

**RENTABILITÉ A POSTERIORI DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2013  
SUIVI APRÈS TROIS ANS**

**MARCHÉS RÉSIDENTIEL ET AFFAIRES**

1 Société en commandite Gaz Métro (« Gaz Métro ») présente au Rapport annuel 2016 la  
2 rentabilité *a posteriori*, comparativement à la rentabilité *a priori* du marché résidentiel et du  
3 marché affaires du plan de développement 2013.

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 2010 (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 2013. Les hypothèses sont les mêmes que celles énumérées au Rapport annuel  
15 2015 (R-3951-2015, B-0036, Gaz Métro-14, Document 4, section 1.1).

**1.1 HYPOTHÈSES**

16 1) Les clients qui ont commencé à consommer continueront de le faire durant les années  
17 suivantes, à l'exception des clients en chauffage temporaire qui cessent généralement de  
18 consommer à l'année 1 ou 2.

19 2) Pour les clients des marchés affaires et résidentiel en ajout de charge, la mesure du  
20 volume réel de consommation débute six mois après la signature de la vente.

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

## 1.2 COÛTS D'ABANDON

1 Les coûts d'abandon inclus dans l'analyse *a posteriori* du plan de développement 2013 s'élèvent  
2 à 51 436 \$ sur des investissements en immobilisation *a posteriori* totalisant 40,3 M\$, ce qui  
3 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 ajout de charge* présente la rentabilité *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement  
6 2013 pour l'ensemble du marché résidentiel. Selon la grille tarifaire d'origine, le taux de  
7 rendement (TRI) *a posteriori* est de 9,10 % et le point mort de 1 an, comparativement à un TRI *a*  
8 *priori* de 10,06 % et à un point mort de 6,32 ans. Cette diminution du TRI de 0,96 % s'explique  
9 principalement par des volumes inférieurs de 2 477 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> ou de 21 %, compensée en partie par  
10 une réduction des investissements de 2,2 M\$ ou de 10 %. Cette baisse des investissements et  
11 leur étalement dans le temps expliquent en majeure partie l'écart favorable de 5,32 ans que l'on  
12 observe entre le point mort *a posteriori* et le point mort *a priori*.

13 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 10,12 % 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 2013 à 2016 a été défavorable par rapport à ce qui avait été prévu.  
16 En effet, comme démontré dans le tableau ci-dessous, la croissance du produit intérieur brut  
17 (PIB) réel sur quatre ans démontre une évolution nettement inférieure à la prévision. Ce  
18 ralentissement économique pourrait avoir affecté le comportement des clients de Gaz Métro et  
19 ainsi expliquer, en partie, les écarts défavorables du nombre de clients et de volume.

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

	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Prévu	1,7 %	2,0 %	1,8 %	1,9 %
Réel	1,2 %	1,4 %	1,3 %	1,3 %

---

<sup>1</sup> Conference Board du Canada, Produit intérieur brut 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 2 477 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> et de la baisse des investissements de 2,2 M\$  
2 est principalement attribuable au segment des nouveaux clients, lequel présente une  
3 consommation inférieure de 2 417 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> et des investissements moins élevés que prévu, pour  
4 un montant de 2,3 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 2013 du marché résidentiel des nouveaux clients. Le TRI *a posteriori* calculé  
8 selon la grille tarifaire d'origine est de 9,10 % et le point mort est de 1 an, comparativement à un  
9 TRI *a priori* de 9,97 % et à un point mort de 6,59 ans. Cette baisse du TRI de 0,87 % s'explique  
10 essentiellement par une baisse des volumes de 21 % ou de 2 417 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>. L'effet défavorable de  
11 la baisse des volumes sur la rentabilité est partiellement compensé par la réduction des  
12 investissements totaux de 11 % ou de 2,3 M\$ et par l'étalement de ceux-ci dans le temps. Ces  
13 deux derniers éléments concernant les investissements expliquent en majeure partie l'écart  
14 favorable de 5,59 ans que l'on observe entre le point mort *a posteriori* et le point mort *a priori*.

15 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève 10,03 % et le point mort se situe à 1 an.

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

16 À la cinquième année, le nombre de clients *a posteriori* est inférieur de 24 % à ce qui avait été  
17 prévu, représentant 1 192 clients sur une prévision de 5 020 clients. Pour cette même année, les  
18 volumes sont en baisse de 21 %, représentant 2 417 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> sur un volume prévu de  
19 11 339 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>. Ces écarts s'expliquent principalement par une progression des ventes inférieure  
20 à la prévision pour un groupe de 53 projets domiciliaires du segment de la nouvelle construction  
21 résidentielle. Ce segment comprend 122 projets au total. À lui seul, le groupe de 53 projets génère  
22 un écart défavorable de 1 257 clients et un écart de 1 868 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>.

23 Comme mentionné à la section 2.1, le contexte économique du Québec dans lequel les clients  
24 ont évolué au cours de la période 2013 à 2016 a été défavorable par rapport à ce qui avait été  
25 prévu. Pour les projets de nouvelle construction résidentielle, cela peut se répercuter sur les  
26 résultats du suivi *a posteriori* du plan de développement 2013 par une diminution du nombre de

1 clients réels-projetés pour les années 1 à 5 pour plusieurs projets domiciliaires (c'est-à-dire que  
2 le branchement des clients initialement prévu entre l'année 1 et 5 ne se réalisera pas, ou se  
3 réalisera après la cinquième année). Dans ce cas, Gaz Métro ne projette pas l'arrivée de  
4 nouveaux clients après l'année 5 dans son exercice de rentabilité *a posteriori*.

5 Le coût des immobilisations *a posteriori* s'est avéré inférieur de 0,6 M\$, soit un écart favorable de  
6 4 %. Ce montant se compose d'économies de 0,3 M\$ relativement à des coûts de conduites et  
7 d'économies de 1,3 M\$ en coûts de branchements, découlant des 53 projets domiciliaires  
8 mentionnés précédemment pour les ventes non matérialisées. Ces économies sont atténuées en  
9 partie par des coûts de branchements plus élevés que prévu, soit 0,8 M\$ pour des clients que  
10 Gaz Métro avait prévu raccorder au réseau gazier et 0,2 M\$ pour des clients supplémentaires  
11 dans les projets domiciliaires résidentiels.

12 Le montant des subventions du Programme de rabais à la consommation (PRC) *a posteriori*  
13 affiche un écart favorable de 2 M\$, soit 23 %. La réduction du montant de PRC s'explique  
14 principalement par les 53 projets domiciliaires mentionnés précédemment (1,8 M\$).

15 Le montant de contributions clients *a posteriori* s'est avéré inférieur de 0,3 M\$, soit un écart  
16 défavorable de 18 % qui s'explique principalement par l'ensemble des 53 projets mentionnés  
17 précédemment.

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

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

18 Le tableau de l'annexe 5 : *Comparaison du plan de développement – marché résidentiel – ajouts*  
19 *de charge* présente la rentabilité entre les informations *a priori* et *a posteriori* pour le plan de  
20 développement 2013 du marché résidentiel des ajouts de charge. Le TRI *a posteriori* calculé  
21 selon la grille tarifaire d'origine est de 8,81 % et le point mort est de 12,04 ans, comparativement  
22 à un TRI *a priori* de 20,71 % et à un point mort de 1 an. Cette baisse du TRI de 11,90 % s'explique  
23 par des volumes inférieurs de 60 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> et par des investissements totaux supérieurs de 0,1 M\$.

24 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 14,61 % et le point mort se situe à 1 an.

25 La proportion du nombre de dossiers non mesurés est de 2 % et la proportion des volumes  
26 associés à ces dossiers représente 5 % des volumes signés totaux *a priori*.

#### **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 11,90 % s'explique par des  
2 investissements totaux supérieurs de 0,1 M\$ à ce qui avait été prévu et par des volumes inférieurs  
3 de 60 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> à ce qui avait été prévu.

### **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 et*  
5 *ajouts de charge* présente les rentabilités *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement  
6 2013 pour l'ensemble du marché affaires. Selon la grille tarifaire d'origine, le TRI *a posteriori* est  
7 de 19,22 % et le point mort de 1 an, comparativement à un TRI *a priori* de 24,39 % et à un point  
8 mort de 1 an. Cette diminution du TRI de 5,17 % s'explique principalement par des volumes  
9 inférieurs de 24 % ou de 16 288 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> et par une hausse du coût des immobilisations de 13 %  
10 ou 3,0 M\$.

11 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 22,17 % et le point mort se situe à 1 an.

12 Gaz Métro tient à réitérer que le contexte économique du Québec dans lequel les clients ont  
13 évolué au cours de la période 2013 à 2016 a été défavorable par rapport à ce qui avait été prévu.  
14 En effet, comme démontré dans le tableau de la section 2.1, la croissance du PIB réel sur quatre  
15 ans démontre une évolution nettement inférieure à la prévision. Ce ralentissement économique  
16 pourrait avoir affecté le comportement des clients de Gaz Métro et ainsi expliquer, en partie, les  
17 écarts défavorables du nombre de clients et de volume. De plus, les mesures d'efficacité  
18 énergétique hors programme implantées par les clients pourraient expliquer certains écarts  
19 défavorables au niveau des volumes.

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

20 La baisse des volumes *a posteriori* de la cinquième année de 16 288 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> s'explique par des  
21 volumes inférieurs de 9 698 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> pour les nouveaux clients et de 6 590 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> pour les ajouts  
22 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 2013 du marché affaires des nouveaux clients. Le TRI *a posteriori* calculé selon la grille tarifaire  
4 d'origine est de 17,08 % et le point mort est de 1 an, comparativement à un TRI *a priori* de 21,42 %  
5 et à un point mort de 1 an. Cette baisse du TRI de 4,34 % s'explique principalement par une  
6 diminution des volumes de 21 % ou de 9 698 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> et par une hausse du coût des  
7 immobilisations de 14 % ou de 2,9 M\$.

8 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 18,86 % et le point mort se situe à 1 an.

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

9 Les volumes *a posteriori* de la cinquième année sont inférieurs de 9 698 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>, soit une  
10 diminution de 21 %. De cet écart, un volume de 2 189 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> se rapporte à des ventes annulées  
11 et un volume de 4 087 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> est attribuable à un petit groupe de 22 projets. Gaz Métro a analysé  
12 leur situation respective et les constats dégagés sont les suivants : le client n'a pas atteint le  
13 niveau de production prévu, le client a arrêté sa production, le client a changé la configuration de  
14 sa bâtisse, le projet n'a pas atteint le nombre de clients prévu, les appareils installés consomment  
15 moins que prévu.

16 Le coût des immobilisations affiche un écart défavorable de 2,9 M\$, soit 14 %. Cet écart se  
17 compose principalement d'un montant de 1,1 M\$ attribuable aux coûts de conduite d'un groupe  
18 de 6 projets et à des coûts de branchement de 1,5 M\$ relatifs à un groupe de 94 clients, sur un  
19 total de 2 085. Gaz Métro a analysé la cause de cette hausse de coûts et les constats dégagés  
20 proviennent notamment de travaux plus complexes que prévu et de branchements qui ont  
21 nécessité une longueur plus importante qu'anticipée. Des économies de 0,7 M\$ découlant des  
22 ventes annulées atténuent l'effet défavorable de la hausse du coût des immobilisations.

23 Le coût des subventions (PRC) *a posteriori* s'est avéré inférieur de 0,2 M\$, soit 3 % et cela  
24 s'explique principalement par les 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 les rentabilités *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement 2013 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, le TRI *a posteriori* est de 35,46 % et le point mort de 1 an, comparativement à  
5 un TRI *a priori* de 45,98 % et à un point mort de 1 an. Cette baisse du TRI de 10,52 % s'explique  
6 principalement par une diminution des volumes de 30 % ou de 6 590 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>.

7 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 48,29 % et le point mort se situe à 1 an.

8 La proportion du nombre de dossiers non mesurés est de 26 % et la proportion des volumes  
9 associés à ces dossiers représente 23 % des volumes signés totaux *a priori*.

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

10 Pour les 414 clients mesurés, le volume *a posteriori* est en baisse de 29 % ou de 4 850 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>.  
11 De cet écart, un volume de 381 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> est attribuable à 13 ventes annulées. De plus, Gaz Métro  
12 a identifié 6 ventes dont les volumes *a posteriori* ont été inférieurs de 3 379 10<sup>3</sup>m<sup>3</sup> par rapport aux  
13 volumes *a priori*. Gaz Métro a analysé leur situation respective et les constats dégagés sont  
14 notamment une baisse de production par rapport à ce qui avait été prévu, le transfert d'un client  
15 vers le tarif interruptible et la fermeture complète d'une usine.

16 Pour tous les dossiers d'ajouts de charge, les investissements totaux *a posteriori* sont en hausse  
17 de 0,1 M\$ ou de 2 %. Cette augmentation s'explique par une hausse du coût des branchements  
18 de 0,1 M\$.

## **CONCLUSION**

19 Gaz Métro évalue, trois ans après la présentation *a priori* du plan de développement 2013, la  
20 rentabilité *a posteriori* des marchés résidentiels et affaires. Selon la grille tarifaire d'origine, le TRI  
21 *a posteriori* pour l'ensemble du marché résidentiel affiche une baisse de 0,96 %. Cette diminution  
22 est le résultat net d'une baisse des volumes et d'une réduction des investissements totaux. Le



- 1 TRI pour l'ensemble du marché affaires est en baisse de 5,17 % et s'explique essentiellement  
2 par une baisse des volumes et par une hausse du coût des immobilisations.

- 3 **Gaz Métro demande à la Régie de prendre acte du suivi relatif à la rentabilité *a posteriori*,**  
4 **trois ans plus tard, du plan de développement 2013 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 accumulé 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 accumulé 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> . 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
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Frais de branchement</li> <li>▶ Contributions clients</li> <li>▶ Subventions (PRC)</li> </ul>	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

**Société en commandite Gaz Métro**  
**Rapport annuel au 30 septembre 2016, R-3992-2016**

Annexe 3  
**COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT RÉSIDENTIEL - NOUVEAUX CLIENTS ET AJOUTS DE CHARGE**  
**2013 A PRIORI VS 2013 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	2 600	360	2 960	2 391	358	2 749	(209)	(2)	(211)	2 740	100%	9	0%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	3 750	360	4 110	2 884	358	3 242	(866)	(2)	(868)	3 233	100%	9	0%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	4 532	360	4 892	3 163	358	3 521	(1 369)	(2)	(1 371)	3 482	99%	39	1%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	4 939	360	5 299	3 411	358	3 769	(1 528)	(2)	(1 530)	3 504	93%	265	7%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	5 020	360	5 380	3 828	358	4 186	(1 192)	(2)	(1 194)	3 504	84%	682	16%
6	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 1	9 068	287	9 354	8 499	243	8 742	(569)	(44)	(612)	8 734	100%	8	0%
7	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 2 (cumulatif)	8 558	287	8 845	7 809	241	8 050	(750)	(45)	(795)	7 733	96%	317	4%
8	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 3 (cumulatif)	9 864	287	10 151	7 576	226	7 802	(2 288)	(60)	(2 349)	6 585	85%	1 207	15%
9	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 4 (cumulatif)	10 873	287	11 159	7 981	226	8 207	(2 892)	(60)	(2 952)	6 383	78%	1 814	22%
10	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 5 (cumulatif)	11 339	287	11 625	8 921	226	9 148	(2 417)	(60)	(2 477)	6 393	70%	2 755	30%
11	Immobilisations (000 \$) an 0	11 073	19	11 093	7 582	134	7 716	(3 491)	115	(3 377)	7 709	100%	7	0%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	1 419	0	1 419	3 640	11	3 651	2 221	11	2 232	3 651	100%	0	0%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	958	0	958	834	1	835	(125)	1	(124)	831	100%	3	0%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	525	0	525	631	0	631	105	0	105	455	72%	176	28%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	119	0	119	665	0	665	545	0	545	66	10%	598	90%
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	167	0	167	167	0	167	0	100%	167	0%
17	<b>Total Immobilisations (incluant les frais généraux)</b>	<b>14 095</b>	<b>19</b>	<b>14 114</b>	<b>13 518</b>	<b>146</b>	<b>13 664</b>	<b>(577)</b>	<b>127</b>	<b>(451)</b>	<b>12 713</b>	<b>93%</b>	<b>951</b>	<b>7%</b>
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	4 871	203	5 075	2 785	186	2 971	(2 086)	(17)	(2 104)	2 950	99%	20	1%
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	1 705	0	1 705	1 476	1	1 477	(229)	1	(228)	1 175	80%	302	20%
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	1 180	0	1 180	901	0	901	(279)	0	(279)	605	67%	296	33%
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	759	0	759	759	0	759	(0)	0	(0)	222	29%	537	71%
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	128	0	128	697	0	697	569	0	569	0	100%	697	0%
23	<b>Total Subvention PRC</b>	<b>8 643</b>	<b>203</b>	<b>8 847</b>	<b>6 618</b>	<b>187</b>	<b>6 805</b>	<b>(2 025)</b>	<b>(16)</b>	<b>(2 042)</b>	<b>4 952</b>	<b>73%</b>	<b>1 853</b>	<b>27%</b>
24	contributions clients <sup>3</sup> (000 \$) an 0	(243)	(3)	(246)	(248)	(3)	(251)	(5)	0	(5)	(251)	100%	0	0%
25	contributions clients (000 \$) an 1	(803)	0	(803)	(559)	0	(559)	244	0	244	(556)	100%	(3)	0%
26	contributions clients (000 \$) an 2	(361)	0	(361)	(283)	0	(283)	78	0	78	(283)	100%	0	0%
27	contributions clients (000 \$) an 3	(231)	0	(231)	(134)	0	(134)	97	0	97	(118)	88%	(16)	12%
28	contributions clients (000 \$) an 4	(121)	0	(121)	(107)	0	(107)	14	0	14	(19)	17%	(88)	83%
29	contributions clients (000 \$) an 5	(24)	0	(24)	(134)	0	(134)	(110)	0	(110)	0	100%	(134)	0%
30	<b>Total Contributions clients</b>	<b>(1 782)</b>	<b>(3)</b>	<b>(1 785)</b>	<b>(1 465)</b>	<b>(3)</b>	<b>(1 468)</b>	<b>318</b>	<b>0</b>	<b>318</b>	<b>(1 227)</b>	<b>84%</b>	<b>(241)</b>	<b>16%</b>
31	<b>Total des investissements (000 \$) an 0</b>	<b>10 830</b>	<b>16</b>	<b>10 847</b>	<b>7 334</b>	<b>131</b>	<b>7 465</b>	<b>(3 496)</b>	<b>115</b>	<b>(3 382)</b>	<b>7 458</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>0%</b>
32	Total des investissements (000 \$) an 1	5 488	203	5 691	5 866	197	6 063	379	(6)	372	6 045	100%	18	0%
33	Total des investissements (000 \$) an 2	2 302	0	2 302	2 027	2	2 029	(275)	2	(273)	1 723	85%	306	15%
34	Total des investissements (000 \$) an 3	1 475	0	1 475	1 398	0	1 398	(77)	0	(77)	942	67%	456	33%
35	Total des investissements (000 \$) an 4	758	0	758	1 317	0	1 317	559	0	559	269	20%	1 047	80%
36	Total des investissements (000 \$) an 5	104	0	104	730	0	730	626	0	626	0	100%	730	0%
37	<b>Total Investissements</b>	<b>20 955</b>	<b>219</b>	<b>21 175</b>	<b>18 671</b>	<b>330</b>	<b>19 001</b>	<b>(2 285)</b>	<b>111</b>	<b>(2 174)</b>	<b>16 438</b>	<b>87%</b>	<b>2 563</b>	<b>13%</b>
<b>GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE<sup>4</sup></b>														
38	<b>Impact sur les tarifs</b>													
39	Pour la première année (000 \$)	190	(13)	177	(398)	(13)	(411)	(588)	0	(587)				
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	387	(57)	330	(24)	11	(13)	(411)	68	(343)				
41	<b>Taux de rendement interne</b>	9,97%	20,71%	10,06%	9,10%	8,81%	9,10%	-0,87%	-11,90%	-0,96%				
42	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	6,59	1,00	6,32	1,00	12,04	1,00	(5,59)	11,04	(5,32)				
<b>TARIFS RÉELS</b>														
43	<b>Impact sur les tarifs</b>													
44	Pour la première année (000 \$)	190	(13)	177	(475)	(29)	(503)	(664)	(16)	(680)				
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	387	(57)	330	(751)	(78)	(829)	(1 138)	(21)	(1 159)				
46	<b>Taux de rendement interne</b>	9,97%	20,71%	10,06%	10,03%	14,61%	10,12%	0,06%	-6,10%	0,06%				
47	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	6,59	1,00	6,32	1,00	1,00	1,00	(5,59)	0,00	(5,32)				

48 1. Le terme *a priori* réfère aux résultats du plan de développement 2013 présenté dans le Rapport annuel 2013 (R-3871-2013, B-0066, 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 1<sup>er</sup> juillet 2015 et le 30 juin 2016, ou encore, sur les données *a priori* pour les clients n'ayant pas accumulé 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 contribution (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 2016, R-3992-2016**

Annexe 4  
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT - MARCHÉ RÉSIDENTIEL - NOUVEAUX CLIENTS  
2013 A PRIORI vs 2013 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				
		(1)	(2)	(3)	(4)	Réelles	% Réel	Prévision	% Prévision	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	
1	Nombre de clients an 1	2 600	2 391	(209)	-8%	2 382	100%	9	0%	
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	3 750	2 884	(866)	-23%	2 875	100%	9	0%	
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	4 532	3 163	(1 369)	-30%	3 124	99%	39	1%	
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	4 939	3 411	(1 528)	-31%	3 146	92%	265	8%	
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	5 020	3 828	(1 192)	-24%	3 146	82%	682	18%	
6	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 1	9 068	8 499	(569)	-6%	8 491	100%	8	0%	
7	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 2 (cumulatif)	8 558	7 809	(750)	-9%	7 492	96%	317	4%	
8	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 3 (cumulatif)	9 864	7 576	(2 288)	-23%	6 369	84%	1 207	16%	
9	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 4 (cumulatif)	10 873	7 981	(2 892)	-27%	6 167	77%	1 814	23%	
10	Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 5 (cumulatif)	11 339	8 921	(2 417)	-21%	6 167	69%	2 755	31%	
11	Immobilisations (000 \$) an 0	11 073	7 582	(3 491)	-32%	7 575	100%	7	0%	
12	Immobilisations (000 \$) an 1	1 419	3 640	2 221	157%	3 640	100%	0	0%	
13	Immobilisations (000 \$) an 2	958	834	(125)	-13%	830	100%	3	0%	
14	Immobilisations (000 \$) an 3	525	631	105	20%	455	72%	176	28%	
15	Immobilisations (000 \$) an 4	119	665	545	458%	66	10%	598	90%	
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	167	167	100%	0	0%	167	100%	
17	<b>Total Immobilisations (incluant les frais généraux)</b>	<b>14 095</b>	<b>13 518</b>	<b>(577)</b>	<b>-4%</b>	<b>12 567</b>	<b>93%</b>	<b>951</b>	<b>7%</b>	
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	4 871	2 785	(2 086)	-43%	2 764	99%	20	1%	
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	1 705	1 476	(229)	-13%	1 174	80%	302	20%	
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	1 180	901	(279)	-24%	605	67%	296	33%	
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	759	759	(0)	0%	222	29%	537	71%	
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	128	697	569	445%	0	0%	697	100%	
23	<b>Total Subvention PRC</b>	<b>8 643</b>	<b>6 618</b>	<b>(2 025)</b>	<b>-23%</b>	<b>4 765</b>	<b>72%</b>	<b>1 853</b>	<b>28%</b>	
24	contributions clients <sup>3</sup> (000 \$) an 0	(243)	(248)	(5)	2%	(248)	100%	0	0%	
25	contributions clients (000 \$) an 1	(803)	(559)	244	-30%	(556)	100%	(3)	0%	
26	contributions clients (000 \$) an 2	(361)	(283)	78	-22%	(283)	100%	0	0%	
27	contributions clients (000 \$) an 3	(231)	(134)	97	-42%	(118)	88%	(16)	12%	
28	contributions clients (000 \$) an 4	(121)	(107)	14	-11%	(19)	17%	(88)	83%	
29	contributions clients (000 \$) an 5	(24)	(134)	(110)	452%	0	0%	(134)	100%	
30	<b>Total Contributions clients</b>	<b>(1 782)</b>	<b>(1 465)</b>	<b>318</b>	<b>-18%</b>	<b>(1 224)</b>	<b>84%</b>	<b>(241)</b>	<b>16%</b>	
31	<b>Total des investissements (000 \$) an 0</b>	<b>10 830</b>	<b>7 334</b>	<b>(3 496)</b>	<b>-32%</b>	<b>7 327</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>0%</b>	
32	Total des investissements (000 \$) an 1	5 488	5 866	378	7%	5 848	100%	18	0%	
33	Total des investissements (000 \$) an 2	2 302	2 027	(275)	-12%	1 721	85%	306	15%	
34	Total des investissements (000 \$) an 3	1 475	1 398	(77)	-5%	942	67%	456	33%	
35	Total des investissements (000 \$) an 4	758	1 317	559	74%	269	20%	1 047	80%	
36	Total des investissements (000 \$) an 5	104	730	626	605%	0	0%	730	100%	
37	<b>Total des investissements</b>	<b>20 955</b>	<b>18 671</b>	<b>(2 285)</b>	<b>-11%</b>	<b>16 108</b>	<b>86%</b>	<b>2 563</b>	<b>14%</b>	
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE <sup>4</sup> (2013)										
38	Impact sur les tarifs									
39	Pour la première année (000 \$)	190	(398)	(588)						
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	387	(24)	(411)						
41	Taux de rendement interne	9,97%	9,10%	-0,87%						
42	Point mort tarifaire (années)	6,59	1,00	(5,59)						
TARIFS RÉELS										
43	Impact sur les tarifs									
44	Pour la première année (000 \$)	190	(475)	(664)						
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	387	(751)	(1 138)						
46	Taux de rendement interne	9,97%	10,03%	0,06%						
47	Point mort tarifaire (années)	6,59	1,00	(5,59)						

1. Le terme a priori réfère aux résultats du plan de développement 2013 présenté dans le Rapport annuel 2013 (R-3871-2013, B-0066, 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 1<sup>er</sup> juillet 2015 et le 30 juin 2016, ou encore, sur les données a priori pour les clients n'ayant pas accumulé 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  
2013 A PRIORI vs 2013 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	A posteriori <sup>4</sup>	Écart a priori vs a posteriori	Écart a priori vs a posteriori	A priori	A posteriori	Écart a priori vs a posteriori	Écart a priori vs a posteriori	Proportion	A priori	A posteriori	Écart a priori vs a posteriori	Écart a priori vs a posteriori
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
1 Nombre de clients an 1	353	351	(2)	-1%	7	7	0	0%	2%	360	358	(2)	-1%
2 Nombre de clients an 2 (cumulatif)	353	351	(2)	-1%	7	7	0	0%	2%	360	358	(2)	-1%
3 Nombre de clients an 3 (cumulatif)	353	351	(2)	-1%	7	7	0	0%	2%	360	358	(2)	-1%
4 Nombre de clients an 4 (cumulatif)	353	351	(2)	-1%	7	7	0	0%	2%	360	358	(2)	-1%
5 Nombre de clients an 5 (cumulatif)	353	351	(2)	-1%	7	7	0	0%	2%	360	358	(2)	-1%
6 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 1	272	231	(41)	-15%	14	12	(2)	-15%	5%	287	243	(44)	-15%
7 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 2 (cumulatif)	272	229	(43)	-16%	14	12	(2)	-16%	5%	287	241	(46)	-16%
8 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 3 (cumulatif)	272	215	(57)	-21%	14	11	(3)	-21%	5%	287	226	(60)	-21%
9 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 4 (cumulatif)	272	215	(57)	-21%	14	11	(3)	-21%	5%	287	226	(60)	-21%
10 Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 5 (cumulatif)	272	215	(57)	-21%	14	11	(3)	-21%	5%	287	226	(60)	-21%
11 Immobilisations (000 \$) an 0	19	131	112	589%	0	3	3	100%	0%	19	134	115	605%
12 Immobilisations (000 \$) an 1	0	11	11	100%	0	0	0	100%	0%	0	11	11	100%
13 Immobilisations (000 \$) an 2	0	1	1	100%	0	0	0	100%	0%	0	1	1	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)	19	143	124	653%	0	3	3	100%	0%	19	146	127	668%
18 Subvention PRC (000 \$) an 1	197	180	(17)	-9%	6	6	0	0%	3%	203	186	(17)	-8%
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	197	181	(16)	-8%	6	6	0	0%	3%	203	187	(16)	-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	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	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)	(3)	0	0%	0	0	0	100%	0%	(3)	(3)	0	0%
31 Total des investissements (000 \$) an 0	16	128	112	700%	0	3	3	100%	0%	16	131	115	719%
32 Total des investissements (000 \$) an 1	197	191	(6)	-3%	6	6	0	0%	3%	203	197	(6)	-3%
33 Total des investissements (000 \$) an 2	0	2	2	100%	0	0	0	100%	0%	0	2	2	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	213	321	108	51%	6	9	3	50%	3%	219	330	111	51%
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE <sup>5</sup> (2013)													
38 Impact sur les tarifs													
39 Pour la première année (000 \$)	(66)	(11)	56		(2)	(2)	(0)			(13)	(13)	0	
40 Pour les cinq premières années (000 \$)	(101)	17	118		(8)	(6)	3			(57)	11	68	
41 Taux de rendement interne	25,67%	9,28%	-16,39%		57,88%	23,35%	-34,53%			20,71%	8,81%	-11,90%	
42 Point mort tarifaire (années)	1,00	11,62	10,62		1,00	1,00	0,00			1,00	12,04	11,04	
TARIFS RÉELS													
43 Impact sur les tarifs													
44 Pour la première année (000 \$)	(66)	2	68		(2)	(3)	(1)			(13)	(29)	(16)	
45 Pour les cinq premières années (000 \$)	(101)	(42)	59		(8)	(10)	(2)			(57)	(78)	(21)	
46 Taux de rendement interne	25,67%	13,97%	-11,70%		57,88%	34,80%	-23,08%			20,71%	14,61%	-6,10%	
47 Point mort tarifaire (années)	1,00	1,11	0,11		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 ajout de charge n'a été signée après 2013.

49 2. Les dossiers non mesurés a posteriori sont ceux pour lesquels il y eu d'autres ventes en ajout de charge après 2013.

50 3. Tous les dossiers réfèrent aux informations de l'ensemble des ventes signées en ajout de charge du plan de développement 2013 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 1<sup>er</sup> juillet 2015 et le 30 juin 2016. 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 2016, R-3992-2016**

Annexe 6  
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - NOUVEAUX CLIENTS ET AJOUTS DE CHARGE  
2013 A PRIORI VS 2013 A POSTERIORI

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)
<b>Nombre de clients an 1</b>	2 256	708	2 964	2 080	554	2 634	(176)	(154)	(330)	2 601	99%	33	1%
Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 165	708	2 873	2 101	576	2 677	(64)	(132)	(196)	2 643	99%	34	1%
Nombre de clients an 3 (cumulatif)	2 195	708	2 903	2 110	586	2 696	(85)	(122)	(207)	2 650	98%	46	2%
Nombre de clients an 4 (cumulatif)	2 198	708	2 906	2 084	586	2 670	(114)	(122)	(236)	2 611	98%	59	2%
Nombre de clients an 5 (cumulatif)	2 198	708	2 906	2 085	586	2 671	(113)	(122)	(235)	2 611	98%	60	2%
<b>Volumes (10<sup>3</sup>m<sup>3</sup>) an 1</b>	52 115	21 620	73 735	40 816	16 556	57 372	(11 299)	(5 064)	(16 363)	56 902	99%	469	1%
Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 2 (cumulatif)	46 167	21 620	67 787	40 551	15 351	55 902	(5 616)	(6 269)	(11 885)	55 429	99%	473	1%
Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 3 (cumulatif)	46 449	21 620	68 069	38 810	15 050	53 860	(7 639)	(6 570)	(14 209)	52 459	97%	1 401	3%
Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 4 (cumulatif)	47 057	21 620	68 677	37 029	15 081	52 110	(10 029)	(6 539)	(16 567)	48 747	94%	3 363	6%
Volumes (10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> ) an 5 (cumulatif)	47 057	21 620	68 677	37 359	15 030	52 389	(9 698)	(6 590)	(16 288)	48 696	93%	3 693	7%
<b>Immobilisations (000 \$) an 0</b>	20 928	2 405	23 332	15 964	2 275	18 239	(4 963)	(130)	(5 093)	18 239	100%	0	0%
Immobilisations (000 \$) an 1	201	0	201	6 888	187	7 075	6 687	187	6 874	7 011	99%	64	1%
Immobilisations (000 \$) an 2	106	0	106	761	23	784	655	23	678	679	87%	104	13%
Immobilisations (000 \$) an 3	11	0	11	491	11	502	481	11	492	369	73%	133	27%
Immobilisations (000 \$) an 4	0	0	0	26	0	26	26	0	26	2	7%	24	93%
Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
<b>Total Immobilisations (incluant les frais généraux)</b>	<b>21 245</b>	<b>2 405</b>	<b>23 650</b>	<b>24 131</b>	<b>2 496</b>	<b>26 626</b>	<b>2 885</b>	<b>91</b>	<b>2 976</b>	<b>26 301</b>	<b>99%</b>	<b>325</b>	<b>1%</b>
<b>Subvention PRC (000 \$) an 1</b>	6 888	1 611	8 499	4 551	1 269	5 820	(2 337)	(342)	(2 679)	5 741	99%	79	1%
Subvention PRC (000 \$) an 2	308	0	308	912	35	947	604	35	639	789	83%	158	17%
Subvention PRC (000 \$) an 3	30	0	30	969	253	1 222	940	253	1 192	230	19%	992	81%
Subvention PRC (000 \$) an 4	0	0	0	559	39	598	559	39	598	2	0%	596	100%
Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
<b>Total Subvention PRC</b>	<b>7 225</b>	<b>1 611</b>	<b>8 837</b>	<b>6 991</b>	<b>1 595</b>	<b>8 587</b>	<b>(234)</b>	<b>(16)</b>	<b>(250)</b>	<b>6 762</b>	<b>79%</b>	<b>1 825</b>	<b>21%</b>
<b>contributions clients<sup>3</sup> (000 \$) an 0</b>	(1 255)	(41)	(1 296)	(1 341)	(42)	(1 382)	(85)	(1)	(86)	(1 382)	100%	0	0%
contributions clients (000 \$) an 1	(303)	0	(303)	(122)	(0)	(122)	181	(0)	180	(122)	100%	0	0%
contributions clients (000 \$) an 2	(6)	0	(6)	(8)	(0)	(8)	(2)	(0)	(2)	(8)	100%	0	0%
contributions clients (000 \$) an 3	(7)	0	(7)	(1)	0	(1)	6	0	6	(1)	100%	0	0%
contributions clients (000 \$) an 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
<b>Total Contributions clients</b>	<b>(1 571)</b>	<b>(41)</b>	<b>(1 612)</b>	<b>(1 472)</b>	<b>(42)</b>	<b>(1 514)</b>	<b>99</b>	<b>(1)</b>	<b>98</b>	<b>(1 514)</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total des investissements (000 \$) an 0</b>	19 672	2 364	22 036	14 624	2 233	16 857	(5 049)	(131)	(5 180)	16 857	100%	0	0%
Total des investissements (000 \$) an 1	6 786	1 611	8 398	11 317	1 456	12 773	4 531	(156)	4 375	12 630	99%	142	1%
Total des investissements (000 \$) an 2	408	0	408	1 665	58	1 723	1 257	58	1 315	1 460	85%	263	15%
Total des investissements (000 \$) an 3	33	0	33	1 460	263	1 723	1 426	263	1 690	598	35%	1 125	65%
Total des investissements (000 \$) an 4	0	0	0	585	39	624	585	39	624	4	1%	620	99%
Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
<b>Total Investissements</b>	<b>26 900</b>	<b>3 976</b>	<b>30 875</b>	<b>29 650</b>	<b>4 049</b>	<b>33 699</b>	<b>2 751</b>	<b>73</b>	<b>2 824</b>	<b>31 549</b>	<b>94%</b>	<b>2 150</b>	<b>6%</b>
<b>GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE<sup>4</sup></b>													
<b>Impact sur les tarifs</b>													
Pour la première année (000 \$)	(4 155)	(1 482)	(5 637)	(4 025)	(1 321)	(5 346)	130	161	291				
Pour les cinq premières années (000 \$)	(17 131)	(6 836)	(23 967)	(13 405)	(4 871)	(18 276)	3 726	1 965	5 691				
<b>Taux de rendement interne</b>	21,42%	45,98%	24,39%	17,08%	35,46%	19,22%	-4,34%	-10,52%	-5,17%				
<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>													
<b>Impact sur les tarifs</b>													
Pour la première année (000 \$)	(4 155)	(1 482)	(5 637)	(4 300)	(1 832)	(6 129)	(145)	(350)	(492)				
Pour les cinq premières années (000 \$)	(17 131)	(6 836)	(23 967)	(15 835)	(7 036)	(22 848)	1 296	(199)	1 119				
<b>Taux de rendement interne</b>	21,42%	45,98%	24,39%	18,86%	48,29%	22,17%	-2,56%	2,31%	-2,22%				
<b>Point mort tarifaire (années)</b>	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00				

1. Le terme *a priori* réfère aux résultats du plan de développement 2013 présenté dans le Rapport annuel 2013 (R-3871-2013, B-0066, 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 1<sup>er</sup> juillet 2015 et le 30 juin 2016, ou encore, sur les données *a priori* pour les clients n'ayant pas accumulé 12 mois de consommation. Le modèle de 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 contribution (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.



**Société en commandite Gaz Métro**  
**Rapport annuel au 30 septembre 2016, R-3992-2016**

Annexe 7  
COMPARAISON DU PLAN DE DEVELOPPEMENT AFFAIRES - NOUVEAUX CLIENTS  
2013 A PRIORI vs 2013 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>	2 256	2 080	(176)	-8%	2 047	98%	33	2%	
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 165	2 101	(64)	-3%	2 067	98%	34	2%	
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	2 195	2 110	(85)	-4%	2 064	98%	46	2%	
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	2 198	2 084	(114)	-5%	2 025	97%	59	3%	
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	2 198	2 085	(113)	-5%	2 025	97%	60	3%	
6	<b>Volumes (10<sup>m3</sup>) an 1</b>	52 115	40 816	(11 299)	-22%	40 347	99%	469	1%	
7	Volumes (10 <sup>m3</sup> ) an 2 (cumulatif)	46 167	40 551	(5 616)	-12%	40 078	99%	473	1%	
8	Volumes (10 <sup>m3</sup> ) an 3 (cumulatif)	46 449	38 810	(7 639)	-16%	37 409	96%	1 401	4%	
9	Volumes (10 <sup>m3</sup> ) an 4 (cumulatif)	47 057	37 029	(10 029)	-21%	33 666	91%	3 363	9%	
10	Volumes (10 <sup>m3</sup> ) an 5 (cumulatif)	47 057	37 359	(9 698)	-21%	33 666	90%	3 693	10%	
11	<b>Immobilisations (000 \$) an 0</b>	20 928	15 964	(4 963)	-24%	15 964	100%	0	0%	
12	Immobilisations (000 \$) an 1	201	6 888	6 687	3323%	6 824	99%	64	1%	
13	Immobilisations (000 \$) an 2	106	761	655	618%	657	86%	104	14%	
14	Immobilisations (000 \$) an 3	11	491	481	4545%	358	73%	133	27%	
15	Immobilisations (000 \$) an 4	0	26	26	100%	2	7%	24	93%	
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%	
17	<b>Total Immobilisations (incluant les frais généraux)</b>	<b>21 245</b>	<b>24 131</b>	<b>2 885</b>	<b>14%</b>	<b>23 805</b>	<b>99%</b>	<b>325</b>	<b>1%</b>	
18	<b>Subvention PRC (000 \$) an 1</b>	6 888	4 551	(2 337)	-34%	4 472	98%	79	2%	
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	308	912	604	196%	754	83%	158	17%	
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	30	969	940	3164%	225	23%	745	77%	
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	0	559	559	100%	2	0%	557	100%	
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%	
23	<b>Total Subvention PRC</b>	<b>7 225</b>	<b>6 991</b>	<b>(234)</b>	<b>-3%</b>	<b>5 453</b>	<b>78%</b>	<b>1 539</b>	<b>22%</b>	
24	<b>contributions clients<sup>3</sup> (000 \$) an 0</b>	(1 255)	(1 341)	(85)	7%	(1 341)	100%	0	0%	
25	contributions clients (000 \$) an 1	(303)	(122)	181	-60%	(122)	100%	0	0%	
26	contributions clients (000 \$) an 2	(6)	(8)	(2)	36%	(8)	100%	0	0%	
27	contributions clients (000 \$) an 3	(7)	(1)	6	-81%	(1)	100%	0	0%	
28	contributions clients (000 \$) an 4	0	0	0	100%	0	100%	0	0%	
29	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%	
30	<b>Total Contributions clients</b>	<b>(1 571)</b>	<b>(1 472)</b>	<b>99</b>	<b>-6%</b>	<b>(1 472)</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	
31	<b>Total des investissements (000 \$) an 0</b>	19 672	14 624	(5 049)	-26%	14 624	100%	0	0%	
32	Total des investissements (000 \$) an 1	6 786	11 317	4 531	67%	11 175	99%	142	1%	
33	Total des investissements (000 \$) an 2	408	1 665	1 257	308%	1 402	84%	263	16%	
34	Total des investissements (000 \$) an 3	33	1 460	1 426	4312%	582	40%	878	60%	
35	Total des investissements (000 \$) an 4	0	585	585	100%	4	1%	581	99%	
36	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%	
37	<b>Total des investissements</b>	<b>26 900</b>	<b>29 650</b>	<b>2 751</b>	<b>10%</b>	<b>27 786</b>	<b>94%</b>	<b>1 864</b>	<b>6%</b>	
38	<b>GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE<sup>4</sup></b>									
39	<b>Impact sur les tarifs</b>									
40	Pour la première année (000 \$)	(4 155)	(4 025)	130						
41	Pour les cinq premières années (000 \$)	(17 131)	(13 405)	3 726						
42	<b>Taux de rendement interne</b>	21,42%	17,08%	-4,34%						
43	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	1,00	1,00	0,00						
44	<b>TARIFS RÉELS</b>									
45	<b>Impact sur les tarifs</b>									
46	Pour la première année (000 \$)	(4 155)	(4 300)	(145)						
47	Pour les cinq premières années (000 \$)	(17 131)	(15 835)	1 296						
48	<b>Taux de rendement interne</b>	21,42%	18,86%	-2,56%						
49	<b>Point mort tarifaire (années)</b>	1,00	1,00	0,00						

1. Le terme *a priori* réfère aux résultats du plan de développement 2013 présenté dans le Rapport annuel 2013 (R-3871-2013, B-0066, 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 1<sup>er</sup> juillet 2015 et le 30 juin 2016, ou encore, sur les données *a priori* pour les clients n'ayant pas accumulé 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 contribution (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  
2013 A PRIORI vs 2013 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	523	382	(141)	-27%	185	172	(13)	-7%	26%	708	554	(154)	-22%
2 Nombre de clients an 2 (cumulatif)	523	404	(119)	-23%	185	172	(13)	-7%	26%	708	576	(132)	-19%
3 Nombre de clients an 3 (cumulatif)	523	414	(109)	-21%	185	172	(13)	-7%	26%	708	586	(122)	-17%
4 Nombre de clients an 4 (cumulatif)	523	414	(109)	-21%	185	172	(13)	-7%	26%	708	586	(122)	-17%
5 Nombre de clients an 5 (cumulatif)	523	414	(109)	-21%	185	172	(13)	-7%	26%	708	586	(122)	-17%
6 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 1	16 551	13 227	(3 324)	-20%	5 069	3 329	(1 740)	-34%	23%	21 620	16 556	(5 064)	-23%
7 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 2 (cumulatif)	16 551	12 022	(4 529)	-27%	5 069	3 329	(1 740)	-34%	23%	21 620	15 351	(6 269)	-29%
8 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 3 (cumulatif)	16 551	11 721	(4 830)	-29%	5 069	3 329	(1 740)	-34%	23%	21 620	15 050	(6 570)	-30%
9 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 4 (cumulatif)	16 551	11 752	(4 799)	-29%	5 069	3 329	(1 740)	-34%	23%	21 620	15 081	(6 539)	-30%
10 Volumes (10 <sup>m</sup> ) an 5 (cumulatif)	16 551	11 701	(4 850)	-29%	5 069	3 329	(1 740)	-34%	23%	21 620	15 030	(6 590)	-30%
11 Immobilisations (000 \$) an 0	1 754	1 742	(12)	-1%	651	533	(118)	-18%	27%	2 405	2 275	(130)	-5%
12 Immobilisations (000 \$) an 1	0	136	136	100%	0	51	51	100%	0%	0	187	187	100%
13 Immobilisations (000 \$) an 2	0	12	12	100%	0	11	11	100%	0%	0	23	23	100%
14 Immobilisations (000 \$) an 3	0	10	10	100%	0	1	1	100%	0%	0	11	11	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)	1 754	1 900	146	8%	651	596	(55)	-8%	27%	2 405	2 496	91	4%
18 Subvention PRC (000 \$) an 1	1 182	937	(244)	-21%	430	332	(98)	-23%	27%	1 611	1 269	(342)	-21%
19 Subvention PRC (000 \$) an 2	0	26	26	100%	0	9	9	100%	0%	0	35	35	100%
20 Subvention PRC (000 \$) an 3	0	190	190	100%	0	63	63	100%	0%	0	253	253	100%
21 Subvention PRC (000 \$) an 4	0	32	32	100%	0	7	7	100%	0%	0	39	39	100%
22 Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
23 Total Subvention PRC	1 182	1 185	4	0%	430	410	(20)	-5%	27%	1 611	1 595	(16)	-1%
24 contributions clients (000 \$) an 0	(39)	(41)	(1)	3%	(1)	(1)	0	0%	3%	(41)	(42)	(1)	3%
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	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	(39)	(41)	(1)	3%	(1)	(2)	(0)	25%	3%	(41)	(42)	(1)	3%
31 Total des investissements (000 \$) an 0	1 715	1 701	(13)	-1%	650	532	(118)	-18%	27%	2 364	2 233	(131)	-6%
32 Total des investissements (000 \$) an 1	1 182	1 074	(108)	-9%	430	382	(48)	-11%	27%	1 611	1 456	(156)	-10%
33 Total des investissements (000 \$) an 2	0	38	38	100%	0	20	20	100%	0%	0	58	58	100%
34 Total des investissements (000 \$) an 3	0	200	200	100%	0	64	64	100%	0%	0	263	263	100%
35 Total des investissements (000 \$) an 4	0	32	32	100%	0	7	7	100%	0%	0	39	39	100%
36 Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	100%
37 Total Investissements	2 896	3 044	148	5%	1 079	1 005	(75)	-7%	27%	3 976	4 049	73	2%
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE <sup>5</sup>													
38 Impact sur les tarifs													
39 Pour la première année (000 \$)	(1 129)	(1 094)	34		(354)	(227)	126			(1 482)	(1 321)	161	
40 Pour les cinq premières années (000 \$)	(5 191)	(3 834)	1 357		(1 645)	(1 037)	608			(6 836)	(4 871)	1 965	
41 Taux de rendement interne	47,65%	36,75%	-10,90%		41,59%	31,74%	-9,85%			45,98%	35,46%	-10,52%	
42 Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	0		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 \$)	(1 129)	(1 499)	(370)		(354)	(334)	20			(1 482)	(1 832)	(350)	
45 Pour les cinq premières années (000 \$)	(5 191)	(5 546)	(355)		(1 645)	(1 489)	155			(6 836)	(7 036)	(199)	
46 Taux de rendement interne	47,65%	50,48%	2,83%		41,59%	41,99%	0,40%			45,98%	48,29%	2,31%	
47 Point mort tarifaire (années)	1,00	1,00	0		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 ajout de charge n'a été signée après 2013.

49 2. Les dossiers non mesurés a posteriori sont ceux pour lesquels il y eu d'autres ventes en ajout de charge après 2013.

50 3. Tous les dossiers réfèrent aux informations de l'ensemble des ventes signées en ajout de charge du plan de développement 2013 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 1<sup>er</sup> juillet 2015 et le

52 30 juin 2016. 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.