

---

**RÉPONSE DE SOCIÉTÉ EN COMMANDITE GAZ MÉTRO (GAZ MÉTRO)  
À LA DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS N° 1  
D'UNION DES CONSOMMATEURS (UC)  
À SCGM**

---

**1 PE-126 : Coût du programme Référence**

(i) Gaz Métro-13, Document 3 page 24

**Préambule**

(i) Extrait du tableau

<b>Coût du programme</b>			
Développement & formation (\$)	0	0	
Commercialisation (\$)	10 000	9 111	91%
Suivi & évaluation (\$)	20 000	20 147	101%
Administration (\$)	64 916	55 304	85%
Coûts totaux (\$)	94 916	84 562	89%

1.1 Veuillez ventiler les coûts du programme pour chacun des postes commercialisation, suivi et évaluation et administration en précisant les montants versés à l'externe.

**Réponse :**

Le tableau ci-dessous présente les coûts du programme PE126 pour chacun des postes commercialisation, suivi et évaluation et administration ainsi que les montants versés à l'interne et à l'externe.

	<b>Interne (\$)</b>	<b>Externe (\$)</b>
<b>Commercialisation</b>		9 111
<b>Suivi &amp; évaluation</b>		20 147
<b>Administration</b>	55 304	
<b>Coûts totaux</b>	<b>55 304</b>	<b>29 258</b>

1.2 Veuillez fournir spécifiquement les coûts de qualification des MFR.

**Réponse :**

Aucun coût relatif à la qualification des MFR n'est inclus dans les coûts du programme pour l'année 2014-2015 en raison du fait que Gaz Métro n'a reçu et payé aucune facture de son mandataire pour la qualification des MFR au cours de cette période. Cependant, au début de l'année budgétaire 2015-2016, Gaz Métro a payé une facture dont les coûts reliés à la qualification des MFR étaient de 125 \$ pour la période comprise entre le 1<sup>er</sup> juillet 2014 et le 30 septembre 2015.

**2 PE-126 : Qualification des MFR Référence**

---

(i) Gaz Métro-13, Document 3, page 25

**Préambule**

(i) La majorité des participants sont des locataires qui ont fait installer des thermostats électroniques programmables. Ce sont des participants au volet 2 du programme Éconologis qui ont été dirigés vers le programme PE103 Thermostat électronique programmable de Gaz Métro par le Bureau de l'efficacité et de l'innovation énergétiques (BEIE). Gaz Métro constate que le nombre de participants référés par le BEIE en 2014-2015 a été deux fois moins élevé qu'en 2013-2014.

2.1 Veuillez confirmer que les participants dirigés vers le programme PE103 par le BEIE avaient déjà été qualifiés en tant que MFR.

**Réponse :**

Gaz Métro confirme que les participants dirigés vers le programme *PE103 Thermostat électronique programmable* par le BEIE avaient déjà été qualifiés en tant que MFR.

**3 CASS Référence**

- (i) Gaz Métro-14, Document 6, page 3
- (ii) Gaz Métro-14, Document 6, page 1
- (iii) R-3837-2013, Gaz Métro-19, Document 2, Page 92

**Préambule**

(i)

Description	Entente contractuelle – Octobre 2014
Frais de mise en place unique (base de données)	13 183,50 \$
Coût 12 mois (6 880 \$/mois)	82 560,00 \$
<b>Total</b>	<b>95 743,50 \$</b>

(ii)

**PORTRAIT DU CASS AU 30 SEPTEMBRE 2015**

Description	N <sup>bre</sup> de clients
Clients qualifiés en cours d'entente de paiement au 30 septembre 2015	89
Clients qui n'ont pas fait de suivi ou ont abandonné à un moment ou à un autre, suite à l'envoi de la trousse	79
Clients qui étaient en cours d'entente et qui n'ont pas respecté leurs ententes 3 fois et donc ne sont plus sur le programme	17
Clients qui ont respecté leurs ententes jusqu'au bout et ont été crédités	2
Clients qui ont respecté leurs ententes jusqu'au bout et en attente d'être crédités	1
Clients qui ne se sont pas qualifiés au programme	11
Clients en attente de qualification d'Option consommateurs	14
<b>Clients qui ont manifesté de l'intérêt pour le programme CASS depuis son lancement le 1<sup>er</sup> octobre 2014</b>	<b>213</b>

(iii)

DESCRIPTION	MONTANT
FRAIS DE MISE EN PLACE DU PROGRAMME, incluant notamment la conception d'une base de données, la conception d'une trousse d'information à l'intention des clients, un outil de cueillette d'information en vue des bilans annuels du programme pilote	13 000\$
FRAIS FIXES POUR LA LIVRAISON DU PROGRAMME (2014-2015) incluant les frais liés au conseiller budgétaire, le coût du loyer, des frais de bureau, de téléphonie et d'Internet (312 clients)	23 400\$
FRAIS DE TRAITEMENT POUR LA QUALIFICATION ET L'ÉVALUATION DES 312 CLIENTS (2014-2015)	62 500\$
<b>Total</b>	<b>98 900\$</b>

3.1 Veuillez concilier les frais fixes de 6 880 \$/mois qui figurent à la référence (i) avec les frais fixes pour la livraison du programme prévus de 23 400\$ qui apparaissent à la référence (iii)

**Réponse :**

Le tableau apparaissant à la référence (iii) se réfère à une première offre déposée par Option consommateurs (OC) en janvier 2014.

Les discussions se sont poursuivies avec OC pour mener à un accord en octobre 2014, lequel est résumé à la référence (i).

Le montant de 6 880 \$/mois représente un montant forfaitaire mensuel qui inclut l'ensemble des frais (ressource et frais fixes) à l'exclusion des frais de mise en place unique (base de données), comme l'indique la référence (i).

L'entente repose sur un scénario où une ressource d'OC est dédiée au programme afin de lui permettre de traiter prioritairement les dossiers qui lui sont soumis par Gaz Métro afin de respecter les délais de traitement prévus à l'entente pour la réception et l'ouverture du dossier, la qualification et l'évaluation de la capacité de paiement du client MFR; étapes préalables à la conclusion d'une entente de paiement, le cas échéant.

Ces délais de traitement sont justifiés par la volonté des parties de maximiser la performance du programme et d'inciter le client à compléter rapidement chacune des étapes puisque, durant tout le processus menant à la qualification du client et à l'entente de paiement le cas échéant, Gaz Métro suspend ses mesures de recouvrement; la créance du client continue ainsi à augmenter durant tout le traitement de son dossier jusqu'à ce qu'une décision soit rendue sur sa qualification ou non et jusqu'à l'entente de paiement, le cas échéant.

L'entente conclue en octobre 2014 prévoyait la possibilité de revoir le mode de facturation au terme des huit premiers mois de l'entente, soit au 1<sup>er</sup> juin 2015 selon l'une ou l'autre des options suivantes :

- Poursuivre la facturation sur la base d'une ressource dédiée aux mêmes conditions que celles définies à la présente offre de service;
- Poursuivre la facturation sur la base d'un coût unitaire/dossier sans toutefois que le coût annuel du programme de l'an 1 ne dépasse pas 95 743,50 \$; et
- Toute entente convenant aux deux parties à la condition toutefois que le coût annuel du programme de l'an 1 ne dépasse pas 95 743,50 \$.

En juin 2015, les parties ont convenu de poursuivre la facturation de l'an 1 du projet pilote sur la base d'une ressource dédiée jusqu'à la conclusion d'une nouvelle entente pour l'an 2 du programme.

Pour les raisons énoncées ci-dessus, soit celle d'avoir une ressource dédiée afin de réduire les délais de traitement de chaque dossier, la nouvelle entente pour l'an 2 du projet pilote s'est conclue le 1<sup>er</sup> novembre 2015 sur la base d'une somme forfaitaire mensuelle. La nouvelle entente prévoit une réduction du nombre d'heures/semaine (de 28 à 24 heures) consenti à OC à la gestion des dossiers du programme CASS.

- 3.2 Veuillez indiquer si, à la référence (iii), le montant prévu de 62 500\$ pour les frais de traitement pour la qualification et l'évaluation des 312 clients était un montant fixe ou variable.

**Réponse :**

Il s'agissait d'un montant fixe pour les frais de qualification et d'évaluation de 312 clients permettant d'établir un coût de traitement par client. Il est à noter que les frais fixes de 23 400\$ pour la livraison du programme devaient s'ajouter.

En réponse à la question 3.1 d'UC, Gaz Métro explique les motifs ayant justifié une entente sur la base d'une somme forfaitaire plutôt qu'unitaire par client.

- 3.3 Veuillez indiquer si les 79 clients qui n'ont pas fait de suivi ou abandonné à un moment ou l'autre suite à l'envoi de la trousse tel qu'indiqué à la référence (ii), ont fait l'objet d'un traitement de qualification et d'évaluation.

**Réponse :**

Parmi les 79 clients n'ayant pas fait de suivi ou ayant abandonné à un moment ou l'autre à la suite de l'envoi de la trousse, 7 avaient fait l'objet d'un traitement de qualification et d'évaluation.

- 3.4 Veuillez indiquer combien de clients, parmi les 213 qui ont manifesté de l'intérêt pour le programme CASS tel qu'indiqué à la référence (ii), ont fait l'objet d'un traitement de qualification et d'évaluation.

**Réponse :**

Le tableau ci-dessous présente le nombre de clients ayant fait l'objet d'un traitement de qualification et d'évaluation.

Description	Nombre de clients	Clients ayant fait l'objet d'un traitement de qualification et d'évaluation
Clients qualifiés en cours d'entente de paiement au 30 septembre 2015	89	89
Clients qui n'ont pas fait de suivi ou ont abandonné à un moment ou à un autre, à la suite de l'envoi de la trousse	79	7
Clients qui étaient en cours d'entente et qui, par trois fois, n'ont pas respecté leurs ententes et donc, ne sont plus sur le programme	17	17
Clients qui ont respecté leur entente jusqu'au bout et ont été crédités	2	2
Clients qui ont respecté leur entente jusqu'au bout et en attente d'être crédités	1	1
Clients qui ne se sont pas qualifiés au programme	11	11
Clients en attente de qualification d'OC	14	10
<b>TOTAL</b>	<b>213</b>	<b>137</b>

## 4 Campagne de positionnement multiforme

---

### Références

- (i) B-0143, page 74.
- (ii) (ii) B-0143, page 73.
- (iii) <https://www.youtube.com/channel/UCOTS3CAc0EAIyrrnUBJkaxBA>
- (iv) <http://www.corporatif.gazmetro.com/le-gaz-naturel/accueil.aspx?culture=fr-ca>

### Préambule

(i)

Tous marchés (affaires, résidentiel, influenceur, grande entreprise)				
Type de publication ou activité	Groupe cible	Programme visé	Courte description	Date de diffusion / Fréquence
Campagne de positionnement multiplateforme	Tous	Sensibilisation	<p>Campagne publicitaire d'entreprise mettant de l'avant les actions de Gaz Métro pour un avenir énergétique meilleur. Cette campagne est appuyée par 3 grands messages :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La meilleure énergie c'est celle qu'on ne consomme pas / les mesures d'efficacité énergétique pour réduire les GES.</li><li>• Réduisons notre dépendance au pétrole / en utilisant plutôt le gaz naturel dans le transport lourd et les industries.</li><li>• Redoublons d'énergie pour renouveler l'énergie / investir dans les énergies renouvelables : biométhane, solaire, éolienne.</li></ul> <p>Cette campagne a été diffusée en télé, en affichage, en imprimés et en Web.</p>	Automne 2015

- (iii) Au cours de l'année 2014-2015, Gaz Métro a produit et diffusé plusieurs outils de communication et réalisé différentes activités intégrant la sensibilisation et la promotion des programmes de son PGEÉ. (nos soulignés)
- (iii) Vidéo promotionnelle.
- (iv) Vidéo promotionnelle.

4.1 Veuillez confirmer que les vidéos promotionnelles présentées aux références (iii) et (iv) font partie de la campagne de positionnement multiplateforme mentionnée dans la partie (i) du préambule. Autrement, veuillez indiquer des références, ou fournir des versions électroniques des documents relatifs à la campagne de positionnement multiplateforme (vidéos, affiches ou autres types de documents).

#### Réponse :

La vidéo promotionnelle présentée aux références fait partie de la campagne de positionnement multiplateforme. Il s'agit d'une des quatre exécutions produites pour la télévision.

4.2 Dans le tableau présenté dans la partie (i) du préambule, il est indiqué : « Réduisons notre dépendance au pétrole / en utilisant plutôt le gaz naturel dans le transport lourd et les industries. ». Dans la partie (ii) du préambule, il est indiqué que : « Gaz Métro a produit et diffusé plusieurs outils de communication et réalisé différentes activités intégrant la sensibilisation et la promotion des programmes de son PGEÉ » (nos soulignés)

L'affirmation indiquant de réduire notre dépendance au pétrole en utilisant le gaz naturel dans le transport lourd est-elle être liée à un programme du PGEÉ ? Si oui, lequel?

**Réponse :**

Non.

- 4.3 Dans le tableau présenté dans la partie (i) du préambule, il est indiqué:  
« Redoublons d'énergie pour renouveler l'énergie / investir dans les énergies renouvelables : biométhane, solaire, éolienne ». À quel programme du PGEÉ est liée l'affirmation indiquant de redoubler d'énergie pour investir dans les énergies éoliennes?

**Réponse :**

Aucun.

- 4.4 Est-ce que le développement de l'éolien est une activité non réglementée chez Gaz Métro?

**Réponse :**

Oui. L'éolien est utilisé dans le cadre de cette campagne comme un outil pour aider à améliorer les perceptions des Québécois envers Gaz Métro. L'éolien est un des exemples appuyant l'idée que Gaz Métro est une entreprise tournée vers l'avenir et qui s'engage activement pour un avenir énergétique meilleur, aidant à améliorer les perceptions des Québécois envers Gaz Métro et, par le fait même, du produit qu'elle distribue au Québec, soit le gaz naturel.

- 4.5 Dans les vidéos promotionnelles présentées aux références (iii) et (iv), on demande aux employés de Gaz Métro « quelles sont vos idées pour diminuer les gaz à effet de serre ? ». N'est-il pas étrange que l'idée d'une diminution de la consommation de gaz naturel ne soit pas suggérée dans les vidéos?

**Réponse :**

La vidéo présentée aux références est considérée comme la vidéo principale d'une série de quatre vidéos produites pour la télévision. Gaz Métro a utilisé cette vidéo au début de la campagne et son rôle était de présenter sommairement ses trois grands messages décrits dans la partie (i) du préambule. La vidéo se termine donc par trois panneaux : « gaz naturel », « consommation responsable » et « énergies renouvelables ». Les trois autres vidéos produites, et diffusées à la télévision à la suite de la vidéo principale, avaient quant à elles comme objectif d'approfondir chacun des messages. Voici le lien pour consulter la vidéo portant plus spécifiquement sur la consommation responsable : <https://www.youtube.com/watch?v=P1UOVS3OZIs>. Gaz Métro propose donc dans ses vidéos promotionnelles l'idée d'une consommation responsable de l'énergie. De plus, ce message était aussi repris à travers différentes activités de la campagne, incluant une page de destination dans son site Web où une section porte spécifiquement sur le thème « mieux consommer » et où les efforts en efficacité énergétique sont décrits.

**5 Gaz Perdu Référence**

---

(i) Gaz Métro-10, Document 4, page 1.

**Préambule**

(i) Des erreurs de mesurage sur des appareils appartenant à TCPL ont été décelées par l'équipe de l'Ingénierie de mesurage de Gaz Métro. Au terme d'un exercice de validation entre TCPL et Gaz Métro, TCPL a remboursé à Gaz Métro les volumes surfacturés totalisant 16 758 103m<sup>3</sup>, respectivement de 2 903 103m<sup>3</sup> en janvier 2015 et de 13 855 103m<sup>3</sup> en avril 2015.

(ii) Ligne 14 : « Taux de gaz perdu 0,63% » (perte réelle).

5.1 En regard de la partie (i) du préambule, veuillez confirmer que les « erreurs de mesurage » survenues sur des appareils appartenant à TCPL dont il est question ont eu lieu entre les mois d'avril et novembre 2014. Autrement, veuillez préciser sur quels mois ont eu lieu cesdites erreurs.

**Réponse :**

Veuillez vous référer à la réponse de la question 15.1, à la pièce Gaz Métro-48, Document 1.

5.2 Veuillez préciser en m<sup>3</sup>, quels étaient les volumes surfacturés par TCPL au cours de l'année tarifaire 2014, et ceux surfacturés (avant tout remboursement) en 2015.

**Réponse :**

Veuillez vous référer à la réponse de la question 15.1, à la pièce Gaz Métro-48, Document 1.

5.3 En regard de la partie (ii) du préambule, veuillez indiquer quels seraient les taux de gaz perdu (pertes réelles) pour les années 2014 et 2015 s'il n'y avait pas eu d'erreur de mesurage de la part de TCPL.

**Réponse :**

Veuillez vous référer à la réponse de la question 15.4, à la pièce Gaz Métro-48, Document 1.

5.4 Veuillez indiquer les causes expliquant ces erreurs de mesures.

**Réponse :**

Veuillez vous référer à la réponse de la question 15.1, à la pièce Gaz Métro-48, Document 1.

5.5 Quels sont les impacts financiers du transfert de molécule suivant les erreurs de mesurage et le remboursement subséquent, de l'année 2014 à l'année 2015?

**Réponse :**

Veuillez vous référer à la réponse de la question 15.1, à la pièce Gaz Métro-48, Document 1.

5.6 Veuillez expliquer pourquoi Gaz Métro a choisi de présenter le remboursement de molécule par TCPL comme une « perte réelle » négative en 2015, plutôt que de modifier les résultats de l'année 2014 où les erreurs de mesurage ont été réalisées?

**Réponse :**

Veuillez vous référer à la réponse de la question 15.1, à la pièce Gaz Métro-48, Document 1.