

Régie de l'énergie

DOSSIER R-3837-2013

DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS N° 1

UNION DES CONSOMMATEURS (UC)

À SCGM

Le 20 décembre 2013

1 Prévvision de la demande

Référence

- (i) Gaz Métro 7, document 5, page 16.
- (ii) Gaz Métro 7, document 5, tableau 8.

Préambule

- (i) En 2013, en l'absence d'une mise à jour de l'étude d'allocation des coûts, Gaz Métro a plutôt utilisé des informations provenant d'une source alternative, ce qui a amené une surestimation des données associées au premier sous-palier du tarif D1 (0-1 095 m³/an) et une sous-estimation des autres paliers et sous-paliers.
- (ii) Au tableau 6, on constate une diminution de 12 360 usagers entre le budget de 2013 et celui de 2014, soit une diminution de 17 %.

- 1.1 Veuillez élaborer sur la nature de la source alternative utilisée.
- 1.2 La surestimation des données associées au premier sous-palier a-t-elle eu un impact sur le premier palier du taux unitaire au volume retiré ?

2 PRC et PRRC : pondération des facteurs

Référence

- (i) Gaz Métro 7, document 4, page 18 et 30.

Préambule

- (i) Gaz Métro a voulu donner une pondération un peu plus élevée aux facteurs économiques qu'aux facteurs perceptuels et lui a donné une pondération totale de 60 %. Cette pondération se divise de manière égale entre les trois facteurs d'influence. Ainsi, le pointage maximal de chacun des facteurs économiques est de 20 %.
- (ii) Il reste donc une pondération de 40 % pour les facteurs perceptuels. Tout comme pour les facteurs d'influence économiques, la répartition de la pondération totale à chacun des facteurs d'influence a été divisée de manière égale. Ainsi, le pointage maximal de chacun des facteurs perceptuels est de 6,7 %.

- 2.1 Veuillez élaborer sur les raisons qui amènent Gaz Métro à accorder un poids égal à chacun des facteurs à l'intérieur des catégories économiques et perceptuels.

3 PRC et PRRC : facteurs perceptuels au résidentiel

Référence

- (i) Gaz Métro 7, document 4, page 31

Préambule

- (i) À défaut d'avoir de l'information sur les clients résidentiels actuels ou potentiels quant à leur connaissance du gaz naturel, Gaz Métro utilise deux attributs du gaz naturel : la crainte du gaz naturel et leur perception du gaz naturel comme source d'énergie sécuritaire et fait une moyenne de l'ensemble des données.

- 3.1 Selon Gaz Métro, cela signifie-t-il que la connaissance du gaz naturel se limite chez le client résidentiel à sa perception de la dangerosité?

4 PRC et PRRC : position concurrentielle

Référence

- (i) Gaz Métro 7, document 4, page 29

Préambule

- (i) Depuis les cinq dernières années, le prix de la fourniture de gaz naturel a diminué et rend le produit très compétitif comparativement à d'autres sources d'énergie, et ce, dans une très grande majorité des marchés de Gaz Métro. Ainsi, le pointage de ce facteur d'influence ne sera pas élevé dans le contexte concurrentiel actuel. Toutefois, Gaz Métro prévoit qu'il est important d'en tenir compte puisqu'il représente une réalité potentielle d'écart de prix. Ce facteur pourrait en effet avoir un effet significatif advenant une augmentation du prix du gaz naturel.

- 4.1 Gaz Métro a-t-elle envisagé d'éliminer ce critère et de réallouer les 20 points sur d'autres facteurs d'influence (économiques ou perceptuels), quitte à le réintroduire si les prix de la fourniture change?

5 Prévision de la demande

Référence

- (i) Gaz Métro 7, document 5, tableau 6

Préambule

- (i) Bien qu'il ne soit pas présenté dans le tableau ci-haut, le nombre de clients par tranche de consommation annuelle est établi de la même façon que les volumes.

- 5.1 Veuillez présenter le nombre de clients par tranche de consommation annuelle selon la répartition du tableau 6.

6 Programme de flexibilité tarifaire

Référence

- (i) Gaz Métro-7, document 1, page 3.

Préambule

- (i) Le Distributeur demande à la Régie la reconduction du programme de flexibilité tarifaire pour le mazout et la biénergie pour la période se terminant le 30 septembre 2015 car quelques redistributeurs locaux d'électricité bénéficient toujours du tarif BT.

- 6.1 Compte tenu de la position concurrentielle du gaz naturel, veuillez démontrer que des ventes de gaz sont toujours en péril chez des clients CI situés sur le territoire des redistributeurs qui offrent encore des tarifs biénergie.

7 Caractéristiques des clients perdus en 2012-2013

Référence

- (i) Gaz Métro-7, document 3, page 4.

Préambule

- (i) Gaz Métro a également évalué quel était le volume perdu au cours de cette année. Elle a posé comme hypothèse que le volume perdu pour un client était équivalant au volume annuel de ce client au cours de l'année 2011.

- 7.1 La consommation de gaz étant liée aux conditions climatiques, veuillez indiquer si l'année 2011 a été une année plus chaude ou plus froide que la normale. Le cas échéant, veuillez indiquer comment la température de 2011 affecte l'estimation des ventes perdues en 2012-2013.

8 Rentabilité distincte du marché résidentiel unifamilial

Références

- (i) Gaz Métro-7, document 3, tableau 3 page 7
- (ii) Gaz Métro -7, document 3, page 8
- (iii) Gaz Métro -7, document 3, page 9
- (iv) Gaz Métro -7, document 3, annexe 1 page 4.

Préambule

- (i) Le Distributeur présente la rentabilité des projets 2013 du marché de l'unifamiliale
- (ii) Le Distributeur indique qu'il peut confirmer que d'autres compagnies gazières canadiennes utilisent des montants différents au niveau des dépenses d'opération lorsque vient le temps d'effectuer leurs études de rentabilité de projets d'investissement
- (iii) Le Distributeur indique que les coûts d'opération marginaux pour le secteur résidentiel sont moindres que ceux du secteur CII
- (iv) Le rapport de Pacific Economics Group sur les coûts marginaux de long terme d'opération stipule :

Due to substantial multicollinearity amongst the output variables, we were unable to develop robust estimates of the marginal O&M costs of both residential and non-residential customers. Estimates of the marginal cost of residential customers were typically well below estimates of the marginal cost of growth in the total number of customers served. Our best estimate of the marginal cost of serving residential customers is \$98 in 2013 dollars. Estimates of the marginal cost of non-residential customers were much more variable, and many were implausible. (Nous soulignons)

- 8.1 Veuillez nommer les autres compagnies dont il est question dans le préambule (ii) et donner un ordre de grandeur du niveau des dépenses d'opération utilisées par marché pour les études de rentabilité.
- 8.2 Sans entrer dans une analyse fine, veuillez expliquer avec plus de détails pourquoi et comment les coûts d'opération marginaux pour le secteur résidentiel sont moindres que ceux du secteur CII.
- 8.3 À combien s'établirait la rentabilité des projets 2013 du marché de l'unifamiliale (telle que calculée au tableau 3) si le coût marginal de 98 \$ dont il est question au préambule (iv) était utilisé dans l'analyse de rentabilité?

9 Dépenses d'opération

Référence

- (i) Gaz Métro-11, document 15

Préambule

- (i) Gaz Métro indique que les dépenses pour services professionnels et services externes passeront au total de 26 912 k\$ (17 422 k\$ + 9 490 k\$ respectivement) en B2013 à 31 283 k\$ (20 761 k\$ + 10 522 k\$) en B2014.
- (ii) Un montant de 3,5 M\$ sera consacré pour une offensive de positionnement.
- 9.1 Veuillez commenter l'augmentation importante de 16,2 % des dépenses de services professionnels et services externes entre le budget de 2013 et celui de 2014.
- 9.2 Veuillez répartir le montant de 3,5 M\$ par marché et établir un lien avec les prévisions de croissance des ventes en 2014.

10 Coûts évités et impacts du SPEDE

Référence

- (i) Gaz Métro-12, document 1, pièce révisée du 28 octobre 2013, page 22

Préambule

- (i) Le Distributeur indique que la mise en place du SPEDE pourrait avoir un impact sur les coûts évités mais qu'il n'est pas en mesure d'estimer précisément l'impact du SPEDE sur les coûts évités considérant qu'aucune transaction n'a encore été faite au Québec..
- 10.1 La première enchère ayant eu lieu le 3 décembre dont les résultats ont été publiés le 6 décembre, veuillez donner une estimation des impacts du SPEDE sur les coûts évités.

11 PGEE marché résidentiel

Références

- (i) Gaz Métro-12, document 1, pièce révisée du 28 octobre 2013, page 19
- (ii) R-3809-2012, Gaz Métro-13, document 3, page 2.

Préambule

- (i) Pour le marché résidentielle, le Distributeur indique qu'il constate que le taux de participation atteint 60 % de la prévision annuelle pour les 5 premiers mois de 2013. Les taux de réalisation des économies et des aides financières atteignent respectivement 70 % et 74 % de la prévision annuelle. Le succès du programme *PE111-3 Chaudières efficaces* résultant des nouvelles ventes en conversion vers le gaz naturel plus importantes que prévues explique en grande partie ces excellents résultats pour ce marché. Le programme *PE103-Thermostat électronique programmable* connaît aussi un fort succès, avec des économies

- nettes de 104 823 m³, et un taux de réalisation de 69 % en économies nettes.
(Nous soulignons)
- (ii) Au document (ii), il est indiqué que bien que les programmes en efficacité énergétique soient généralement offerts à tous les clients, existants et nouveaux, la présente étude ne concerne que le calcul des coûts évités suite à la diminution de consommation de gaz naturel chez les clients existants de Gaz Métro.
- 11.1 Étant donné le préambule (i), quel coût évité Gaz Métro utilise-t-elle pour évaluer la rentabilité de programme qui, comme le PE111-3, résulte de nouvelles ventes en conversion vers le gaz naturel?

12 TCTR

Référence

- (iii) Gaz Métro-12, document 2, pièce révisée du 28 octobre 2013, page 5

Préambule

- (ii) Le Distributeur présente un tableau synthèse du PAEE dont une colonne précise le TCTR sous forme de ratio.

- 12.1 Veuillez confirmer que les TCTR (ratio) sont bien de 5,05 au résidentiel, 22,08 au CII, 22,08 au VGE et 38,50 au total. Le cas échéant, veuillez apporter les corrections nécessaires.

13 MFR et CASS

Référence

- (i) Gaz Métro 12, document 4, page 12

Préambule

- (i) Gaz Métro estime qu'en moyenne 1 300 clients résidentiels, dont le profil de consommation inclut du chauffage, laissent un solde impayé annuellement. De ce nombre, considérant une proportion estimée de MFR de 24 % (issue de l'étude d'Extract recherche marketing), un nombre potentiel de 312 clients MFR par année laissent un solde impayé.

- 13.1 Puisque Gaz Métro transpose la proportion de MFR dans l'ensemble de la clientèle à la proportion de MFR parmi les détenteurs de soldes impayés annuellement, cela signifie-t-il que la capacité de payer des clients n'a aucune influence sur les compte en souffrance?
- 13.2 Au cours de la dernière année, combien d'ententes de paiement ont été conclues avec des clients résidentiels?
- 13.3 Au cours de la dernière année, combien d'interruptions de service pour non-paiement Gaz Métro a-t-elle effectuées?

14 CASEP

Référence

- (i) Gaz Métro-12, document 3

Préambule

- (i) Les objectifs visés du CASEP sont
- la densification du réseau par l'ajout de clients CII (commerciaux, institutionnels et petits industriels) sur les extensions récentes de réseau; l'énergie déplacée sera principalement du mazout no 2; et
 - la réalisation de miniextensions de réseau; l'énergie déplacée sera principalement du mazout no 2.
- (ii) Au tableau 2 de la pièce en référence, Gaz Métro présente les résultats du CASEP pour 2012-2013.

14.1 Veuillez ventiler les résultats qui apparaissent au tableau 2 selon les deux objectifs visés par Gaz Métro.

14.2 Compte tenu de la position concurrentielle du gaz par rapport à l'électricité et du déclin de l'industrie du mazout, Gaz Métro envisage-t-elle de proposer des modifications à sa grille de subventions

15 Stratégie tarifaire

Référence

- (i) Gaz Métro-15, document 1

Préambule

- (i) Ainsi, alors que les clients du premier palier du tarif D1 (0-10 950 m³) voient leur facture globale T, É, D, inv. augmenter de 8,3 % (hausse de 6,3 % en considérant également la fourniture et la compression), les clients du tarif D5, par exemple, subissent une baisse tarifaire globale T, É, D, inv. de -6,6 % (baisse de -2,7 % en considérant également la fourniture et la compression).

Gaz Métro est consciente de cet impact. Toutefois, tel qu'expliqué dans les sections précédentes, il a été tenté autant que possible de maintenir la même approche pour l'établissement des tarifs 2014 que celle approuvée par la Régie dans sa décision D-2013-106. En distribution, les hausses ciblées sont similaires d'un tarif et d'un palier à l'autre. L'impact est toutefois différent pour les autres services.

- 15.1 Veuillez présenter une stratégie tarifaire alternative à celle approuvée par la Régie dans sa décision D-2013-106 qui aurait permis de mitiger de façon importante les différences des variations de factures par exemple entre les clients du premier palier du tarif D1 et les clients du tarif D%.