

**RÉPONSE DE GAZ MÉTRO À LA DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS N° 1  
DE LA RÉGIE DE L'ÉNERGIE (LA RÉGIE) RELATIVE À LA DEMANDE D'EXAMEN  
DU RAPPORT ANNUEL DE SOCIÉTÉ EN COMMANDITE GAZ MÉTRO  
POUR L'EXERCICE FINANCIER TERMINÉ LE 30 SEPTEMBRE 2013**

Régie de l'énergie  
DOSSIER: R-3912-2014  
DÉPOSÉE EN AUDIENCE  
Date: 26/01/2015  
Pièces n°: Non cotée

- 1. Références :**
- (i) Pièce B-0020, p. 12;
  - (ii) Dossier R-3837-2013, pièce B-0322, p. 58;
  - (iii) Dossier R-3837-2013, pièce B-0329, annexe 11;
  - (iv) Dossier R-3837-2013, pièce A-0136, p. 148 à 164.

**Préambule :**

(i) « *En 2013, il était nécessaire que Gaz Métro investisse dans une campagne de positionnement afin de faire connaître le gaz naturel, ses avantages pour le développement du Québec et son impact sur les changements climatiques. Ainsi, Gaz Métro protège ses actifs et profite des opportunités favorisant sa croissance.* »

(ii) « *Puisque les offensives de positionnement sont déployées afin de privilégier l'utilisation du gaz naturel par rapport notamment aux produits pétroliers dans les secteurs du bâtiment et du transport et à favoriser l'efficacité énergétique, les ANR n'assument aucuns frais reliés à celles-ci.*

*Ces activités ont très certainement un impact collatéral sur les activités ANR, tout comme elles en ont un sur celles de toutes les entreprises évoluant dans l'industrie du gaz naturel. Gaz Métro ne peut, par contre, demander à tous les intervenants de participer au financement des campagnes de positionnement.*

*Par ailleurs, les ANR assument les coûts d'activités de communication marketing lorsque celles-ci sont directement reliées à leur domaine d'affaires.* »

(iii) Au dossier tarifaire 2013, Gaz Métro dépose six vidéos, qui peuvent être consultées au Centre de documentation de la Régie, présentant l'Effet bleu - Camions, l'Effet bleu - Déchets et l'Effet bleu - Industrie.

(iv) Extrait des notes sténographiques de l'audience du 19 mars 2014. Gaz Métro présente la campagne de positionnement sous trois thèmes, soit les raisons justifiant le sentiment d'urgence, les divers types de campagnes et les différents types de mesure qui existent ainsi que les messages clés que Gaz Métro souhaitait diffuser.

**Demandes :**

- 1.1 Veuillez préciser les coûts de la campagne de positionnement engagés en 2013 ainsi que les coûts assumés par le service de distribution.

11.2 Pour le programme PE224 (page 50), veuillez expliquer que l'aide financière unitaire accordée en 2012-2013 (9 976 \$) soit plus élevée que l'aide financière maximum prévue au programme (9 000 \$).

**Réponse :**

L'aide financière unitaire de 9 976 \$ accordée en 2012-2013 correspond au ratio entre les aides financières totales accordées en 2012-2013 de 658 415 \$ et le nombre de participants bruts, soit 66.

Bien que l'aide financière maximale par système d'évacuation à débit variable soit de 9 000 \$, l'aide financière unitaire par participant peut dépasser ce montant en considérant que le nombre moyen de systèmes d'évacuation à débit variable installé par participant peut être supérieur à 1.

**12. Référence :** Pièce B-0066, p. 2.

**Préambule :**

Dans l'analyse de rentabilité du client 407136, la Régie note qu'une subvention est accordée pour l'installation d'appareils périphériques (deux foyers) et qu'à la ligne PRC le tableau mentionne « PRC pour l'ajout de foyer ».

**Demande:**

12.1 Veuillez expliquer sur quelle base l'installation d'appareils périphériques est éligible à une subvention PRC (modalités du programme, grilles de subvention, décisions de la Régie, etc.).

**Réponse :**

Le versement de la subvention PRC est conforme aux modalités du programme PRC, telles qu'approuvées par la Régie selon, entre autres, les articles 2.5.1 et 2.5.18 suivants :

*« 2.5.1 : Les coûts du matériel et la main-d'œuvre requis pour l'installation de la tuyauterie en aval de la fin du branchement d'immeuble jusqu'aux appareils à gaz naturel, sujet aux limites prescrites par le distributeur. »*

*« 2.5.18 : Le coût relatif à la modification de la cheminée lorsque nécessaire. »*

À la suite de l'adoption, par la Ville de Montréal, d'une nouvelle réglementation relative à l'installation et l'utilisation des foyers au bois, Gaz Métro a voulu appuyer la Ville de Montréal. Depuis novembre 2011, Gaz Métro verse donc un montant de 200 \$ afin de

compenser une portion des frais relatifs aux matériaux et à l'installation de la tuyauterie ainsi que les coûts de cheminée associés à la conversion d'un foyer au bois.

**13. Référence :** Pièce B-0067, p. 8 et 9.

**Préambule :**

La Régie note que dans la comparaison des plans de développement 2010 résidentiel (page 8) et affaires (page 9), les volumes moyens par client<sup>1</sup> à postériori (année 5) sont nettement inférieurs à ceux qui étaient prévus à priori. Elle note également que, dans tous les cas, les montants des investissements à postériori ont été moindres que ceux prévus.

**Demandes:**

13.1 Veuillez expliquer les écarts observés entre les données à postériori et les données prévues concernant les volumes moyens par client et les montants des investissements.

**Réponse :**

Dans le marché résidentiel du plan de développement 2010 (R-3871-2013, B-0067, Gaz Métro-13, Document 3, annexe 3, page 8, ligne 10/ligne 5), le volume moyen par client *a posteriori* est de 1 820 m<sup>3</sup>, comparativement à un volume moyen prévu par client de 1 904 m<sup>3</sup>. L'écart de volume moyen par client est légèrement défavorable de 84 m<sup>3</sup> ou de - 4,4 %. Gaz Métro tient à souligner que pour réaliser l'exercice de rentabilité *a priori*, elle utilise des cas types pour estimer la consommation moyenne des clients. *A posteriori*, la consommation des clients peut différer de celle prévue et cela pour plusieurs raisons. Par exemple, la performance des appareils utilisés pourrait être supérieure à celle prévue au cas type. Également, des clients pourraient avoir un profil de consommation légèrement différent de ce qui avait été anticipé au niveau du chauffage de leur habitation, générant un impact défavorable sur les volumes consommés.

Le montant des investissements totaux *a posteriori* du marché résidentiel s'est avéré inférieur de 0,490 M\$, soit un écart légèrement favorable de 2,6 %. Cela s'explique principalement par des investissements en subventions inférieurs à ce qui avait été prévu *a priori* pour un montant de 0,451 M\$, dont 0,202 M\$ attribuables à deux projets de nouvelle construction qui ont été annulés.

Dans le marché affaires du plan de développement 2010 (R-3871-2013, B-0067, Gaz Métro-13, Document 3, annexe 4, page 9, ligne 10/ligne 5), le volume moyen par client *a posteriori* est de 19 094 m<sup>3</sup> en comparaison avec un volume moyen prévu par

---

<sup>1</sup> Ligne 10 / ligne 5 des tableaux aux pages 8 et 9.

