

Atelier 6

Quels sont les premiers retours d'expériences sur l'accès aux réseaux depuis juillet 2004 ?

Olivier COURSIMAULT, Gaz de France Réseau Distribution

L'expérience du distributeur dans le nouveau contexte : premiers retours d'expérience depuis juillet 2004

Le distributeur Gaz de France assure la commercialisation de prestations d'acheminement et de services associés : c'est ainsi qu'il achemine, sans discrimination, le gaz naturel des fournisseurs choisis par les clients. Il garantit :

- > **L'accès au gaz**, c'est-à-dire le développement du réseau de distribution et le raccordement des clients.
- > **La gestion déléguée** du service public de distribution de gaz, par les contrats de concession signés avec les collectivités concédantes. A ce titre, **garant de la sécurité et de la qualité de la distribution du gaz**, il élabore et met en oeuvre les politiques d'investissement (modernisation et développement des réseaux) et d'exploitation.
- > **L'acheminement du gaz** commercialisé par les divers fournisseurs aux clients, en garantissant un accès non discriminatoire aux réseaux.
- > **des services** destinés aux clients, autour de la livraison du gaz et de la sécurité.

Quelques caractéristiques¹ permettent d'identifier la surface du distributeur Gaz de France :

- > 11 millions de clients, dont plus de 500 000 clients éligibles depuis le 1^{er} juillet 2004
- > 8 850 communes desservies en gaz naturel (6431 contrats de concession) qui représentent 75 % de la population française
- > 173 000 kilomètres de réseau de distribution
- > 325 TWH d'énergie livrée sur le réseau
- > de l'ordre de 2,8 Mds € de chiffre d'affaires « acheminement »

L'**acheminement**, au service de la communauté des fournisseurs, constitue le cœur d'activités du gestionnaire de réseau Gaz de France depuis le 1^{er} juillet 2004.

Auparavant, chaque client individuel faisait ainsi appel à un opérateur qui prenait en charge, dans le cadre d'une relation « point à point », l'ensemble des prestations attendues, que celles-ci relèvent de

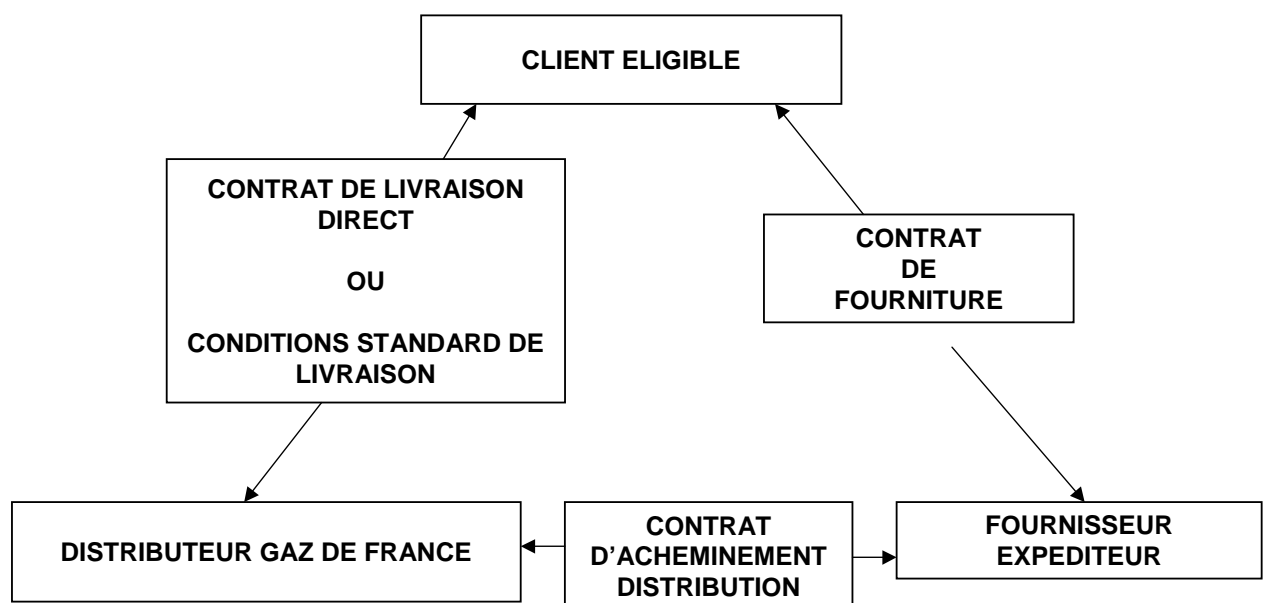
¹ Valeurs France 2004

l'activité de fourniture du gaz ou de l'activité de réseau. Cette période est révolue pour les clients éligibles pour lesquels, désormais, trois acteurs sont parties prenantes directes de la relation :

- > **le client**
- > **le fournisseur**
- > **le gestionnaire de réseau**

L'alimentation d'un nouveau client éligible nécessite trois contrats :

- > un contrat de fourniture (fournisseur – client)
- > un contrat d'acheminement (fournisseur – distributeur)
- > un contrat de livraison (client – distributeur)



1. Pour disposer d'un **contrat de fourniture** de gaz, le client s'adresse librement au fournisseur de gaz de son choix, parmi la dizaine de fournisseurs agréés par les services de l'Etat.

2. Pour disposer, sur la zone desservie par Gaz de France, d'un **contrat d'acheminement** de gaz auquel sera rattaché l'ensemble des contrats de livraison de ses clients, le fournisseur de gaz s'adresse à l'Agence d'Acheminement Distribution (AAD)

Cette agence nationale prend en charge l'élaboration des contrats ; elle assure la facturation et la gestion des comptes ainsi que l'ensemble des relations clients y afférentes. Son rôle consiste également à reconstituer quotidiennement les quantités livrées aux clients pour le compte de chacun des fournisseurs.

3. Pour disposer d'un **contrat de livraison** (pour la location et la maintenance de son poste de détente et de comptages), le client est directement conduit à solliciter l'une des 8 agences régionales distribution gaz (ARDG) du distributeur Gaz de France, celles-ci assurant sur leur territoire respectif,

l'élaboration et la gestion des contrats de livraison (hors les clients multi-sites pris en charge par l'Agence nationale) En pratique, et pour la très grande majorité des clients, il s'agit de conditions standard de livraison qui sont remises par le fournisseur au client en même temps que le contrat de fourniture. Les clients plus importants (soit 10% des clients environ), dont les activités appellent un contenu technique de contrat de livraison plus élaboré, disposent d'un contrat **de livraison direct** qu'ils signent eux-mêmes avec le distributeur Gaz de France.

Les 8 agences régionales de Gaz de France garantissent la gestion des rattachements des points de livraison aux contrats d'acheminement et apportent l'appui à la centaine d'entités décentralisées du distributeur Gaz de France qui assument les activités de proximité associées à l'acheminement et à la livraison (relevés, interventions techniques, prestations liées à la livraison)

Il est à observer que les contrats, qu'il s'agisse de ceux d'acheminement ou de ceux de livraison, peuvent être directement téléchargés à partir du site Internet du distributeur Gaz de France (www.gazdefrance-distribution.com)

Ce site permet également à chacun des acteurs parties prenantes de l'activité (entreprises, professionnels, collectivités territoriales, fournisseurs, clients) d'avoir accès à toutes les informations concernant l'accès au réseau de gaz naturel et de disposer de services en ligne ou d'espaces Extranet personnalisés et sécurisés. A titre d'exemple, clients et fournisseurs peuvent simuler le profil de consommation de chacun de leurs points de livraison.

Au-delà des transformations organisationnelles ou de la ré-ingénierie des processus opérationnels de travail, des mesures importantes ont été prises pour respecter **confidentialité et non-discrimination**. L'adaptation structurelle des systèmes d'information a constitué un chantier prioritaire pour permettre l'enregistrement et l'auditabilité des événements économiques et des coûts et garantir la préservation des informations commercialement sensibles (ICS) : mesures des énergies, identité des clients et des fournisseurs, conditions contractuelles, factures.

Des dispositifs formels de protection des informations commercialement sensibles ont été mis en place : locaux dédiés pour les sites de Gaz de France Réseau Distribution, contrôles d'accès généralisés, locaux informatiques et télécommunications reconfigurés en conséquence.

Ces points sont en voie d'être consacrés par un « Code de bonne conduite » qui récapitule les mesures d'organisation interne prises pour prévenir toute pratique discriminatoire en matière d'accès au réseau au sein du distributeur Gaz de France.

Gaz de France Réseau Distribution participe activement aux groupes GTG institués au printemps 2004 sous le pilotage des services de la CRE pour travailler en toute transparence avec la communauté des acteurs du marché.

Au cours de sa conférence du 26 novembre 2004, Monsieur Jean SYROTA, Président de la Commission de Régulation de l'Energie, a effectué un premier bilan de l'ouverture du marché du gaz

naturel en indiquant que plus de 15 000 sites avaient exercé leur éligibilité (environ 35 % du marché ouvert en volume) et que 116 d'entre eux avaient changé de fournisseur (environ 15 % du marché ouvert, en volume) 58 de ces clients concernent Gaz de France.

Soucieux de la performance et de la qualité de ses réponses à l'évolution du contexte, Gaz de France Réseau Distribution s'apprête à lancer une enquête de satisfaction auprès de ces acteurs et a mis en place un comité technique de l'acheminement sur le réseau de distribution pour partager sur les difficultés et sur les attentes des fournisseurs et expéditeurs.

Au-delà des conditions d'accès au réseau des fournisseurs et des clients, deux autres défis sont associés à la mission du Distributeur Gaz de France :

1. Améliorer la sûreté et la performance du réseau de distribution :

- > sécurité et maîtrise des risques industriels,
- > maîtrise des coûts des travaux, des charges d'exploitation et de maintenance,
- > pertinence des investissements ; plus de 700 M. € sont investis annuellement, pour traiter les facteurs de risque et pour développer le réseau.

2. Assurer un développement rentable du réseau, dans un domaine d'activité où la moitié des dépenses sont des dépenses de nature capitalistique :

- > extensions de réseaux dans les communes déjà desservies,
- > créations de nouvelles concessions dans le cadre concurrentiel des délégations de service public de distributions publiques de gaz.

La part du gaz naturel dans les énergies primaires est beaucoup plus faible en France qu'en Europe (France 14 % ; Europe 24 %). Le marché du gaz naturel dispose ainsi d'un remarquable potentiel de croissance.

Il induit un enjeu majeur sur le développement rentable des réseaux de distribution, leur libre accès par les clients et les fournisseurs de gaz naturel et la mise en œuvre de politiques d'investissement et d'exploitation garantant de la **sécurité des personnes et des biens**.

Olivier COURSIMAULT, Gaz de France Réseau Distribution
olivier.coursimault@gazdefrance.com