

RENTABILITÉ A POSTERIORI DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT

1 Dans la décision D-2011-073 (A-0009, R-3745-2010, paragraphe 63), la Régie de l'énergie (ci-
2 après « la Régie ») acceptait la proposition de Société en commandite Gaz Métro (ci-après
3 « Gaz Métro ») de reporter au Rapport annuel 2011 la présentation des résultats de la
4 rentabilité *a posteriori* du plan 2009 du marché affaires ainsi que la méthodologie développée
5 pour ce marché.

6 Gaz Métro présente les éléments suivants :

- 7 1. Méthodologie du suivi de la rentabilité *a posteriori* du Plan de développement du marché
8 affaires ;
- 9 2. Présentation de la rentabilité *a posteriori* du Plan de développement 2009 du marché
10 affaires ;
- 11 3. Modifications proposées à la méthodologie de la rentabilité *a posteriori* du marché
12 résidentiel.

1 MÉTHODOLOGIE DU SUIVI DE LA RENTABILITÉ A POSTERIORI DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ AFFAIRES

13 PARAMÈTRES DE COMPARAISON DE LA RENTABILITÉ A POSTERIORI AVEC LA RENTABILITÉ A PRIORI

14 Dans la pièce B-0046, Gaz Métro-13, Document 3, page 2 du dossier R-3475-2010,
15 Gaz Métro mentionnait au sujet de la méthodologie de la rentabilité *a posteriori* du marché
16 résidentiel :

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

1 Lors du développement de la méthodologie du marché affaires, Gaz Métro a amélioré
2 l'approche initialement développée pour le marché résidentiel quant à la comparabilité de la
3 rentabilité *a posteriori* de celle *a priori*. En utilisant le taux de distribution réel facturé dans la
4 rentabilité *a posteriori*, les résultats varient en fonction des hausses ou des baisses tarifaires
5 annuelles. Afin de neutraliser cet effet non désiré, Gaz Métro a ajusté les revenus réels en
6 fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée
7 dans la rentabilité *a priori*, selon le tarif des clients. Pour ce faire, le pourcentage de
8 variation utilisé est celui accepté par la Régie par la pièce qui s'intitule *Comparaison des*
9 *revenus et des taux actuels et proposés*¹ dans le cadre de dossiers tarifaires antérieurs à
10 l'année de préparation de la rentabilité *a posteriori*. Cet ajustement des revenus réels
11 permet à Gaz Métro de calculer la rentabilité *a posteriori* avec les mêmes paramètres
12 tarifaires du revenu requis d'origine, soit ceux utilisés *a priori*. Les autres données réelles
13 n'ont pas été ajustées et les paramètres du revenu requis d'origine restent quant à eux
14 inchangés.

15 **ÉTABLISSEMENT DES LIVRAISONS ET DES INVESTISSEMENTS**

16 La rentabilité *a posteriori* du plan de développement 2009 pour le marché affaires a été
17 calculée avec les volumes de livraison et revenus réels associés en date du 31 août 2011 et
18 les investissements au 30 septembre 2011. Il est à noter que, compte tenu des cycles de
19 facturation, les données relatives aux volumes et revenus réels peuvent être disponibles
20 dans les systèmes comptables plus d'un mois plus tard après la fin de mois, alors que le
21 délai est d'une semaine pour les investissements réalisés. À la lumière du présent exercice,
22 Gaz Métro constate que cela lui laisse peu de temps pour la cueillette, la compilation et
23 l'analyse des résultats. Gaz Métro propose à la Régie que les suivis *a posteriori* prévus aux
24 rapports annuels futurs soient faits avec les données réelles de volumes et de revenus au
25 30 juin et les investissements réalisés au 30 septembre de l'année où le suivi *a posteriori*
26 doit être présenté à la Régie et ce, tout en maintenant la présentation des suivis *a posteriori*
27 des plans de développement des marchés résidentiels et affaires à la troisième et à la
28 sixième années suivant la présentation *a priori* de chacun des plans, tel qu'accepté par la
29 Régie².

¹ R-3752-2011, Cause tarifaire 2012, B-0390, Gaz Métro-15, Document 10

² R-3745-2010, Rapport annuel 2010, A-0009, D-2011-073, paragraphe 54

1 **AJOUTS DE CHARGE**

2 Lors du développement de la méthodologie pour le segment des ajouts de charge,
3 Gaz Métro a déterminé les caractéristiques des dossiers pour lesquels la mesure des
4 volumes et revenus réels était trop complexe à isoler ou ne s'avérait pas suffisamment
5 fiable. Elle a aussi permis de déterminer à quel moment il est à propos de prendre la
6 mesure réelle des volumes et des revenus de l'ensemble des ventes d'ajouts de charge.

7 Gaz Métro propose de comparer la rentabilité *a posteriori* des ajouts de charge avec la
8 rentabilité *a priori* d'un plan de développement uniquement pour les dossiers qu'elle a pu
9 mesurer. En effet, les dossiers pour lesquels une ou des ventes additionnelles en ajout de
10 charge ont été signées dans une année ultérieure à celle du plan de développement étudié
11 ne peuvent être mesurés compte tenu du biais que représenteraient ces volumes
12 additionnels sur la comparaison. Par conséquent, ils sont exclus du suivi *a posteriori*
13 présenté dans le dossier du Rapport annuel 2011. Gaz Métro proposera une méthodologie
14 complémentaire dans le cadre du Rapport annuel 2012 pour le traitement des dossiers en
15 ajout de charge n'ayant pu être mesurés.

16 De plus, bien que le délai entre la signature de la vente et le début de la consommation
17 réelle du volume ajouté diffère d'un client à l'autre, Gaz Métro estime qu'un délai de six mois
18 après la signature de la vente serait approprié pour débiter la mesure réelle des volumes et
19 revenus des ajouts de charge. Par conséquent, tous les dossiers mesurés *a posteriori* pour
20 le segment des ajouts de charge du plan de développement 2009 avaient un minimum d'un
21 an de volumes réels. Cela signifie que la proportion de données réelles s'élève à 100 %
22 dans les résultats *a posteriori*.

23 Afin d'établir les revenus réels relatifs aux volumes réels des ajouts de charge, Gaz Métro a
24 calculé le taux de distribution réel marginal par client à partir de la différence entre les
25 revenus associés au volume total après le début de la mesure de l'ajout de charge et les
26 revenus associés au volume existant avant la signature de la vente. Cela permet de
27 dégager les revenus réels supplémentaires que génère le volume ajouté chez nos clients
28 existants. Ce principe est utilisé dans l'établissement des revenus *a priori*.

1 L'annexe 1 présente la méthodologie relative à l'information réelle utilisée dans le calcul de
2 la rentabilité *a posteriori* pour la portion des dossiers mesurés du segment des ajouts de
3 charge du marché affaires.

4 **NOUVEAUX CLIENTS**

5 Dans la pièce B-0046, Gaz Métro-13, Document 3, page 2 du dossier R-3475-2010,
6 Gaz Métro mentionnait :

7 « Le suivi relatif aux nouveaux clients CII suivra la même méthodologie que celle
8 appliquée dans le marché résidentiel. »

9 Gaz Métro maintient cette affirmation, mais ajoute qu'il est possible dans le marché affaires
10 de signer des ventes en ajout de charge après la signature du nouveau client. Ainsi,
11 lorsqu'une vente en ajout de charge est signée après la vente d'un nouveau client CII,
12 Gaz Métro limite le volume réel mesuré pour le nouveau client à son volume initial de vente
13 signé. Le volume de la vente en ajout de charge est quant à lui mesuré dans l'année de
14 suivi du plan de développement où la vente en ajout de charge a été signée.

2 **P R É S E N T A T I O N D E L A R E N T A B I L I T É A P O S T E R I O R I**
D U P L A N D E D É V E L O P P E M E N T 2 0 0 9 D U M A R C H É
A F F A I R E S

15 Le tableau de l'annexe 2 présente la rentabilité sur une base comparative entre l'information
16 *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement 2009 du marché affaires. Pour le
17 segment des nouveaux clients, le taux de rendement interne (TRI) *a posteriori* est de
18 24,71 % en comparaison avec un TRI *a priori* de 23,86 %. Le point mort *a posteriori* est de 1
19 an, soit le même qu'*a priori*. Pour les dossiers mesurés du segment des ajouts de charge, le
20 TRI *a posteriori* est de 43,32 % comparativement à un TRI de 49,08 % *a priori*. Le point
21 mort *a posteriori* est de 1 an, soit le même qu'*a priori*. Pour l'ensemble du marché affaires,
22 le TRI *a posteriori* est de 27,17 % comparativement à un TRI *a priori* de 27,75 %. L'annexe
23 2 présente également dans quelles proportions les données utilisées *a posteriori* sont
24 réelles ou projetées.

25 Gaz Métro souhaite souligner que la maturation d'une vente dans le marché affaires peut
26 prendre jusqu'à trois ans après sa signature. Ainsi, le volume réel qui sera mesuré dans le

1 suivi *a posteriori* du Rapport annuel 2012 s'avérera davantage représentatif du volume à
2 reporter sur 40 ans que celui dans le présent exercice. Gaz Métro rappelle aussi que des
3 mesures d'efficacité énergétique peuvent être réalisées chez nos clients après la signature
4 d'une nouvelle vente et que le volume réel mesuré dans la rentabilité *a posteriori* n'est pas
5 ajusté pour tenir compte de ce facteur.

6 Tel qu'expliqué précédemment dans la méthodologie des ajouts de charge, l'information *a*
7 *priori* pour les ajouts de charge dans l'annexe 2 représente uniquement les *dossiers*
8 *mesurés*. Gaz Métro présente à l'annexe 3 la conciliation de l'information *a priori* pour
9 l'ensemble du marché affaires, telle que présentée dans le Rapport annuel au 30 septembre
10 2009, R-3717-2009, pièce B-1, Gaz Métro-13, Document 3, page 2.

11 AJOUT DE CHARGE

12 À titre illustratif, Gaz Métro a comparé les données *a priori* et *a posteriori* pour les dossiers
13 mesurés et présente les informations *a priori* pour les dossiers non mesurés. Cette
14 comparaison se retrouve à l'annexe 4. Le TRI *a priori* des dossiers non mesurés est de
15 55,69 % et se rapproche du TRI *a priori* de 49,08 % des dossiers mesurés. La proportion du
16 nombre de dossiers non mesurés est de 10 % et de 15 % en terme de volumes signés, ce
17 que Gaz Métro considère comme acceptable dans la mesure où il ne lui est pas possible
18 d'isoler raisonnablement les volumes et revenus réels propres à ces ventes, tel qu'expliqué
19 précédemment dans la méthodologie des ajouts de charge.

20 NOUVEAUX CLIENTS

21 L'annexe 5 compare l'information *a priori* et *a posteriori* pour le segment des nouveaux
22 clients et indique dans quelles proportions les données réelles et projetées composent les
23 résultats *a posteriori* comparatifs pour ce segment.

3 MODIFICATION PROPOSÉE À LA MÉTHODOLOGIE DE LA RENTABILITÉ *A POSTERIORI* DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL

24 Pour les raisons évoquées précédemment, Gaz Métro suggère d'effectuer le suivi *a*
25 *posteriori* du marché résidentiel de la même façon que pour le marché affaires. Cela

1 consiste à calculer la rentabilité *a posteriori* avec les revenus réels ajustés en une seule
2 grille tarifaire, celle d'origine, avec les paramètres du revenu requis d'origine utilisé *a priori*.
3 Les résultats *a posteriori* ainsi obtenus sont comparés avec la rentabilité *a priori* du plan de
4 développement présenté au rapport annuel, sans aucun changement. Cette façon de faire
5 permet de neutraliser l'effet des variations tarifaires sur les résultats de la rentabilité *a*
6 *posteriori* et ainsi obtenir un exercice de comparaison juste et fiable.

4 C O N C L U S I O N

7 Gaz Métro propose à la Régie que l'ensemble des suivis *a posteriori* des plans de
8 développement prévus aux rapports annuels futurs soit produit à partir des données réelles de
9 volumes et de revenus au 30 juin et des investissements réalisés au 30 septembre de l'année
10 où le suivi *a posteriori* doit être présenté à la Régie.

11 Gaz Métro poursuivra ses analyses et présentera au Rapport annuel 2012 une méthodologie
12 complémentaire afin de permettre de considérer les dossiers non mesurés dans le calcul de
13 rentabilité *a posteriori*.

14 Finalement, Gaz Métro recommande à la Régie d'effectuer le suivi *a posteriori* du marché
15 résidentiel de la même façon que le marché affaires, c'est-à-dire en ajustant les revenus réels
16 pour les ramener en grille tarifaire d'origine et de calculer la rentabilité *a posteriori* en utilisant
17 les mêmes paramètres que le revenu requis d'origine afin de permettre un exercice de
18 comparaison juste et fiable.

Annexe 1						
Ajouts de charge – Marché affaires						
Sommaire des données réelles par composante de revenu requis						
Composantes	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Nb clients		Nombre de clients avec un ajout de charge signé dans le plan de développement visé et pour lesquels nous prenons la mesure <i>a posteriori</i> ¹	Idem	Idem	Idem	Idem
Volume (m ³)		Différence entre le volume réel des 12 mois suivant le début de la mesure ² et le volume réel des 12 mois précédant la signature de la vente	Volume réel mesuré pour l'ajout de charge pour l'année en titre. Si celle-ci n'est pas complétée au 30 juin, c'est le volume réel de l'année précédente qui est reporté dans l'année en titre	Idem	Idem	Idem
Revenus D (\$)		Revenus réels ajustés ³ associés aux volumes réels d'ajout de charge pour l'année en titre. Les revenus réels sont calculés à partir du taux de distribution marginal réel par client relatif au volume ajouté	Idem, sauf si l'année en titre n'est pas complétée au 30 juin, ce sont les revenus réels ajustés de l'année précédente qui sont reportés dans l'année en titre	Idem	Idem	Idem
Fr. branch. Subventions Contr. clients	Coûts réels avant le début de l'année 1	Coûts réels de l'année en titre	Coûts réels de l'année en titre	Idem	Idem	Idem

1. Les dossiers mesurés *a posteriori* sont ceux pour lesquels aucune autre vente en ajout de charge n'a été signée après l'année du plan de développement.

2. La mesure du volume réel de consommation débute six mois après la signature de la vente en ajout de charge.

3. Les revenus réels sont ajustés en fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité *a priori*, selon le tarif des clients. Le pourcentage de variation est celui accepté par la Régie dans le cadre du dossier tarifaire dans la pièce qui s'intitule *Comparaison des revenus et des taux actuels et proposés*. À titre de référence, dans la Cause tarifaire 2012, R-752-2011, la pièce porte le numéro B-0390, Gaz Métro-15, Document 10.

Société en commandite Gaz Métro
Rapport annuel au 30 septembre 2011, R-3782-2011

Annexe 2
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - NOUVEAUX CLIENTS ET AJOUTS DE CHARGE
2009 A PRORI VS 2009 A POSTERIORI

Ligne	Description	A priori ¹			A posteriori ²			Écart			Détail A posteriori Total			
		Nouveaux (1)	Ajouts (2)	Total (3)	Nouveaux (4)	Ajouts (5)	Total (6)	Nouveaux (7)	Ajouts (8)	Total (9)	Réel (10)	% réel (11)	Prévision (12)	% prévision (13)
1	Nombre de clients an 1	1 408	589	1 997	1 402	584	1 986	(6)	(5)	(11)	1 909	96%	77	4%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	1 388	589	1 977	1 379	584	1 963	(9)	(5)	(14)	1 857	95%	106	5%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	1 408	589	1 997	1 398	584	1 982	(10)	(5)	(15)	1 857	94%	125	6%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	1 408	589	1 997	1 398	584	1 982	(10)	(5)	(15)	1 857	94%	125	6%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	1 408	589	1 997	1 398	584	1 982	(10)	(5)	(15)	1 857	94%	125	6%
6	Volumes (10 ³ m ³) an 1	26 394	12 515	38 908	26 849	9 754	36 603	455	(2 761)	(2 306)	34 950	95%	1 653	5%
7	Volumes (10 ³ m ³) an 2 (cumulatif)	25 185	12 515	37 700	25 163	9 637	34 800	(22)	(2 877)	(2 900)	32 345	93%	2 455	7%
8	Volumes (10 ³ m ³) an 3 (cumulatif)	25 660	12 515	38 174	25 480	9 637	35 118	(179)	(2 877)	(3 057)	32 211	92%	2 907	8%
9	Volumes (10 ³ m ³) an 4 (cumulatif)	25 660	12 515	38 174	25 480	9 637	35 118	(179)	(2 877)	(3 057)	32 211	92%	2 907	8%
10	Volumes (10 ³ m ³) an 5 (cumulatif)	25 660	12 515	38 174	25 480	9 637	35 118	(179)	(2 877)	(3 057)	32 211	92%	2 907	8%
11	Immobilisations (000 \$) an 0	13 148	2 424	15 572	9 971	1 547	11 517	(3 177)	(877)	(4 054)	11 063	96%	454	4%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	150	0	150	3 532	116	3 648	3 382	116	3 498	3 521	97%	127	3%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	196	0	196	657	14	671	461	14	475	483	72%	188	28%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	0	0	0	3	0	3	3	0	3	3	100%	0	0%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0	100%
16	Immobilisations (000 \$) an 5 (incluant les frais généraux)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0	100%
17	Subvention PRC (000 \$) an 1	4 115	889	5 004	3 455	810	4 265	(660)	(80)	(740)	4 075	96%	190	4%
18	Subvention PRC (000 \$) an 2	84	0	84	322	110	433	238	110	349	363	84%	70	16%
19	Subvention PRC (000 \$) an 3	35	0	35	30	0	30	(5)	0	(5)	3	9%	28	91%
20	Subvention PRC (000 \$) an 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0	100%
21	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0	100%
22	contributions clients ³ (000 \$) an 0	(1 809)	(2)	(1 811)	(1 623)	(7)	(1 630)	186	(5)	180	(1 630)	100%	0	0%
23	contributions clients (000 \$) an 1	(180)	0	(180)	74	0	74	254	0	254	74	100%	0	0%
24	contributions clients (000 \$) an 2	(9)	0	(9)	(13)	0	(13)	(3)	0	(3)	(5)	35%	(8)	65%
25	contributions clients (000 \$) an 3	(5)	0	(5)	(6)	0	(6)	(1)	0	(1)	(1)	15%	(5)	85%
26	contributions clients (000 \$) an 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0	100%
27	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0	100%
28	Total des investissements (000 \$) an 0	11 339	2 422	13 761	8 348	1 539	9 887	(2 992)	(882)	(3 874)	9 432	95%	454	5%
29	Total des investissements (000 \$) an 1	4 085	889	4 974	7 061	926	7 987	2 976	36	3 012	7 670	96%	317	4%
30	Total des investissements (000 \$) an 2	270	0	270	966	125	1 091	696	125	821	841	77%	250	23%
31	Total des investissements (000 \$) an 3	30	0	30	28	0	28	(2)	0	(2)	5	19%	22	81%
32	Total des investissements (000 \$) an 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0	100%
33	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0	100%
34	Impact sur les tarifs													
35	Pour la première année (000 \$)	(1 899)	(973)	(2 871)	(2 570)	(681)	(3 251)	(672)	292	(380)	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.
36	Pour les cinq premières années (000 \$)	(8 809)	(4 571)	(13 380)	(9 619)	(3 029)	(12 648)	(809)	1 542	732	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.
37	Taux de rendement interne	23,86%	49,08%	27,75%	24,71%	43,32%	27,17%	0,85%	-5,76%	-0,58%	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.
38	Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.

¹ Le terme *A priori* réfère aux résultats du plan de développement 2009 présentés dans le Rapport annuel 2009 (R3717-2009, Gaz Métro-13, Document 3, page 2 de 8), à l'exception des dossiers d'ajouts de charge non mesurés qui ont été exclus.

² Le terme *A posteriori* présente les résultats de l'analyse réalisée sur la base des volumes, revenus, investissements, subventions et contributions réels disponibles à ce jour. Afin de rendre les résultats réels comparatifs aux résultats *a priori*, les revenus réels ont été ajustés pour tenir de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité *a priori*. Les revenus réels ont été calculés à partir du taux marginal réel de distribution par client. Le modèle de revenu requis utilisé est le même que celui utilisé *a priori*, avec les paramètres d'origine. Pour les ajouts de charge, seuls les dossiers mesurés ont été considérés.

³ Les contributions clients regroupent la contribution de raccordement de 300\$ et les autres types de contributions (forfaitaires, emplacement et délai de raccordement)

Annexe 3
CONCILIATION DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES
2009 A PRIORI

Ligne	Description	A priori		
		Total ¹ (1)	Nouveaux clients ² (2)	Ajouts - Tous les dossiers ³ (3)
1	Nombre de clients an 1	2 061	1 408	653
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 041	1 388	653
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	2 061	1 408	653
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	2 061	1 408	653
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	2 061	1 408	653
6	Volumes (10³m³) an 1	41 070	26 394	14 676
7	Volumes (10 ³ m ³) an 2 (cumulatif)	39 861	25 185	14 676
8	Volumes (10 ³ m ³) an 3 (cumulatif)	40 336	25 660	14 676
9	Volumes (10 ³ m ³) an 4 (cumulatif)	40 336	25 660	14 676
10	Volumes (10 ³ m ³) an 5 (cumulatif)	40 336	25 660	14 676
11	Immobilisations (000 \$) an 0	15 838	13 148	2 690
12	Immobilisations (000 \$) an 1	150	150	0
13	Immobilisations (000 \$) an 2	196	196	0
14	Immobilisations (000 \$) an 3	0	0	0
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	5 151	4 115	1 036
18	Subvention PRC (000 \$) an 2	84	84	0
19	Subvention PRC (000 \$) an 3	35	35	0
20	Subvention PRC (000 \$) an 4	0	0	0
21	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0
22	Contributions clients (000 \$) an 0	(1 811)	(1 809)	(2)
23	contributions clients (000 \$) an 1	(180)	(180)	0
24	contributions clients (000 \$) an 2	(9)	(9)	0
25	contributions clients (000 \$) an 3	(5)	(5)	0
26	contributions clients (000 \$) an 4	0	0	0
27	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0
28	Total des investissements (000 \$) an 0	14 027	11 339	2 688
29	Total des investissements (000 \$) an 1	5 121	4 085	1 036
30	Total des investissements (000 \$) an 2	270	270	0
31	Total des investissements (000 \$) an 3	30	30	0
32	Total des investissements (000 \$) an 4	0	0	0
33	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0
34	Impact sur les tarifs			
35	Pour la première année (000 \$)	(3 008)	(1 899)	(1 109)
36	Pour les cinq premières années (000 \$)	(14 007)	(8 809)	(5 198)
37	Taux de rendement interne	28,26%	23,86%	49,78%
38	Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	1,00

¹Présente les résultats du plan de développement 2009 tels que présentés dans le Rapport annuel 2009 (R-3717-2009, GazMétro-13, Document 3, page 2).

²Présente les résultats du plan de développement 2009 pour l'ensemble des nouveaux clients.

³Présente les résultats du plan de développement 2009 pour l'ensemble des ajouts de charge (dossiers mesurés et dossiers non mesurés).

Société en commandite Gaz Métro
Rapport annuel au 30 septembre 2011, R-3782-2011

Annexe 4
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - AJOUTS DE CHARGE
2009 A PRIORI vs 2009 A POSTERIORI

Description	Dossiers mesurés <i>a posteriori</i> ¹				Dossiers non mesurés <i>a posteriori</i> ²		Tous les dossiers ³
	<i>A priori</i>	<i>A posteriori</i> comparatif ⁴	Écart <i>a priori</i> vs <i>a posteriori</i> comparatif	Écart <i>a priori</i> vs <i>a posteriori</i> comparatif	<i>A priori</i>	Proportion	<i>Priori</i> 2009
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1 Nombre de clients an 1	589	584	(5)	-1%	64	10%	653
2 Nombre de clients an 2 (cumulatif)	589	584	(5)	-1%	64	10%	653
3 Nombre de clients an 3 (cumulatif)	589	584	(5)	-1%	64	10%	653
4 Nombre de clients an 4 (cumulatif)	589	584	(5)	-1%	64	10%	653
5 Nombre de clients an 5 (cumulatif)	589	584	(5)	-1%	64	10%	653
6 Volumes (10 ³ m ³) an 1	12 515	9 754	(2 761)	-22%	2 161	15%	14 676
7 Volumes (10 ³ m ³) an 2 (cumulatif)	12 515	9 637	(2 877)	-23%	2 161	15%	14 676
8 Volumes (10 ³ m ³) an 3 (cumulatif)	12 515	9 637	(2 877)	-23%	2 161	15%	14 676
9 Volumes (10 ³ m ³) an 4 (cumulatif)	12 515	9 637	(2 877)	-23%	2 161	15%	14 676
10 Volumes (10 ³ m ³) an 5 (cumulatif)	12 515	9 637	(2 877)	-23%	2 161	15%	14 676
11 Immobilisations (000 \$) an 0	2 424	1 547	(877)	-36%	266	10%	2 690
12 Immobilisations (000 \$) an 1	0	116	116	100%	0	0%	0
13 Immobilisations (000 \$) an 2	0	14	14	100%	0	0%	0
14 Immobilisations (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	0%	0
15 Immobilisations (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0%	0
16 Immobilisations (000 \$) an 5 (incluant les frais généraux)	0	0	0	100%	0	0%	0
17 Subvention PRC (000 \$) an 1	889	810	(80)	-9%	147	14%	1 036
18 Subvention PRC (000 \$) an 2	0	110	110	100%	0	0%	0
19 Subvention PRC (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	0%	0
20 Subvention PRC (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0%	0
21 Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0%	0
22 contributions clients (000 \$) an 0	(2)	(7)	(5)	270%	0	0%	(2)
23 contributions clients (000 \$) an 1	0	0	0	100%	0	0%	0
24 contributions clients (000 \$) an 2	0	0	0	100%	0	0%	0
25 contributions clients (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	0%	0
26 contributions clients (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0%	0
27 contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0%	0
28 Total des investissements (000 \$) an 0	2 422	1 539	(882)	-36%	266	10%	2 688
29 Total des investissements (000 \$) an 1	889	926	36	4%	147	14%	1 036
30 Total des investissements (000 \$) an 2	0	125	125	100%	0	0%	0
31 Total des investissements (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	0%	0
32 Total des investissements (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0%	0
33 Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0%	0
34 Impact sur les tarifs Pour la première année (000 \$)	(973)	(681)	292	-30%	(137)	12%	(1 109)
35 Pour les cinq premières années (000 \$)	(4 571)	(3 029)	1 542	-34%	(627)	12%	(5 198)
36 Taux de rendement interne	49,08%	43,32%	-5,76%	s. o.	55,69%	s. o.	49,78%
37 Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	0,00	s. o.	1,00	s. o.	1,00

¹ Les dossiers mesurés *a posteriori* sont ceux pour lesquels aucune vente en ajout de charge n'a été signée après 2009.

² Les dossiers non mesurés *a posteriori* sont ceux pour lesquels il y a eu d'autres ventes en ajout de charge après 2009.

³ Tous les dossiers réfèrent aux informations *a priori* de l'ensemble des ventes signées en ajouts de charge du plan de développement 2009 pour le marché affaires.

⁴ Le terme *a posteriori comparatif* présente les résultats de l'analyse réalisée sur la base des volumes, investissements, subventions et contributions réels disponibles à ce jour. Afin de rendre les résultats réels comparatifs aux résultats *a priori*, les revenus réels ont été ajustés pour tenir de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité *a priori*. Les revenus réels ont été calculés à partir du taux marginal réel de distribution par client. Le modèle de revenu requis utilisé est le même que celui utilisé *a priori*, avec les paramètres d'origine.

Annexe 5
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - NOUVEAUX CLIENTS
2009 A PRIORI VS 2009 A POSTERIORI

Ligne	Description	A priori ¹ (1)	A posteriori ² comparatif (2)	Écart a priori vs a posteriori comparatif (3)	Écart a priori vs a posteriori comparatif (4)	Détail a posteriori comparatif			
						Réel (5)	% Réel (6)	Prévision (7)	% prévision (8)
1	Nombre de clients an 1	1 408	1 402	(6)	0%	1 325	95%	77	5%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	1 388	1 379	(9)	-1%	1 273	92%	106	8%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	1 408	1 398	(10)	-1%	1 273	91%	125	9%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	1 408	1 398	(10)	-1%	1 273	91%	125	9%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	1 408	1 398	(10)	-1%	1 273	91%	125	9%
6	Volumes (10³m³) an 1	26 394	26 849	455	2%	25 196	94%	1 653	6%
7	Volumes (10 ³ m ³) an 2 (cumulatif)	25 185	25 163	(22)	0%	22 708	90%	2 455	10%
8	Volumes (10 ³ m ³) an 3 (cumulatif)	25 660	25 480	(179)	-1%	22 573	89%	2 907	11%
9	Volumes (10 ³ m ³) an 4 (cumulatif)	25 660	25 480	(179)	-1%	22 573	89%	2 907	11%
10	Volumes (10 ³ m ³) an 5 (cumulatif)	25 660	25 480	(179)	-1%	22 573	89%	2 907	11%
11	Immobilisations (000 \$) an 0	13 148	9 971	(3 177)	-24%	9 516	95%	454	5%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	150	3 532	3 382	2260%	3 405	96%	127	4%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	196	657	461	236%	468	71%	188	29%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	0	3	3	0%	3	100%	0	0%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	0	0	0	0%	0	0%	0	100%
16	Immobilisations (000 \$) an 5 (incluant les frais généraux)	0	0	0	0%	0	0%	0	100%
17	Subvention PRC (000 \$) an 1	4 115	3 455	(660)	-16%	3 265	95%	190	5%
18	Subvention PRC (000 \$) an 2	84	322	238	284%	252	78%	70	22%
19	Subvention PRC (000 \$) an 3	35	30	(5)	-13%	3	9%	28	91%
20	Subvention PRC (000 \$) an 4	0	0	0	0%	0	0%	0	100%
21	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	0%	0	0%	0	100%
22	contributions clients³ (000 \$) an 0	(1 809)	(1 623)	186	-10%	(1 623)	100%	0	0%
23	contributions clients (000 \$) an 1	(180)	74	254	-141%	74	100%	0	0%
24	contributions clients (000 \$) an 2	(9)	(13)	(3)	37%	(5)	35%	(8)	65%
25	contributions clients (000 \$) an 3	(5)	(6)	(1)	18%	(1)	15%	(5)	85%
26	contributions clients (000 \$) an 4	0	0	0	0%	0	0%	0	100%
27	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	0%	0	0%	0	100%
28	Total des investissements (000 \$) an 0	11 339	8 348	(2 992)	-26%	7 893	95%	454	5%
29	Total des investissements (000 \$) an 1	4 085	7 061	2 976	73%	6 744	96%	317	4%
30	Total des investissements (000 \$) an 2	270	966	696	257%	716	74%	250	26%
31	Total des investissements (000 \$) an 3	30	28	(2)	-7%	5	19%	22	81%
32	Total des investissements (000 \$) an 4	0	0	0	0%	0	0%	0	100%
33	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	0%	0	0%	0	100%
34	Impact sur les tarifs								
35	Pour la première année (000 \$)	(1 899)	(2 570)	(672)	35%	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.
36	Pour les cinq premières années (000 \$)	(8 809)	(9 619)	(809)	9%	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.
37	Taux de rendement interne	23,86%	24,71%	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.
38	Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.	s. o.

¹Le terme A priori présente les informations a priori de l'ensemble de ventes pour les nouveaux clients du plan de développement 2009 pour le marché affaires.

²Le terme A posteriori comparatif présente les résultats de l'analyse réalisée sur la base des volumes, revenus, investissements, subventions et contributions réels disponibles à ce jour.

Afin de rendre les résultats réels comparatifs aux résultats a priori, les revenus réels ont été ajustés pour tenir de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité a priori.

Le modèle de revenu requis utilisé est le même que celui utilisé a priori, avec les paramètres d'origine.

³Les contributions clients regroupent la contribution de raccordement de 300\$ et les autres types de contributions (forfaitaires, emplacement et délai de raccordement)