

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION..... 3

1 CARACTÉRISATION DÉTAILLÉE DES COMPTEURS NE GÉNÉRANT PAS DE REVENU..... 3

1.1 Méthodologie..... 3

1.2 Résultats..... 4

2 CARACTÉRISATION DÉTAILLÉE DES INSTALLATIONS N'AYANT JAMAIS FAIT L'OBJET DE FACTURATION..... 8

2.1 Méthodologie..... 8

2.2 Résultats..... 7

PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2016-2017

3 INFORMATION INTÉGRÉE AU PLAN DE DÉVELOPPEMENT..... 9

4 PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2016-2017..... 10

CONCLUSION..... 10

PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2016-2017

SUIVIS DE LA DÉCISION D-2015-214

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	3
1 CARACTÉRISATION DÉTAILLÉE DES COMPTEURS NE GÉNÉRANT PAS DE REVENU.....	3
1.1 Méthodologie	3
1.2 Résultats.....	4
2 CARACTÉRISATION DÉTAILLÉE DES INSTALLATIONS N'AYANT JAMAIS FAIT L'OBJET DE FACTURATION	6
2.1 Méthodologie	6
2.2 Résultats.....	7
3 INFORMATION INTÉGRÉE AU PLAN DE DÉVELOPPEMENT	9
4 PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2016-2017	10
CONCLUSION.....	10

INTRODUCTION

1 Dans sa décision D-2015-214, la Régie de l'énergie (la « Régie ») demandait à Société en
2 commandite Gaz Métro (« Gaz Métro ») de lui présenter deux suivis en ce qui a trait au plan de
3 développement :

- 4 • la Régie demande à Gaz Métro de produire une caractérisation détaillée des compteurs
5 ne générant pas de revenu et d'intégrer cette information au niveau des analyses de
6 rentabilité du plan de développement; et
- 7 • la Régie demande également que les installations n'ayant jamais fait l'objet de facturation
8 soient prises en compte dans l'analyse des clients perdus et qu'un suivi à cet égard soit
9 déposé lors du prochain dossier tarifaire.

10 Dans ce contexte, Gaz Métro présente premièrement la méthodologie utilisée et les résultats de
11 l'analyse effectuée en regard de la caractérisation détaillée des compteurs ne générant pas de
12 revenu, deuxièmement, la méthodologie utilisée et les résultats de l'analyse portant sur les
13 installations n'ayant jamais fait l'objet de facturation, alors que troisièmement, Gaz Métro définit
14 la méthodologie retenue pour intégrer l'information de ces suivis à l'élaboration du plan de
15 développement. Enfin, Gaz Métro conclut par la présentation du plan de développement des
16 nouvelles ventes 2016-2017.

1 CARACTÉRISATION DÉTAILLÉE DES COMPTEURS NE GÉNÉRANT PAS DE REVENU

17 Cette section présente la méthodologie utilisée et les analyses effectuées en lien avec la
18 caractérisation détaillée des compteurs ne générant pas de revenu.

1.1 MÉTHODOLOGIE

19 En premier lieu, il est important de comprendre que la caractérisation des compteurs ne générant
20 pas de revenu se fait sur la base des installations¹. Gaz Métro n'associe pas le statut d'un compte
21 de contrat directement à un compteur. Un client est identifié par un compte de contrat qui est

¹ R-3879-2014, Cause tarifaire 2015, B-0551, Gaz Métro-27, Document 3, question 2.2.

1 associé à une installation. C'est par le numéro d'installation (adresse de service) que s'effectue
2 la facturation. Le cadre d'analyse porte donc sur les installations inactives (ne générant pas de
3 revenu) en date du 1^{er} février 2016. Pour tenir compte des différents cycles de facturation,
4 Gaz Métro considère un client comme étant inactif au 1^{er} février 2016 si le numéro d'installation
5 associé n'a pas été facturé au courant de décembre, janvier et février dernier.

6 De surcroît, Gaz Métro a débuté son suivi des compteurs ne générant pas de revenu à partir de
7 la cohorte des compteurs installés dans l'année financière 2013 et liés à de nouvelles ventes. Tel
8 que mentionné au suivi de la décision D-2013-106², il n'est pas possible de retracer les
9 informations de consommation pour toutes les installations pour les années financières
10 antérieures à 2013. Lors de la migration de l'ancien système de facturation à SAP, les comptes
11 de contrat inactifs n'ont pas été traités. Ils n'ont donc pas pu être assignés à une installation.
12 Ainsi, Gaz Métro ne peut pas identifier à quel moment la consommation à cette installation a
13 cessé, et déterminer si une facture a déjà été émise pour cette installation.

14 Cependant, les compteurs installés depuis l'année financière 2013 peuvent être associés à des
15 installations et conséquemment être caractérisés en les croisant avec la base de données des
16 nouvelles ventes.

1.2 RÉSULTATS

17 Pour l'année financière 2013, Gaz Métro a procédé à la pose de 5 466 nouveaux compteurs liés
18 à de nouvelles ventes. Ces compteurs sont associés à 5 464 installations. De ces 5 464
19 installations, 294 étaient inactives en date du 1^{er} février 2016. Pour l'année financière 2014,
20 Gaz Métro a procédé à la pose de 5 275 nouveaux compteurs liés à de nouvelles ventes. Ces
21 compteurs sont associés à 5 274 installations. De ces 5 274 installations, 269 étaient inactives
22 en date du 1^{er} février 2016.

23 Les tableaux ci-dessous présentent la caractérisation des installations inactives en date du
24 1^{er} février 2016 et qui sont associées à des poses de compteurs effectuées pour les années
25 financières 2013 et 2014.

² R-3837-2013, B-0096, Gaz Métro-7, Document 3, section 1.4 et R-3879-2014, B-0551, Gaz Métro-27, Document 3, question 2.5.

Tableau 1
Installations associées à un compte actif ou inactif en date du 1^{er} février 2016

Marché	Nombre	Volume signé (m ³)
Cohorte de l'année 2013	5 464	47 306 125
Résidentiel	3 644	8 334 017
Affaires	1 820	38 972 108
Cohorte de l'année 2014	5 274	49 689 949
Résidentiel	3 583	8 389 649
Affaires	1 691	41 300 300

Tableau 2
Installations associées à un compte inactif en date du 1^{er} février 2016

Marché	Nombre	Volume signé (m ³)
Cohorte de l'année 2013	294	1 589 765
Résidentiel	210	452 445
Affaires	84	1 137 320
Cohorte de l'année 2014	269	2 391 175
Résidentiel	167	350 725
Affaires	102	2 040 450

Tableau 3
Proportion des installations associées à un compte inactif
sur les installations associées à un compte actif ou inactif en date du 1^{er} février 2016

Marché	Nombre	Volume signé (m ³)
Cohorte de l'année 2013	5,4 %	3,4 %
Résidentiel	5,8 %	5,4 %
Affaires	4,6 %	2,9 %
Cohorte de l'année 2014	5,1 %	4,8 %
Résidentiel	4,7 %	4,2 %
Affaires	6,0 %	4,9 %
Moyenne des cohortes 2013 et 2014	5,2 %	4,1 %
Résidentiel	5,2 %	4,8 %
Affaires	5,3 %	3,9 %

Tableau 4
Répartition par type d'usage des installations associées
à un compte inactif en date du 1^{er} février 2016

Marché	Chauffage	Eau chaude	Chauffage et eau chaude	Procédé	Périphériques seuls	Périphériques projets	Total
Cohorte de l'année 2013	88	4	25	18	2	157	294
Résidentiel	26	2	23	0	2	157	210
Affaires	62	2	2	18	0	0	84
Cohorte de l'année 2014	81	24	18	24	1	121	269
Résidentiel	6	24	15	0	1	121	167
Affaires	75	0	3	24	0	0	102

Notes : Les usages des installations sont déterminés par le type d'appareil visé au moment d'une nouvelle vente :

- Chauffage : appareil de chauffage de l'air d'un bâtiment.
- Eau chaude : appareil de chauffage de l'eau d'un bâtiment.
- Chauffage et eau chaude : appareils de chauffage de l'air et de l'eau d'un bâtiment (sans périphériques).
- Procédé : appareils de procédé commercial ou industriel qui nécessitent une quantité importante d'énergie.
- Périphériques seuls : appareils périphériques (cuisinières, foyers, BBQ, chauffe-piscines, etc.) installés qui ne sont pas à l'intérieur d'un projet et qui ne sont pas accompagnés d'un autre appareil.
- Périphériques projets : appareils périphériques (cuisinières, foyers, BBQ, chauffe-piscines, etc.) installés qui sont à l'intérieur d'un projet et qui sont accompagnés d'un ou de plusieurs appareils (chauffage, eau chaude, etc.).

2 CARACTÉRISATION DÉTAILLÉE DES INSTALLATIONS N'AYANT JAMAIS FAIT L'OBJET DE FACTURATION

1 Cette section présente la méthodologie utilisée et les résultats de l'analyse portant sur les
2 installations n'ayant jamais fait l'objet de facturation.

2.1 MÉTHODOLOGIE

3 L'analyse de caractérisation détaillée des installations n'ayant jamais fait l'objet de facturation est
4 dans les faits une sous-analyse des installations inactives en date du 1^{er} février 2016. En effet,
5 une portion des installations inactives au 1^{er} février 2016 n'a jamais été facturée. Pour être
6 qualifiée d'installation n'ayant jamais fait l'objet de facturation, aucun client associé à l'installation
7 ne doit avoir été facturé. La méthodologie est ainsi similaire à celle utilisée pour les installations
8 ne générant pas de revenu.

2.2 RÉSULTATS

1 Pour l'année financière 2013, Gaz Métro a procédé à la pose de 5 466 nouveaux compteurs liés
 2 à des nouvelles ventes. Ces compteurs sont associés à 5 464 installations. De ces 5 464
 3 installations, 178 n'ont jamais été facturées en date du 1^{er} février 2016. Pour l'année financière
 4 2014, Gaz Métro a procédé à la pose de 5 275 nouveaux compteurs liés à des nouvelles ventes.
 5 Ces compteurs sont associés à 5 274 installations. De ces 5 274 installations, 139 n'ont jamais
 6 été facturées en date du 1^{er} février 2016.

7 Les tableaux ci-dessous présentent la caractérisation des installations n'ayant jamais fait l'objet
 8 de facturation en date du 1^{er} février 2016 et qui sont associées à des poses de compteurs
 9 effectuées en 2012-2013 et 2013-2014.

Tableau 5
Installations associées à un compte
n'ayant pas fait l'objet de facturation en date du 1^{er} février 2016

Marché	Nombre	Volume signé (m ³)
Cohorte de l'année 2013	178	440 898
Résidentiel	137	79 189
Affaires	41	361 709
Cohorte de l'année 2014	139	533 917
Résidentiel	110	149 431
Affaires	29	384 486

Tableau 6
Proportion des installations associées à un compte
n'ayant pas fait l'objet de facturation sur les comptes actifs et inactifs
en date du 1^{er} février 2016

Marché	Nombre	Volume signé (m ³)
Cohorte de l'année 2013	3,3 %	0,9 %
Résidentiel	3,8 %	1,0 %
Affaires	2,3 %	0,9 %
Cohorte de l'année 2014	2,6 %	1,1 %
Résidentiel	3,1 %	1,8 %
Affaires	1,7 %	0,9 %
Moyenne des cohortes 2013 et 2014	2,9 %	1,0 %
Résidentiel	3,4 %	1,4 %
Affaires	2,0 %	0,9 %

Tableau 7
Répartition par type d'usage des installations associées à un compte
n'ayant pas fait l'objet de facturation en date du 1^{er} février 2016

Marché	Chauffage	Eau chaude	Chauffage et eau chaude	Procédé	Périphériques seuls	Périphériques projets	Total
Cohorte de l'année 2013	44	2	23	4	1	104	178
Résidentiel	9	1	22	0	1	104	137
Affaires	35	1	1	4	0	0	41
Cohorte de l'année 2014	21	14	16	9	1	78	139
Résidentiel	3	14	14	0	1	78	110
Affaires	18	0	2	9	0	0	29

Notes : Les usages des installations sont déterminés par le type d'appareil visé au moment d'une nouvelle vente :

- Chauffage : appareil de chauffage de l'air d'un bâtiment.
- Eau chaude : appareil de chauffage de l'eau d'un bâtiment.
- Chauffage et eau chaude : appareils de chauffage de l'air et de l'eau d'un bâtiment (sans périphériques).
- Procédé : appareils de procédé commercial ou industriel qui nécessitent une quantité importante d'énergie.
- Périphériques seuls : appareils périphériques (cuisinières, foyers, BBQ, chauffe-piscines, etc.) installés qui ne sont pas à l'intérieur d'un projet et qui ne sont pas accompagnés d'un autre appareil.
- Périphériques projets : appareils périphériques (cuisinières, foyers, BBQ, chauffe-piscines, etc.) installés qui sont à l'intérieur d'un projet et qui sont accompagnés d'un ou de plusieurs appareils (chauffage, eau chaude, etc.).

3 INFORMATION INTÉGRÉE AU PLAN DE DÉVELOPPEMENT

1 Les résultats des analyses précédentes ont été utilisés dans l'élaboration du plan de
2 développement des nouvelles ventes 2016-2017. À partir des analyses effectuées et des résultats
3 obtenus, des ajustements ont été intégrés au plan de développement permettant notamment de
4 prendre en compte de façon plus exhaustive les installations ne générant pas de revenu. Plus
5 précisément, voici la méthodologie développée pour le plan de développement des nouvelles
6 ventes 2016-2017.

7 Tel que réalisé dans les plans de développement antérieurs, de nouvelles ventes ont été prévues
8 par marché pour l'année 2016-2017. De ces ventes, celles provenant de projets des années
9 antérieures sont soustraites, alors que les ventes futures prévues aux années 2 à 5 du plan
10 provenant des nouveaux projets sont ajoutées.

11 Une fois les nouvelles ventes réparties par marché et sur les cinq années du plan, il est prévu
12 qu'une proportion de projets ou ventes soit annulée. Pour ces ventes annulées, aucun client,
13 volume et investissement n'est considéré. Un taux moyen historique d'annulation des ventes est
14 ainsi appliqué et permet de déterminer l'espérance de ventes qui se réaliseront. C'est à partir de
15 ces ventes que l'évaluation des investissements est prévue.

16 Tel qu'identifié dans la section 2, une proportion des installations n'a jamais fait l'objet de
17 facturation, et ce, même si de nouveaux compteurs y sont associés. Dans le plan de
18 développement des nouvelles ventes, il est ainsi considéré que certaines ventes vont exiger des
19 investissements, mais elles ne généreront pas de volumes et de revenu³. C'est pourquoi les
20 investissements sont évalués en fonction des ventes qui se réaliseront. Par ailleurs, le nombre
21 de clients et les volumes sont estimés en soustrayant des ventes réalisées celles qui ne
22 généreront pas de revenu. Les taux d'ajustement utilisés par marché sont ceux présentés à la
23 section 2 du présent document, soit la moyenne des cohortes 2012-2013 et 2013-2014. Ces taux
24 appliqués aux ventes qui se réaliseront permettent d'établir le nombre de clients et les volumes
25 prévus qui généreront des revenus.

³ Cette hypothèse se veut conservatrice, puisqu'il est possible que ces installations soient facturées sur un horizon de 40 ans.

- 1 En dernier lieu, les volumes prévus des clients qui génèrent des revenus ont été ajustés en
2 fonction d'un taux de maturation par marché.

4 PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2016-2017

- 3 Le tableau suivant présente le plan de développement des nouvelles ventes pour 2016-2017.

Ligne	Description	PETIT ET MOYEN DÉBIT (PMD)									GRANDES ENTREPRISES			TOTAL			
		RÉSIDENTIEL			AFFAIRES			TOTAL PMD			Nouveaux clients (10)	Ajuts de charge (11)	Total (12)	Nouveaux clients (13)	Ajuts de charge (14)	Renforcement du réseau (15)	Total (16)
Nouveaux clients (1)	Ajuts de charge (2)	Total (3)	Nouveaux clients (4)	Ajuts de charge (5)	Total (6)	Nouveaux clients (7)	Ajuts de charge (8)	Total (9)									
1	Nombre de clients an 1	1 963	259	2 221	2 218	673	2 891	4 181	931	5 112	1	2	3	4 182	933	-	5 115
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 418	259	2 677	2 217	673	2 890	4 636	931	5 567	1	2	3	4 637	933	-	5 570
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	2 845	259	3 104	2 236	673	2 909	5 082	931	6 013	1	2	3	5 083	933	-	6 016
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	3 056	259	3 315	2 241	673	2 913	5 297	931	6 228	1	2	3	5 298	933	-	6 231
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	3 146	259	3 405	2 244	673	2 917	5 390	931	6 322	1	2	3	5 391	933	-	6 325
6	Volumes (10 ⁶ m ³) an 1	6 250	210	6 460	51 321	19 553	70 874	57 570	19 763	77 334	25 550	2 272	27 822	83 120	22 035	-	105 155
7	Volumes (10 ⁶ m ³) an 2 (cumulatif)	5 301	210	5 511	47 188	19 553	66 742	52 490	19 763	72 253	25 550	3 342	28 892	78 040	23 105	-	101 145
8	Volumes (10 ⁶ m ³) an 3 (cumulatif)	6 355	210	6 565	47 534	19 553	67 088	53 889	19 763	73 653	25 550	3 342	28 892	79 438	23 105	-	102 545
9	Volumes (10 ⁶ m ³) an 4 (cumulatif)	6 876	210	7 086	47 715	19 553	67 268	54 591	19 763	74 354	25 550	4 474	30 024	80 141	24 238	-	104 378
10	Volumes (10 ⁶ m ³) an 5 (cumulatif)	7 098	210	7 308	47 874	19 553	67 428	54 972	19 763	74 736	25 550	4 474	30 024	80 522	24 238	-	104 760
11	Immobilisations (000 \$) an 0	10 525	19	10 544	32 922	2 915	35 836	43 447	2 934	48 361	286	514	801	43 733	3 448	1 168	48 350
12	Immobilisations (000 \$) an 1	1 044	-	1 044	616	-	616	1 660	-	1 660	-	-	-	1 660	-	-	1 660
13	Immobilisations (000 \$) an 2	868	-	868	341	-	341	1 209	-	1 209	-	-	-	1 209	-	-	1 209
14	Immobilisations (000 \$) an 3	429	-	429	75	-	75	504	-	504	-	-	-	504	-	-	504
15	Immobilisations (000 \$) an 4	183	-	183	64	-	64	247	-	247	-	-	-	247	-	-	247
16	Immobilisations (000 \$) an 5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17	(Incluant les frais généraux et UMQ)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	3 077	168	3 245	5 503	1 276	6 779	8 580	1 444	10 024	-	-	-	8 580	1 444	-	10 024
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	893	-	893	193	-	193	1 087	-	1 087	-	-	-	1 087	-	-	1 087
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	743	-	743	31	-	31	773	-	773	-	-	-	773	-	-	773
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	367	-	367	16	-	16	383	-	383	-	-	-	383	-	-	383
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	157	-	157	14	-	14	171	-	171	-	-	-	171	-	-	171
23	Contributions clients ¹ (000 \$) an 0	(147)	(2)	(149)	(1 598)	(26)	(1 624)	(1 745)	(28)	(1 773)	-	-	-	(1 745)	(28)	-	(1 773)
24	contributions clients (000 \$) an 1	(1 087)	(4)	(1 091)	(803)	(2)	(805)	(1 890)	(6)	(1 896)	-	-	-	(1 890)	(6)	-	(1 896)
25	contributions clients (000 \$) an 2	(146)	-	(146)	(5)	-	(5)	(152)	-	(152)	-	-	-	(152)	-	-	(152)
26	contributions clients (000 \$) an 3	(122)	-	(122)	(2)	-	(2)	(123)	-	(123)	-	-	-	(123)	-	-	(123)
27	contributions clients (000 \$) an 4	(60)	-	(60)	(0)	-	(0)	(61)	-	(61)	-	-	-	(61)	-	-	(61)
28	contributions clients (000 \$) an 5	(26)	-	(26)	(0)	-	(0)	(26)	-	(26)	-	-	-	(26)	-	-	(26)
29	Total des investissements (000 \$) an 0	10 378	17	10 395	31 324	2 889	34 212	41 702	2 906	44 608	286	514	801	41 988	3 420	1 168	46 576
30	Total des investissements (000 \$) an 1	3 034	164	3 198	5 316	1 274	6 590	8 350	1 438	9 788	-	-	-	8 350	1 438	-	9 788
31	Total des investissements (000 \$) an 2	1 615	-	1 615	529	-	529	2 144	-	2 144	-	-	-	2 144	-	-	2 144
32	Total des investissements (000 \$) an 3	1 050	-	1 050	104	-	104	1 154	-	1 154	-	-	-	1 154	-	-	1 154
33	Total des investissements (000 \$) an 4	490	-	490	80	-	80	570	-	570	-	-	-	570	-	-	570
34	Total des investissements (000 \$) an 5	131	-	131	14	-	14	145	-	145	-	-	-	145	-	-	145
35	Impact sur les tarifs																
36	Pour la première année (000 \$)	277	(2)	275	(4 482)	(2 016)	(6 498)	(4 205)	(2 018)	(6 223)	(623)	(1)	(624)	(4 828)	(2 020)	120	(6 727)
37	Pour les cinq premières années (000 \$)	1 205	(11)	1 194	(18 000)	(8 798)	(28 798)	(18 795)	(8 809)	(25 604)	(2 682)	(246)	(2 928)	(19 477)	(9 055)	463	(28 069)
38	Taux de rendement interne	8,39%	15,65%	8,46%	17,44%	51,96%	20,67%	14,82%	50,84%	17,36%	168,93%	17,65%	69,70%	15,72%	46,38%	0,00%	17,79%
39	Point mort tarifaire (années)	13,01	1,00	12,80	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	-	1,00

40 ¹ Les contributions clients regroupent la contribution de raccordement de 300 \$ ainsi que toutes les autres contributions faites par les clients.

CONCLUSION

- 4 **Gaz Métro demande à la Régie de prendre acte des suivis.**