

CANADA

PROVINCE DE QUÉBEC  
DISTRICT DE MONTRÉAL

DOSSIER : R-3951-2015

RÉGIE DE L'ÉNERGIE

---

Gaz Métro  
Demanderesse

ET

UNION DES CONSOMMATEURS  
Intervenant

---

---

**GAZ MÉTRO**  
Demande d'examen du rapport annuel  
pour l'exercice financier terminé le 30 septembre 2015

ARGUMENTATION DE  
**union**  
des consommateurs

---

17 mai 2016

## Préambule

---



6226, rue Saint-Hubert  
Montréal (Québec) H2S 2M2

Téléphone : 514 521-6820  
Sans frais : 1 888 521-6820  
Télécopieur : 514 521-0736

[info@uniondesconsommateurs.ca](mailto:info@uniondesconsommateurs.ca)  
[www.uniondesconsommateurs.ca](http://www.uniondesconsommateurs.ca)

### Membres d'Union des consommateurs

ACEF Appalaches – Beauce – Etchemins  
ACEF de l'Est de Montréal  
ACEF de l'Île Jésus  
ACEF du Grand-Portage  
ACEF du Sud-Ouest de Montréal  
ACEF du Nord de Montréal  
ACEF Estrie  
ACEF Lanaudière  
ACEF Montérégie-est  
ACEF Rive-Sud de Québec  
Centre d'éducation financière EBO  
ACQC  
ainsi que des consommateurs individuels



UC est membre de l'Organisation internationale des consommateurs (CI),  
une fédération regroupant 240 membres en provenance de 120 pays.

## **Union des consommateurs, la force d'un réseau**

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe dix Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC) ainsi que des membres individuels. La mission d'UC est de représenter et défendre les consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Les interventions d'UC s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure d'UC lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face; ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

Union des consommateurs agit principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques ou réglementaires, sur la place publique ou encore par des recours collectifs. Parmi ses dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'inforoute, la santé, l'agroalimentaire et les biotechnologies, les produits et services financiers ainsi que les politiques sociales et fiscales.

## 1. Compte d'aide au soutien social (CASS)

---

Dans sa preuve<sup>1</sup>, UC souligne que les frais de traitement pour la qualification et l'évaluation des 132 clients du CASS ont été plus élevés que ceux présentés par Gaz Métro afin de faire autoriser le projet-pilote du CASS par la Régie.

Selon la proposition du Distributeur dans le dossier R-3837-2013, la rémunération variable prévue pour qualifier et évaluer 312 clients était d'environ de 200 \$ par client<sup>2</sup>, soit 62 500 \$ pour l'ensemble de ces clients. Ainsi, dans la proposition de Gaz Métro, les coûts de qualification ne faisaient pas partie des frais fixes pour la mise en place (13 000 \$), ni des frais fixes pour la livraison du programme 2014-15 (23 400 \$), ces derniers comprenant les dépenses fixes liées aux salaires (conseiller budgétaire), les frais de bureau, la téléphonie et internet.

Or, les coûts réels totaux de la qualification et l'évaluation ont bel et bien été de 62 500 \$ au réel, mais uniquement pour la qualification de 132 clients, ce qui donne un coût de qualification par client de 473,48 \$<sup>3</sup>.

L'écart de coût unitaire pour la qualification provient de la conversion d'un coût variable de 200 \$ par client, pour un nombre estimé de 312 clients, en frais fixes annuels de 62 500 \$ sans égard au nombre de clients qualifiés et évalués.

Ceci présente un écart très important avec « ... les frais d'environ 110 \$ / client facturés par Option Consommateurs à Gaz Métro pour la qualification de la clientèle MFR dans la gestion du programme d'efficacité énergétique dédié à cette clientèle<sup>4</sup>. ». Notons que le coût total par client, incluant les frais fixes de mise en place et les frais pour la livraison du programme, est de 725,32 \$<sup>5</sup>.

Tel qu'indiqué dans la preuve d'UC<sup>6</sup>, si la rémunération initialement indiquée par Gaz Métro avait été respectée, une économie d'environ 33 000 \$ aurait été réalisée sur les frais de gestion du programme. Les frais de gestion du programme auraient ainsi été de 13 000 \$ (Frais de mise en place), de 23 400 \$ (Frais fixes pour la livraison du programme), et finalement de 26 400 \$ pour la qualification des 132 clients à un taux de 200 \$ par client pour un total 62 800 \$.

---

<sup>1</sup> C-UC-0007, page 5. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016\\_04\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016_04_15.pdf)

<sup>2</sup> R-3837-2013, B-0322, page 92, réponse 41.1. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-B-0322-DDR-RepDDR-2014\\_01\\_30.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-B-0322-DDR-RepDDR-2014_01_30.pdf)

<sup>3</sup> Soit 62 500 \$ pour 132 clients.

<sup>4</sup> R-3837-2013, B-0322, page 92. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-B-0322-DDR-RepDDR-2014\\_01\\_30.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-B-0322-DDR-RepDDR-2014_01_30.pdf)

<sup>5</sup> Soit 95 743 \$ pour 132 clients.

<sup>6</sup> C-UC-0007, page 6. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016\\_04\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016_04_15.pdf)

Puisque les frais de gestion totaux du programme représentent 95 743 \$ sur les 103 586 \$ en sommes engagées au CASS pour cette période<sup>7</sup>, UC considère que les frais de gestion versés à l'externe sur une base fixe séquestrent la quasi-totalité des budgets autorisés destinés aux MFR.

Afin de protéger les sommes qui devront être versées aux ménages à faible revenu dans les années subséquentes :

**UC recommande à la Régie de ne reconnaître qu'un montant de 62 800 \$ comme frais de gestion du projet-pilote CASS et ce faisant, un solde réel du CFR en date du 30 septembre 2015 de 185 933 \$ qui sera réellement destiné aux MFR.**

## 1.1 Réplique d'UC sur l'argumentation de Gaz Métro relative au CASS

Gaz Métro ne conteste pas<sup>8</sup> que les frais de gestion qui auraient été encourus pour la qualification et l'évaluation des 132 dossiers traités auraient été de 62 800 \$ en vertu de l'offre de service présentée dans le dossier R-3837-2013, et sur la foi de laquelle la Régie a accordé un montant de 250 000 \$ pour le projet-pilote, soit un montant inférieur de 65 000 \$ au montant de 315 000 \$ demandé par Gaz Métro<sup>9</sup>.

Gaz Métro invoque plutôt un argument nouveau, soit la nécessité que la qualification des MFR soit effectuée dans un délai de 15 jours ouvrables<sup>10</sup>. Par la suite, Gaz Métro fait un calcul<sup>11</sup> pour le moins étonnant des montants qu'elle considère à risque dans le cas où la qualification des ménages prendrait une semaine additionnelle.

Outre le fait qu'il s'agit de l'introduction de nouveaux éléments de preuve, qui ne sont pas recevables à ce stade-ci de la procédure et qui devraient être dûment rejetés par la Régie, les montants issus du calcul présenté par Gaz Métro sont hors normes : des montants à risque de 6 450 \$ par semaine<sup>12</sup> totaliseraient 335 400 \$ pour 52 semaines (6 450 \$ x 52), soit plus que le

<sup>7</sup> B-0038, page 4. Tableau consolidé des sommes payées/engagées – Programme CASS. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0038-DemAmend-Piece-2016\\_01\\_29.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0038-DemAmend-Piece-2016_01_29.pdf)

<sup>8</sup> B-0184, Par. 44 et 45. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016\\_05\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016_05_13.pdf)

<sup>9</sup> D-2014-077, [341] et [343]. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-A-0155-Dec-Dec-2014\\_05\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-A-0155-Dec-Dec-2014_05_15.pdf)

<sup>10</sup> B-0184, Par. 48. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016\\_05\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016_05_13.pdf)

<sup>11</sup> B-0184, Par. [50] à [53]. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016\\_05\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016_05_13.pdf)

<sup>12</sup> B-0184, Par. 53. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016\\_05\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016_05_13.pdf)

montant total alloué au programme (250 000 \$), et près du triple des 120 000 \$ de radiations annuelles<sup>13</sup> initialement anticipées pour le programme.

De plus, UC note que l'objectif initial était de qualifier 312 ménages annuellement, soit un peu plus d'un ménage par jour ouvrable<sup>14</sup>. Toutefois, la qualification d'un ménage à un programme d'entente de paiement ou menant à une radiation de sa dette devrait normalement prendre moins qu'un demi-jour ouvrable par dossier. Dans le cadre d'une demande de financement adressée à Hydro-Québec, les associations de consommateurs ont récemment évalué à environ deux heures par dossier le temps de travail nécessaire à l'accompagnement d'un ménage pour qu'il prenne une entente de paiement avec le distributeur d'électricité. Cette durée de temps de travail prend en compte les suivis nécessaires (en moyenne six contacts par dossier), ainsi que la validation des preuves de revenu. Dans le cas présent, considérant le taux de réception moyen d'un nouveau dossier par jour ouvrable, il apparaît hautement improbable qu'une file d'attente de plus de 15 jours ouvrables (plus de trois semaines) ait pu se créer chez le sous-traitant de Gaz Métro.

Même en considérant les calculs alarmistes de Gaz Métro à l'effet qu'une semaine complète de retard surviendrait (et non seulement un ou deux jours par exemple), et que tous les montants à risque se matérialiseraient à 100% en pertes financières, la perte totale serait de 6 450 \$. Gaz Métro aurait ainsi dépensé plus de 33 000 \$<sup>15</sup> pour éviter un événement dont l'occurrence apparaît tout à fait improbable, et dont la sévérité (6 450 \$) a été largement surévaluée. Il s'agit là d'un cas évident où les dépenses n'ont pas été utilement engagées.

En payant d'avance les frais variables par dossier de 200 \$, et en les transformant en frais fixes de 62 500 \$ sans avoir de garantie de participation, Gaz Métro a fait preuve d'un manque de prudence évident.

**UC maintient donc sa recommandation à la Régie concernant le CASS.**

---

<sup>13</sup> D-2014-077, [341]. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-A-0155-Dec-Dec-2014\\_05\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-A-0155-Dec-Dec-2014_05_15.pdf)

<sup>14</sup> Il y a environ 250 jours ouvrables annuellement. Voir par exemple : [http://www.workingdays.ca/FR/workingdays\\_holidays\\_2015.htm](http://www.workingdays.ca/FR/workingdays_holidays_2015.htm), document consulté le 16 mai 2016.

<sup>15</sup> B-0184, Par. 54. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016\\_05\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016_05_13.pdf)

## 2. Campagne de positionnement multiforme et PGEÉ

---

### 2.1 Admissibilité des dépenses dans le PGEÉ

Gaz Métro demande à ce que des coûts de 136 500 \$ liés à sa campagne de positionnement multiforme soient inclus dans les montants du PGEÉ<sup>16</sup>.

L'objectif du PGEÉ de Gaz Métro est d'atteindre un certain nombre de mètres cubes de gaz économisés :

### 2.3 OBJECTIF QUANTITATIF DU PGEÉ

*L'objectif quantitatif du PGEÉ correspond au nombre de mètres cubes économisés. Il représente donc la somme des économies de gaz naturel générées par les différents programmes d'efficacité énergétique offerts dans le PGEÉ. En 2015-2016, l'objectif quantitatif du PGEÉ est de 7 41 053 583 m<sup>3</sup><sup>17</sup>.*

Pour ce faire, il est évident que Gaz Métro doit promouvoir certains comportements chez ses usagers et faire la commercialisation des programmes du PGEÉ qui visent à réduire la consommation de gaz de réseau afin d'atteindre les cibles en vigueur d'économies de gaz naturel.

À cet effet, la Régie indique :

*[1] Lorsqu'elle approuve le financement des programmes et des interventions en efficacité énergétique, la Régie de l'énergie (la Régie) doit s'assurer de l'atteinte des objectifs<sup>18</sup>.*

Or, comme le soulignait UC, ... *Gaz Métro ne fait aucune allusion à la diminution de la consommation de gaz naturel dans sa campagne multiforme<sup>19</sup>.*

Il appert également que dans sa campagne de positionnement Gaz Métro ne fait pas d'effort de commercialisation des programmes du PGEÉ, tel qu'en font foi ses réponses aux demandes de renseignements d'UC<sup>20</sup>, et l'inspection visuelle des capsules Web de la campagne<sup>21</sup>.

---

<sup>16</sup> B-0161, page 67. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0161-DDR-RepDDR-2016\\_04\\_08.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0161-DDR-RepDDR-2016_04_08.pdf)

<sup>17</sup> Plan global en efficacité énergétique Horizon 2016-2018, Gaz Métro, page 9. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/253/DocPrj/R-3879-2014-B-0556-DemAmendPieceRev-2015\\_07\\_09.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/253/DocPrj/R-3879-2014-B-0556-DemAmendPieceRev-2015_07_09.pdf)

<sup>18</sup> Suivi 2014 des évaluations – PGEÉ de Gaz Métro – Rapport de la Régie, Régie de l'énergie, page 3. [En ligne] : [http://www.regieenergie.qc.ca/audiences/Suivis/Suivi\\_PGEE\\_GM/Regie\\_Rapp\\_SuiviPGEE\\_GM\\_10sept2014.pdf](http://www.regieenergie.qc.ca/audiences/Suivis/Suivi_PGEE_GM/Regie_Rapp_SuiviPGEE_GM_10sept2014.pdf)

<sup>19</sup> C-UC-0007, page 8. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016\\_04\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016_04_15.pdf)

Puisque la campagne de positionnement multiforme de Gaz Métro ne contribue pas à atteindre les objectifs du PGEÉ, et donc que les dépenses associées n'ont pas été utilement engagées,

**UC recommande à la Régie que les montants de 136 500 \$ associés à la campagne multiforme soient retirés des montants reconnus au PGEÉ<sup>22</sup>.**

## 2.2 Réplique à l'argumentation de Gaz Métro sur l'admissibilité des dépenses dans le PGEÉ

Aux paragraphes 7 et 8 de son argumentation, Gaz Métro explique que les objectifs des programmes de sensibilisation du PGEÉ étaient explicités dans sa demande tarifaire<sup>23</sup>. Notamment, les descriptifs des programmes PE106, PE204, PE214 indiqueraient une volonté de « sensibilisation à l'efficacité énergétique », que ce soit pour des clientèles spécifiques ou des influenceurs de marché.

Selon UC, même si une sensibilisation à l'efficacité énergétique au sens large pouvait légitimement être incluse dans la campagne publicitaire de Gaz Métro, l'effort de sensibilisation devrait prioritairement viser la consommation de gaz naturel distribué par le réseau de Gaz Métro, et ainsi toucher directement l'activité réglementée.

Or, tel qu'indiqué précédemment, dans sa campagne multiforme Gaz Métro ne fait aucune allusion à la diminution de la consommation de gaz naturel, et ne fait pas non plus la promotion des programmes du PGEÉ.

Même s'il peut être louable de vendre l'idée que l'efficacité énergétique est une bonne chose en soi, dans le cadre des activités réglementées entourant la distribution de gaz naturel au Québec, il est nécessaire, aux fins de l'inclusion des dépenses dans les activités de commercialisation du PGEÉ, d'axer prioritairement le message sur la diminution de la consommation de gaz naturel distribué par le réseau de Gaz Métro et sur les programmes du PGEÉ. Cela n'a pas été fait.

---

<sup>20</sup> B-0174, réponses 4.2 à 4.5, pages 7 et 8. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0174-DDR-RepDDR-2016\\_04\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0174-DDR-RepDDR-2016_04_13.pdf)

<sup>21</sup> C-UC-0007, page 7. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016\\_04\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016_04_15.pdf)

<sup>22</sup> C-UC-0007, page 8. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016\\_04\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016_04_15.pdf)

<sup>23</sup> B-0184, Par. 7 et 8. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016\\_05\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016_05_13.pdf)



Aux paragraphes 9 à 14 de son argumentation, Gaz Métro invoque l'utilisation de l'expression « consommation responsable » pour expliquer que le message qu'elle véhiculait dans sa campagne pouvait laisser croire à une volonté de réduire la consommation de gaz qu'elle distribue par son réseau, et, pour justifier ses dires, donne dans sa réponse à la DDR 1 d'UC<sup>24</sup> l'adresse d'une vidéo en ligne<sup>25</sup>.

Ladite vidéo enchaîne une suite de propositions préliminaires : « il faut consommer moins / consommer mieux », qui invite l'auditeur à accepter la proposition finale : « mettre de l'électricité dans nos voitures et du gaz naturel dans nos camions ». La conclusion porte ainsi sur l'utilisation du GNL dans le transport routier.

Toujours dans la même réponse à la DDR 1 d'UC, Gaz Métro indique : « Gaz Métro propose donc dans ses vidéos promotionnelles l'idée d'une consommation responsable de l'énergie<sup>26</sup> ».

Dans le cadre du présent dossier, UC ne se prononce pas à savoir s'il est réellement plus « responsable » de mettre de l'électricité dans nos voitures et du gaz naturel dans nos camions (même si sur un plan strictement environnemental, il serait sans doute préférable de promouvoir l'achat et la production locale afin de réduire toute consommation de carburants fossiles dans le transport routier des marchandises, puisque l'extraction et la consommation de gaz de schiste peuvent s'avérer tout aussi polluantes que celles du pétrole<sup>27</sup>).

Il demeure que la vidéo en question fait la promotion de la vente de GNL pour le transport lourd que la promotion des programmes du PGEE, mais ne fait pas la promotion de la réduction de l'utilisation du gaz naturel distribué par le réseau de Gaz Métro.

**UC maintient donc sa proposition telle que présentée dans la section précédente.**

<sup>24</sup> B-0184, Par. 11. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016\\_05\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0184-Argu-Argu-2016_05_13.pdf)

<sup>25</sup> Dans B-0174, page 8. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0174-DDR-RepDDR-2016\\_04\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0174-DDR-RepDDR-2016_04_13.pdf)

**Spécifiquement : Gaz Métro**, *La meilleure énergie, c'est celle qu'on ne consomme pas*, 16 septembre 2015, document corporatif : <https://www.youtube.com/watch?v=P1UOV3OZIs>, document consulté le 16 mai 2016.

<sup>26</sup> B-0174, page 8. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0174-DDR-RepDDR-2016\\_04\\_13.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0174-DDR-RepDDR-2016_04_13.pdf)

<sup>27</sup> **Le gaz de schiste aussi polluant que le charbon et le pétrole?**, La Presse, 12 avril 2011. [En ligne] : <http://www.lapresse.ca/environnement/201104/12/01-4389148-le-gaz-de-schiste-aussi-polluant-que-le-charbon-et-le-petrole.php> document consulté le 16 mai 2016.

### 3 Campagne de positionnement multiforme et admissibilité des dépenses dans le revenu requis des activités réglementées

---

#### 3.1 Admissibilité des dépenses dans le cadre des activités réglementées

Selon UC, la campagne de positionnement multiforme de Gaz Métro fait essentiellement la promotion d'activités non réglementées.

En effet, Gaz Métro aborde exclusivement des thèmes qui ne sont pas reliés à ses activités réglementées de distribution de gaz de réseau<sup>28</sup>. Par exemple, la réduction de la dépendance au pétrole en utilisant le gaz naturel dans le transport lourd<sup>29</sup> ou encore « redoubler d'énergie » pour investir dans les énergies renouvelables, notamment l'éolien<sup>30</sup>. La vente de GNL pour le transport lourd n'est pas une activité réglementée, et dans le cas de l'éolien, Gaz Métro agit plutôt en tant que promoteur privé, propriétaire de Parcs éoliens dans la Seigneurie de Beaupré<sup>31</sup>.

Gaz Métro prétend que : *Les objectifs communicationnels de cette campagne Société en commandite Gaz Métro visent à améliorer les perceptions et augmenter la notoriété de l'entreprise et par le fait même du produit qu'elle distribue au Québec, soit le gaz naturel. Gaz Métro souhaite ainsi préserver les acquis bâtis au fil des dernières années auprès des Québécois et construire sur ceux-ci*<sup>32</sup>.

À sa face même, et le raisonnement en devient pratiquement tautologique, la promotion directe de l'utilisation du GNL dans le transport lourd et celle de l'éolien profite prioritairement aux activités non réglementées de Gaz Métro, bien plus qu'elles ne servent à promouvoir l'utilisation de gaz naturel par le réseau de distribution de Gaz Métro.

Inclure dans le coût des activités réglementées les dépenses d'une campagne de publicité visant les activités non réglementées de l'entreprise constituerait un cas flagrant d'interfinancement entre les deux classes d'activités.

---

<sup>28</sup> Voir notamment la réponse de Gaz Métro à la DDR 4.4 d'UC. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0165-DDR-RepDDR-2016\\_04\\_08.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0165-DDR-RepDDR-2016_04_08.pdf)

<sup>29</sup> Voir la réponse de Gaz Métro à la DDR 4.2 d'UC. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0165-DDR-RepDDR-2016\\_04\\_08.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0165-DDR-RepDDR-2016_04_08.pdf)

<sup>30</sup> Voir la réponse de Gaz Métro à la DDR 4.3 d'UC. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0165-DDR-RepDDR-2016\\_04\\_08.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0165-DDR-RepDDR-2016_04_08.pdf)

<sup>31</sup> Éolien, Gaz Métro, [En ligne] : <http://www.corporatif.gazmetro.com/le-gaz-naturel/eolien.aspx?culture=fr-ca>

<sup>32</sup> B-0161, page 66. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0161-DDR-RepDDR-2016\\_04\\_08.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-B-0161-DDR-RepDDR-2016_04_08.pdf)

Gaz Métro promettait pourtant, dans le code de conduite qu'elle a déposée dans la cause R-3879, d'éviter ce type de situation :

*2.2 Le présent Code de conduite vise à éviter que les activités commerciales des entités apparentées ou des activités non réglementées du Distributeur soient interfinancées, en tout ou en partie, par les clients de l'activité réglementée du Distributeur<sup>33</sup>.*

La Régie, dans sa décision D-2015-181<sup>34</sup>, indiquait que le Code incomplet, et a invité Gaz Métro à le parfaire et le redéposer dans une prochaine cause tarifaire.

Les principes présentés dans ce code proposé auraient à tout le moins dû être respectés par Gaz Métro pour l'exercice 2015, puisque celle-ci laissait entendre que le Code était en vigueur à l'interne depuis avril 2014<sup>35</sup>.

Le débat sur le code de conduite qui a eu lieu lors de la cause tarifaire 2015 aurait également dû inciter Gaz Métro à la prudence avant d'engager des dépenses pour une campagne de positionnement axée sur les activités non réglementées, mais financée par la clientèle de l'activité réglementée<sup>36</sup>.

Puisque les dépenses associées à la campagne multiforme ont été engagées de façon imprudente, allant à l'encontre des principes du Code de conduite de Gaz Métro et étant au bénéfice premier des activités non réglementées,

**UC recommande à la Régie de ne pas accepter d'inclure les dépenses associées à la campagne de positionnement multiforme dans le revenu requis de 2015, et de prendre les mesures réglementaires nécessaires afin que le coût total de la campagne de 2 674 015 \$ soit remis à la clientèle en baisse de tarifs dès l'année tarifaire 2017.**

<sup>33</sup> R-3879-2014, B-0189, Annexe 1, page 2. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/253/DocPrj/R-3879-2014-B-0189-DemAmend-Piece-2014\\_10\\_10.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/253/DocPrj/R-3879-2014-B-0189-DemAmend-Piece-2014_10_10.pdf)

<sup>34</sup> D-2015-181, [362] et [363]. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/253/DocPrj/R-3879-2014-A-0145-Dec-Dec-2015\\_11\\_04.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/253/DocPrj/R-3879-2014-A-0145-Dec-Dec-2015_11_04.pdf)

<sup>35</sup> Voir R-3879-2014, B-0189, Annexe 1, Politiques corporatives Code de conduite régissant les transactions entre apparentées du groupe corporatif - page de présentation. Le document est daté du 25 avril 2014. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/253/DocPrj/R-3879-2014-B-0189-DemAmend-Piece-2014\\_10\\_10.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/253/DocPrj/R-3879-2014-B-0189-DemAmend-Piece-2014_10_10.pdf)

<sup>36</sup> C-UC-0007, page 9. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016\\_04\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016_04_15.pdf)

### 3.2 Réplique à l'argumentation de Gaz Métro sur l'admissibilité des dépenses dans le revenu requis des activités réglementées

Au paragraphe 18 de son argumentation, Gaz Métro indique que la Campagne est une suite de celle qui a été approuvée dans la décision D-2014-077 du dossier R-3837-2013. Or selon UC, la proposition de Gaz Métro dans le dossier R-3837-2013 ne visait pas à faire prioritairement la promotion des activités non réglementées, éolien ou GNL, mais plutôt la promotion du gaz naturel distribué par le réseau de Gaz Métro, tel qu'en font foi les extraits suivants des notes sténographiques du dossier ci-mentionné :

*Donc, ce qu'on souhaite faire, c'est prédisposer la population envers le gaz naturel et Gaz Métro, mettre de l'avant les valeurs, les attributs de l'entreprise et du produit parce que pour les gens, étant dans une situation de monopole à l'exception de la... de l'Outaouais, bien, pour eux, c'est synonyme, Gaz Métro, gaz naturel. Et donc, c'est important de travailler la notoriété du produit et de Gaz Métro.*

[...]

*Vous pourriez vous dire : « Bien, justement, pourquoi vous sentez le besoin de faire une campagne institutionnelle? Vous avez un monopole. » C'est justement parce qu'on a un monopole qu'on se doit de positionner le gaz naturel parce que si on ne le fait pas, qui le fera?<sup>37</sup> (nos soulignés)*

Cet extrait sur les perceptions à propos de Gaz Métro parle de « la notoriété du produit » et d'une « situation de monopole ».

Il est évident que le produit en question dans un contexte de monopole est le gaz naturel distribué par le réseau de Gaz Métro.

L'idée de la campagne de publicité était alors de promouvoir la distribution de gaz naturel par le réseau de Gaz Métro, quoiqu'il fût possible que certaines activités non réglementées de Gaz Métro (et même des équipementiers, voire l'industrie du gaz au grand complet) aient pu profiter en second lieu des retombées positives de la campagne.

La présente campagne est fort différente : la quasi-totalité du message porte sur les activités non réglementées (Éolien, solaire, GNL, biométhane, navires au gaz naturel, comme on peut le voir dans les capsules Web et les affiches publicitaires de la campagne<sup>38</sup>), sans tenter de promouvoir l'activité réglementée qu'est la distribution de gaz naturel par le réseau de Gaz Métro. D'où l'objection résolue d'UC à ce que les coûts de cette campagne soient défrayés par la clientèle de l'activité réglementée.

<sup>37</sup> R-3837-2013, Phase 3. A-0136, pages 157 et 158. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.gc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-A-0136-Audi-NS-2014\\_03\\_20.pdf](http://publicsde.regie-energie.gc.ca/projets/210/DocPrj/R-3837-2013-A-0136-Audi-NS-2014_03_20.pdf)

<sup>38</sup> Disponibles ici : <http://www.infopresse.com/article/2015/9/23/la-suite-de-gaz-metro-selon-ses-employes>, page consultée 16 mai 2016.

Gaz Métro pourrait-elle, dans le cadre ses activités non réglementées, investir dans la recherche sur le cancer pour ensuite lancer une campagne publicitaire vantant ses efforts dans le domaine de la santé en espérant faire payer la facture par sa clientèle réglementée sous prétexte que cette campagne améliorerait l'image de Gaz Métro et favoriserait ultimement la distribution de gaz naturel par son réseau? Bien sûr que non; autrement il n'y aurait plus aucune frontière entre les ANR et la daQ.

**UC maintient donc sa proposition telle que présentée dans la section précédente.**

## 4. Gaz perdu

---

Tel qu'indiqué à la preuve d'UC, en tenant compte des erreurs de mesure de TCPL, le taux de gaz perdu de 2014 passe de 0,70 % à environ 0,53 %, tandis que le taux de gaz perdu de 2015 passe de 0,63 % à environ 0,90 %<sup>39</sup>.

Selon UC, effectuer ces corrections s'avérera utile lorsque viendra le temps de fixer le taux de gaz perdu autorisé, qui est calculé comme la moyenne mobile sur trois ans des taux historiques les plus récents.

**UC recommande donc à la Régie de corriger les taux de gaz perdu pour 2015 et 2014.**

Par le passé, la Régie s'est dite préoccupée d'un taux de gaz perdu de 0,87 %, et avait demandé à Gaz Métro d'en évaluer les causes, d'élaborer un plan pour le réduire, et d'en faire rapport lors du prochain rapport annuel<sup>40</sup>.

Considérant que le taux de gaz perdu corrigé pour 2015 sera d'environ 0,90 %,

**UC recommande à la Régie d'exiger, lors du prochain rapport annuel, les explications de Gaz Métro sur les causes réelles du taux élevé de gaz perdu pour l'année 2015, ainsi qu'un plan pour le réduire le cas échéant.**

---

<sup>39</sup> C-UC-0007, pages 9 et 10. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016\\_04\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016_04_15.pdf)

<sup>40</sup> C-UC-0007, pages 9 et 10. [En ligne] : [http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016\\_04\\_15.pdf](http://publicsde.regie-energie.qc.ca/projets/343/DocPrj/R-3951-2015-C-UC-0007-Preuve-Memoire-2016_04_15.pdf)