

**ANALYSE DE L'IMPACT DES LIVRAISONS  
DES CLIENTS EN ACHAT DIRECT**

**S u i v i d e l a d é c i s i o n**

**D - 2 0 1 6 - 1 2 6**

**T A B L E D E S M A T I È R E S**

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>3</b>
<b>1. DESCRIPTION DE LA SITUATION ACTUELLE .....</b>	<b>3</b>
1.1. Généralités.....	3
1.2. Les règles applicables aux clients en achat direct .....	5
1.3. Planification d'approvisionnement .....	7
1.4. Fonctionnalisation des coûts .....	9
<b>2. LIVRAISON UNIFORME VERSUS LIVRAISON NON UNIFORME .....</b>	<b>10</b>
2.1. Contexte actuel .....	10
2.2. Livraison non uniforme dans le passé .....	11
2.3. Mode de fonctionnement de livraison non uniforme .....	12
2.4. Opérations .....	13
2.5. Planification d'approvisionnement .....	14
2.6. Impacts sur la clientèle en achat direct et les fournisseurs .....	18
2.7. Conditions de service et Tarif .....	21
2.8. Développement informatique et autres .....	22
2.9. Investissement dans le réseau de distribution .....	23
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>24</b>

## **INTRODUCTION**

1 Dans le cadre de la phase 2 du dossier générique portant sur l'allocation des coûts et la structure  
2 tarifaire de Gaz Métro (R-3867-2013), la Régie de l'énergie (la « Régie ») a rendu la décision  
3 procédurale D-2016-126 dans laquelle elle demandait à Société en commandite Gaz Métro  
4 (« Gaz Métro ») de soumettre une preuve additionnelle relative aux livraisons de gaz naturel de  
5 la clientèle en achat direct.

6 Plus spécifiquement, la Régie a émis l'énoncé suivant :

7 « *Autres sujets*

8 *[72] En conséquence, la Régie ordonne au Distributeur de soumettre une preuve*  
9 *additionnelle traitant des sujets suivants :*

- 10 • [...]
- 11 • *importance des livraisons uniformes dans le plan d'approvisionnement :*
  - 12 ○ *profils de livraison pour les clients en achat direct,*
  - 13 ○ *profils d'achat pour le gaz de réseau,*
  - 14 ○ *utilité d'exiger des clients en achat direct des livraisons uniformes,*
  - 15 ○ *impact des livraisons uniformes sur les outils d'approvisionnement et*  
16 *l'allocation de leurs coûts;*
- 17 • [...] »

18 Le présent document vise à répondre à ce suivi spécifique.

19 Pour des fins de simplification, Gaz Métro considérera la structure d'approvisionnement déplacée  
20 à Dawn et les livraisons des clients en achat direct, incluant celles des clients ayant convenu une  
21 entente à prix fixe, entièrement effectuées à Dawn, et ce, même si quelques clients livrent encore  
22 leur gaz naturel à Empress.

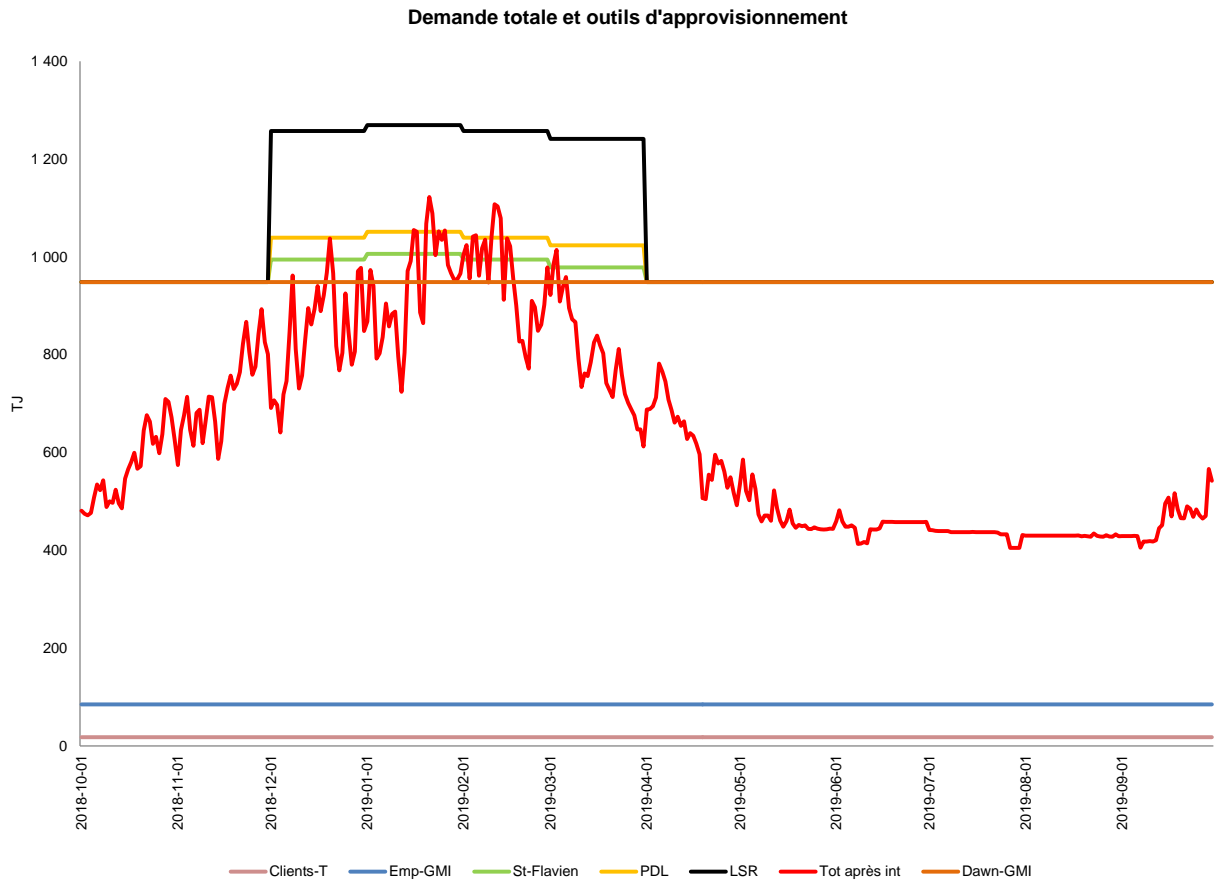
## **1. DESCRIPTION DE LA SITUATION ACTUELLE**

### **1.1. Généralités**

23 Lors de la préparation de son plan d'approvisionnement gazier, Gaz Métro recherche la  
24 structure d'approvisionnement qui répond à la demande de l'ensemble de la clientèle et qui

1 offre une sécurité d’approvisionnement, considérant le profil de consommation de la clientèle,  
 2 les outils déjà contractés, les outils disponibles dans le marché et les coûts propres à chaque  
 3 combinaison d’outils. Ce dernier critère permet de choisir la combinaison d’outils qui optimise  
 4 économiquement le plan d’approvisionnement, tout en répondant aux autres critères. Ainsi,  
 5 Gaz Métro utilise un ensemble d’outils : des capacités de transport ou des contrats d’échange  
 6 en provenance d’Empress et de Dawn (via Parkway) vers son territoire. En plus, elle dispose  
 7 d’approvisionnement provenant des sites d’entreposage dans son territoire (LSR,  
 8 Pointe-du-Lac et Saint-Flavien), complétant ainsi les outils pour répondre à la demande  
 9 continue en journée de pointe et aux besoins de la demande en hiver extrême. Le graphique  
 10 suivant illustre la demande totale à température normale et les outils d’approvisionnement du  
 11 plan de l’année 2018 présentés dans le plan d’approvisionnement 2017-2020<sup>1</sup>.

12 **Graphique 1**



<sup>1</sup> R-3970-2016, B-0176, Gaz Métro-2, Document 1.

1 D'autre part, outre les outils d'approvisionnement, il y a la considération de la molécule à  
2 fournir pour répondre à la demande de la clientèle. Les sources de gaz naturel disponibles  
3 sont les suivantes :

- 4 • Les livraisons des clients en achat direct utilisant le service de transport du  
5 distributeur, soit les clients en service de fourniture avec ou sans transfert de propriété  
6 (clients-AD). Les clients ayant convenu d'une entente de fourniture à prix fixe sont  
7 également considérés dans cette catégorie, car ils suivent les mêmes règles  
8 administratives relatives aux livraisons du gaz naturel que les clients-AD, par exemple  
9 les règles de nomination et de déséquilibres volumétriques;
- 10 • Les livraisons des clients en achat direct dans le territoire de Gaz Métro, soit les clients  
11 fournissant leur propre service de transport ou contractant leur molécule directement  
12 en franchise (clients-T); et
- 13 • Les achats de gaz naturel effectués par Gaz Métro, soit d'avance, soit sur une base  
14 quotidienne (« spot »), pour répondre à la demande des clients au service de  
15 fourniture du distributeur (clients-GR).

16 Gaz Métro achète également le gaz naturel requis par les transporteurs et les entreposeurs  
17 pour combler l'ensemble des besoins de gaz de compression.

18 Le gaz naturel excédentaire à la demande sert à répondre aux besoins d'injection dans les  
19 différents sites d'entreposage, afin d'avoir des niveaux d'inventaire maximums avant le début  
20 de l'hiver ou d'effectuer le « cyclage » en hiver, principalement au site d'entreposage de  
21 Pointe-du-Lac.

22 Durant l'hiver, le gaz naturel entreposé en été sera alors utilisé pour répondre à la demande.  
23 Les retraits au site de Union Gas sont concentrés sur les mois de décembre à février.  
24 Gaz Métro vise à utiliser près de 87 % du gaz naturel entreposé à ce site pour répondre à la  
25 demande. Le profil de retrait est donc réparti sur les trois mois en fonction de cet objectif, ce  
26 qui, en conséquence, définit les achats de gaz de réseau requis en hiver pour combler les  
27 besoins de gaz en provenance de Dawn pour répondre à la demande.

## **1.2. Les règles applicables aux clients en achat direct**

28 Les conditions et modalités applicables pour les clients en achat direct sont décrites à l'article  
29 11.2.3 des *Conditions de service et Tarif*.

1 Les clients en achat direct doivent livrer uniformément durant tous les jours de l'année. La  
2 livraison quotidienne effectuée par les clients-AD est établie en fonction de la prévision des  
3 besoins du client au cours de la période contractuelle. La consommation estimée du client sur  
4 la période est par la suite divisée par le nombre de jours de la période pour obtenir le volume  
5 journalier contractuel (VJC) correspondant ainsi à une livraison uniforme sur la période  
6 contractuelle.

7 Le client peut demander de réviser son VJC en cours de contrat suite à une modification de  
8 sa prévision de consommation. Le cas échéant, la correction du VJC sera appliquée  
9 uniformément sur la durée restante du contrat. De son côté, Gaz Métro peut obliger une  
10 révision du VJC si un déséquilibre volumétrique (positif ou négatif) supérieur à 5 % du volume  
11 retiré est prévu pour un client donné. Des règles spécifiques sont en place lorsque des  
12 déséquilibres volumétriques sont observés sur la période contractuelle : l'excédent de  
13 livraison (livraison supérieure au volume retiré) est acheté par le distributeur, le déficit de  
14 livraison (livraison inférieure au volume retiré) est vendu au client. Le prix du règlement  
15 financier correspond au prix du gaz de réseau pour le premier 5 % du volume retiré, le prix  
16 pour le déséquilibre excédentaire prendra en compte les prix moyens du marché<sup>2</sup>.

17 Au moment de l'établissement du contrat, le client peut également choisir de reporter une  
18 portion du déséquilibre à l'année suivante (jusqu'à 5 % du volume retiré au cours de la période  
19 contractuelle), l'excédent étant réglé financièrement. Le VJC de l'année suivante sera alors  
20 ajusté en conséquence, uniformément sur l'année.

21 Des règles de déséquilibre volumétrique quotidien sont également prévues aux *Conditions de*  
22 *service et Tarif* visant la différence entre la livraison que le client s'est engagé à effectuer et  
23 la livraison effective. Cette notion vise le défaut de livrer d'un client. L'excédent de livraison  
24 est acheté par le distributeur et le déficit de livraison est vendu au client. Le prix du règlement  
25 financier correspond au prix du gaz de réseau pour le premier 2 % du volume retiré, le prix  
26 pour le déséquilibre excédentaire prendra en compte les prix moyens du marché<sup>3</sup>.

27 Pour la majorité des clients, les projections annuelles sont établies par Gaz Métro. Ceci  
28 s'explique essentiellement par le fait que ces clients n'ont pas les ressources, les outils, la  
29 connaissance, ni l'expérience pour établir ces projections. Ils se fient donc à Gaz Métro pour  
30 le faire. Seuls les clients grandes entreprises (GE) qui sont principalement aux tarifs D<sub>4</sub> et D<sub>5</sub>

---

<sup>2</sup> *Conditions de service et Tarif*, article 11.2.3.3.2.

<sup>3</sup> *Conditions de service et Tarif*, article 11.2.3.3.1.

1 fournissent leur propre projection de consommation par l'intermédiaire de leur conseiller GE.  
2 Une fois ces consommations projetées arrêtées, Gaz Métro saisit manuellement la  
3 nomination de chaque client dans le système de gestion des approvisionnements gaziers.  
4 Cet exercice se fait au moins une fois dans l'année, à l'anniversaire du contrat d'achat direct  
5 de chaque client.

6 Quant aux livraisons des clients-T, ceux-ci se répartissent en deux modes : ceux qui livrent le  
7 gaz naturel uniformément sur la période contractuelle et ceux qui font varier quotidiennement  
8 leur livraison pour se rapprocher de leur consommation quotidienne et ainsi réduire leur  
9 besoin d'équilibrage. Très peu de clients choisissent ce dernier mode dans la mesure où cela  
10 exige une expertise très pointue rattachée à la gestion des capacités de transport en plus de  
11 la gestion des achats de gaz naturel de chaque client.

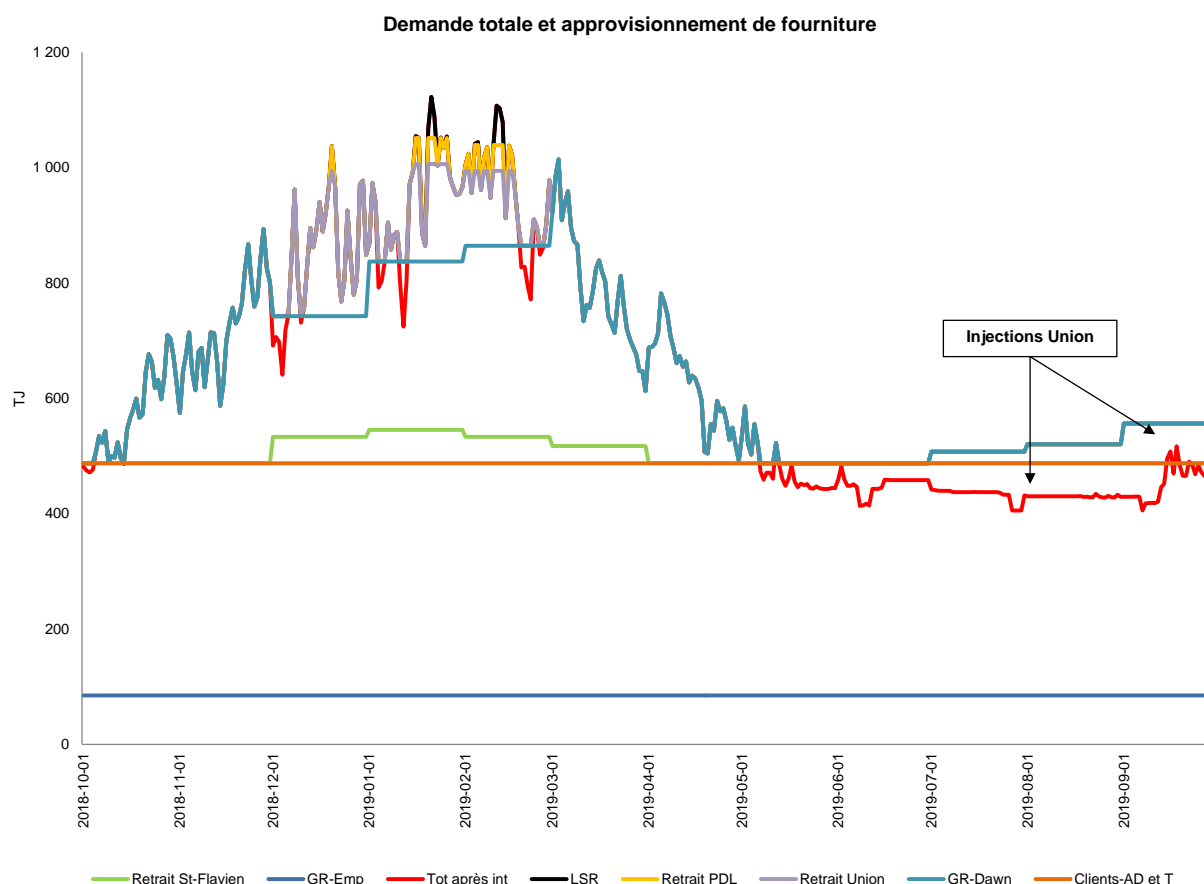
### **1.3. Planification d'approvisionnement**

12 Dans la planification d'approvisionnement, le gaz naturel est considéré globalement pour  
13 répondre aux différents besoins en franchise ou dans les sites d'entreposage, sans distinction  
14 de la source d'approvisionnement. La notion d'appartenance de la molécule à un type de  
15 clientèle, en soi, n'existe pas. Les achats de gaz de réseau constituent le tampon dans cette  
16 planification et sont établis quotidiennement pour combler les besoins de la demande.

17 Ainsi, une fois la demande projetée identifiée (clientèle et injections), les outils  
18 d'approvisionnement sont fixés. Les capacités de transport entre Empress et le territoire  
19 seront comblées par du gaz de réseau. Les capacités de transport et les contrats d'échange  
20 entre Dawn et le territoire seront remplis, en fonction du besoin, par le gaz naturel provenant  
21 de diverses sources : les livraisons des clients-AD, les retraits du site d'entreposage à Dawn  
22 (principalement en hiver) et les achats de gaz de réseau (contractés d'avance ou « spot »).

23 Le graphique suivant illustre les sources d'approvisionnement de fourniture utilisées pour  
24 répondre à la demande totale, à température normale, selon la stratégie.

Graphique 2



1 Les éléments suivants sont à noter :

- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- Lorsque la demande (ligne rouge) est inférieure à la somme des sources d'achats de fourniture, on se retrouve dans une situation d'injection chez Union Gas, comme c'est le cas de juin à septembre et quelques journées durant l'hiver.
  - Pour les besoins d'illustration, les sources ont été cumulées selon un certain ordre, mais en pratique, tout le gaz naturel à un même point est mélangé et répond à l'ensemble du besoin, clientèle et injections en entreposage. Par exemple, pour les mois de juillet à septembre, le graphique montre que le gaz en provenance d'Empress et une partie du gaz livré par les clients-AD et les clients-T ont servi à répondre à la demande et que le solde de ces livraisons combiné à des achats de gaz de réseau à Dawn ont été injectés à Dawn. Dans les faits, on ne peut marquer la molécule et spécifier à quelle utilisation chaque source a été dédiée.



- 1           • Conformément à la stratégie de gestion du site d'entreposage de Union Gas<sup>4</sup>, et  
2           considérant que les mois d'octobre, novembre, avril et mai sont des mois  
3           d'épaulement, donc avec une demande plus volatile, les achats de gaz de réseau à  
4           Dawn sont projetés sur une base quotidienne, s'agençant ainsi à la demande totale.  
5           Dans les faits, si les quantités à acheter sont importantes – comme en novembre, avril  
6           et mai – une certaine quantité peut être contractée d'avance, laissant une quantité  
7           moins importante en achat « spot ». Pour les autres mois, si des achats sont requis,  
8           ceux-ci sont considérés selon des achats moyens sur le mois alors qu'au réel, ces  
9           achats sont contractés sur une base quotidienne.

10          La projection de la livraison uniforme de la fourniture des clients-AD permet à Gaz Métro de  
11          projeter ses besoins d'achat de gaz de réseau à Dawn, mais également de planifier les  
12          quantités à contracter d'avance pour la période d'hiver. En effet, les achats de gaz de réseau  
13          se trouvent à être la différence entre la demande globale projetée et les volumes de gaz  
14          naturel livrés par les clients-AD. La livraison uniforme des clients-AD permet à Gaz Métro de  
15          quantifier les besoins de gaz pour répondre à la demande totale spécifiquement sur l'hiver et,  
16          considérant la stratégie de gestion du site d'entreposage de Union Gas, de définir les  
17          quantités qu'elle contractera d'avance.

#### **1.4. Fonctionnalisation des coûts**

18          Afin d'assurer l'équité entre les différentes catégories de client (achat direct et gaz de réseau),  
19          des règles de fonctionnalisation ont été mises en place, dont, entre autres, une comparaison  
20          du profil d'achat de gaz naturel des clients-GR au profil uniforme des clients-AD. Ces règles  
21          font en sorte que tous les clients qui utilisent le service de transport du distributeur paient un  
22          prix similaire de fourniture et un même prix de transport, étant tous au même point de  
23          référence. Les coûts associés à la différence entre les deux types de profil sont récupérés par  
24          l'intermédiaire du tarif d'équilibrage. Ces règles permettent aussi d'assurer l'équité entre les  
25          clients qui utilisent le service de transport du distributeur (clients-AD et clients-GR) et les  
26          clients qui utilisent leur propre service (clients-T).

---

<sup>4</sup> Voir R-3992-2016, B-0066, Gaz Métro-12, Document 8.

## 2. LIVRAISON UNIFORME VERSUS LIVRAISON NON UNIFORME

1 En réponse au suivi demandé par la Régie, Gaz Métro a examiné la possibilité d'imposer une  
2 livraison non uniforme à la clientèle en achat direct. Cette section couvrira les avantages et les  
3 inconvénients que comporte cette possibilité afin de sous-peser les uns et les autres.

### 2.1. Contexte actuel

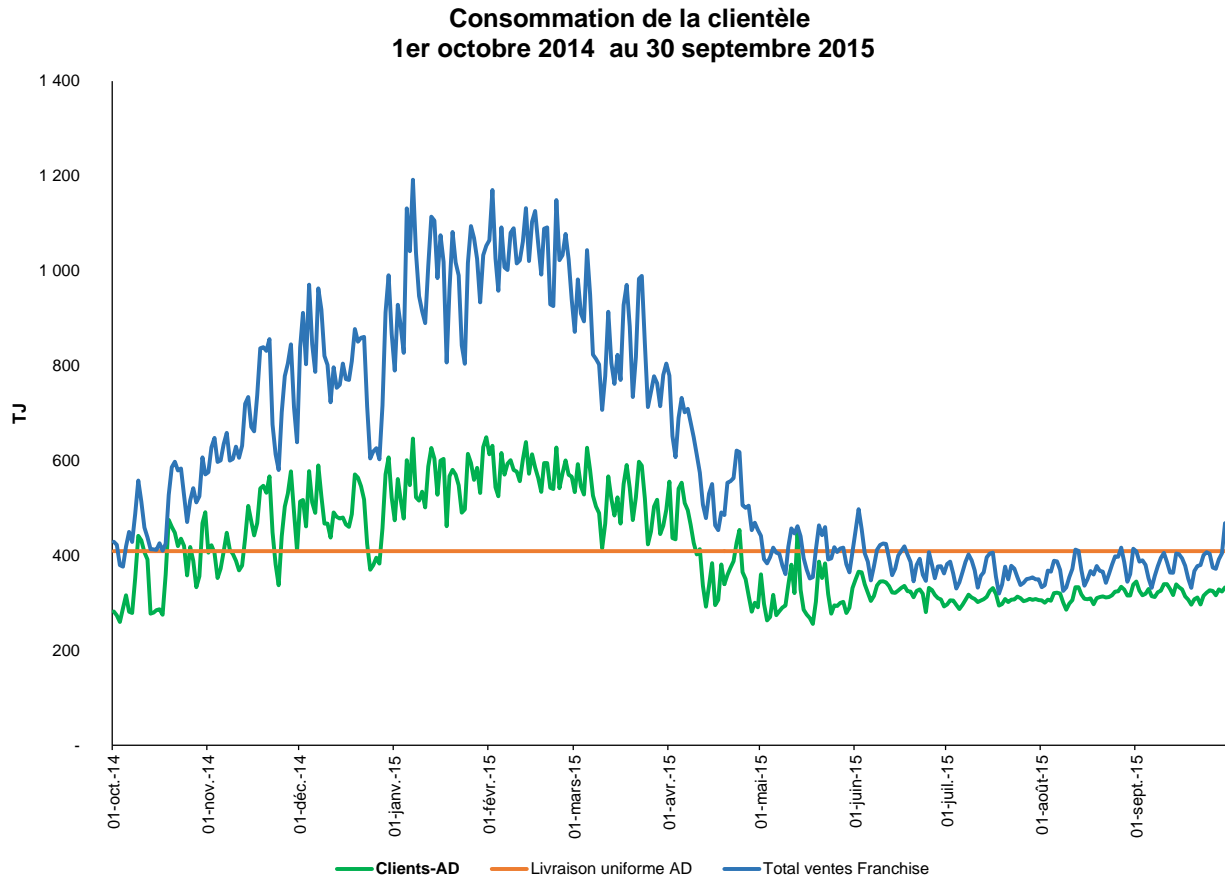
4 Pour l'année 2018, la clientèle en achat direct représente plus de 60 % des volumes distribués  
5 par Gaz Métro. En septembre 2016, les clients en achat direct se répartissent comme suit  
6 entre les différents services :

	Nombre de clients	Répartition volumétrique
<b>Transport du distributeur</b>		
Service de fourniture sans transfert de propriété	2 247	75%
Service de fourniture avec transfert de propriété	1 684	14%
Clients avec entente à prix fixe	6 269	8%
<b>Sous-total</b>	<b>10 200</b>	<b>97%</b>
<b>Clients ayant leur propre service de transport</b>	<b>14</b>	<b>3%</b>
<b>Total</b>	<b>10 214</b>	<b>100%</b>

7 Le graphique suivant présente le profil de consommation de l'ensemble de la clientèle et celui  
8 de la clientèle en achat direct observés au cours de la période du 1<sup>er</sup> octobre 2014 au  
9 30 septembre 2015. Une courbe de livraison uniforme des clients-AD a également été  
10 illustrée. Des hypothèses ont été utilisées pour répartir la demande des clients-AD à lecture  
11 mensuelle sur une base quotidienne : la consommation quotidienne de chacun des mois est  
12 établie au prorata des degrés-jours observés dans le mois toutefois, pour les mois de juin à  
13 septembre, une répartition uniforme sur chaque jour a été appliquée étant donné qu'il n'y a  
14 pas de degré-jour.

15 Ainsi, pour ne pas alourdir inutilement le graphique, une livraison quotidienne équivalente à  
16 1/365 a été utilisée sur l'année.

Graphique 3



1 Tel qu'illustré au graphique 3, les clients-AD consomment plus en hiver que leur livraison et  
 2 inversement en été. Ces clients sont donc équilibrés par Gaz Métro sur l'année.

## 2.2. Livraison non uniforme dans le passé

3 De novembre 1991 à mai 2001, les contrats d'achat direct exigeaient une livraison non  
 4 uniforme égale au volume quotidien moyen (1/365) ajusté par le coefficient d'utilisation (CU)  
 5 projeté du distributeur pour l'année financière à venir, soit une livraison plus élevée en hiver,  
 6 en divisant par le CU et une livraison moindre en été, en multipliant par le CU.

7 Cette modalité avait été intégrée, car le distributeur contractait un volume de gaz spécifique  
 8 d'avance auprès de différents fournisseurs au nom des clients (l'équivalent du CU) et

1 demandait alors aux clients sous contrat d'achat direct « parapluie »<sup>5</sup> de livrer plus en hiver  
2 et moins en été.

3 À partir de l'année 1995-1996, le CU projeté du distributeur était de 100 %. L'application de  
4 la modalité a eu pour effet de demander une livraison uniforme aux clients en achat direct à  
5 compter de juillet 1995. Avec le dégroupement des services en octobre 2001, l'ensemble des  
6 règles pour les clients en achat direct a été revu et cette modalité d'ajustement des livraisons  
7 en fonction du CU du distributeur a été abolie.

8 Le contexte d'aujourd'hui est totalement différent et Gaz Métro juge qu'un ajustement sur le  
9 CU du transport « *long haul* » (LH) est non pertinent, considérant le déplacement des  
10 approvisionnements vers Dawn. En effet, les capacités de transport détenues sur le tronçon  
11 LH étant inférieures à la demande en franchise, elles seront alors totalement utilisées et, en  
12 conséquence, un CU de 100 % sera toujours observé.

### **2.3. Mode de fonctionnement de livraison non uniforme**

13 Aux fins de la présente preuve, Gaz Métro a posé certaines hypothèses.

14 Premièrement, le mode de livraison non uniforme pour les clients en achat direct serait  
15 appliqué à l'ensemble des clients, incluant les clients ayant une entente à prix fixe. En d'autres  
16 termes, les clients-AD n'auraient pas le choix entre livrer sur une base uniforme ou sur une  
17 base non uniforme. Cette approche a l'avantage de permettre de définir des modalités  
18 standards pour l'ensemble des clients et d'éviter la gestion opérationnelle et financière de  
19 deux ou plusieurs modes de livraison pour les clients-AD.

20 Bien que la gestion de deux ou plusieurs modes de livraison n'apparaisse pas impossible en  
21 soi, elle ajouterait une couche de complexité à considérer parmi les désavantages. Plus  
22 spécifiquement, des règles de fonctionnalisation et d'allocation seraient requises afin  
23 d'assurer l'équité entre les catégories de clients (GR et AD). Si plusieurs modes de livraison  
24 devaient être offerts aux clients (uniforme sur l'année, uniforme sur le mois, uniforme sur la  
25 semaine, quotidienne), chacun entraînerait des impacts financiers distincts sur les  
26 approvisionnements des clients-GR qui seraient pratiquement impossibles à identifier. Les  
27 modes de livraison uniforme (année, mois ou semaine) feraient chacun appel à un service

---

<sup>5</sup> Service de fourniture disponible à l'époque.

1 d'équilibrage différent alors qu'un mode de livraison quotidienne n'entraînera pas, en théorie,  
2 de modulation des approvisionnements gaziers.

3 Deuxièmement, le profil de livraison non uniforme doit être défini pour chaque client, en  
4 fonction de sa propre consommation. Utiliser un profil de consommation type, reflétant le profil  
5 de consommation de l'ensemble de la clientèle, pour tous les clients, ne permettrait pas de  
6 tirer le bénéfice maximum d'une livraison non uniforme. En effet, de l'équilibrage demeurerait  
7 nécessaire pour combler la différence positive ou négative entre le profil de consommation  
8 type et le profil de consommation réel. Des règles de fonctionnalisation et d'allocation des  
9 coûts seraient également requises sous un tel mode de livraison. Or, l'objectif d'une livraison  
10 non uniforme est justement de diminuer au maximum les besoins de modulation des  
11 approvisionnements de la clientèle en achat direct, voire les éliminer.

12 Troisièmement, la présente analyse considère que les clients en achat direct ou les  
13 fournisseurs pour les clients à prix fixe livreraient quotidiennement la quantité de gaz naturel  
14 équivalente à leur projection de consommation du jour suivant, soit un mode « deliver &  
15 burn ». Cette hypothèse est posée afin de maximiser les bénéfices de la livraison non  
16 uniforme.

17 Tout déséquilibre volumétrique quotidien observé serait réglé financièrement lors de la  
18 facturation de la période mensuelle. Les règles de déséquilibre volumétrique quotidien,  
19 similaires à celles présentement applicables, seraient à définir, incluant le niveau de tolérance  
20 (5 % comme pour un déséquilibre contractuel ou 2 % comme pour un déséquilibre quotidien).

21 Les sections suivantes couvrent plus spécifiquement les avantages et inconvénients d'un  
22 mode de fonctionnement de livraison non uniforme sur une base quotidienne.

#### **2.4. Opérations**

23 Au niveau opérationnel, la livraison des clients en achat direct devrait être communiquée  
24 quotidiennement à Gaz Métro avant 10 h afin de permettre au service des Opérations de  
25 finaliser les besoins en gaz de réseau, de déterminer le choix des outils et d'effectuer toutes  
26 les transactions gazières pour la journée, ou plusieurs journées pour les fins de semaine ou  
27 les périodes fériées.

28 Afin de ne pas générer une quantité de travail disproportionnée, les clients-AD (et les  
29 clients-T) devraient pouvoir accéder au système administratif d'approvisionnement de

1 Gaz Métro par l'intermédiaire d'un portail et saisir eux-mêmes leur nomination – équivalente  
2 au volume à livrer – dans le système pour le lendemain. En effet, il serait impossible de  
3 maintenir un mode de saisie manuelle des nominations pour les 10 000 clients-AD par les  
4 employés de Gaz Métro. À l'heure actuelle, la Régie notera que ce portail n'existe pas. Le  
5 nouveau système de gestion de l'approvisionnement gazier permettrait toutefois le  
6 développement d'un tel portail<sup>6</sup>. Par ailleurs, le déploiement de ce portail aux clients-AD  
7 constituerait un défi de taille considérant le nombre élevé de clients à former pour permettre  
8 la transition entre la présente façon de fonctionner et cette nouvelle manière.

9 Ainsi, le système devrait permettre des changements de nomination jusqu'à l'heure limite et  
10 ensuite afficher un message aux clients indiquant que le délai pour effectuer les nominations  
11 est écoulé et qu'aucun changement n'est permis.

12 Une formation et un plan de communication devraient être conçus afin d'aviser les clients de  
13 ces changements et de les former quant à la saisie des nominations journalières dans le  
14 système administratif d'approvisionnement.

## **2.5. Planification d'approvisionnement**

15 Cette section abordera certains enjeux relatifs à la planification d'approvisionnement.

### Achat de gaz de réseau

16 Étant donné que le gaz de réseau est toujours l'élément balançant la franchise, les achats de  
17 gaz de réseau sont établis au dernier moment.

18 La livraison uniforme permet de mieux planifier à l'avance les achats de gaz de réseau  
19 effectués par Gaz Métro en considérant que la livraison globale des clients-AD est uniforme  
20 sur l'année.

21 Avec la livraison non uniforme, la prévision globale des livraisons quotidiennes des clients-AD  
22 serait incertaine en ce qu'elle fluctuerait quotidiennement à la hausse ou à la baisse, selon le  
23 besoin. Ceci exigerait que Gaz Métro soit encore plus prudente quant aux quantités de gaz  
24 naturel contractées à l'avance. Elle devra donc conserver une certaine marge de manœuvre  
25 pour faire face à la fluctuation potentielle des livraisons non uniformes (quotidiennes) des  
26 clients-AD.

---

<sup>6</sup> Dossier R-3942-2015 relatif au projet de modernisation de la solution informatique utilisée pour la gestion des approvisionnements gaziers.

1 En effet, la quantité nominée par les clients en achat direct serait confirmée à 10 h, avant la  
2 finalisation de la planification de la journée gazière, de laquelle découle la quantité de gaz de  
3 réseau à acheter. En ayant diminué par prudence les achats contractés à l'avance, Gaz Métro  
4 pourrait se retrouver avec des quantités importantes de gaz de réseau à acheter  
5 quotidiennement, principalement lors de journées froides. Ceci pourrait avoir un impact sur la  
6 capacité de Gaz Métro à assurer la sécurité d'approvisionnement de la clientèle en  
7 augmentant le risque de ne pas trouver suffisamment de molécule ou de disposer de tarifs  
8 raisonnables en payant la molécule à un prix plus élevé.

#### Gestion de l'entreposage

9 En théorie, si les clients-AD et les clients-T livrent ce qu'ils consomment, ils ne requièrent  
10 plus de modulation des outils d'approvisionnement et en conséquence, il n'y aurait aucun  
11 besoin d'entreposage pour eux.

12 Ceci signifierait donc qu'à la base, les quatre sites d'entreposage (Union Gas, Pointe-du-Lac,  
13 Saint-Flavien et LSR) seraient entièrement dédiés aux clients-GR. Ces sites seraient  
14 conservés même avec des livraisons non uniformes pour les clients-AD et clients-T. En effet,  
15 les sites d'entreposage en franchise permettent de réduire les besoins de capacité de  
16 transport en amont de la franchise alors que le site à Dawn répond, entre autres, au besoin  
17 de flexibilité opérationnelle en cours de journée.

18 Toutefois, les consommations des clients-AD et des clients-T seront vraisemblablement  
19 différentes des livraisons, comme expliqué à la section 2.4. Ainsi, pour compenser les  
20 excédents ou les manques de molécule, les sites d'entreposage seront, dans une certaine  
21 mesure, mis à contribution pour répondre à la demande totale de la clientèle. L'identification  
22 des outils d'approvisionnement effectivement utilisés pour compenser le déséquilibre  
23 volumétrique des clients-AD et clients-T consisterait en un exercice plutôt ardu et  
24 probablement très approximatif qui demanderait une analyse approfondie advenant que  
25 l'option de livraison non uniforme soit retenue et que les autres enjeux exposés dans la  
26 présente preuve soient surmontés.

#### Approvisionnement de la journée de pointe

27 Considérant le fait que les clients-AD livrent le gaz naturel à Dawn, Gaz Métro devra s'assurer  
28 de toujours détenir des capacités de transport suffisantes entre Dawn et la franchise pour  
29 transporter le gaz livré et répondre à leur demande de pointe. Ainsi, pour les clients en gaz

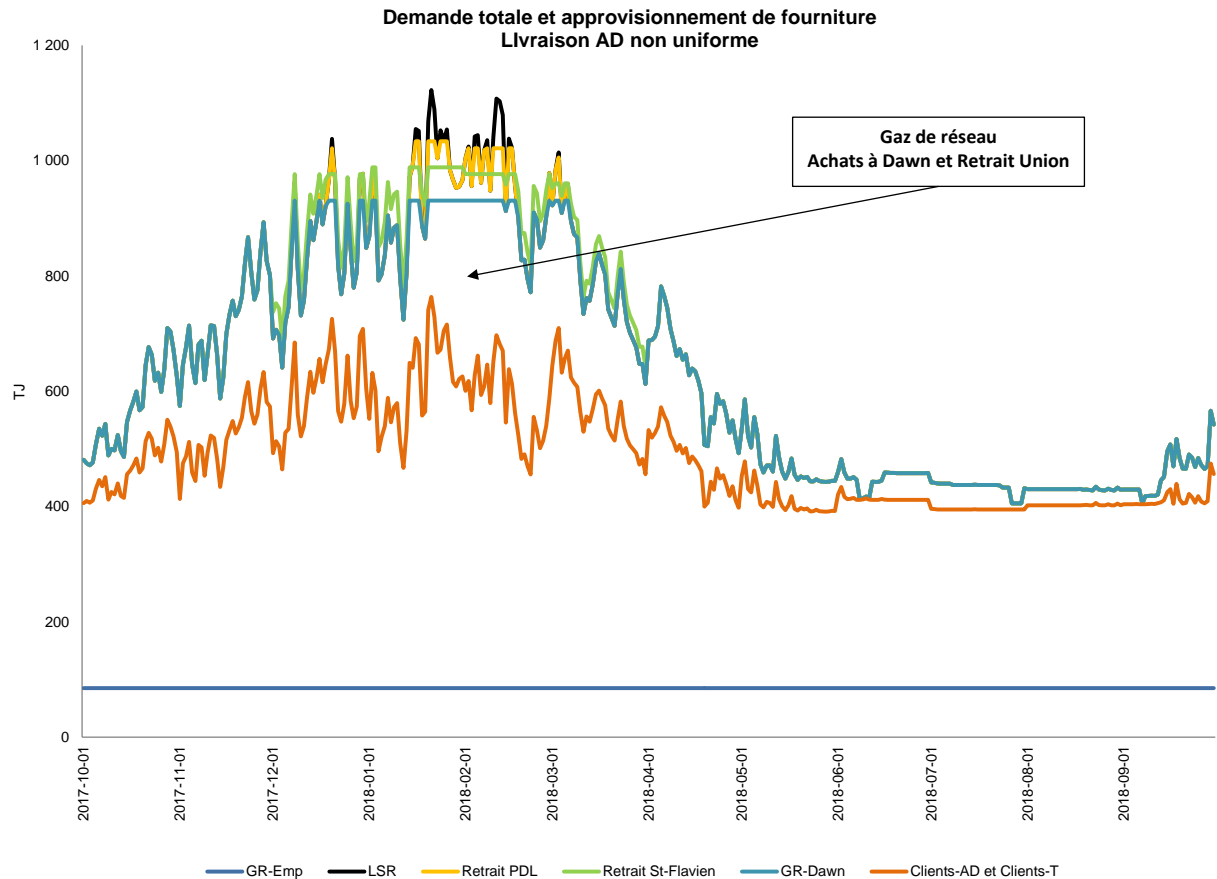
1 de réseau, la demande continue en journée de pointe sera rencontrée par les capacités de  
2 transport en provenance d'Empress, ou éventuellement d'autres points d'achat, les débits des  
3 approvisionnements en franchise (entreposage et interruption de liquéfaction de GM GNL) et,  
4 le cas échéant, des capacités en provenance de Dawn.

5 D'autre part, les clients qui livrent leur fourniture directement en franchise seraient assujettis  
6 aux mêmes règles d'une livraison égale à leur consommation. Ils devront alors s'assurer de  
7 détenir les capacités de transport, ou leur achat de fourniture directement en franchise, pour  
8 répondre à leur demande de pointe respective. En raison des coûts associés au fait de  
9 disposer des capacités de transport suffisantes pour répondre à leur consommation en  
10 journée de pointe pour les clients-T, ceci reviendrait probablement dans les faits à faire  
11 disparaître ce genre de service et à priver les clients d'une option, contrairement à l'esprit  
12 même du principe de dégroupement des tarifs.

13 Le graphique suivant tente d'illustrer sommairement l'impact de la livraison non uniforme  
14 (quotidienne) des clients-AD sur les clients-GR.



Graphique 4



1 Les éléments suivants sont à noter :

- 2 • Une projection des livraisons des clients-AD et clients-T a été établie en utilisant une
- 3 régression linéaire appliquée aux degrés-jours normaux de l'année 2018. C'est ce qui
- 4 explique que les deux courbes de consommation ont sensiblement le même profil.
- 5 • Les achats de gaz de réseau à Empress ont été présentés à la base du graphique
- 6 pour tenter de simplifier la présentation.
- 7 • La surface entre les courbes « Clients-AD et Clients-T » et « LSR », représente la
- 8 fourniture qui sera utilisée pour répondre à la demande des clients-GR. Cette
- 9 fourniture proviendra de Dawn (entreposage ou achat de gaz), et des sites
- 10 d'entreposage en franchise.

1           • Comparativement au graphique 2, il y a une utilisation additionnelle des sites  
2           d'entreposage Pointe-du-Lac et LSR. À température plus froide, la courbe des  
3           livraisons « Clients-AD et Clients-T » serait haussée, entraînant une augmentation de  
4           l'utilisation des capacités de transport pour leur bénéfice et poussant vers le haut les  
5           besoins des clients-GR comblés par les sites d'entreposage de Pointe-du-Lac et LSR.  
6           Aussi, selon l'ampleur de l'augmentation des livraisons des clients-AD en provenance  
7           de Dawn, le gaz de réseau, en provenance également de Dawn (achat ou retrait de  
8           l'entreposage), pourrait être limité, les capacités de transport étant utilisées pour les  
9           livraisons des clients-AD. La gestion des approvisionnements devra donc prendre en  
10          compte ces situations critiques afin de conserver la flexibilité pour respecter les  
11          diverses contraintes contractuelles (par exemple, le niveau des capacités  
12          d'entreposage à Dawn).

## **2.6. Impacts sur la clientèle en achat direct et les fournisseurs**

### Clientèle en achat direct

13          Du point de vue de la gestion des contrats d'achat direct, un profil non uniforme pourrait  
14          simplifier la préparation des différents contrats. Les contrats pourraient mentionner que le  
15          client s'engage à livrer quotidiennement ce qu'il consommera sans spécifier de quantité  
16          précise. Il n'y aurait alors plus de projection de consommation annuelle à établir pour  
17          déterminer la quantité quotidienne à livrer. Le contrat pourrait être réduit en y spécifiant  
18          seulement les personnes à contacter lors de problèmes de nomination, force majeure,  
19          interruption, etc.

20          Les clients-AD auraient donc la responsabilité d'établir leur projection quotidienne de  
21          consommation, la livraison de gaz naturel correspondante et de saisir cette nomination dans  
22          le système administratif.

23          Deux problématiques valent la peine d'être soulignées à cet égard.

24          Tout d'abord, la vaste majorité des clients ne disposent pas de l'expertise pour effectuer ce  
25          genre de projection. En l'absence d'une telle expertise chez le client, Gaz Métro pourrait être  
26          amenée à produire ces projections quotidiennes et à les communiquer aux  
27          clients/fournisseurs avant l'heure de tombée pour leur permettre de prendre action pour livrer  
28          le gaz naturel et effectuer la nomination. Or, une consommation projetée est toujours  
29          différente de la consommation réelle. Les coûts associés à la différence entre la

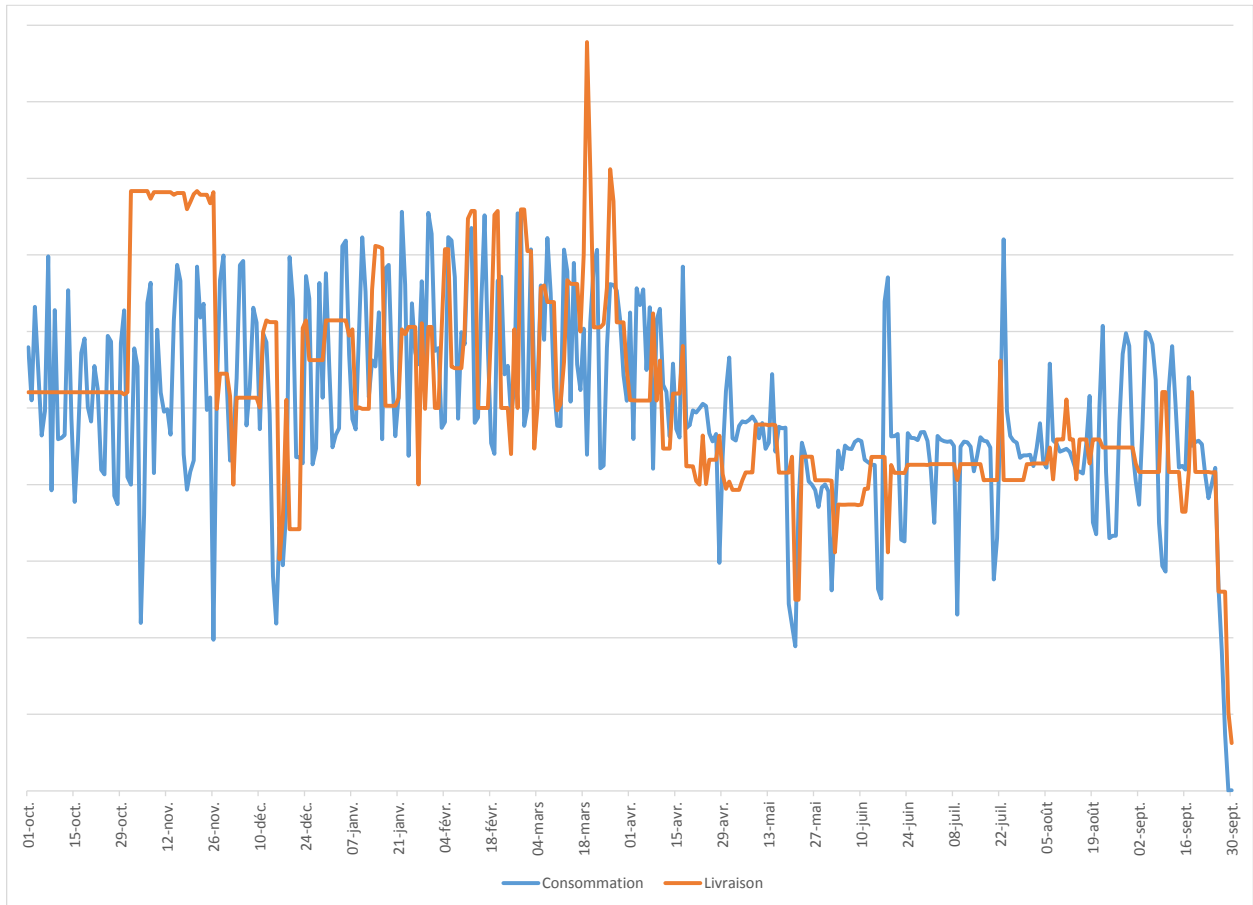
1 consommation projetée et la consommation réelle – le déséquilibre volumétrique quotidien –  
2 devraient alors être récupérés du client. Se pose alors la question de la responsabilité de  
3 l'établissement de la projection et du déséquilibre volumétrique : est-ce à Gaz Métro et à sa  
4 clientèle d'assumer une telle responsabilité? Dans tous les cas? Si non, dans quels cas? Cela  
5 signifierait-il qu'il faudrait enquêter sur les raisons d'un déséquilibre et en faire assumer le  
6 coût à la partie « responsable »? Serait-ce plutôt au client d'assumer la responsabilité du  
7 déséquilibre? Si oui, on peut se demander quel intérêt il y aurait pour un client de livrer selon  
8 un mode qui l'expose à devoir payer des sommes d'argent pour des raisons sur lesquelles il  
9 n'a aucun contrôle.

10 Ensuite, en admettant même que le client soit en mesure de projeter sa consommation du  
11 lendemain, qu'en est-il de son équilibrage en cours de journée? Gaz Métro équilibre la  
12 demande avec les différentes fenêtres de nomination en cours de journée gazière. La clientèle  
13 en achat direct devrait-elle faire de même et avoir accès aux fenêtres NAESB (les fenêtres  
14 STS ne peuvent être rendues accessibles aux clients-AD)? Si oui, chaque client en achat  
15 direct devrait avoir une personne ou un groupe responsable des projections et des  
16 nominations.

17 Ultimement, présumant même que les deux problématiques mentionnées ci-dessus puissent  
18 être surmontées, l'expérience démontre que les projections et actions effectuées en cours de  
19 journée ne permettent pas de faire en sorte qu'il n'y ait pas de déséquilibre en fin de journée  
20 gazière.

21 À titre d'illustration, le graphique suivant présente les consommations et livraisons d'un client  
22 existant qui détient son propre service de transport et qui devrait normalement moduler  
23 quotidiennement ses livraisons pour viser sa consommation et, conséquemment, réduire les  
24 coûts de son service d'équilibrage.

Graphique 5



1 Pour ce client, l'écart entre les livraisons et les consommations varie entre -74 % et +115 %.

2 Ce portrait amène Gaz Métro à se questionner sur la réelle possibilité pour les clients  
 3 d'effectuer des projections suffisamment précises de leur consommation. Des marges  
 4 d'erreur importantes influenceront alors grandement les approvisionnements de la clientèle  
 5 en gaz de réseau qui doivent être modulés pour répondre à la demande totale de la clientèle.

6 D'un point de vue commercial, cela met une responsabilité sur les clients qui semble difficile  
 7 à rencontrer (peu de clients, sinon aucun, ne peut dire ce qu'il consommera le lendemain ou  
 8 même le mois prochain), sans parler du risque financier inconnu qui y sera rattaché (prix de  
 9 leur molécule et coût du déséquilibre).

10 Selon les consultations faites par Gaz Métro au fil des ans, le client recherche de la  
 11 prévisibilité dans ses coûts énergétiques. D'une part, il y a l'impact sur le prix prévu au contrat

1 de fourniture avec son fournisseur et, d'autre part, l'impact financier des déséquilibres  
2 volumétriques quotidiens qui est totalement imprévisible, en quantité – variant en fonction de  
3 la prévision de la consommation – et en coût unitaire – variant en fonction du marché gazier  
4 de chaque journée.

5 Pour terminer sur les impacts d'un mode de livraison non uniforme sur les clients en achat  
6 direct, Gaz Métro souligne que les modalités actuelles permettent déjà aux clients qui veulent  
7 tirer avantage d'un mode de livraison non uniforme (quotidienne) et, en conséquence, être en  
8 plein contrôle de leur besoin, de se retirer du service de transport et d'équilibrage du  
9 distributeur. Il est révélateur pour Gaz Métro de constater qu'aucun client ne s'est prévalu de  
10 cette option depuis le dégroupement des services en octobre 2001. Gaz Métro conclut de ce  
11 constat que le risque de volatilité des besoins et des coûts de déséquilibres volumétriques  
12 quotidiens est trop important pour amener les clients à choisir une telle option.

#### Fournisseurs

13 La livraison non uniforme (quotidienne) du client-AD nécessiterait que les fournisseurs fassent  
14 fluctuer l'achat de gaz naturel qu'ils livrent à Gaz Métro au point de réception Dawn. Ainsi, les  
15 contrats entre les clients et les fournisseurs devraient permettre des variations quotidiennes  
16 volumétriques sans limites spécifiques (maximale ou minimale).

17 Comme mentionné précédemment, actuellement certains fournisseurs estiment eux-mêmes  
18 le volume journalier contractuel des clients. Ces fournisseurs devront alors s'outiller pour être  
19 en mesure d'estimer la consommation et la livraison quotidienne, considérant les conditions  
20 climatiques, afin de limiter les déséquilibres volumétriques.

21 Il est également à noter que certains clients, faisant partie de regroupement, ont des volumes  
22 quotidiens qui sont très petits en été (par exemple 1 GJ/jour). Est-ce que les fournisseurs vont  
23 être intéressés ou en mesure de desservir ces clients?

#### **2.7. Conditions de service et Tarif**

24 La livraison non uniforme des clients nécessiterait plusieurs modifications au niveau tarifaire.

25 Tout d'abord, un tel changement aurait un effet sur la fonctionnalisation des coûts. À la  
26 section 2.2.3 de la pièce B-0133, Gaz Métro-5, Document 1, Gaz Métro indique que la  
27 fonctionnalisation des coûts et l'allocation des coûts de fourniture considèrent le fait que la  
28 clientèle en achat direct effectue des livraisons uniformes.

1 Dans le cas où les livraisons de fourniture effectuées seraient équivalentes au profil de  
2 consommation, alors la manière de fonctionnaliser et de tarifer les coûts de fourniture devrait  
3 être revue. Par ricochet, ceci viendrait également affecter la fonctionnalisation des coûts  
4 d'équilibrage.

5 Enfin, les modes de livraison non uniforme (quelle clientèle est éligible à ce mode de livraison,  
6 la marge de manœuvre, les pénalités, etc.) nécessiteraient des changements importants aux  
7 *Conditions de service et Tarif*.

## **2.8. Développement informatique et autres**

8 La mise en place d'un mode de livraison non uniforme (quotidienne) pour les clients-AD et les  
9 clients-T entraînerait des modifications importantes aux divers systèmes administratifs :  
10 approvisionnement gazier, facturation et autres systèmes reliés.

11 Les modifications suivantes, sans être une liste exhaustive, seraient requises.

### Approvisionnement gazier

12 Le système d'approvisionnement gazier qui est actuellement en développement est bâti en  
13 fonction des modalités actuelles de gestion, soit une livraison uniforme annuelle. Il devrait  
14 être modifié pour :

- 15 • créer un portail afin de permettre aux clients et aux fournisseurs de saisir leur  
16 nomination quotidiennement et les changements à celle-ci en cours de journée, selon  
17 les modalités reliées aux confirmations quotidiennes des nominations et à la gestion  
18 des heures de nomination;
- 19 • permettre l'évaluation par Gaz Métro de la consommation quotidienne, donc la  
20 livraison, des clients-AD qui lui auraient confié cette responsabilité; et
- 21 • automatiser la saisie des nominations quotidiennes de chaque client, actuellement  
22 effectuée manuellement une fois par année pour chaque client.

### Facturation

23 Les modifications suivantes seraient requises :

- 24 • modifier le module de calcul des déséquilibres volumétriques, actuellement annuel, en  
25 un mode de calcul quotidien;

- 1           • Modifier la présentation de la facture pour présenter le détail des règlements financiers  
2           des déséquilibres volumétriques quotidiens; et
- 3           • Supporter techniquement et former des représentants au service à la clientèle pour  
4           être en mesure de répondre aux questions spécifiques relatives aux coûts des  
5           déséquilibres volumétriques quotidiens.

## **2.9. Investissement dans le réseau de distribution**

6           Afin de permettre une gestion quotidienne des consommations et conséquemment des  
7           déséquilibres volumétriques quotidiens, tous les clients-AD devraient être en lecture  
8           quotidienne, nécessitant donc des équipements de mesurage adaptés à cet usage. À l'heure  
9           actuelle, seules les consommations quotidiennes d'environ 150 clients en achat direct sont  
10          traitées dans les systèmes de facturation. Les consommations de tous les autres clients en  
11          achat direct sont, soit relevées mensuellement ou relevées quotidiennement, mais traitées  
12          mensuellement dans les systèmes.

13          À la section 7.1 de la pièce Gaz Métro-5, Document 5, Gaz Métro explique que d'ici 10 ans,  
14          tous les clients verront leur consommation relevée à l'aide d'un appareil de radiométrie  
15          permettant d'emmagasiner des lectures horaires et donc, de reconstruire précisément la  
16          consommation pour une période donnée. Toutefois, il est également expliqué que des  
17          développements informatiques seraient nécessaires pour transposer l'information relevée  
18          dans les systèmes de facturation. Gaz Métro ignore pour l'instant le coût d'une telle mesure  
19          qui devrait être évalué advenant que la Régie souhaite que Gaz Métro pousse son analyse  
20          plus loin. Il faudrait également étudier la possibilité de prioriser l'installation des appareils de  
21          radiométrie chez les clients en achat direct.

**CONCLUSION**

1 Au-delà de la réduction des capacités d'entreposage que pourrait potentiellement entraîner un  
2 mode de livraison non uniforme, il demeure un certain nombre d'obstacles significatifs tant à  
3 l'interne que chez les clients en achat direct et leur fournisseur. C'est pourquoi si la Régie juge  
4 nécessaire que Gaz Métro pousse plus loin ses analyses, il y aurait lieu d'organiser une  
5 consultation plus vaste de la clientèle concernée afin d'identifier les problématiques et les  
6 solutions qui pourraient s'y rattacher. Parallèlement à cette consultation, il faudrait approfondir  
7 l'analyse des impacts sur la gestion des approvisionnements et évaluer l'ampleur des  
8 modifications à apporter aux systèmes internes, leur échéancier et leur coût.

9 **Gaz Métro demande à la Régie de prendre acte des réponses au suivi lié à la décision**  
10 **D-2016-126 et de s'en déclarer satisfaite.**