque année tel présenté à l'annexe 3, Gaz Métro demande alors que le dépôt du premier suivi de la rentabilité *a posteriori* d'un plan de développement soit celui de l'année 2 et que son dépôt soit décalé d'une année, de façon à allouer à Gaz Métro un délai suffisant pour sa production. Ainsi, la présentation du premier suivi de rentabilité *a posteriori* du plan de développement de 2010 serait effectuée en 2013 et serait produit annuellement par la suite jusqu'en 2017.

Conclusion

Gaz Métro présente, à l'annexe 1, la comparaison *a priori versus a posteriori* du plan de développement résidentiel 2009.

Dans un souci de présenter des rapports de suivi élaborés au moyen d'une proportion importante de données réelles ainsi que de gérer efficacement les ressources qui seront dédiées aux analyses, Gaz Métro propose un ajustement à la méthodologie présentée au Rapport annuel 2010. Elle demande donc à la Régie l'autorisation de présenter, au rapport annuel, la rentabilité *a posteriori* de l'ensemble des plans de développement des ventes lors de la troisième année et de la sixième année suivant la présentation *a priori* de chacun des plans, tel qu'illustré à l'annexe 5.

Gaz Métro propose également de reporter, au Rapport annuel 2011, la présentation de la rentabilité *a posteriori* du plan de développement 2009 du marché affaires ainsi que la méthodologie développée pour ce marché.

Finalement, Gaz Métro s'engage à présenter une rentabilité *a posteriori* du marché VGE dans les seuls cas où la rentabilité *a priori* présenterait un point mort tarifaire supérieur à un an, selon la même fréquence que celle proposée pour les autres marchés.

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

Annexe 1
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT RÉSIDENTIEL
2009 A PRIORI vs 2009 A POSTERIORI

Ligne	Description	A priori ¹ (1)	A priori actualisé ² (2)	A postérieur ³ (3)
1	Nombre de clients an 1	2 054		2 111
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 940		2 935
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	3 500		3 493
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	3 636		3 629
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	3 636		3 629
6	Volumes (10³m³) an 1	5 345		5 376
7	Volumes (10 ³ m ³) an 2 (cumulatif)	5 311		5 318
8	Volumes (10 ³ m ³) an 3 (cumulatif)	6 549		6 437
9	Volumes (10 ³ m ³) an 4 (cumulatif)	7 086		6 975
10	Volumes (10 ³ m ³) an 5 (cumulatif)	7 202		7 090
11	Immobilisations (000 \$) an 0	7 715		5 970
12	Immobilisations (000 \$) an 1	1 504		3 475
13	Immobilisations (000 \$) an 2	813		878
14	Immobilisations (000 \$) an 3	181		182
15	Immobilisations (000 \$) an 4	0		0
16	Immobilisations (000 \$) an 5 (incluant les frais généraux)	0	idem	0
17	Subvention PRC (000 \$) an 1	3 027		2 666
18	Subvention PRC (000 \$) an 2	1 313		1 377
19	Subvention PRC (000 \$) an 3	781		781
20	Subvention PRC (000 \$) an 4	207		207
21	Subvention PRC (000 \$) an 5	0		0
22	contributions clients⁴ (000 \$) an 0	(95)		(136)
23	contributions clients (000 \$) an 1	(733)		(626)
24	contributions clients (000 \$) an 2	(366)		(392)
25	contributions clients (000 \$) an 3	(197)		(197)
26	contributions clients (000 \$) an 4	(40)		(40)
27	contributions clients (000 \$) an 5	0		0
27	Total des investissements (000 \$) an 0	7 620		5 834
28	Total des investissements (000 \$) an 1	3 798		5 516
29	Total des investissements (000 \$) an 2	1 760		1 863
30	Total des investissements (000 \$) an 3	765		766
31	Total des investissements (000 \$) an 4	167		166
32	Total des investissements (000 \$) an 5	0		0
33	Impact sur les tarifs			
34	Pour la première année (000 \$)	306	305	37
35	Pour les cinq premières années (000 \$)	615	650	518
36	Taux de rendement interne	10,53%	10,58%	10,52%
37	Point mort tarifaire (années)	8,38	8,68	8,44

¹ Le terme A priori désigne les résultats présentés au plan de développement 2009 lors du rapport annuel (R-3717-2009, Gaz Métro-13, doc 3).

² Le terme réel A priori actualisé reprend les mêmes informations, mais avec le modèle du revenu requis autorisé pour l'année en cours.

³ Le terme A posteriori présente les résultats de l'analyse réalisée sur la base des volumes, investissements, subventions et contributions réels à ce jour. Une projection a été faite pour les années à venir.

⁴ Les contributions clients regroupent la contribution de raccordement de 300\$ ainsi que toutes les autres contributions (forfaitaires, emplacement et délai de raccordement).

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

Annexe 2
Proportion données réelles vs prévisionnelles

Ligne	Description	A postériori	Détail posteriori			
			Réel	% réel	Prévision	% prévision
1	Nombre de clients an 1¹	2 111	1 244	59%	867	41%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 935	1 233	42%	1 702	58%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	3 493	1 231	35%	2 262	65%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	3 629	1 231	34%	2 398	66%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	3 629	1 231	34%	2 398	66%
6	Volumes (10³m³) an 1²	5 376	2 320	43%	3 057	57%
7	Volumes (10 ³ m ³) an 2 (cumulatif)	5 318	1 028	19%	4 290	81%
8	Volumes (10 ³ m ³) an 3 (cumulatif)	6 437	967	15%	5 471	85%
9	Volumes (10 ³ m ³) an 4 (cumulatif)	6 975	967	14%	6 008	86%
10	Volumes (10 ³ m ³) an 5 (cumulatif)	7 090	967	14%	6 124	86%
11	Immobilisations (000 \$) an 0	5 970	3 669	61%	2 301	39%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	3 475	2 053	59%	1 422	41%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	878	80	9%	798	91%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	182	-	0%	182	100%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	0	-	0%	-	0%
16	Immobilisations (000 \$) an 5 (incluant les frais généraux)	0	-	0%	-	0%
17	Subvention PRC (000 \$) an 1	2 666	1 568	59%	1 098	41%
18	Subvention PRC (000 \$) an 2	1 377	166	12%	1 211	88%
19	Subvention PRC (000 \$) an 3	781	-	0%	781	100%
20	Subvention PRC (000 \$) an 4	207	-	0%	207	100%
21	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	-	0%	-	0%
	contributions clients (000 \$) an 0	(136)	(83)	61%	(53)	39%
22	contributions clients (000 \$) an 1	(626)	(369)	59%	(257)	41%
23	contributions clients (000 \$) an 2	(392)	(49)	12%	(343)	88%
24	contributions clients (000 \$) an 3	(197)	-	0%	(197)	100%
25	contributions clients (000 \$) an 4	(40)	-	0%	(40)	100%
26	contributions clients (000 \$) an 5	0	-	0%	-	0%
27	Total des investissements (000 \$) an 0	5 834	3 586	61%	2 248	39%
28	Total des investissements (000 \$) an 1	5 516	3 252	59%	2 263	41%
29	Total des investissements (000 \$) an 2	1 863	197	11%	1 666	89%
30	Total des investissements (000 \$) an 3	766	0	0%	766	100%
31	Total des investissements (000 \$) an 4	166	0	0%	166	100%
32	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0%	-	0%
33	Impact sur les tarifs					
34	Pour la première année (000 \$)	37				
35	Pour les cinq premières années (000 \$)	518				
36	Taux de rendement interne	10,52%				
37	Point mort tarifaire (années)	8,44				

¹ La baisse du nombre réel de clients de l'année 1 à 3 s'explique par le retrait des clients en chauffage temporaire.

² La baisse des volumes réels de l'année 1 à 3 s'explique par la fin de la consommation des clients en chauffage temporaire. De plus, les clients qui n'ont pas de volume annuel basé sur le réel 12 mois se sont vus attribuer un volume prévisionnel aux années 2 et suivantes.

Annexe 3 Nombre de plans de développement à analyser dans le rapport annuel

RAPPORT ANNUEL	Nbre d'analyse	Plan de développement des ventes par année																			
		Rés 2009	CII 2009	Rés 2010	CII 2010	Rés 2011	CII 2011	Rés 2012	CII 2012	Rés 2013	CII 2013	Rés 2014	CII 2014	Rés 2015	CII 2015	Rés 2016	CII 2016	Rés 2017	CII 2017	Rés 2018	CII 2018
2020	15																				
2019	15																				
2018	15																				
2017	15																				
2016	15																				
2015	15																				
2014	12																				
2013	9																				
2012	6																				
2011	3																				
2010	1*																				

 Chaque carreau représente un plan de développement des ventes du marché résidentiel contenant environ 80 à 100 projets réalisés annuellement qui nécessitent un suivi pouvant s'étendre jusqu'à 5 années.

 Chaque carreau représente deux plans de développement des ventes du marché CII contenant environ 50 à 60 projets d'extension du réseau et plus de 650 clients en ajouts de charge nécessitant un suivi pendant 5 années.

* L'analyse du plan de développement 2009 aurait dû débuter dans le rapport annuel 2011.

Annexe 4

Sommaire des données réelles par composante de revenu requis¹						
Composantes	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Nb. clients	n/a	Nombre de clients avec une consommation réelle dans l'année 1.	Nombre de clients identifiés à l'année précédente qui poursuivent leur consommation dans l'année en titre ²	Idem	idem	idem
Volume	n/a	Volume réels des clients de l'année 1 pour l'année 1.	Volume annuel basé sur le réel 12 mois des clients dénombrés pour l'année en titre	Idem	idem	idem
Revenus	n/a	Revenus réels des clients de l'année 1 pour l'année 1	Revenu annuel basé sur le réel 12 mois des clients dénombrés pour l'année en titre	Idem	idem	idem
Frais de conduite	Coûts réels de conduite avant le début de l'année 1 des projets d'extension	Coûts réels de conduite pour l'année 1 des projets d'extension	Coûts réels de conduite pour l'année 2 des projets d'extension	n/a	n/a	n/a
Frais de branchement Contributions clients Casep-immo Subventions (PRC)	Coûts réels avant le début de l'année 1	Coûts réels durant l'année 1	Coûts réels durant l'année 2	n/a	n/a	n/a

- 1 Les informations réelles présentées dans la rentabilité *a posteriori* concernent des projets ou des clients dont l'année 1 s'est terminée au plus tard au 30 septembre.
- 2 Gaz Métro pose l'hypothèse que les clients qui ont commencé à consommer à l'année 1 continuent de consommer durant les années suivantes, à l'exception des clients en chauffage temporaire dont la consommation cesse durant l'année 1 ou 2.

