

Régie de l'énergie

DOSSIER R-3951-2015

DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS N° 1

D'UNION DES CONSOMMATEURS (UC)

À SCGM

Le 22 mars 2016

1 PE-126 : Coût du programme

Référence

- (i) Gaz Métro-13, Document 3 page 24

Préambule

- (i) Extrait du tableau

Coût du programme			
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.
- 1.2 Veuillez fournir spécifiquement les coûts de qualification des MFR.

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.

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 \$
Total	95 743,50 \$

(ii)

PORTRAIT DU CASS AU 30 SEPTEMBRE 2015

Description	Nbre 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
Clients qui ont manifesté de l'intérêt pour le programme CASS depuis son lancement le 1^{er} octobre 2014	213

(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\$
Total	98 900\$

- 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)

- 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.
- 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.
- 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.

4 Campagne de positionnement multiforme

Références

- (i) B-0143, page 74.
(ii) B-0143, page 73.
(iii) <https://www.youtube.com/channel/UCOTS3CAc0EAiyrnUBJkaxBA>
(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">• La meilleure énergie c'est celle qu'on ne consomme pas / les mesures d'efficacité énergétique pour réduire les GES.• Réduisons notre dépendance au pétrole / en utilisant plutôt le gaz naturel dans le transport lourd et les industries.• Redoublons d'énergie pour renouveler l'énergie / investir dans les énergies renouvelables : biométhane, solaire, éolienne. <p>Cette campagne a été diffusée en télé, en affichage, en imprimés et en Web.</p>	Automne 2015

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

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 103m³, respectivement de 2 903 103m³ en janvier 2015 et de 13 855 103m³ 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.
- 5.2 Veuillez préciser en m³, quels étaient les volumes surfacturés par TCPL au cours de l'année tarifaire 2014, et ceux surfacturés (avant tout remboursement) en 2015.
- 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.
- 5.4 Veuillez indiquer les causes expliquant ces erreurs de mesures.
- 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?
- 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?