

**RENTABILITÉ A POSTERIORI DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2014
SUIVI APRÈS TROIS ANS****MARCHÉS RÉSIDENTIEL ET AFFAIRES**

1 Énergir, s.e.c. (« Énergir ») présente au Rapport annuel 2017 la rentabilité *a posteriori*,
2 comparativement à la rentabilité *a priori* du marché résidentiel et du marché affaires du plan de
3 développement 2014.

4 Énergir présente aussi l'analyse des écarts significatifs afin de répondre à la demande de la Régie
5 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), Énergir est dispensée de produire et de
10 déposer le suivi *a posteriori* du plan de développement 2011 (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, Énergir soumet à la section 1.1
13 les hypothèses de calcul utilisées pour établir la rentabilité *a posteriori* du plan de développement
14 2014. Les hypothèses sont les mêmes que celles énumérées au Rapport annuel 2016
15 (R-3992-2016, B-0076, 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 2014 s'élèvent
2 à 54 680 \$ sur des investissements en immobilisations *a posteriori* totalisant 43,2 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 2014 pour l'ensemble du marché résidentiel. Selon la grille tarifaire d'origine, le taux de
7 rendement (TRI) *a posteriori* est de 7,24 % et le point mort de 17,11 ans, comparativement à un
8 TRI *a priori* de 9,22 % et à un point mort de 8,86 ans. Cette diminution du TRI de 1,98 % s'explique
9 principalement par des volumes inférieurs de 1 879 10³m³ ou de 22 %, compensée en partie par
10 une réduction des investissements de 0,5 M\$ ou de 3 %. La baisse des volumes et l'arrivée des
11 clients sur une plus longue période que prévu expliquent en majeure partie l'écart défavorable de
12 8,25 ans que l'on 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 7,43 % et le point mort se situe à 15,92 ans.

14 Énergir tient à souligner que le contexte économique du Québec dans lequel les clients ont évolué
15 au cours de la période 2014 à 2016 a été défavorable par rapport à ce qui avait été prévu. En
16 effet, comme démontré dans le tableau ci-dessous, la croissance du produit intérieur brut (PIB)
17 réel sur trois ans démontre une évolution nettement inférieure à la prévision. Ce ralentissement
18 économique pourrait avoir affecté le comportement des clients d'Énergir et ainsi expliquer, en
19 partie, les écarts défavorables du nombre de clients et de volume pour le plan de développement
20 2014.

Croissance du PIB¹

	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Prévu	2,0 %	1,8 %	1,9 %	2,0 %
Réel	1,4 %	1,3 %	1,3 %	2,4 %

2.2 ANALYSE DES ÉCARTS SIGNIFICATIFS DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL – GLOBAL

1 L'écart défavorable des volumes de 1 879 10³m³ et de la baisse des investissements de 0,5 M\$
 2 est principalement attribuable au segment des nouveaux clients, lequel présente une
 3 consommation inférieure de 1 846 10³m³ et des investissements moins élevés que prévu, pour
 4 un montant de 0,6 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 2014 du marché résidentiel des nouveaux clients. Le TRI *a posteriori* calculé
 8 selon la grille tarifaire d'origine est de 7,35 % et le point mort est de 16,38 ans, comparativement
 9 à un TRI *a priori* de 9,10 % et à un point mort de 9,30 ans. Cette baisse du TRI de 1,75 %
 10 s'explique essentiellement par une baisse des volumes de 23 % ou de 1 846 10³m³. L'effet
 11 défavorable de la baisse des volumes sur la rentabilité est partiellement compensé par la
 12 réduction des investissements totaux de 4 % ou de 0,6 M\$. La baisse des volumes et l'arrivée
 13 des clients sur une plus longue période que prévu expliquent en majeure partie l'écart défavorable
 14 de 7,08 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 7,49 % et le point mort se situe à 15,50 ans.

¹ Conference Board du Canada, Produit intérieur brut au prix de base par industrie, toutes les industries, Québec.

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

1 À la cinquième année, le nombre de clients *a posteriori* est inférieur de 12 % à ce qui avait été
2 prévu, représentant 417 clients sur une prévision de 3 493 clients. Pour cette même année, les
3 volumes sont en baisse de 23 %, représentant 1 846 10³m³ sur un volume prévu de 8 170 10³m³.
4 Ces écarts s'expliquent principalement par :

- 5 • une progression des ventes inférieure à la prévision pour un groupe de 16 projets
6 domiciliaires du segment de la nouvelle construction. Ce segment comprend 86 projets
7 au total. À lui seul, le groupe de 16 projets génère un écart défavorable de 311 clients
8 et un écart de volume défavorable de 1 018 10³m³;
- 9 • un groupe de 103 ventes appartenant au segment de la conversion résidentielle qui
10 ont consommé moins que prévu. Ce segment comprend 1 020 ventes au total et à lui
11 seul, le groupe de 103 ventes génère un écart de volume de 257 000 m³; et
- 12 • des ventes annulées générant un écart défavorable de 18 clients et un écart de volume
13 de 72 000 m³.

14 Comme mentionné à la section 2.1, le contexte économique du Québec dans lequel les clients
15 ont évolué au cours de la période 2014 à 2016 a été défavorable par rapport à ce qui avait été
16 prévu. Pour les projets de nouvelle construction résidentielle, cela peut se répercuter sur les
17 résultats du suivi *a posteriori* du plan de développement 2014 par une diminution du nombre de
18 clients *a posteriori* pour plusieurs projets domiciliaires, entraînant une réduction des volumes
19 réels-projetés en comparaison au volume prévu *a priori*.

20 Le coût des immobilisations *a posteriori* s'est avéré supérieur de 0,2 M\$, soit un écart défavorable
21 de 2 %. Ce montant se compose d'une hausse des coûts de branchement pour des clients
22 qu'Énergir a raccordé au réseau gazier, jumelée à des économies en coûts de branchements
23 découlant des ventes non matérialisées dans certains projets domiciliaires du segment de la
24 nouvelle construction.

25 Le montant des subventions du Programme de rabais à la consommation (PRC) *a posteriori*
26 affiche un écart favorable de 1 M\$, soit 17 %. La réduction du montant de PRC s'explique
27 principalement par les ventes non matérialisées dans certains projets domiciliaires du segment
28 de la nouvelle construction.

1 Le montant de contributions clients *a posteriori* s'est avéré inférieur de 0,2 M\$, soit un écart
2 défavorable de 12 % qui s'explique principalement par l'ensemble des ventes non matérialisées
3 dans certains projets domiciliaires du segment de la nouvelle construction.

4 MARCHÉ RÉSIDENTIEL – AJOUTS DE CHARGE

4.1 RÉSULTATS COMPARATIFS DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL POUR LES AJOUTS DE CHARGE

4 Le tableau de l'annexe 5 : *Comparaison du plan de développement – marché résidentiel – ajouts*
5 *de charge* présente la rentabilité entre les informations *a priori* et *a posteriori* pour le plan de
6 développement 2014 du marché résidentiel des ajouts de charge. Le TRI *a posteriori* calculé
7 selon la grille tarifaire d'origine est de 1,50 % et le point mort est supérieur à 40 ans,
8 comparativement à un TRI *a priori* de 21,77 % et à un point mort de 1 an. Cette baisse du TRI de
9 20,27 % s'explique par des volumes inférieurs de 33 10³m³ et par des investissements totaux
10 supérieurs de 0,1 M\$. Énergir tient à mentionner que les investissements du segment des ajouts
11 de charge sont faibles par rapport aux investissements totaux du marché résidentiel, ce qui
12 influence marginalement le TRI global du marché résidentiel.

13 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 4,21 % et le point mort est supérieur à 40 ans.

14 La proportion du nombre de dossiers non mesurés est de 4 % et la proportion des volumes
15 associés à ces dossiers représente 4 % des volumes signés totaux *a priori*.

4.2 ANALYSE DES ÉCARTS SIGNIFICATIFS DU MARCHÉ RÉSIDENTIEL – AJOUTS DE CHARGE

16 Comme mentionné à la section 4.1, la baisse du TRI de 20,27 % s'explique par des
17 investissements totaux supérieurs de 0,1 M\$ à ce qui avait été prévu et par des volumes inférieurs
18 de 30 10³m³ à ce qui avait été prévu.

5 MARCHÉ AFFAIRES – GLOBAL

5.1 RÉSULTATS COMPARATIFS DU MARCHÉ AFFAIRES – GLOBAL

19 Le tableau de l'annexe 6 : *Comparaison du plan de développement affaires – nouveaux clients et*
20 *ajouts de charge* présente les rentabilités *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement
21 2014 pour l'ensemble du marché affaires. Selon la grille tarifaire d'origine, le TRI *a posteriori* est
22 de 19,83 % et le point mort de 1 an, comparativement à un TRI *a priori* de 24,95 % et à un point

1 mort de 1 an. Cette diminution du TRI de 5,12 % s'explique principalement par des volumes
2 inférieurs de 17 % ou de 11 224 10³m³ et par une hausse du coût des immobilisations de 11 %
3 ou 3,1 M\$.

4 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 20,58 % et le point mort se situe à 1 an.

5 Énergir tient à réitérer que le contexte économique du Québec dans lequel les clients ont évolué
6 au cours de la période 2014 à 2016 a été défavorable par rapport à ce qui avait été prévu. En
7 effet, comme démontré dans le tableau de la section 2.1, la croissance du PIB réel sur trois ans
8 démontre une évolution nettement inférieure à la prévision. Ce ralentissement économique
9 pourrait avoir affecté le comportement des clients d'Énergir et ainsi expliquer, en partie, les écarts
10 défavorables du nombre de clients et de volume pour le plan de développement 2014. De plus,
11 les mesures d'efficacité énergétique hors programme implantées par les clients pourraient
12 expliquer certains écarts défavorables au niveau des volumes.

5.2 ANALYSE DES ÉCARTS SIGNIFICATIFS DU MARCHÉ AFFAIRES – GLOBAL

13 La baisse des volumes *a posteriori* de la cinquième année de 11 224 10³m³ s'explique par des
14 volumes inférieurs de 5 734 10³m³ pour les nouveaux clients et de 5 490 10³m³ pour les ajouts
15 de charge.

6 MARCHÉ AFFAIRES – NOUVEAUX CLIENTS

6.1 RÉSULTATS COMPARATIFS POUR LE MARCHÉ AFFAIRES – NOUVEAUX CLIENTS

16 Le tableau de l'annexe 7 : *Comparaison du plan de développement affaires – nouveaux clients*
17 présente la rentabilité entre les informations *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement
18 2014 du marché affaires des nouveaux clients. Le TRI *a posteriori* calculé selon la grille tarifaire
19 d'origine est de 17,31 % et le point mort est de 1 an, comparativement à un TRI *a priori* de 20,66 %
20 et à un point mort de 1 an. Cette baisse du TRI de 3,35 % s'explique principalement par une
21 diminution des volumes de 13 % ou de 5 734 10³m³ et par une hausse du coût des
22 immobilisations de 12 % ou de 3,0 M\$.

23 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 17,35 % et le point mort se situe à 1 an.

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

1 Les volumes *a posteriori* de la cinquième année sont inférieurs de 5 734 10³m³, soit une
2 diminution de 13 %. De cet écart, un volume de 554 10³m³ se rapporte à des ventes annulées et
3 un volume de 3 510 10³m³ est attribuable à un petit groupe de 29 projets. Énergir a analysé leur
4 situation respective et les constats dégagés sont les suivants : le client n'a pas atteint le niveau
5 de production prévu, le client a arrêté sa production, le client a changé de vocation, le projet n'a
6 pas atteint le nombre de clients prévu, les appareils installés consomment moins que prévu.

7 Le coût des immobilisations affiche un écart défavorable de 3,0 M\$, soit 12 %. Cet écart se
8 compose principalement d'un montant de 1,3 M\$ attribuable aux coûts de conduite d'un groupe
9 de 15 projets et à des coûts de branchement de 0,3 M\$ relatifs à un groupe de 12 clients. Énergir
10 a analysé la cause de cette hausse de coûts et les constats dégagés proviennent notamment de
11 travaux plus complexes que prévu et de branchements qui ont nécessité une longueur plus
12 importante qu'anticipée. Des économies de 0,2 M\$ découlant des ventes annulées atténuent
13 l'effet défavorable de la hausse du coût des immobilisations.

14 Le coût des subventions (PRC) *a posteriori* s'est avéré inférieur de 1,6 M\$, soit 24 % et cela
15 s'explique principalement par les ventes annulées, par les clients qui n'ont pas installé les
16 appareils prévus initialement et par certaines subventions non réclamées.

7 MARCHÉ AFFAIRES – AJOUTS DE CHARGE

7.1 RÉSULTATS COMPARATIFS POUR LE MARCHÉ AFFAIRES – AJOUTS DE CHARGE

17 Le tableau de l'annexe 8 : *Comparaison du plan de développement affaires – ajouts de charge*
18 présente les rentabilités *a priori* et *a posteriori* pour le plan de développement 2014 des ajouts de
19 charge du marché affaires. Pour l'ensemble des dossiers d'ajouts de charge et selon la grille
20 tarifaire d'origine, le TRI *a posteriori* est de 38,12 % et le point mort de 1 an, comparativement à
21 un TRI *a priori* de 57,81 % et à un point mort de 1 an. Cette baisse du TRI de 19,69 % s'explique
22 principalement par une diminution des volumes de 26 % ou de 5 490 10³m³.

23 Selon les tarifs réels, le TRI *a posteriori* s'élève à 44,75 % et le point mort se situe à 1 an.

24 La proportion du nombre de dossiers non mesurés est de 24 % et la proportion des volumes
25 associés à ces dossiers représente 37 % des volumes signés totaux *a priori*.

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

1 Pour les 608 clients mesurés, le volume *a posteriori* est en baisse de 26 % ou de 3 386 10³m³.
2 De plus, Énergir a identifié 5 ventes dont les volumes *a posteriori* ont été inférieurs de 1 746 10³m³
3 par rapport aux volumes *a priori*. Énergir a analysé leur situation respective et les constats
4 dégagés sont notamment une baisse de production par rapport à ce qui avait été prévu, un
5 changement dans la source d'énergie utilisée et certaines mesures d'efficacité énergétique.

6 Pour tous les dossiers d'ajouts de charge, les investissements totaux *a posteriori* sont en baisse
7 de 0,3 M\$ ou de 7 %. Cette diminution s'explique principalement par une baisse des subventions
8 (PRC) versées de 24 % ou de 0,4 M\$.

CONCLUSION

9 Énergir évalue, trois ans après la présentation *a priori* du plan de développement 2014, la
10 rentabilité *a posteriori* des marchés résidentiels et affaires. Selon la grille tarifaire d'origine, le TRI
11 *a posteriori* pour l'ensemble du marché résidentiel affiche une baisse de 1,98 %. Cette diminution
12 est le résultat net d'une baisse des volumes et d'une réduction des investissements totaux. Le
13 TRI pour l'ensemble du marché affaires est en baisse de 5,12 % et s'explique essentiellement
14 par une baisse des volumes et par une hausse du coût des immobilisations.

15 **Énergir demande à la Régie de prendre acte du suivi relatif à la rentabilité *a posteriori*, trois**
16 **ans plus tard, du plan de développement 2014 des marchés résidentiel et affaires.**

Annexe 1						
Marché résidentiel et marché affaires – Nouveaux clients						
Méthodologie d'établissement des données réelles par composante de revenu requis						
Composantes	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
N ^{bre} clients	n/a	▶ Nombre de clients qui ont accumulé 1 an de consommation réelle au 30 juin, ou ¹ ▶ Nombre de clients faisant partie des projets pour lesquels l'ouverture du 1 ^{er} compteur a eu lieu il y a plus de 1 an au 30 juin ¹	▶ Nombre de clients qui ont accumulé 2 ans de consommation réelle au 30 juin, ou ¹ ▶ Nombre de clients faisant partie des projets pour lesquels l'ouverture du 1 ^{er} compteur a eu lieu il y a plus de 2 ans au 30 juin ¹	Idem pour l'année en titre	Idem pour l'année en titre	Idem pour l'année en titre
Volumes (m ³)	n/a	Volumes réels des clients de l'année en titre	Volumes réels ou volumes à reporter ² des clients de l'année en titre	Idem	Idem	Idem
Revenus D (\$)	n/a	Revenus (réels ou ajustés selon la grille tarifaire d'origine ³) 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
▶ Frais de branchement ▶ Contributions clients ▶ CASEP-immo ▶ Subventions (PRC)	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.

Annexe 2 Marché affaires et résidentiel – Ajouts de charge Méthodologie d'établissement des données réelles par composante de revenu requis						
Composantes	Année 0	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
N ^{bre} clients		Dossiers mesurés : Nombre de clients avec un ajout de charge signé dans le plan de développement <i>a priori</i> et pour lequel Énergir 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 ³)		Dossiers mesurés : Différence entre le volume réel total de l'année en titre ² 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 ³) 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 ³ . Dossiers non mesurés : Application du taux de réalisation des revenus réels pour les dossiers mesurés (réels ou ajustés selon la grille tarifaire d'origine ³) sur les revenus prévus <i>a priori</i> pour l'année en titre.	Idem	Idem	Idem	Idem
<ul style="list-style-type: none"> ▷ Frais de branchement ▷ Contributions clients ▷ Subventions (PRC) 	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

Annexe 3
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT RÉSIDENTIEL - NOUVEAUX CLIENTS ET AJOUTS DE CHARGE
2014 A PRIORI VS 2014 A POSTERIORI

Ligne	Description	A priori ¹			A posteriori ²			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	2,091	294	2,385	1,918	294	2,212	(173)	0	(173)	2,212	100%	0	0%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2,752	294	3,046	2,310	294	2,604	(442)	0	(442)	2,604	100%	0	0%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	3,241	294	3,535	2,576	294	2,870	(665)	0	(665)	2,870	100%	0	0%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	3,493	294	3,787	2,848	294	3,142	(645)	0	(645)	2,913	93%	229	7%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	3,493	294	3,787	3,076	294	3,370	(417)	0	(417)	2,913	86%	457	14%
6	Volumes (10 ³ m ³) an 1	7,049	239	7,288	5,294	205	5,500	(1,754)	(34)	(1,788)	5,500	100%	0	0%
7	Volumes (10 ³ m ³) an 2 (cumulatif)	6,443	239	6,682	4,873	193	5,067	(1,570)	(45)	(1,615)	5,058	100%	9	0%
8	Volumes (10 ³ m ³) an 3 (cumulatif)	7,421	239	7,660	5,229	205	5,435	(2,192)	(33)	(2,225)	5,170	95%	265	5%
9	Volumes (10 ³ m ³) an 4 (cumulatif)	8,005	239	8,244	5,793	205	5,998	(2,212)	(33)	(2,246)	5,174	86%	825	14%
10	Volumes (10 ³ m ³) an 5 (cumulatif)	8,170	239	8,408	6,324	205	6,529	(1,846)	(33)	(1,879)	5,174	79%	1,356	21%
11	Immobilisations (000 \$) an 0	9,819	6	9,826	6,696	126	6,821	(3,124)	120	(3,004)	6,821	100%	0	0%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	1,027	0	1,027	2,884	18	2,901	1,857	18	1,875	2,901	100%	0	0%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	725	0	725	991	0	991	266	0	266	991	100%	0	0%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	333	0	333	893	0	893	561	0	561	554	62%	339	38%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	0	0	0	554	0	554	554	0	554	86	16%	468	84%
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	109	0	109	109	0	109	0	100%	109	0%
17	Total Immobilisations (incluant les frais généraux)	11,904	6	11,910	12,127	144	12,271	223	138	361	11,355	93%	916	7%
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	3,832	177	4,009	2,128	174	2,303	(1,704)	(3)	(1,706)	2,303	100%	0	0%
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	1,021	0	1,021	916	1	917	(105)	1	(105)	917	100%	0	0%
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	706	0	706	752	0	752	46	0	46	752	100%	0	0%
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	333	0	333	726	0	726	393	0	393	141	19%	585	81%
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	379	0	379	379	0	379	0	100%	379	0%
23	Total Subvention PRC	5,893	177	6,070	4,901	175	5,077	(991)	(2)	(993)	4,113	81%	964	19%
24	contributions clients ³ (000 \$) an 0	(116)	(1)	(117)	(97)	(1)	(98)	19	0	19	(98)	100%	0	0%
25	contributions clients (000 \$) an 1	(703)	0	(703)	(404)	0	(404)	299	0	299	(404)	100%	0	0%
26	contributions clients (000 \$) an 2	(201)	0	(201)	(377)	0	(377)	(177)	0	(177)	(377)	100%	0	0%
27	contributions clients (000 \$) an 3	(146)	0	(146)	(53)	0	(53)	92	0	92	(53)	100%	0	0%
28	contributions clients (000 \$) an 4	(75)	0	(75)	(90)	0	(90)	(15)	0	(15)	(22)	24%	(68)	76%
29	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	(68)	0	(68)	(68)	0	(68)	0	100%	(68)	0%
30	Total Contributions clients	(1,240)	(1)	(1,241)	(1,089)	(1)	(1,090)	151	0	151	(954)	82%	(136)	12%
31	Total des investissements (000 \$) an 0	9,704	5	9,710	6,599	125	6,724	(3,105)	120	(2,986)	6,724	100%	0	0%
32	Total des investissements (000 \$) an 1	4,156	177	4,333	4,608	192	4,800	452	15	467	4,800	100%	0	0%
33	Total des investissements (000 \$) an 2	1,546	0	1,546	1,529	1	1,530	(16)	1	(15)	1,530	100%	0	0%
34	Total des investissements (000 \$) an 3	893	0	893	1,592	0	1,592	699	0	699	1,253	79%	339	21%
35	Total des investissements (000 \$) an 4	258	0	258	1,191	0	1,191	933	0	933	206	17%	985	83%
36	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	420	0	420	420	0	420	0	100%	420	0%
37	Total Investissements	16,557	182	16,740	15,939	318	16,257	(618)	136	(483)	14,513	89%	1,744	11%
	GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE⁴													
38	Impact sur les tarifs													
39	Pour la première année (000 \$)	196	(12)	184	96	39	135	(100)	51	(49)				
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	657	(50)	607	1,174	139	1,312	517	188	705				
41	Taux de rendement interne	9.10%	21.77%	9.22%	7.35%	1.50%	7.24%	-1.75%	-20.27%	-1.98%				
42	Point mort tarifaire (années)	9.30	1.00	8.86	16.38	> 40	17.11	7.08	n/a	8.25				
	TARIFS RÉELS													
43	Impact sur les tarifs													
44	Pour la première année (000 \$)	196	(12)	184	28	23	51	(168)	35	(133)				
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	657	(50)	607	1,044	101	1,145	387	150	537				
46	Taux de rendement interne	9.10%	21.77%	9.22%	7.49%	4.21%	7.43%	-1.61%	-17.56%	-1.79%				
47	Point mort tarifaire (années)	9.30	1.00	8.86	15.50	> 40	15.92	6.20	n/a	7.06				

48 1. Le terme a priori réfère aux résultats du plan de développement 2014 présenté dans le Rapport annuel 2014 (R-3916-2014, B-0055, Gaz Métro-13, Document 2).

49 2. Le terme a posteriori présente les résultats de l'analyse basée sur les clients, volumes, revenus et investissements réels disponibles à ce jour, en plus d'une projection pour les années à venir pouvant aller jusqu'à la septième année.

50 La projection concerne généralement les projets qui s'échelonnent sur plus de trois ans et les clients réels n'ayant pas cumulé 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.

Annexe 4
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT - MARCHÉ RÉSIDENTIEL - NOUVEAUX CLIENTS
2014 A PRIORI vs 2014 A POSTERIORI

Ligne	Description	A priori ¹	A posteriori ²	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	Nombre de clients an 1	2 091	1 918	(173)	-8%	1 918	100%	0	0%	
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 752	2 310	(442)	-16%	2 310	100%	0	0%	
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	3 241	2 576	(665)	-21%	2 576	100%	0	0%	
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	3 493	2 848	(645)	-18%	2 619	92%	229	8%	
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	3 493	3 076	(417)	-12%	2 619	85%	457	15%	
6	Volumes (10^{m³}) an 1	7 049	5 294	(1 754)	-25%	5 294	100%	0	0%	
7	Volumes (10 ^{m³}) an 2 (cumulatif)	6 443	4 873	(1 570)	-24%	4 864	100%	9	0%	
8	Volumes (10 ^{m³}) an 3 (cumulatif)	7 421	5 229	(2 192)	-30%	4 965	95%	265	5%	
9	Volumes (10 ^{m³}) an 4 (cumulatif)	8 005	5 793	(2 212)	-28%	4 968	86%	825	14%	
10	Volumes (10 ^{m³}) an 5 (cumulatif)	8 170	6 324	(1 846)	-23%	4 968	79%	1 396	21%	
11	Immobilisations (000 \$) an 0	9 819	6 696	(3 123)	-32%	6 696	100%	0	0%	
12	Immobilisations (000 \$) an 1	1 027	2 884	1 857	181%	2 884	100%	0	0%	
13	Immobilisations (000 \$) an 2	725	991	266	37%	991	100%	0	0%	
14	Immobilisations (000 \$) an 3	333	893	561	168%	554	62%	339	38%	
15	Immobilisations (000 \$) an 4	0	554	554	100%	86	16%	468	84%	
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	109	109	100%	0	0%	109	100%	
17	Total Immobilisations (incluant les frais généraux)	11 903	12 127	224	2%	11 211	92%	916	8%	
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	3 832	2 128	(1 704)	-44%	2 128	100%	0	0%	
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	1 021	916	(105)	-10%	916	100%	0	0%	
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	706	752	46	7%	752	100%	0	0%	
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	333	726	393	118%	141	19%	585	81%	
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	379	379	100%	0	0%	379	100%	
23	Total Subvention PRC	5 893	4 901	(991)	-17%	3 938	80%	964	20%	
24	contributions clients³ (000 \$) an 0	(116)	(97)	19	-17%	(97)	100%	0	0%	
25	contributions clients (000 \$) an 1	(703)	(404)	299	-43%	(404)	100%	0	0%	
26	contributions clients (000 \$) an 2	(201)	(377)	(177)	88%	(377)	100%	0	0%	
27	contributions clients (000 \$) an 3	(146)	(53)	92	-63%	(53)	100%	0	0%	
28	contributions clients (000 \$) an 4	(75)	(90)	(15)	-20%	(22)	24%	(68)	78%	
29	contributions clients (000 \$) an 5	0	(68)	(68)	100%	0	0%	(68)	100%	
30	Total Contributions clients	(1 240)	(1 089)	151	-12%	(953)	87%	(136)	13%	
31	Total des investissements (000 \$) an 0	9 704	6 599	(3 105)	-32%	6 599	100%	0	0%	
32	Total des investissements (000 \$) an 1	4 156	4 608	452	11%	4 608	100%	0	0%	
33	Total des investissements (000 \$) an 2	1 546	1 529	(16)	-1%	1 529	100%	0	0%	
34	Total des investissements (000 \$) an 3	893	1 592	699	78%	1 253	79%	339	21%	
35	Total des investissements (000 \$) an 4	258	1 191	933	362%	206	17%	985	83%	
36	Total des investissements (000 \$) an 5	0	420	420	100%	0	0%	420	100%	
37	Total des investissements	16 557	15 939	(618)	-4%	14 195	89%	1 744	11%	
38	GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE⁴									
39	Impact sur les tarifs									
40	Pour la première année (000 \$)	196	96	(100)						
41	Pour les cinq premières années (000 \$)	657	1 174	517						
42	Taux de rendement interne	9.10%	7.35%	-1.75%						
43	Point mort tarifaire (années)	9.30	16.38	7.08						
44	TARIFS RÉELS									
45	Impact sur les tarifs									
46	Pour la première année (000 \$)	196	28	(168)						
47	Pour les cinq premières années (000 \$)	657	1 044	387						
48	Taux de rendement interne	9.10%	7.49%	-1.61%						
49	Point mort tarifaire (années)	9.30	15.50	6.20						

1. Le terme a priori réfère aux résultats du plan de développement 2014 présenté dans le Rapport annuel 2014 (R-3916-2014, B-0055, Gaz Métro-13, Document 2).
2. Le terme a posteriori présente les résultats de l'analyse basée sur les clients, volumes, revenus et investissements réels disponibles à ce jour, en plus d'une projection pour les années à venir pouvant aller jusqu'à la septième année. La projection concerne généralement les projets qui s'échelonnent sur plus de trois ans et les clients réels n'ayant pas cumulé 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 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
2014 A PRIORI vs 2014 A POSTERIORI

Description	Dossiers mesurés a posteriori ¹				Dossiers non mesurés a posteriori ²					Tous les dossiers ³				
	A priori	A posteriori ⁴	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	283	283	0	0%	11	11	0	0%	4%	294	294	0	0%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	283	283	0	0%	11	11	0	0%	4%	294	294	0	0%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	283	283	0	0%	11	11	0	0%	4%	294	294	0	0%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	283	283	0	0%	11	11	0	0%	4%	294	294	0	0%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	283	283	0	0%	11	11	0	0%	4%	294	294	0	0%
6	Volumes (10 ^m) an 1	228	198	(31)	-13%	11	7	(3)	-30%	4%	239	205	(34)	-14%
7	Volumes (10 ^m) an 2 (cumulatif)	228	186	(42)	-19%	11	7	(3)	-30%	4%	239	193	(45)	-19%
8	Volumes (10 ^m) an 3 (cumulatif)	228	198	(30)	-13%	11	7	(3)	-30%	4%	239	205	(33)	-14%
9	Volumes (10 ^m) an 4 (cumulatif)	228	198	(30)	-13%	11	7	(3)	-30%	4%	239	205	(33)	-14%
10	Volumes (10 ^m) an 5 (cumulatif)	228	198	(30)	-13%	11	7	(3)	-30%	4%	239	205	(33)	-14%
11	Immobilisations (000 \$) an 0	6	120	114	1854%	0	6	6	100%	0%	6	126	120	1952%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	0	16	16	100%	0	2	2	100%	0%	0	18	18	100%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	0	0	0	100%	0	0	0	100%	0%	0	0	0	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)	6	136	130	2118%	0	8	8	100%	0%	6	144	138	2244%
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	172	169	(3)	-2%	5	5	0	0%	3%	177	174	(3)	-1%
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	172	170	(2)	-1%	5	5	0	0%	3%	177	175	(2)	-1%
24	contributions clients (000 \$) an 0	(1)	(1)	0	0%	0	0	0	100%	0%	(1)	(1)	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	(1)	(1)	0	0%	0	0	0	100%	0%	(1)	(1)	0	0%
31	Total des investissements (000 \$) an 0	5	119	114	2215%	0	6	6	100%	0%	5	125	120	2333%
32	Total des investissements (000 \$) an 1	172	185	14	8%	5	7	2	31%	3%	177	192	15	9%
33	Total des investissements (000 \$) an 2	0	1	1	100%	0	0	0	100%	0%	0	1	1	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	177	305	128	72%	5	13	8	147%	3%	182	318	136	75%
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE ⁵														
38	Impact sur les tarifs													
39	Pour la première année (000 \$)	(10)	38	48	(1)	1	3				(12)	39	51	
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	(44)	133	176	(6)	6	12				(50)	139	188	
41	Taux de rendement interne	21.12%	1.67%	-19.45%		48.48%	-4.24%	-52.72%			21.77%	1.50%	-20.27%	
42	Point mort tarifaire (années)	1.00	> 40	n/a		1.00	> 40	n/a			1.00	> 40	n/a	
TARIFS RÉELS														
43	Impact sur les tarifs													
44	Pour la première année (000 \$)	(10)	22	32	(1)	1	3				(12)	23	35	
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	(44)	95	138	(6)	6	12				(50)	101	150	
46	Taux de rendement interne	21.12%	4.39%	-16.73%		48.48%	-0.77%	-49.25%			21.77%	4.21%	-17.56%	
47	Point mort tarifaire (années)	1.00	> 40	n/a		1.00	> 40	n/a			1.00	> 40	n/a	

1. Les dossiers mesurés a posteriori sont ceux pour lesquels aucune vente en ajouts de charge n'a été signée après 2014.

2. Les dossiers non mesurés a posteriori sont ceux pour lesquels il y eu d'autres ventes en ajouts de charge après 2014.

3. Tous les dossiers réfèrent aux informations de l'ensemble des ventes signées en ajouts de charge du plan de développement 2014 pour le marché résidentiel.

4. Le terme a posteriori présente les résultats de l'analyse basée sur les clients, volumes, revenus et investissements réels disponibles à ce jour.

5. Le modèle de revenu requis utilisé est le même que celui utilisé a priori, avec les paramètres d'origine.

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.

Annexe 6
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - NOUVEAUX CLIENTS ET AJOUTS DE CHARGE
2014 A PRIORI VS 2014 A POSTERIORI

Ligne	Description	A priori ¹			A posteriori ²			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	2 261	795	3 056	2 249	787	3 036	(12)	(8)	(20)	2 979	98%	57	2%
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 136	795	2 931	2 170	787	2 957	34	(8)	26	2 898	98%	59	2%
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	2 149	795	2 944	2 177	787	2 964	28	(8)	20	2 901	98%	63	2%
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	2 150	795	2 945	2 185	787	2 972	35	(8)	27	2 901	98%	71	2%
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	2 150	795	2 945	2 186	787	2 973	36	(8)	28	2 901	98%	72	2%
6	Volumes (10 ^{m³}) an 1	54 534	21 189	75 723	48 718	14 674	63 391	(5 816)	(6 516)	(12 332)	62 884	99%	507	1%
7	Volumes (10 ^{m³}) an 2 (cumulatif)	43 311	21 189	64 500	48 352	15 105	63 457	5 041	(6 085)	(1 044)	62 856	99%	601	1%
8	Volumes (10 ^{m³}) an 3 (cumulatif)	43 470	21 189	64 659	44 356	15 668	60 024	886	(5 521)	(4 635)	59 256	99%	768	1%
9	Volumes (10 ^{m³}) an 4 (cumulatif)	43 488	21 189	64 678	37 720	15 699	53 419	(5 769)	(5 490)	(11 259)	52 504	98%	915	2%
10	Volumes (10 ^{m³}) an 5 (cumulatif)	43 488	21 189	64 678	37 755	15 699	53 454	(5 734)	(5 490)	(11 224)	52 504	98%	950	2%
11	Immobilisations (000 \$) an 0	24 889	2 744	27 634	20 528	2 567	23 095	(4 362)	(178)	(4 539)	22 838	99%	256	1%
12	Immobilisations (000 \$) an 1	143	0	143	7 159	212	7 370	7 016	212	7 227	7 352	100%	19	0%
13	Immobilisations (000 \$) an 2	41	0	41	225	30	256	184	30	215	246	96%	10	4%
14	Immobilisations (000 \$) an 3	5	0	5	95	3	98	89	3	93	68	69%	30	31%
15	Immobilisations (000 \$) an 4	0	0	0	96	0	97	96	0	97	0	0%	97	100%
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
17	Total Immobilisations (incluant les frais généraux)	25 079	2 744	27 823	28 103	2 812	30 915	3 024	68	3 092	30 504	99%	411	1%
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	6 515	1 615	8 130	4 361	1 134	5 495	(2 153)	(482)	(2 635)	5 420	99%	75	1%
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	122	0	122	612	62	673	489	62	551	536	80%	138	20%
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	57	0	57	96	30	126	40	30	70	124	98%	2	2%
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	2	0	2	3	0	3	1	0	1	0	100%	3	0%
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
23	Total Subvention PRC	6 695	1 615	8 311	5 072	1 225	6 297	(1 623)	(390)	(2 013)	6 080	97%	217	3%
24	contributions clients ³ (000 \$) an 0	(1 322)	(30)	(1 352)	(1 385)	(31)	(1 416)	(63)	(1)	(63)	(1 416)	100%	0	0%
25	contributions clients (000 \$) an 1	(369)	0	(369)	(371)	(0)	(371)	(2)	(2)	(371)	(371)	100%	0	0%
26	contributions clients (000 \$) an 2	(10)	0	(10)	3	0	3	13	0	13	3	100%	0	0%
27	contributions clients (000 \$) an 3	(3)	0	(3)	0	0	0	3	0	3	0	100%	0	0%
28	contributions clients (000 \$) an 4	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	100%	0	0%
29	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
30	Total Contributions clients	(1 704)	(30)	(1 734)	(1 751)	(31)	(1 782)	(48)	(1)	(49)	(1 782)	100%	0	0%
31	Total des investissements (000 \$) an 0	23 567	2 714	26 282	19 143	2 536	21 679	(4 424)	(179)	(4 603)	21 423	99%	256	1%
32	Total des investissements (000 \$) an 1	6 289	1 615	7 904	11 149	1 345	12 494	4 861	(270)	4 590	12 401	99%	93	1%
33	Total des investissements (000 \$) an 2	153	0	153	840	92	932	687	92	779	785	84%	147	16%
34	Total des investissements (000 \$) an 3	59	0	59	192	33	225	133	33	166	192	85%	33	15%
35	Total des investissements (000 \$) an 4	2	0	2	100	0	100	98	0	98	1	1%	99	99%
36	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0	0%
37	Total Investissements	30 071	4 330	34 400	31 424	4 006	35 430	1 353	(324)	1 030	34 802	98%	629	2%
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE⁴														
38	Impact sur les tarifs													
39	Pour la première année (000 \$)	(5 246)	(2 293)	(7 539)	(4 582)	(1 062)	(5 644)	664	1 231	1 894				
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	(18 991)	(9 878)	(28 869)	(15 841)	(5 798)	(21 639)	3 150	4 080	7 230				
41	Taux de rendement interne	20.66%	57.81%	24.95%	17.31%	38.12%	19.83%	-3.35%	-19.69%	-5.12%				
42	Point mort tarifaire (années)	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00				
TARIFS RÉELS														
43	Impact sur les tarifs													
44	Pour la première année (000 \$)	(5 246)	(2 293)	(7 539)	(4 882)	(1 512)	(6 394)	364	781	1 144				
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	(18 991)	(9 878)	(28 869)	(15 964)	(7 045)	(23 009)	3 027	2 833	5 860				
46	Taux de rendement interne	20.66%	57.81%	24.95%	17.35%	44.75%	20.58%	-3.31%	-13.06%	-4.37%				
47	Point mort tarifaire (années)	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00				

48 1. Le terme *a priori* réfère aux résultats du plan de développement 2014 présenté dans le Rapport annuel 2014 (R-3916-2014, B-0055, Gaz Métro-13, Document 2).

49 2. Le terme *a posteriori* présente les résultats de l'analyse basée sur les clients, volumes, revenus et investissements réels disponibles à ce jour, en plus d'une projection pour les années suivantes. La projection concerne
50 généralement les projets qui s'échelonnent sur plus de trois ans et les clients réels n'ayant pas cumulé 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 détail 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.

Annexe 7
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - NOUVEAUX CLIENTS
2014 A PRIORI vs 2014 A POSTERIORI

Ligne	Description	A priori ¹	A posteriori ²	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	Nombre de clients an 1	2 261	2 249	(12)	-1%	2 192	97%	57	3%	
2	Nombre de clients an 2 (cumulatif)	2 136	2 170	34	2%	2 111	97%	59	3%	
3	Nombre de clients an 3 (cumulatif)	2 149	2 177	28	1%	2 114	97%	63	3%	
4	Nombre de clients an 4 (cumulatif)	2 150	2 185	35	2%	2 114	97%	71	3%	
5	Nombre de clients an 5 (cumulatif)	2 150	2 186	36	2%	2 114	97%	72	3%	
6	Volumes (10³m³) an 1	54 534	48 718	(5 816)	-11%	48 211	99%	507	1%	
7	Volumes (10 ³ m ³) an 2 (cumulatif)	43 311	48 352	5 041	12%	47 751	99%	601	1%	
8	Volumes (10 ³ m ³) an 3 (cumulatif)	43 470	44 356	886	2%	43 588	98%	768	2%	
9	Volumes (10 ³ m ³) an 4 (cumulatif)	43 488	37 720	(5 769)	-13%	36 805	98%	915	2%	
10	Volumes (10 ³ m ³) an 5 (cumulatif)	43 488	37 755	(5 734)	-13%	36 805	97%	950	3%	
11	Immobilisations (000 \$) an 0	24 889	20 528	(4 362)	-18%	20 272	99%	256	1%	
12	Immobilisations (000 \$) an 1	143	7 159	7 016	4905%	7 140	100%	19	0%	
13	Immobilisations (000 \$) an 2	41	225	184	450%	216	96%	10	4%	
14	Immobilisations (000 \$) an 3	5	95	89	1629%	64	68%	30	32%	
15	Immobilisations (000 \$) an 4	0	96	96	100%	(0)	0%	97	100%	
16	Immobilisations (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%	
17	Total Immobilisations (incluant les frais généraux)	25 079	28 103	3 024	12%	27 692	99%	411	1%	
18	Subvention PRC (000 \$) an 1	6 515	4 361	(2 153)	-33%	4 287	98%	75	2%	
19	Subvention PRC (000 \$) an 2	122	612	489	401%	474	77%	138	23%	
20	Subvention PRC (000 \$) an 3	57	96	40	71%	94	98%	2	2%	
21	Subvention PRC (000 \$) an 4	2	3	1	29%	0	0%	3	100%	
22	Subvention PRC (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%	
23	Total Subvention PRC	6 695	5 072	(1 623)	-24%	4 854	96%	217	4%	
24	contributions clients³ (000 \$) an 0	(1 322)	(1 385)	(63)	5%	(1 385)	100%	0	0%	
25	contributions clients (000 \$) an 1	(369)	(371)	(2)	1%	(371)	100%	0	0%	
26	contributions clients (000 \$) an 2	(10)	3	13	-134%	3	100%	0	0%	
27	contributions clients (000 \$) an 3	(3)	0	3	-110%	0	100%	0	0%	
28	contributions clients (000 \$) an 4	0	1	1	100%	1	100%	0	0%	
29	contributions clients (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%	
30	Total Contributions clients	(1 704)	(1 751)	(48)	3%	(1 751)	100%	0	0%	
31	Total des investissements (000 \$) an 0	23 567	19 143	(4 424)	-19%	18 887	99%	256	1%	
32	Total des investissements (000 \$) an 1	6 289	11 149	4 861	77%	11 056	99%	93	1%	
33	Total des investissements (000 \$) an 2	153	840	687	447%	693	82%	147	18%	
34	Total des investissements (000 \$) an 3	59	192	133	225%	159	83%	33	17%	
35	Total des investissements (000 \$) an 4	2	100	98	4887%	1	1%	99	99%	
36	Total des investissements (000 \$) an 5	0	0	0	100%	0	100%	0	0%	
37	Total des investissements	30 071	31 424	1 353	5%	30 795	98%	629	2%	
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE ⁴										
38	Impact sur les tarifs									
39	Pour la première année (000 \$)	(5 246)	(4 582)	664						
40	Pour les cinq premières années (000 \$)	(18 991)	(15 841)	3 150						
41	Taux de rendement interne	20.66%	17.31%	-3.35%						
42	Point mort tarifaire (années)	1.00	1.00	0.00						
TARIFS RÉELS										
43	Impact sur les tarifs									
44	Pour la première année (000 \$)	(5 246)	(4 882)	364						
45	Pour les cinq premières années (000 \$)	(18 991)	(15 964)	3 027						
46	Taux de rendement interne	20.66%	17.35%	-3.31%						
47	Point mort tarifaire (années)	1.00	1.00	0.00						

48 1. Le terme *a priori* réfère aux résultats du plan de développement 2014 présenté dans le Rapport annuel 2014 (R-3916-2014, B-0055, Gaz Métro-13, Document 2).

49 2. Le terme *a posteriori* présente les résultats de l'analyse basée sur les clients, volumes, revenus et investissements réels disponibles à ce jour, en plus d'une projection pour les années suivantes.

50 La projection concerne généralement les projets qui s'échelonnent sur plus de trois ans et les clients réels n'ayant pas cumulé 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 contributions (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.

Annexe 8
COMPARAISON DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT AFFAIRES - AJOUTS DE CHARGE
2014 A PRIORI vs 2014 A POSTERIORI

Description	Dossiers mesurés a posteriori ¹				Dossiers non mesurés a posteriori ²					Tous les dossiers ³			
	A priori	A posteriori ⁴	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	608	608	0	0%	187	179	(8)	-4%	24%	795	787	(8)	-1%
2 Nombre de clients an 2 (cumulatif)	608	608	0	0%	187	179	(8)	-4%	24%	795	787	(8)	-1%
3 Nombre de clients an 3 (cumulatif)	608	608	0	0%	187	179	(8)	-4%	24%	795	787	(8)	-1%
4 Nombre de clients an 4 (cumulatif)	608	608	0	0%	187	179	(8)	-4%	24%	795	787	(8)	-1%
5 Nombre de clients an 5 (cumulatif)	608	608	0	0%	187	179	(8)	-4%	24%	795	787	(8)	-1%
6 Volumes (10 ^{m3}) an 1	13 243	8 832	(4 412)	-33%	7 946	5 842	(2 104)	-26%	37%	21 189	14 674	(6 516)	-31%
7 Volumes (10 ^{m3}) an 2 (cumulatif)	13 243	9 263	(3 981)	-30%	7 946	5 842	(2 104)	-26%	37%	21 189	15 105	(6 085)	-29%
8 Volumes (10 ^{m3}) an 3 (cumulatif)	13 243	9 826	(3 417)	-26%	7 946	5 842	(2 104)	-26%	37%	21 189	15 688	(5 521)	-26%
9 Volumes (10 ^{m3}) an 4 (cumulatif)	13 243	9 857	(3 386)	-26%	7 946	5 842	(2 104)	-26%	37%	21 189	15 689	(5 490)	-26%
10 Volumes (10 ^{m3}) an 5 (cumulatif)	13 243	9 857	(3 386)	-26%	7 946	5 842	(2 104)	-26%	37%	21 189	15 689	(5 490)	-26%
11 Immobilisations (000 \$) an 0	2 034	1 941	(93)	-5%	711	626	(85)	-12%	26%	2 744	2 567	(178)	-6%
12 Immobilisations (000 \$) an 1	0	136	136	100%	0	75	75	100%	0%	0	212	212	100%
13 Immobilisations (000 \$) an 2	0	27	27	100%	0	3	3	100%	0%	0	30	30	100%
14 Immobilisations (000 \$) an 3	0	2	2	100%	0	1	1	100%	0%	0	3	3	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)	2 034	2 106	73	4%	711	706	(5)	-1%	26%	2 744	2 812	68	2%
18 Subvention PRC (000 \$) an 1	1 011	701	(310)	-31%	604	432	(172)	-28%	37%	1 615	1 134	(482)	-30%
19 Subvention PRC (000 \$) an 2	0	50	50	100%	0	11	11	100%	0%	0	62	62	100%
20 Subvention PRC (000 \$) an 3	0	0	0	100%	0	30	30	100%	0%	0	30	30	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	1 011	752	(260)	-26%	604	474	(130)	-22%	37%	1 615	1 225	(390)	-24%
24 contributions clients (000 \$) an 0	(30)	(31)	(1)	3%	0	0	0	100%	0%	(30)	(31)	(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	(30)	(31)	(1)	4%	0	0	0	100%	0%	(30)	(31)	(1)	4%
31 Total des investissements (000 \$) an 0	2 004	1 910	(94)	-5%	711	626	(85)	-12%	26%	2 714	2 536	(179)	-7%
32 Total des investissements (000 \$) an 1	1 011	838	(174)	-17%	604	507	(97)	-16%	37%	1 615	1 345	(270)	-17%
33 Total des investissements (000 \$) an 2	0	78	78	100%	0	14	14	100%	0%	0	92	92	100%
34 Total des investissements (000 \$) an 3	0	2	2	100%	0	31	31	100%	0%	0	33	33	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	3 015	2 827	(188)	-6%	1 315	1 179	(135)	-10%	30%	4 330	4 006	(324)	-7%
GRILLE TARIFAIRE D'ORIGINE ⁵													
38 Impact sur les tarifs													
39 Pour la première année (000 \$)	(1 629)	(612)	1 017		(694)	(450)	244			(2 293)	(1 062)	1 231	
40 Pour les cinq premières années (000 \$)	(7 007)	(3 904)	3 103		(2 979)	(1 894)	1 085			(9 878)	(5 798)	4 080	
41 Taux de rendement interne	56.71%	35.92%	-20.79%		59.80%	44.52%	-15.28%			57.81%	38.12%	-19.69%	
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 \$)	(1 629)	(989)	640		(694)	(524)	171			(2 293)	(1 512)	781	
45 Pour les cinq premières années (000 \$)	(7 007)	(4 839)	2 167		(2 979)	(2 205)	773			(9 878)	(7 045)	2 833	
46 Taux de rendement interne	56.71%	42.64%	-14.07%		59.80%	50.73%	-9.07%			57.81%	44.75%	-13.06%	
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 ajouts de charge n'a été signée après 2014.

49 2. Les dossiers non mesurés a posteriori sont ceux pour lesquels il y eu d'autres ventes en ajouts de charge après 2014.

50 3. Tous les dossiers réfèrent aux informations de l'ensemble des ventes signées en ajouts de charge du plan de développement 2014 pour le marché affaires.

51 4. Le terme a posteriori présente les résultats de l'analyse basée sur les clients, volumes, revenus et investissements réels disponibles à ce jour.

52 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.