

**RENTABILITÉ A POSTERIORI DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2012  
SUIVI APRÈS TROIS ANS**

**MARCHÉS RÉSIDENTIEL ET AFFAIRES**

1 Société en commandite Gaz Métro (« Gaz Métro ») présente au Rapport annuel 2015 la  
2 rentabilité *a posteriori*, comparativement à la rentabilité *a priori* du marché résidentiel et du  
3 marché affaires du plan de développement 2012.

4 Gaz Métro présente aussi l'analyse des écarts significatifs afin de répondre à la demande de la  
5 Régie de l'énergie (« la Régie ») dans sa décision D-2014-165 qui mentionnait :

6 « [79] La Régie demande à Gaz Métro de présenter systématiquement, dans les prochains  
7 dossiers d'examen du rapport annuel, une analyse des écarts significatifs entre les résultats *a priori*  
8 du plan de développement et les résultats *a posteriori*, après 3 ans et 6 ans. »

9 À la suite de la décision D-2015-125 (paragr. 121), Gaz Métro est dispensée de produire et de  
10 déposer le suivi *a posteriori* du plan de développement 2009 (six ans après sa présentation  
11 *a priori*).

**1 PARAMÈTRES ET HYPOTHÈSES UTILISÉS DANS LE  
CALCUL DE LA RENTABILITÉ A POSTERIORI**

12 Conformément à la décision D-2012-071 (paragr. 68) de la Régie, Gaz Métro soumet à la  
13 section 1.1 les hypothèses de calcul utilisées pour établir la rentabilité *a posteriori* du plan de  
14 développement 2012. Les hypothèses sont essentiellement les mêmes que celles énumérées au  
15 Rapport annuel 2014 (R-3916-2014, B-0056, Gaz Métro-13, Document 3, section 1.1), à  
16 l'exception des hypothèses 2), 6) et 9). La section « Ajouts de charge » du plan de développement  
17 2012 inclut désormais le marché résidentiel. Gaz Métro a donc bonifié les hypothèses 2), 6) et 9)  
18 afin d'y préciser que la méthodologie utilisée pour mesurer les ajouts de charge du marché  
19 résidentiel est la même que celle du marché affaires.

**1.1 HYPOTHÈSES**

20 1) Les clients qui ont commencé à consommer continueront de consommer durant les  
21 années suivantes, à l'exception des clients en chauffage temporaire qui cessent  
22 généralement de consommer à l'année 1 ou 2.

- 1        2) Pour les clients des marchés affaires et résidentiel en ajouts de charge, la mesure du  
2        volume réel de consommation débute six mois après la signature de la vente.
- 3        3) La projection des volumes et des revenus futurs pour les clients ayant cumulé un an de  
4        consommation est calculée sur la base de la consommation des douze derniers mois  
5        précédant le 30 juin de l'année où le suivi *a posteriori* doit être présenté à la Régie.
- 6        4) Pour les clients n'ayant pas accumulé un an de consommation, les données de volume  
7        prévisionnelles présentées dans le plan de développement *a priori* sont utilisées pour  
8        calculer la rentabilité *a posteriori* du plan de développement.
- 9        5) Les données réelles pour les nouveaux clients reflètent la méthodologie présentée dans  
10       le tableau de l'annexe 1 : *Marché résidentiel et marché affaires – Nouveaux clients,*  
11       *Méthodologie d'établissement des données réelles par composante de revenu requis.*
- 12       6) Les données réelles pour les ajouts de charge reflètent la méthodologie présentée dans  
13       le tableau de l'annexe 2 : *Marché affaires et résidentiel – Ajouts de charge, Méthodologie*  
14       *d'établissement des données réelles par composante de revenu requis.*
- 15       7) La rentabilité *a posteriori* des marchés résidentiel et affaires est calculée en fonction des  
16       paramètres du revenu requis d'origine, d'une part en utilisant les revenus ajustés selon la  
17       grille tarifaire d'origine et d'autre part, en utilisant les tarifs réels comme demandé par la  
18       Régie dans sa décision D-2012-071 (paragr. 65).
- 19       8) Les données réelles de volumes et de revenus sont extraites en date du 30 juin et les  
20       investissements réels en date du 30 septembre de l'année où le suivi *a posteriori* est  
21       présenté à la Régie.
- 22       9) Le calcul des volumes et des revenus *a posteriori* des dossiers non mesurés en ajouts de  
23       charge pour les marchés affaires et résidentiel est basé sur le taux de réalisation réel des  
24       volumes et des revenus des dossiers mesurés pour ce même segment de marché.

## 1.2 COÛTS D'ABANDON

1 Les coûts d'abandon incluent dans l'analyse *a posteriori* du plan de développement 2012  
2 s'élèvent à 57 192 \$ sur des investissements en immobilisations *a posteriori* totalisant 42,6 M\$,  
3 ce qui représente 0,13 %.

## 2 MARCHÉ RÉSIDENTIEL – GLOBAL

### 2.1 RÉSULTATS COMPARATIFS DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL – GLOBAL

4 Le tableau de l'annexe 3 : *Comparaison du plan de développement résidentiel – nouveaux clients*  
5 *et ajouts de charge* présente la rentabilité *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement  
6 2012 pour l'ensemble du marché résidentiel. Selon la grille tarifaire d'origine (2012), le taux de  
7 rendement (TRI) *a posteriori* est de 9,89 % et le point mort de 1 an, comparativement à un TRI *a*  
8 *priori* de 11,95 % et à un point mort de 3,47 ans. Cette diminution du TRI de 2,06 % s'explique  
9 principalement par des volumes inférieurs de 3 747 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> ou de 27 % et ce, malgré une réduction  
10 des investissements de 1,2 M\$ ou de 5 %. Cette baisse des investissements et leur étalement  
11 dans le temps expliquent en majeure partie l'écart favorable de 2,47 ans que l'on observe entre  
12 le point mort *a posteriori* et le point mort *a priori*.

13 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 11,22 % et le point mort se situe à 1 an.

14 Gaz Métro tient à souligner que le contexte économique du Québec dans lequel les clients ont  
15 évolué au cours de la période 2012 à 2015 a été défavorable par rapport à ce qui avait été prévu.  
16 En effet, tel que démontré dans le tableau ci-dessous, la croissance du PIB réel démontre une  
17 évolution nettement inférieure à la prévision. Ce ralentissement économique pourrait avoir affecté  
18 le comportement des clients de Gaz Métro et ainsi expliquer, en partie, les écarts défavorables  
19 du nombre de clients et de volume.

#### Croissance du PIB<sup>1</sup>

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Prévu	1,6 %	1,7 %	2,0 %	1,8 %
Réel	1,5 %	1,2 %	1,4 %	1,3 %

---

<sup>1</sup> Conference Board du Canada, Produit intérieur brut (PIB) au prix de base par industrie, toutes les industries, Québec.

## **2.2 ANALYSE DES ÉCARTS SIGNIFICATIFS DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL – GLOBAL**

1 L'écart défavorable des volumes de 3 747 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> et la baisse des investissements de 1,2 M\$ pour  
2 les segments de marché nouveaux clients et ajouts de charge sont principalement attribuables  
3 au segment des nouveaux clients lequel présente une consommation inférieure de 3 745 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>  
4 et des investissements moins élevés que prévu, pour un montant de 1,3 M\$.

## **3 MARCHÉ RÉSIDENTIEL – NOUVEAUX CLIENTS**

### **3.1 RÉSULTATS COMPARATIFS DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL POUR LES NOUVEAUX CLIENTS**

5 Le tableau de l'annexe 4 : *Comparaison du plan de développement – marché résidentiel –*  
6 *nouveaux clients* présente la rentabilité entre les informations *a priori* et *a posteriori* pour le plan  
7 de développement 2012 du marché résidentiel des nouveaux clients. Le TRI *a posteriori* calculé  
8 selon la grille tarifaire d'origine (2012) est de 9,86 % et le point mort est de 1 an, comparativement  
9 à un TRI *a priori* de 11,83 % et à un point mort de 3,70 ans. Cette baisse du TRI de 1,97 %  
10 s'explique essentiellement par une baisse des volumes de 27 % ou de 3 745 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>. L'effet  
11 défavorable de la baisse des volumes sur la rentabilité est partiellement compensé par la  
12 réduction des investissements totaux de 6 % ou de 1,3 M\$ et par l'étalement de ceux-ci dans le  
13 temps. Ces deux derniers éléments concernant les investissements expliquent en majeure partie  
14 l'écart favorable de 2,70 ans que l'on observe entre le point mort *a posteriori* et le point mort *a*  
15 *priori*.

16 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 11,17 % et le point mort se situe à 1 an.

### **3.2 ANALYSE DES ÉCARTS SIGNIFICATIFS DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL POUR LES NOUVEAUX CLIENTS**

17 À la cinquième année, le nombre de clients *a posteriori* est inférieur de 17 % à ce qui avait été  
18 prévu, représentant 1 044 clients sur une prévision de 5 978 clients. Pour cette même année, les  
19 volumes sont en baisse de 27 %, représentant 3 745 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> sur un volume prévu de  
20 13 858 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>. Ces écarts s'expliquent notamment par deux éléments du segment de la nouvelle  
21 construction résidentielle, qui regroupe 161 projets :

- 22 1) L'annulation de 11 projets domiciliaires qui prévoyaient le branchement de 82 clients  
23 pour un volume prévu de 680 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>; et

1           2) Une progression des ventes inférieure à la prévision pour 56 projets domiciliaires,  
 2           généralant à eux seuls un écart défavorable de 1 050 clients, pour un volume de  
 3           1 827 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>.

4           Gaz Métro explique cette situation par le ralentissement important qu'a connu le marché de la  
 5           nouvelle construction résidentielle au cours des dernières années. Le tableau ci-dessous montre  
 6           l'évolution annuelle du nombre de logements mis en chantier<sup>2</sup> pour la province de Québec.

<b>Perspectives du marché de l'habitation, Québec</b> (nombre et variation annuelle en pourcentage)								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015(P)	2016(P)	2017(P)
<b>Logements mis en chantier</b>								
Log. individuels	19 549	16 554	16 059	13 144	11 227	9 400	9 600	9 700
%	11,5	-15,3	-3,0	-18,2	-14,6	-16,3	2,1	1,0
Log. collectifs	31 814	31 833	31 308	24 614	27 583	24 800	24 800	25 300
%	23,0	0,1	-1,6	-21,4	12,1	-10,1	0,0	2,0
Tous	51 363	48 387	47 367	37 758	38 810	34 200	34 400	35 000
%	18,3	-5,8	-2,1	-20,3	2,8	-11,9	0,6	1,7

7           Pour l'ensemble des logements individuels et collectifs, on observe une baisse significative de  
 8           13 167 mises en chantier entre 2012 et 2015, soit une réduction de 28 %.

9           Pour Gaz Métro, de telles conditions de marché se répercutent directement sur les résultats du  
 10          suivi *a posteriori* du plan de développement 2012, notamment par des ventes annulées et par  
 11          une diminution du nombre de clients réels-projetés à l'année cinq pour plusieurs projets  
 12          domiciliaires (c'est-à-dire que le branchement des clients initialement prévu entre l'année un et  
 13          cinq ne se réalisera pas, ou il se réalisera après la cinquième année. Dans ce cas, Gaz Métro ne  
 14          projette pas l'arrivée de nouveaux clients après l'année cinq dans son exercice de rentabilité  
 15          *a posteriori*).

16          Le coût des immobilisations *a posteriori* s'est avéré supérieur de 0,2 M\$, soit un écart défavorable  
 17          de 2 %. Ce montant se compose de 0,8 M\$ attribuables à des travaux de conduites imprévus ou  
 18          qui se sont avérés plus complexes que ce qui avait été anticipé et de 0,4 M\$ qui se rapportent à

<sup>2</sup> Société canadienne d'hypothèques et de logement « Perspectives du marché de l'habitation – Faits saillants pour la région du Québec », Édition du Quatrième trimestre de 2015, page 5.

1 des coûts de branchements plus élevés que prévu pour les clients que Gaz Métro a raccordés au  
2 réseau gazier. Des économies s'élevant à 1 M\$, découlant des 11 projets annulés, pour 0,4 M\$  
3 et des 56 projets mentionnés précédemment pour les ventes non matérialisés, pour 0,6 M\$,  
4 atténuent en bonne partie la hausse des coûts en immobilisations de 1,2 M\$ (0,8 M\$ + 0,4 M\$).

5 Le montant des subventions du Programme de rabais à la consommation (PRC) *a posteriori*  
6 affiche un écart favorable de 1,8 M\$, soit 18 %. La réduction du montant de PRC s'explique par  
7 les projets annulés (0,3 M\$) et par les 56 projets domiciliaires mentionnés précédemment  
8 (1,5 M\$).

9 Le montant de contributions clients *a posteriori* s'est avéré inférieur de 0,3 M\$, soit un écart  
10 défavorable de 16 % qui s'explique par l'ensemble des ventes qui ne se sont pas matérialisées.

## **4 MARCHÉ RÉSIDENTIEL – AJOUTS DE CHARGE**

### **4.1 RÉSULTATS COMPARATIFS DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL POUR LES AJOUTS DE CHARGE**

11 Le tableau de l'annexe 5 « *Comparaison du plan de développement – marché résidentiel – ajouts*  
12 *de charge* » présente la rentabilité entre les informations *a priori* et *a posteriori* pour le plan de  
13 développement 2012 du marché résidentiel des ajouts de charge. Le TRI *a posteriori* calculé  
14 selon la grille tarifaire d'origine (2012) est de 12,62 % et le point mort est de 1 an,  
15 comparativement à un TRI *a priori* de 35,04 % et à un point mort de 1 an. Cette baisse du TRI de  
16 22,42 % s'explique par des investissements totaux supérieurs de 0,1 M\$ à ce qui avait été  
17 prévu et par le fait que le calcul du taux de distribution *a priori* 2012 n'avait pas encore fait l'objet  
18 d'une amélioration système (R-3871-2013, B-0066, Gaz Métro-13, Document 2, note 1). Cette  
19 amélioration est en vigueur seulement depuis l'exercice financier 2013.

20 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 14,88 % et le point mort se situe à 1 an.

21 La proportion du nombre de dossiers non mesurés est de 7 % et la proportion des volumes  
22 associés à ces dossiers représente également 7 % des volumes signés totaux *a priori*.

23 Pour mesurer la rentabilité *a posteriori* des ajouts de charge du marché résidentiel, Gaz Métro a  
24 utilisé la même méthodologie que celle utilisée pour les ajouts de charge du marché affaires.

#### **4.2 ANALYSE DES ÉCARTS SIGNIFICATIFS DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL – AJOUTS DE CHARGE**

1 Comme mentionné à la section 4.1, la baisse du TRI de 22,42 % s'explique par des  
2 investissements totaux supérieurs de 0,1 M\$ à ce qui avait été prévu et par le fait que le calcul  
3 du taux de distribution *a priori* 2012 n'avait pas encore fait l'objet d'une amélioration système.

### **5 MARCHÉ AFFAIRES – GLOBAL**

#### **5.1 RÉSULTATS COMPARATIFS DU MARCHÉ AFFAIRES – GLOBAL**

4 Le tableau de l'annexe 6 « *Comparaison du plan de développement affaires – nouveaux clients*  
5 *et ajouts de charge* » présente la rentabilité *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement  
6 2012 pour l'ensemble du marché affaires. Selon la grille tarifaire d'origine (2012), le TRI  
7 *a posteriori* est de 19,25 % et le point mort de 1 an, comparativement à un TRI *a priori* de 21,73 %  
8 et à un point mort de 1 an. Cette diminution du TRI de 2,48 % s'explique principalement par des  
9 volumes inférieurs de 21 % ou de 15 263 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>.

10 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 21,92 % et le point mort se situe à 1 an.

11 Gaz Métro tient à réitérer que le contexte économique du Québec dans lequel les clients ont  
12 évolué au cours de la période 2012 à 2015 a été défavorable par rapport à ce qui avait été prévu.  
13 En effet, tel que démontré dans le tableau de la section 2.1, la croissance du PIB réel démontre  
14 une évolution nettement inférieure à la prévision. Ce ralentissement économique pourrait avoir  
15 affecté le comportement des clients de Gaz Métro et ainsi expliquer, en partie, les écarts  
16 défavorables du nombre de clients et de volume.

#### **5.2 ANALYSE DES ÉCARTS SIGNIFICATIFS DU MARCHÉ AFFAIRES – GLOBAL**

17 La baisse des volumes *a posteriori* de la cinquième année de 15 263 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> s'explique par des  
18 volumes inférieurs de 11 027 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> pour les nouveaux clients et de 4 236 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> pour les ajouts  
19 de charge.

## **6 MARCHÉ AFFAIRES – NOUVEAUX CLIENTS**

### **6.1 RÉSULTATS COMPARATIFS POUR LE MARCHÉ AFFAIRES – NOUVEAUX CLIENTS**

1 Le tableau de l'annexe 7 : *Comparaison du plan de développement affaires – nouveaux clients*  
2 présente la rentabilité entre les informations *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement  
3 2012 du marché affaires des nouveaux clients. Le TRI *a posteriori* calculé selon la grille tarifaire  
4 d'origine (2012) est de 16,71 % et le point mort est de 1 an, comparativement à un TRI *a priori*  
5 de 18,77 % et à un point mort de 1 an. Cette baisse du TRI de 2,06 % s'explique principalement  
6 par une diminution des volumes de 21 % ou de 11 027 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>.

7 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 19,13 % et le point mort se situe à 1 an.

### **6.2 ANALYSE DES ÉCARTS SIGNIFICATIFS POUR LE MARCHÉ AFFAIRES – NOUVEAUX CLIENTS**

8 Les volumes *a posteriori* de la cinquième année sont inférieurs de 11 027 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>, soit une  
9 diminution de 21 %. De cet écart, un volume de 3 451 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> se rapporte à des projets annulés et  
10 un volume de 4 870 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> est attribuable à un petit groupe de 17 clients. Gaz Métro a analysé  
11 leur situation respective et les constats dégagés sont les suivants : le client utilise davantage que  
12 prévu une autre source d'énergie, le client connaît une baisse de ses ventes ou de son niveau  
13 de production, le client a acheté une usine de son compétiteur et a partagé sa production avec  
14 cette nouvelle usine (l'usine achetée est déjà cliente de Gaz Métro), le client a changé de vocation  
15 à la suite d'un changement de propriétaire.

16 Le coût des immobilisations affiche un écart défavorable de 0,2 M\$, soit 1 %. Cet écart se  
17 compose principalement d'un montant de 1,5 M\$ attribuable à un groupe de 11 projets dont les  
18 travaux de conduites se sont avérés plus complexes que prévu et à un groupe de 39 clients pour  
19 lesquels les coûts de branchements ont été plus élevés que ce qui avait été anticipé. Des  
20 économies de 1,3 M\$ découlant des projets annulés atténuent en bonne partie l'effet défavorable  
21 de la hausse des coûts des immobilisations.

22 Le coût des subventions (PRC) *a posteriori* s'est avéré inférieur de 0,2 M\$, soit 3 % et cela  
23 s'explique principalement par les projets annulés. Le montant des contributions clients *a posteriori*  
24 affiche un écart défavorable de 0,2 M\$ et cela est également attribuable aux projets annulés.



## **7 MARCHÉ AFFAIRES – AJOUTS DE CHARGE**

### **7.1 RÉSULTATS COMPARATIFS POUR LE MARCHÉ AFFAIRES – AJOUTS DE CHARGE**

1 Le tableau de l'annexe 8 : *Comparaison du plan de développement affaires – ajouts de charge*  
2 présente la rentabilité *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement 2012 des ajouts de  
3 charge du marché affaires. Pour l'ensemble des dossiers d'ajouts de charge et selon la grille  
4 tarifaire d'origine (2012), le TRI *a posteriori* est de 48,84 % et le point mort de 1 an,  
5 comparativement à un TRI *a priori* de 47,11 % et à un point mort de 1 an. Cette hausse du TRI  
6 de 1,73 % s'explique principalement par une diminution des investissements totaux de 18 % ou  
7 de 0,7 M\$. L'effet favorable sur la rentabilité est partiellement atténué par une baisse des volumes  
8 de 21 % ou de 4 236 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>.

9 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 53,23 % et le point mort se situe à 1 an.

10 La proportion du nombre de dossiers non mesurés est de 15 % et la proportion des volumes  
11 associés à ces dossiers représente 30 % des volumes signés totaux *a priori*.

### **7.2 ANALYSE DES ÉCARTS SIGNIFICATIFS POUR LE MARCHÉ AFFAIRES – AJOUTS DE CHARGE**

12 Pour les 529 clients mesurés, le volume *a posteriori* est en baisse de 21 % ou de 2 979 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>.  
13 De cet écart, un volume de 524 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> est attribuable à 7 ventes annulées. De plus, Gaz Métro a  
14 identifié 10 ventes dont les volumes *a posteriori* ont été inférieurs de 1 432 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> par rapport aux  
15 volumes *a priori*. Gaz Métro a analysé leur situation respective et les constats dégagés sont  
16 notamment l'utilisation d'une source d'énergie complémentaire et la mise en place des mesures  
17 d'efficacité énergétique.

18 Pour tous les dossiers d'ajouts de charge, les investissements totaux *a posteriori* sont en baisse  
19 de 0,7 M\$ ou de 18 %. Cela s'explique par une diminution du coût des immobilisations de 0,6 M\$  
20 ou de 25 % et par une baisse du coût des subventions (PRC) de l'ordre de 0,1 M\$ ou de 8 %. En  
21 ce qui concerne le coût des immobilisations, l'écart s'explique principalement par le fait que le  
22 coût *a priori* prévoyait des travaux qui au réel ne se sont pas réalisés. Gaz Métro a identifié un  
23 groupe de 49 dossiers (dont les 7 ventes annulées) pour lesquels cette situation a permis de  
24 générer un écart favorable de l'ordre de 0,6 M\$. À titre d'exemple, plusieurs dossiers prévoyaient  
25 des travaux de changement de compteurs, mais ceux-ci se sont avérés non requis *a posteriori*.

## **CONCLUSION**

1 Gaz Métro évalue, trois ans après la présentation *a priori* du plan de développement 2012, la  
2 rentabilité *a posteriori* des marchés résidentiels et affaires. Selon la grille tarifaire d'origine (2012),  
3 le TRI *a posteriori* pour l'ensemble du marché résidentiel affiche une baisse de 2,06 %. Cette  
4 diminution est le résultat combiné d'une baisse des volumes et d'une réduction des  
5 investissements totaux. Le TRI pour l'ensemble du marché affaires est en baisse de 2,48 % et  
6 s'explique essentiellement par une baisse des volumes.

7 **Gaz Métro demande à la Régie de prendre acte du suivi relatif à la rentabilité *a posteriori*,**  
8 **trois ans plus tard, du plan de développement 2012 des marchés résidentiel et affaires.**

<b>Annexe 1</b>						
<b>Marché résidentiel et marché affaires – Nouveaux clients</b>						
<b>Méthodologie d'établissement des données réelles par composante de revenu requis</b>						
<b>Composantes</b>	<b>Année 0</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
N <sup>bre</sup> clients	n/a	<ul style="list-style-type: none"> <li>‣ Nombre de clients qui ont cumulé 1 an de consommation réelle au 30 juin, ou<sup>1</sup></li> <li>‣ Nombre de clients faisant partie des projets pour lesquels l'ouverture du 1<sup>er</sup> compteur a eu lieu il y a plus d'un an au 30 juin<sup>1</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>‣ Nombre de clients qui ont cumulé 2 ans de consommation réelle au 30 juin, ou<sup>1</sup></li> <li>‣ Nombre de clients faisant partie des projets pour lesquels l'ouverture du 1<sup>er</sup> compteur a eu lieu il y a plus de 2 ans au 30 juin<sup>1</sup></li> </ul>	Idem pour l'année en titre	Idem pour l'année en titre	Idem pour l'année en titre
Volumes (m <sup>3</sup> )	n/a	Volumes réels des clients de l'année en titre	Volumes réels ou volumes à reporter <sup>2</sup> des clients de l'année en titre	Idem	Idem	Idem
Revenus D (\$)	n/a	Revenus (réels ou ajustés selon la grille tarifaire d'origine <sup>3</sup> ) associés aux volumes de l'année en titre	Idem	Idem	Idem	Idem
Frais de conduite	Coûts réels avant le début de l'année 1 des projets d'extension	Coûts réels de l'année en titre des projets d'extension	Idem	Idem	Idem	Idem
<ul style="list-style-type: none"> <li>‣ Frais de branchement</li> <li>‣ Contributions clients</li> <li>‣ CASEP-immo</li> <li>‣ Subventions (PRC)</li> </ul>	Coûts réels avant le début de l'année 1	Coûts réels de l'année en titre	Idem	Idem	Idem	Idem

1. Les clients en chauffage temporaire cessent de consommer au cours de l'année 1 ou 2.

2. Le volume à reporter, s'il y a lieu, est le volume réel des 12 mois précédant le 30 juin de l'année où le suivi *a posteriori* est présenté à la Régie.

3. Revenus ajustés selon la grille tarifaire d'origine : Revenus réels ajustés en fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité *a priori*, selon les taux approuvés par la Régie.

<b>Annexe 2</b>						
<b>Marché affaires et résidentiel – Ajouts de charge</b>						
<b>Méthodologie d'établissement des données réelles par composante de revenu requis</b>						
Composantes	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
N <sup>bre</sup> clients		Dossiers mesurés : Nombre de clients avec un ajout de charge signé dans le plan de développement <i>a priori</i> et pour lequel Gaz Métro prend la mesure <i>a posteriori</i> . <sup>1</sup> Dossiers non mesurés : Nombre de clients avec un ajout de charge signé dans le plan de développement <i>a priori</i> et pour lesquels une ou plusieurs ventes d'ajouts de charge ont été signées ultérieurement à l'année du plan de développement <i>a priori</i> .	Idem	Idem	Idem	Idem
Volumes (m <sup>3</sup> )		Dossiers mesurés : Différence entre le volume réel total de l'année en titre <sup>2</sup> et le volume réel des 12 mois précédant la signature de la vente. Dossiers non mesurés : Application du taux de réalisation du volume réel pour les dossiers mesurés sur le volume prévu <i>a priori</i> pour l'année en titre.	Idem	Idem	Idem	Idem
Revenus D (\$)		Dossiers mesurés : Les revenus (réels ou ajustés selon la grille tarifaire d'origine <sup>3</sup> ) associés aux volumes réels d'ajouts de charge pour l'année en titre. Les revenus sont calculés à partir du taux de distribution marginal par client. <sup>3</sup> Dossiers non mesurés : Application du taux de réalisation des revenus réels pour les dossiers mesurés (réels ou ajustés selon la grille tarifaire d'origine <sup>3</sup> ) sur les revenus prévus <i>a priori</i> pour l'année en titre.	Idem	Idem	Idem	Idem
▶ Frais de branchement ▶ Contributions clients ▶ Subventions (PRC)	Dossiers mesurés et non mesurés : Coûts réels avant le début de l'année 1	Dossiers mesurés et non mesurés : Coûts réels de l'année en titre	Idem	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 *a priori*.

2. La mesure du volume réel de consommation de l'année 1 débute six mois après la signature de la vente en ajout de charge.

3. Revenus ajustés selon la grille tarifaire d'origine : Représentent les revenus réels ajustés en fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité *a priori*, selon les taux approuvés par la Régie

Annexe 3  
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT RÉSIDENTIEL - NOUVEAUX CLIENTS ET AJOUTS DE CHARGE  
2012 A PRIORI VS 2012 A POSTERIORI

Ligne	Description	A priori <sup>1</sup>			A posteriori <sup>2</sup>			Écart a priori vs a posteriori			Données utilisées a posteriori			
		Nouveaux (1)	Ajouts (2)	Total (3)	Nouveaux (4)	Ajouts (5)	Total (6)	Nouveaux (7)	Ajouts (8)	Total (9)	Réelles (10)	% réel (11)	Prévision (12)	% prévision (13)
1	Nombre de clients an 1	3 308	233	3 541	2 617	232	2 849	(691)	(1)	(692)	2 782	98%	67	2%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	4 805	233	5 038	3 256	232	3 488	(1 549)	(1)	(1 550)	3 400	97%	88	3%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	5 843	233	6 076	3 684	232	3 916	(2 159)	(1)	(2 160)	3 585	92%	331	8%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	5 978	233	6 211	4 621	232	4 853	(1 357)	(1)	(1 358)	3 585	74%	1 268	26%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	5 978	233	6 211	4 934	232	5 166	(1 044)	(1)	(1 045)	3 585	69%	1 581	31%
6	<b>Volumes (10<sup>m</sup>) an 1</b>	10 999	202	11 200	9 697	187	9 884	(1 301)	(15)	(1 316)	9 521	96%	364	4%
7	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 2 (cumulatif)	10 880	202	11 082	8 706	198	8 905	(2 174)	(4)	(2 177)	8 446	95%	458	5%
8	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 3 (cumulatif)	12 778	202	12 980	8 864	200	9 064	(3 914)	(2)	(3 916)	8 388	93%	676	7%
9	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 4 (cumulatif)	13 669	202	13 871	9 652	200	9 852	(4 018)	(2)	(4 020)	8 075	82%	1 777	18%
10	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 5 (cumulatif)	13 858	202	14 060	10 113	200	10 313	(3 745)	(2)	(3 747)	8 075	78%	2 238	22%
11	<b>Immobilisations (000 \$) an 0</b>	11 457	14	11 471	6 904	92	6 996	(4 553)	78	(4 475)	6 955	99%	41	1%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	1 628	0	1 628	4 774	13	4 787	3 146	13	3 159	4 772	100%	15	0%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	960	0	960	1 150	2	1 152	190	2	192	961	83%	191	17%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	116	0	116	1 250	0	1 250	1 134	0	1 134	243	19%	1 007	81%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	16	0	16	340	0	340	324	0	324	48	14%	292	86%
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
17	<b>Total Immobilisations (incluant les frais généraux)</b>	<b>14 175</b>	<b>14</b>	<b>14 190</b>	<b>14 418</b>	<b>107</b>	<b>14 525</b>	<b>243</b>	<b>93</b>	<b>335</b>	<b>12 979</b>	<b>89%</b>	<b>1 546</b>	<b>11%</b>
18	<b>Subvention PRC (000 \$) an 1</b>	6 130	139	6 270	3 337	144	3 481	(2 793)	5	(2 789)	3 359	96%	122	4%
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	2 229	0	2 229	1 860	1	1 861	(369)	1	(368)	1 675	90%	186	10%
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	1 618	0	1 618	1 232	0	1 232	(386)	0	(386)	681	55%	551	45%
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	377	0	377	1 563	0	1 563	1 186	0	1 186	71	5%	1 492	95%
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	528	0	528	528	0	528	0	100%	528	0%
23	<b>Total Subvention PRC</b>	<b>10 353</b>	<b>139</b>	<b>10 493</b>	<b>8 520</b>	<b>145</b>	<b>8 665</b>	<b>(1 833)</b>	<b>6</b>	<b>(1 828)</b>	<b>5 786</b>	<b>67%</b>	<b>2 879</b>	<b>33%</b>
24	<b>contributions clients<sup>3</sup> (000 \$) an 0</b>	(192)	(8)	(200)	(163)	(7)	(170)	29	1	30	(170)	100%	0	0%
25	contributions clients (000 \$) an 1	(936)	0	(936)	(681)	0	(681)	255	0	255	(662)	97%	(19)	3%
26	contributions clients (000 \$) an 2	(449)	0	(449)	(226)	2	(224)	223	2	225	(218)	97%	(6)	3%
27	contributions clients (000 \$) an 3	(311)	0	(311)	(168)	0	(168)	143	0	143	(95)	57%	(73)	43%
28	contributions clients (000 \$) an 4	(39)	0	(39)	(287)	0	(287)	(248)	0	(248)	(7)	2%	(280)	98%
29	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	(96)	0	(96)	(96)	0	(96)	0	100%	(96)	0%
30	<b>Total Contributions clients</b>	<b>(1 926)</b>	<b>(8)</b>	<b>(1 934)</b>	<b>(1 621)</b>	<b>(5)</b>	<b>(1 626)</b>	<b>305</b>	<b>3</b>	<b>308</b>	<b>(1 152)</b>	<b>71%</b>	<b>(474)</b>	<b>29%</b>
31	<b>Total des investissements (000 \$) an 0</b>	11 265	6	11 272	6 741	85	6 826	(4 524)	79	(4 446)	6 785	99%	41	1%
32	Total des investissements (000 \$) an 1	6 821	139	6 961	7 430	157	7 587	609	18	626	7 469	98%	118	2%
33	Total des investissements (000 \$) an 2	2 740	0	2 740	2 784	5	2 789	44	5	49	2 418	87%	371	13%
34	Total des investissements (000 \$) an 3	1 423	0	1 423	2 314	0	2 314	891	0	891	829	36%	1 485	64%
35	Total des investissements (000 \$) an 4	353	0	353	1 616	0	1 616	1 263	0	1 263	112	7%	1 504	93%
36	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	432	0	432	432	0	432	0	100%	432	0%
37	<b>Total Investissements</b>	<b>22 602</b>	<b>145</b>	<b>22 748</b>	<b>21 317</b>	<b>247</b>	<b>21 564</b>	<b>(1 285)</b>	<b>102</b>	<b>(1 184)</b>	<b>17 613</b>	<b>82%</b>	<b>3 951</b>	<b>18%</b>
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE <sup>4</sup> (2012)														
38	<b>Impact sur les tarifs</b>													
39	Pour la première année (000 \$)	139	(25)	114	(487)	(1)	(488)	(626)	24	(602)				
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	(509)	(106)	(615)	(56)	(10)	(66)	453	96	549				
41	<b>Taux de rendement interne</b>	11,83%	35,04%	11,95%	9,86%	12,62%	9,89%	-1,97%	-22,42%	-2,06%				
42	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	3,70	1,00	3,47	1,00	1,00	1,00	(2,70)	0,00	(2,47)				
TARIFS RÉELS														
43	<b>Impact sur les tarifs</b>													
44	Pour la première année (000 \$)	139	(25)	114	(517)	(1)	(518)	(656)	24	(632)				
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	(509)	(106)	(615)	(1 017)	(29)	(1 046)	(508)	77	(431)				
46	<b>Taux de rendement interne</b>	11,83%	35,04%	11,95%	11,17%	14,88%	11,22%	-0,66%	-20,16%	-0,73%				
47	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	3,70	1,00	3,47	1,00	1,00	1,00	(2,70)	0,00	(2,47)				

48 1. Le terme *a priori* réfère aux résultats du plan de développement 2012 présenté dans le rapport annuel 2012 (R-3831-2012, Gaz Métro-13, Document 2).

49 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, en plus d'une projection pour les années suivantes. Cette projection est basée sur les données réelles entre le 1er juillet 2014 et le 30 juin 2015, ou encore, sur les données *a priori* pour les clients n'ayant pas cumulé 12 mois de consommation. Le modèle de revenu requis utilisé est le même que celui utilisé *a priori*, avec les paramètres d'origine.

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

52 4. Les résultats selon la grille tarifaire d'origine sont calculés avec les revenus réels ajustés en fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité *a priori*, selon les taux approuvés par la Régie.

Annexe 4  
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT - MARCHÉ RÉSIDENTIEL - NOUVEAUX CLIENTS  
2012 A PRIORI vs 2012 A POSTERIORI

Ligne	Description	A priori <sup>1</sup>	A posteriori <sup>2</sup>	Écart a priori vs a posteriori <sup>3</sup>	Écart a priori vs a posteriori	Données utilisées a posteriori			
						Réelles	% Réel	Prévision	% Prévision
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Nombre de clients an 1	3 308	2 617	(691)	-21%	2 550	97%	67	3%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	4 805	3 256	(1 549)	-32%	3 168	97%	88	3%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	5 843	3 684	(2 159)	-37%	3 353	91%	331	9%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	5 978	4 621	(1 357)	-23%	3 353	73%	1 268	27%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	5 978	4 934	(1 044)	-17%	3 353	68%	1 581	32%
6	<b>Volumes (10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>) an 1</b>	10 999	9 697	(1 301)	-12%	9 334	96%	364	4%
7	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 2 (cumulatif)	10 880	8 706	(2 174)	-20%	8 248	95%	458	5%
8	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 3 (cumulatif)	12 778	8 864	(3 914)	-31%	8 188	92%	676	8%
9	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 4 (cumulatif)	13 669	9 652	(4 018)	-29%	7 875	82%	1 777	18%
10	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 5 (cumulatif)	13 858	10 113	(3 745)	-27%	7 875	78%	2 238	22%
11	<b>Immobilisations (000 \$) an 0</b>	11 457	6 904	(4 553)	-40%	6 863	99%	41	1%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	1 628	4 774	3 146	193%	4 759	100%	15	0%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	960	1 150	190	20%	959	83%	191	17%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	116	1 250	1 134	981%	243	19%	1 007	81%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	16	340	324	2065%	48	14%	292	86%
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%
17	<b>Total Immobilisations (incluant les frais généraux)</b>	<b>14 175</b>	<b>14 418</b>	<b>243</b>	<b>2%</b>	<b>12 872</b>	<b>89%</b>	<b>1 546</b>	<b>11%</b>
18	<b>Subvention PRC (000 \$) an 1</b>	6 130	3 337	(2 793)	-46%	3 215	96%	122	4%
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	2 229	1 860	(369)	-17%	1 674	90%	186	10%
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	1 618	1 232	(386)	-24%	681	55%	551	45%
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	377	1 563	1 186	315%	71	5%	1 492	95%
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	528	528	100%	0	0%	528	100%
23	<b>Total Subvention PRC</b>	<b>10 353</b>	<b>8 520</b>	<b>(1 833)</b>	<b>-18%</b>	<b>5 641</b>	<b>66%</b>	<b>2 879</b>	<b>34%</b>
24	<b>contributions clients<sup>3</sup> (000 \$) an 0</b>	(192)	(163)	29	-15%	(163)	100%	0	0%
25	contributions clients (000 \$) an 1	(936)	(681)	255	-27%	(662)	97%	(19)	3%
26	contributions clients (000 \$) an 2	(449)	(226)	223	-50%	(220)	97%	(6)	3%
27	contributions clients (000 \$) an 3	(311)	(168)	143	-46%	(95)	57%	(7)	43%
28	contributions clients (000 \$) an 4	(39)	(287)	(248)	630%	(7)	2%	(280)	98%
29	contributions clients (000 \$) an 5	0	(96)	(96)	100%	0	0%	(96)	100%
30	<b>Total contributions clients</b>	<b>(1 926)</b>	<b>(1 621)</b>	<b>305</b>	<b>-16%</b>	<b>(1 147)</b>	<b>71%</b>	<b>(474)</b>	<b>29%</b>
31	<b>Total des investissements (000 \$) an 0</b>	11 265	6 741	(4 524)	-40%	6 700	99%	41	1%
32	Total des investissements (000 \$) an 1	6 821	7 430	609	9%	7 312	98%	118	2%
33	Total des investissements (000 \$) an 2	2 740	2 784	44	2%	2 413	87%	371	13%
34	Total des investissements (000 \$) an 3	1 423	2 314	891	63%	829	36%	1 485	64%
35	Total des investissements (000 \$) an 4	353	1 616	1 263	357%	112	7%	1 504	93%
36	Total des investissements (000 \$) an 5	0	432	432	100%	0	0%	432	100%
37	<b>Total Investissements</b>	<b>22 602</b>	<b>21 317</b>	<b>(1 285)</b>	<b>-6%</b>	<b>17 366</b>	<b>81%</b>	<b>3 951</b>	<b>19%</b>
<b>GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE<sup>4</sup> (2012)</b>									
38	<b>Impact sur les tarifs</b>								
39	Pour la première année (000 \$)	139	(487)	(626)					
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	(509)	(56)	453					
41	<b>Taux de rendement interne</b>	11.83%	9.86%	-1.97%					
42	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	3.70	1.00	(2.70)					
<b>TARIFS RÉELS</b>									
43	<b>Impact sur les tarifs</b>								
44	Pour la première année (000 \$)	139	(517)	(656)					
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	(509)	(1 017)	(508)					
46	<b>Taux de rendement interne</b>	11.83%	11.17%	-0.66%					
47	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	3.70	1.00	(2.70)					

1. Le terme a priori réfère aux résultats du plan de développement 2012 présenté dans le Rapport annuel 2012 (R-3831-2012, Gaz Métro-13, Document 2).

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, en plus d'une projection pour les années suivantes. Cette projection est basée sur les données réelles entre le 1er juillet 2014 et le 30 juin 2015, ou encore, sur les données a priori pour les clients n'ayant pas cumulé 12 mois de consommation. Le revenu requis utilisé est le même que celui utilisé a priori, avec les paramètres d'origine.

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

4. Les résultats selon la grille tarifaire d'origine sont calculés avec les revenus réels ajustés en fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité a priori, selon les taux approuvés par la Régie.

Annexe 5  
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT RÉSIDENTIEL - AJOUTS DE CHARGE  
2012 A PRIORI vs 2012 A POSTERIORI

Description	Dossiers mesurés a posteriori <sup>1</sup>				Dossiers non mesurés a posteriori <sup>2</sup>					Tous les dossiers <sup>3</sup>			
	A priori (1)	A posteriori <sup>4</sup> (2)	Écart a priori vs a posteriori (3)	Écart a priori vs a posteriori (4)	A priori (5)	A posteriori (6)	Écart a priori vs a posteriori (7)	Écart a priori vs a posteriori (8)	Proportion (9)	A priori (10)	A posteriori (11)	Écart a priori vs a posteriori (12)	Écart a priori vs a posteriori (13)
1 Nombre de clients an 1	217	216	(1)	0%	16	16	0	0%	7%	233	232	(1)	0%
2 Nombre de clients an 2 (cumulatif)	217	216	(1)	0%	16	16	0	0%	7%	233	232	(1)	0%
3 Nombre de clients an 3 (cumulatif)	217	216	(1)	0%	16	16	0	0%	7%	233	232	(1)	0%
4 Nombre de clients an 4 (cumulatif)	217	216	(1)	0%	16	16	0	0%	7%	233	232	(1)	0%
5 Nombre de clients an 5 (cumulatif)	217	216	(1)	0%	16	16	0	0%	7%	233	232	(1)	0%
6 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 1	188	175	(14)	-7%	14	13	(1)	-7%	7%	202	187	(15)	-7%
7 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 2 (cumulatif)	188	185	(3)	-2%	14	13	(0)	-2%	7%	202	198	(4)	-2%
8 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 3 (cumulatif)	188	186	(2)	-1%	14	13	(0)	-1%	7%	202	200	(2)	-1%
9 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 4 (cumulatif)	188	186	(2)	-1%	14	13	(0)	-1%	7%	202	200	(2)	-1%
10 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 5 (cumulatif)	188	186	(2)	-1%	14	13	(0)	-1%	7%	202	200	(2)	-1%
11 Immobilisations (000 \$) an 0	14	85	71	507%	0	7	7	100%	0%	14	92	78	557%
12 Immobilisations (000 \$) an 1	0	11	11	100%	0	2	2	100%	0%	0	13	13	100%
13 Immobilisations (000 \$) an 2	0	1	1	100%	0	1	1	100%	0%	0	2	2	100%
14 Immobilisations (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
15 Immobilisations (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
16 Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
17 Total Immobilisations (incluant les frais généraux)	14	97	83	593%	0	10	10	100%	0%	14	107	93	664%
18 Subvention PRC (000 \$) an 1	134	138	4	3%	6	6	0	1%	4%	139	144	5	3%
19 Subvention PRC (000 \$) an 2	0	1	1	100%	0	0	0	100%	0%	0	1	1	100%
20 Subvention PRC (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
21 Subvention PRC (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
22 Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
23 Total Subvention PRC	134	139	5	4%	6	6	0	1%	4%	139	145	6	4%
24 contributions clients (000 \$) an 0	(8)	(7)	1	-13%	0	0	0	100%	0%	(8)	(7)	1	-13%
25 contributions clients (000 \$) an 1	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
26 contributions clients (000 \$) an 2	0	2	2	100%	0	0	0	100%	0%	0	2	2	100%
27 contributions clients (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
28 contributions clients (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
29 contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
30 Total Contributions clients	(8)	(5)	3	-38%	0	0	0	100%	0%	(8)	(5)	3	-38%
31 Total des investissements (000 \$) an 0	6	78	72	1200%	0	7	7	100%	0%	6	85	79	1317%
32 Total des investissements (000 \$) an 1	134	149	15	12%	6	8	2	34%	4%	139	157	18	13%
33 Total des investissements (000 \$) an 2	0	4	4	100%	0	1	1	100%	0%	0	5	5	100%
34 Total des investissements (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
35 Total des investissements (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
36 Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
37 Total Investissements	140	231	91	66%	6	16	10	169%	4%	145	247	102	70%
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE <sup>5</sup> (2012)													
38 Impact sur les tarifs													
39 Pour la première année (000 \$)	(23)	(1)	22	(2)	(2)	(0)	2			(25)	(1)	24	
40 Pour les cinq premières années (000 \$)	(97)	(9)	88	(9)	(9)	(1)	8			(106)	(10)	96	
41 Taux de rendement interne	34,18%	12,70%	-21,48%		64,62%	11,53%	-53,09%			35,04%	12,62%	-22,42%	
42 Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	0,00		1,00	1,00	0,00			1,00	1,00	0,00	
TARIFS RÉELS													
43 Impact sur les tarifs													
44 Pour la première année (000 \$)	(23)	(1)	22	(2)	(2)	(0)	2			(25)	(1)	24	
45 Pour les cinq premières années (000 \$)	(97)	(27)	70	(9)	(9)	(2)	6			(106)	(29)	77	
46 Taux de rendement interne	34,18%	14,97%	-19,21%		64,62%	13,72%	-50,90%			35,04%	14,88%	-20,16%	
47 Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	0,00		1,00	1,00	0,00			1,00	1,00	0,00	

48 1. Les dossiers mesurés a posteriori sont ceux pour lesquels aucune vente en ajouts de charge n'a été signée après 2012.

49 2. Les dossiers non mesurés a posteriori sont ceux pour lesquels il y eu d'autres ventes en ajouts de charge après 2012.

50 3. Tous les dossiers réfèrent aux informations de l'ensemble des ventes signées en ajouts de charge du plan de développement 2012 pour le marché résidentiel

51 4. Le terme a posteriori présente les résultats de l'analyse réalisée sur la base des volumes, investissements, subventions et contributions réels disponibles à ce jour, en plus d'une projection pour les années suivantes. Cette projection est basée sur les données réelles entre le 1er juillet 2014 et le 30 juin 2015. Le modèle de revenu requis utilisé est le même que celui utilisé a priori, avec les paramètres d'origine.

52 5. Les résultats selon la grille tarifaire d'origine sont calculés avec les revenus réels ajustés en fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité a priori, selon les taux approuvés par la Régie.

**Société en commandite Gaz Métro**  
**Rapport annuel au 30 septembre 2015, R-3951-2015**

Annexe 6  
**COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - NOUVEAUX CLIENTS ET AJOUTS DE CHARGE**  
**2012 A PRIORI VS 2012 A POSTERIORI**

Ligne	Description	A priori <sup>1</sup>			A posteriori <sup>2</sup>			Écart a priori vs a posteriori			Données utilisées a posteriori			
		Nouveaux (1)	Ajouts (2)	Total (3)	Nouveaux (4)	Ajouts (5)	Total (6)	Nouveaux (7)	Ajouts (8)	Total (9)	Réelles (10)	% réel (11)	Prévision (12)	% prévision (13)
1	<b>Nombre de clients an 1</b>	2 281	627	2 908	2 142	620	2 762	(139)	(7)	(146)	2 753	100%	9	0%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 199	627	2 826	2 045	620	2 665	(154)	(7)	(161)	2 656	100%	9	0%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	2 212	627	2 839	2 045	620	2 665	(167)	(7)	(174)	2 656	100%	9	0%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	2 221	627	2 848	2 045	620	2 665	(176)	(7)	(183)	2 656	100%	9	0%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	2 222	627	2 849	2 045	620	2 665	(177)	(7)	(184)	2 656	100%	9	0%
6	<b>Volumes (10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>) an 1</b>	57 540	20 149	77 689	43 541	15 742	59 283	(13 999)	(4 406)	(18 405)	59 125	100%	158	0%
7	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 2 (cumulatif)	51 648	20 149	71 797	45 821	16 915	62 735	(5 828)	(3 234)	(9 062)	62 577	100%	158	0%
8	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 3 (cumulatif)	52 200	20 149	72 349	43 579	16 006	59 585	(8 621)	(4 143)	(12 764)	59 348	100%	237	0%
9	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 4 (cumulatif)	52 440	20 149	72 589	41 462	15 912	57 374	(10 979)	(4 236)	(15 215)	56 425	98%	949	2%
10	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 5 (cumulatif)	52 489	20 149	72 637	41 462	15 912	57 374	(11 027)	(4 236)	(15 263)	56 425	98%	949	2%
11	<b>Immobilisations (000 \$) an 0</b>	25 681	2 408	28 090	17 075	1 553	18 628	(8 606)	(855)	(9 462)	18 603	100%	25	0%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	247	0	247	7 794	239	8 033	7 547	239	7 786	8 033	100%	0	0%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	95	0	95	1 144	12	1 156	1 049	12	1 061	725	63%	431	37%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	61	0	61	274	4	278	213	4	217	278	100%	0	0%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	10	0	10	4	0	4	(6)	0	(6)	4	100%	0	0%
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
17	<b>Total Immobilisations (incluant les frais généraux)</b>	<b>26 094</b>	<b>2 408</b>	<b>28 503</b>	<b>26 291</b>	<b>1 808</b>	<b>28 099</b>	<b>197</b>	<b>(600)</b>	<b>(404)</b>	<b>27 643</b>	<b>98%</b>	<b>456</b>	<b>2%</b>
18	<b>Subvention PRC (000 \$) an 1</b>	7 557	1 798	9 356	5 698	815	6 513	(1 859)	(983)	(2 843)	6 501	100%	12	0%
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	130	0	130	619	520	1 139	489	520	1 009	1 034	91%	105	9%
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	48	0	48	689	272	961	641	272	913	338	35%	623	65%
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	22	0	22	515	48	563	493	48	541	50	9%	513	91%
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
23	<b>Total Subvention PRC</b>	<b>7 757</b>	<b>1 798</b>	<b>9 556</b>	<b>7 521</b>	<b>1 655</b>	<b>9 176</b>	<b>(236)</b>	<b>(143)</b>	<b>(380)</b>	<b>7 923</b>	<b>86%</b>	<b>1 253</b>	<b>14%</b>
24	<b>contributions clients<sup>3</sup> (000 \$) an 0</b>	(984)	(3)	(987)	(754)	(3)	(757)	230	0	230	(757)	100%	0	0%
25	contributions clients (000 \$) an 1	(467)	0	(467)	(536)	(2)	(538)	(69)	(2)	(71)	(536)	100%	(2)	0%
26	contributions clients (000 \$) an 2	(9)	0	(9)	23	0	23	32	0	32	23	100%	0	0%
27	contributions clients (000 \$) an 3	(2)	0	(2)	20	0	20	22	0	22	20	100%	0	0%
28	contributions clients (000 \$) an 4	(1)	0	(1)	4	0	4	5	0	5	4	100%	0	0%
29	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
30	<b>Total Contributions clients</b>	<b>(1 463)</b>	<b>(3)</b>	<b>(1 466)</b>	<b>(1 243)</b>	<b>(5)</b>	<b>(1 248)</b>	<b>220</b>	<b>(2)</b>	<b>218</b>	<b>(1 246)</b>	<b>100%</b>	<b>(2)</b>	<b>0%</b>
31	<b>Total des investissements (000 \$) an 0</b>	24 698	2 405	27 104	16 321	1 550	17 871	(8 377)	(855)	(9 233)	17 846	100%	25	0%
32	Total des investissements (000 \$) an 1	7 337	1 798	9 135	12 956	1 052	14 008	5 619	(746)	4 873	13 998	100%	10	0%
33	Total des investissements (000 \$) an 2	217	0	217	1 786	532	2 318	1 569	532	2 101	1 782	77%	536	23%
34	Total des investissements (000 \$) an 3	107	0	107	983	276	1 259	876	276	1 152	636	51%	623	49%
35	Total des investissements (000 \$) an 4	31	0	31	523	48	571	492	48	540	58	10%	513	90%
36	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
37	<b>Total Investissements</b>	<b>32 390</b>	<b>4 203</b>	<b>36 594</b>	<b>32 569</b>	<b>3 458</b>	<b>36 027</b>	<b>179</b>	<b>(745)</b>	<b>(567)</b>	<b>34 320</b>	<b>95%</b>	<b>1 707</b>	<b>5%</b>
<b>GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE<sup>4</sup> (2012)</b>														
38	<b>Impact sur les tarifs</b>													
39	Pour la première année (000 \$)	(3 577)	(1 571)	(5 148)	(3 445)	(1 310)	(4 755)	132	261	393				
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	(15 396)	(7 078)	(22 474)	(13 001)	(5 261)	(18 262)	2 395	1 817	4 212				
41	<b>Taux de rendement interne</b>	18,77%	47,11%	21,73%	16,71%	48,84%	19,25%	-2,06%	1,73%	-2,48%				
42	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00				
<b>TARIFS RÉELS</b>														
43	<b>Impact sur les tarifs</b>													
44	Pour la première année (000 \$)	(3 577)	(1 571)	(5 148)	(3 518)	(1 310)	(4 828)	59	261	320				
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	(15 396)	(7 078)	(22 474)	(16 159)	(5 937)	(22 096)	(763)	1 141	378				
46	<b>Taux de rendement interne</b>	18,77%	47,11%	21,73%	19,13%	53,23%	21,92%	0,36%	6,12%	0,19%				
47	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00				

48 1. Le terme *a priori* réfère aux résultats du plan de développement 2012 présenté dans le rapport annuel 2012 (R-3831-2012, Gaz Métro-13, Document 2).

49 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, en plus d'une projection pour les années suivantes. Cette projection est basée sur les  
50 données réelles entre le 1er juillet 2014 et le 30 juin 2015, ou encore, sur les données *a priori* pour les clients n'ayant pas cumulé 12 mois de consommation. Le modèle de revenu requis utilisé est le même que celui utilisé *a priori*, avec les paramètres d'origine.

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

52 4. Les résultats selon la grille tarifaire d'origine sont calculés avec les revenus réels ajustés en fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité *a priori*, selon les taux approuvés par la Régie.



**Société en commandite Gaz Métro**  
**Rapport annuel au 30 septembre 2015, R-3951-2015**

Annexe 7  
**COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - NOUVEAUX CLIENTS**  
**2012 A PRIORI vs 2012 A POSTERIORI**

Ligne	Description	A priori <sup>1</sup>	A posteriori <sup>2</sup>	Écart a priori vs a posteriori	Écart a priori vs a posteriori	Données utilisées a posteriori			
						Réelles	% Réel	Prévision	% Prévision
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	<b>Nombre de clients an 1</b>	2 281	2 142	(139)	-6%	2 133	100%	9	0%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 199	2 045	(154)	-7%	2 036	100%	9	0%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	2 212	2 045	(167)	-8%	2 036	100%	9	0%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	2 221	2 045	(176)	-8%	2 036	100%	9	0%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	2 222	2 045	(177)	-8%	2 036	100%	9	0%
6	<b>Volumes (10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>) an 1</b>	57 540	43 541	(13 999)	-24%	43 382	100%	158	0%
7	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 2 (cumulatif)	51 648	45 821	(5 828)	-11%	45 662	100%	158	0%
8	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 3 (cumulatif)	52 200	43 579	(8 621)	-17%	43 343	99%	237	1%
9	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 4 (cumulatif)	52 440	41 462	(10 979)	-21%	40 512	98%	949	2%
10	Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 5 (cumulatif)	52 489	41 462	(11 027)	-21%	40 512	98%	949	2%
11	<b>Immobilisations (000 \$) an 0</b>	25 681	17 075	(8 606)	-34%	17 050	100%	25	0%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	247	7 794	7 547	3055%	7 794	100%	0	0%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	95	1 144	1 049	1104%	621	62%	431	38%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	61	274	213	349%	274	100%	0	0%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	10	4	(6)	-60%	4	100%	0	0%
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%
17	<b>Total Immobilisations (incluant les frais généraux)</b>	<b>26 094</b>	<b>26 291</b>	<b>197</b>	<b>1%</b>	<b>25 835</b>	<b>98%</b>	<b>456</b>	<b>2%</b>
18	<b>Subvention PRC (000 \$) an 1</b>	7 557	5 698	(1 859)	-25%	5 686	100%	12	0%
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	130	619	489	376%	514	83%	105	17%
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	48	689	641	1335%	66	10%	623	90%
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	22	515	493	2241%	2	0%	513	100%
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%
23	<b>Total Subvention PRC</b>	<b>7 757</b>	<b>7 521</b>	<b>(236)</b>	<b>-3%</b>	<b>6 268</b>	<b>83%</b>	<b>1 253</b>	<b>17%</b>
24	<b>contributions clients<sup>3</sup> (000 \$) an 0</b>	(984)	(754)	230	-23%	(754)	100%	0	0%
25	contributions clients (000 \$) an 1	(467)	(536)	(69)	15%	(534)	100%	(2)	0%
26	contributions clients (000 \$) an 2	(9)	23	32	-356%	23	100%	0	0%
27	contributions clients (000 \$) an 3	(2)	20	22	-1100%	20	100%	0	0%
28	contributions clients (000 \$) an 4	(1)	4	5	-500%	4	100%	0	0%
29	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%
30	<b>Total Contributions clients</b>	<b>(1 463)</b>	<b>(1 243)</b>	<b>220</b>	<b>-15%</b>	<b>(1 241)</b>	<b>100%</b>	<b>(2)</b>	<b>0%</b>
31	<b>Total des investissements (000 \$) an 0</b>	24 698	16 321	(8 377)	-34%	16 296	100%	25	0%
32	Total des investissements (000 \$) an 1	7 337	12 956	5 619	77%	12 946	100%	10	0%
33	Total des investissements (000 \$) an 2	217	1 786	1 569	723%	1 250	70%	536	30%
34	Total des investissements (000 \$) an 3	107	983	876	819%	360	37%	623	63%
35	Total des investissements (000 \$) an 4	31	523	492	1587%	10	2%	513	98%
36	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%
37	<b>Total Investissements</b>	<b>32 390</b>	<b>32 569</b>	<b>179</b>	<b>1%</b>	<b>30 862</b>	<b>95%</b>	<b>1 707</b>	<b>5%</b>
<b>GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE<sup>4</sup> (2012)</b>									
38	<b>Impact sur les tarifs</b>								
39	Pour la première année (000 \$)	(3 577)	(3 445)	132					
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	(15 396)	(13 001)	2 395					
41	<b>Taux de rendement interne</b>	18,77%	16,71%	-2,06%					
42	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	1,00	1,00	0,00					
<b>TARIFS RÉELS</b>									
43	<b>Impact sur les tarifs</b>								
44	Pour la première année (000 \$)	(3 577)	(3 518)	59					
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	(15 396)	(16 159)	(763)					
46	<b>Taux de rendement interne</b>	18,77%	19,13%	0,36%					
47	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	1,00	1,00	0,00					

1. Le terme *a priori* réfère aux résultats du plan de développement 2012 présenté dans le rapport annuel 2012 (R-3831-2012, Gaz Métro-13, Document 2).

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, en plus d'une projection pour les années suivantes. Cette projection est basée sur les données réelles entre le 1er juillet 2014 et le 30 juin 2015, ou encore, sur les données *a priori* pour les clients n'ayant pas cumulé 12 mois de consommation. Le revenu requis utilisé est le même que celui utilisé *a priori*, avec les paramètres d'origine.

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

4. Les résultats selon la grille tarifaire d'origine sont calculés avec les revenus réels ajustés en fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité *a priori*, selon les taux approuvés par la Régie.

Annexe 8  
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - AJOUTS DE CHARGE  
2012 A PRIORI vs 2012 A POSTERIORI

Description	Dossiers mesurés a posteriori <sup>1</sup>				Dossiers non mesurés a posteriori <sup>2</sup>					Tous les dossiers <sup>3</sup>			
	A priori (1)	A posteriori <sup>4</sup> (2)	Écart a priori vs a posteriori (3)	Écart a priori vs a posteriori (4)	A priori (5)	A posteriori (6)	Écart a priori vs a posteriori (7)	Écart a priori vs a posteriori (8)	Proportion (9)	A priori (10)	A posteriori (11)	Écart a priori vs a posteriori (12)	Écart a priori vs a posteriori (13)
1 Nombre de clients an 1	536	529	(7)	-1%	91	91	0	0%	15%	627	620	(7)	-1%
2 Nombre de clients an 2 (cumulatif)	536	529	(7)	-1%	91	91	0	0%	15%	627	620	(7)	-1%
3 Nombre de clients an 3 (cumulatif)	536	529	(7)	-1%	91	91	0	0%	15%	627	620	(7)	-1%
4 Nombre de clients an 4 (cumulatif)	536	529	(7)	-1%	91	91	0	0%	15%	627	620	(7)	-1%
5 Nombre de clients an 5 (cumulatif)	536	529	(7)	-1%	91	91	0	0%	15%	627	620	(7)	-1%
6 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 1	14 168	11 069	(3 098)	-22%	5 981	4 673	(1 308)	-22%	30%	20 149	15 742	(4 406)	-22%
7 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 2 (cumulatif)	14 168	11 894	(2 274)	-16%	5 981	5 021	(960)	-16%	30%	20 149	16 915	(3 234)	-16%
8 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 3 (cumulatif)	14 168	11 255	(2 913)	-21%	5 981	4 751	(1 230)	-21%	30%	20 149	16 006	(4 143)	-21%
9 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 4 (cumulatif)	14 168	11 189	(2 979)	-21%	5 981	4 723	(1 258)	-21%	30%	20 149	15 912	(4 236)	-21%
10 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 5 (cumulatif)	14 168	11 189	(2 979)	-21%	5 981	4 723	(1 258)	-21%	30%	20 149	15 912	(4 236)	-21%
11 Immobilisations (000 \$) an 0	1 872	1 219	(653)	-35%	536	334	(202)	-38%	22%	2 408	1 553	(855)	-36%
12 Immobilisations (000 \$) an 1	0	163	163	100%	0	76	76	100%	0%	0	239	239	100%
13 Immobilisations (000 \$) an 2	0	7	7	100%	0	5	5	100%	0%	0	12	12	100%
14 Immobilisations (000 \$) an 3	0	2	2	100%	0	2	2	100%	0%	0	4	4	100%
15 Immobilisations (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
16 Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
17 Total Immobilisations (incluant les frais généraux)	1 872	1 391	(481)	-26%	536	417	(119)	-22%	22%	2 408	1 808	(600)	-25%
18 Subvention PRC (000 \$) an 1	1 358	686	(672)	-49%	440	129	(311)	-71%	24%	1 798	815	(983)	-55%
19 Subvention PRC (000 \$) an 2	0	371	371	100%	0	149	149	100%	0%	0	520	520	100%
20 Subvention PRC (000 \$) an 3	0	218	218	100%	0	54	54	100%	0%	0	272	272	100%
21 Subvention PRC (000 \$) an 4	0	48	48	100%	0	0	0	100%	0%	0	48	48	100%
22 Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
23 Total Subvention PRC	1 358	1 323	(35)	-3%	440	332	(108)	-25%	24%	1 798	1 655	(143)	-8%
24 contributions clients (000 \$) an 0	(3)	(3)	0	0%	0	0	0	100%	0%	(3)	(3)	0	0%
25 contributions clients (000 \$) an 1	0	(1)	(1)	100%	0	(1)	(1)	100%	0%	0	(2)	(2)	100%
26 contributions clients (000 \$) an 2	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
27 contributions clients (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
28 contributions clients (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
29 contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
30 Total Contributions clients	(3)	(4)	(1)	33%	0	(1)	(1)	100%	0%	(3)	(5)	(2)	67%
31 Total des investissements (000 \$) an 0	1 869	1 216	(653)	-35%	536	334	(202)	-38%	22%	2 405	1 550	(855)	-36%
32 Total des investissements (000 \$) an 1	1 358	848	(510)	-38%	440	204	(236)	-54%	24%	1 798	1 052	(746)	-41%
33 Total des investissements (000 \$) an 2	0	378	378	100%	0	154	154	100%	0%	0	532	532	100%
34 Total des investissements (000 \$) an 3	0	220	220	100%	0	56	56	100%	0%	0	276	276	100%
35 Total des investissements (000 \$) an 4	0	48	48	100%	0	0	0	100%	0%	0	48	48	100%
36 Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
37 Total Investissements	3 227	2 710	(517)	-16%	976	748	(228)	-23%	23%	4 203	3 458	(745)	-18%
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINES (2012)													
38 Impact sur les tarifs													
39 Pour la première année (000 \$)	(1 188)	(975)	213	(384)	(384)	(335)	49			(1 571)	(1 310)	261	
40 Pour les cinq premières années (000 \$)	(5 390)	(3 962)	1 428	(1 688)	(1 688)	(1 299)	389			(7 078)	(5 261)	1 817	
41 Taux de rendement interne	46,58%	47,06%	0,48%	48,93%	48,93%	55,59%	6,66%			47,11%	48,84%	1,73%	
42 Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	0	1,00	1,00	1,00	0,00			1,00	1,00	0,00	
TARIFS RÉELS													
43 Impact sur les tarifs													
44 Pour la première année (000 \$)	(1 188)	(975)	213	(384)	(384)	(335)	49			(1 571)	(1 310)	261	
45 Pour les cinq premières années (000 \$)	(5 390)	(4 479)	911	(1 688)	(1 688)	(1 458)	230			(7 078)	(5 937)	1 141	
46 Taux de rendement interne	46,58%	51,39%	4,81%	48,93%	48,93%	60,18%	11,25%			47,11%	53,23%	6,12%	
47 Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	0	1,00	1,00	1,00	0,00			1,00	1,00	0,00	

48 1. Les dossiers mesurés a posteriori sont ceux pour lesquels aucune vente en ajouts de charge n'a été signée après 2012.

49 2. Les dossiers non mesurés a posteriori sont ceux pour lesquels il y eu d'autres ventes en ajouts de charge après 2012.

50 3. Tous les dossiers réfèrent aux informations de l'ensemble des ventes signées en ajouts de charge du plan de développement 2012 pour le marché affaires.

51 4. Le terme a posteriori présente les résultats de l'analyse réalisée sur la base des volumes, investissements, subventions et contributions réels disponibles à ce jour, en plus d'une projection pour les années suivantes. Cette projection est basée sur les données réelles entre le 1er juillet 2014 et le

52 30 juin 2015. Le modèle de revenu requis utilisé est le même que celui utilisé a priori, avec les paramètres d'origine.

53 5. Les résultats selon la grille tarifaire d'origine sont calculés avec les revenus réels ajustés en fonction de la variation entre la grille tarifaire facturée et la grille tarifaire d'origine utilisée dans la rentabilité a priori, selon les taux approuvés par la Régie.