CANADA

PROVINCE DE QUÉBEC

RÉGIE DE L'ÉNERGIE

No : R-3787-2012

Fixation d'un montant en cents par litre au titre des coûts d'exploitation que doit supporter un détaillant en essence ou en carburant diesel

(Article 59 de la Loi sur la Régie de l'énergie, L.R.Q., c. R-6.01)

COSTCO WHOLESALE CANADA LTD.

Intervenante

PREUVE PRODUITE PAR COSTCO WHOLESALE CANADA LTD.

1. L'intervenante Costco Wholesale Canada Ltd. (ci-après « **Costco** ») désire principalement utiliser des éléments de preuve des dossiers antérieurs, qu'elle a mis à jour lorsque possible. Costco dépose donc lesdits éléments de preuve et relate dans les paragraphes qui suivent les conclusions de fait qu'elle demande à la Régie de l'énergie (ci-après « **Régie** ») d'en tirer.

I. INTRODUCTION

2. La Régie a le devoir de s'assurer que les Québécois puissent bénéficier de services rendus par des détaillants efficaces. La Régie n'est pas appelée à obliger les consommateurs à subventionner des essenceries inefficaces. Les intérêts des consommateurs sont les seuls qui sont protégés par la *Loi sur la Régie de l'énergie* (« **Loi** »). Le processus de fixation des coûts d'exploitation ne devrait pas être l'occasion pour les détaillants de chercher à s'assurer l'augmentation ou le maintien des marges et des profits, mais plutôt de favoriser une concurrence favorable aux consommateurs.

3. Or, jusqu'à présent, le processus de régulation instauré en vertu de la Loi a eu généralement pour effet de permettre aux détaillants de maintenir ou d'augmenter leurs marges au détail, marges qui sont encore plus importantes en ce qui a trait à l'essence super.

- CAA QUÉBEC, *Bilan 2011 du prix de l'essence par CAA-Québec : une année marquée par les hausses*, disponible en ligne : http://www.caaquebec.com/Nouvelles/CommuniquesDePresse/CommuniquesPresseDetail.htm?lang=fr-ca&ID=80ed6493-114e-4083-8950-130de93ac502 (**Onglet CWC-1**).
- D-2012-050, Tableau 2a), comparaison entre les données de 1999 et 2011.
- D-2012-050, Tableau 2b), comparaison entre les données de 1999 et 2011.

4. L'inefficacité relative et la surcapacité d'offre des essenceries au Québec dans le marché actuel ne sert pas les intérêts des consommateurs québécois, qui doivent payer leur essence plus cher, alors que les commerçants dégagent des marges au détail importantes.

5. La Régie doit définir les coûts d'exploitation en évitant de permettre le nivellement à la moyenne d'inefficacité et en tenant plutôt compte des intérêts des consommateurs, qui passent par l'efficacité et la rationalisation du marché.

6. D'entrée de jeu, Costco déplore que le processus actuel devant la Régie se fasse en l'absence de tous groupes de consommateurs, le seul intervenant étant présent à ce titre étant la Ville de Saint-Jérôme. La Régie devrait s'interroger sur les motifs de ce désintéressement des seules personnes dont l'intérêt est directement au cœur de la Loi.

7. L'absence des consommateurs met en doute la légitimité du processus et la capacité de la Régie d'arriver au bon résultat.

8. Costco s'est opposée à plusieurs reprises au processus d'inclusion et de fixation des coûts d'exploitation que doit supporter un détaillant mené en vertu de l'article 59 de la Loi, étant d'avis que ce processus demeurera contraire à l'intérêt des consommateurs tant qu'il découragera les investissements dans les essenceries les plus efficaces. Pour Costco, la seule solution satisfaisante serait l'abolition par amendement législatif de ce processus d'inclusion et de fixation des coûts.

9. Toutefois, Costco reconnaît l'obligation légale actuelle de la Régie de procéder à la fixation des coûts d'exploitation que doit supporter un détaillant et suggère donc que soit révisé le modèle du détaillant « efficace » adopté il y a plus de dix (10) ans de manière à favoriser véritablement les intérêts des consommateurs.

10. À cet égard, Costco rappelle la définition de l'efficacité qui a été adoptée par la Régie dans sa décision D-99-133 : « l'efficacité se définit comme étant la production d'un certain niveau de biens ou services au moindre coût possible ».

    - D-99-133, p. 38 (**Onglet CWC-2**).

II. LE MODÈLE DE RÉFÉRENCE

11. Costco réitère la position qu'elle a adoptée de façon constante devant la Régie de l'énergie depuis sa première participation aux auditions publiques concernant la régulation des prix de l'essence en vertu de la Loi (R-3469-2001) : le modèle de référence ne doit pas en être un qui relève de la « typicalité » ou de la « moyenne » des essenceries. Il doit s'agir d'une essencerie efficace, qui permet de favoriser l'intérêt des consommateurs par l'assurance du prix le plus bas possible.

12. La Régie a retenu jusqu'à présent comme modèle de référence une essencerie de type libre-service jumelée avec un dépanneur. Or, l'on remarque du Tableau 5 joint à la décision procédurale D-2012-050 qu'une diversification de ce « modèle » s'est produite depuis 1999. En effet, si l'essencerie libre-service avec dépanneur est toujours fort répandue, l'on remarque par ailleurs une très forte croissance au niveau des essenceries avec service de restauration rapide.

- D-2012-050, Tableau 5.

13. Costco soumet que cette réalité est l'extension du constat auquel en était arrivé la Régie dans sa décision D-99-133, à savoir que le jumelage d'un commerce avec une essencerie est important puisqu'il permet aux consommateurs de trouver en un même endroit une multitude de biens et services de consommation courante. Cela permet de développer une offre mieux adaptée aux besoins des consommateurs et de répondre à leurs multiples attentes en leur proposant une approche basée sur du *one stop shopping*. Le résultat net pour le site est un achalandage accru. Aussi, le fait d'accroître l'achalandage permet d'augmenter, entre autres, les volumes de vente d'essence.

- D-99-133, p. 36-40 (**Onglet CWC-2**).

14. Costco soumet que, loin d'être un cas isolé, sa stratégie de commercialisation de l'essence, jumelée à un commerce de détail à grande surface, constitue un moyen parmi d'autres d'offrir aux consommateurs des services ancillaires qui leur permettront de vivre l'expérience de *one stop shopping* préconisée par la Régie. Ainsi, comme toutes autres essenceries offrant des services ancillaires (dépanneur, lave-auto, service de restauration rapide, etc.), Costco bénéficie d'un achalandage accru qui lui permet, entre autres, d'augmenter ses volumes de vente d'essence.

15. Ainsi, si le « modèle » que retiendra la Régie n'a pas nécessairement à être celui de l'essencerie attachée à un commerce de détail, la Régie ne devrait pas pour autant écarter ce type de jumelage dans l'étude de ce qui constitue une essencerie efficace.

16. Entre autres, sans disposer d'information privilégiée concernant les entreprises qui sont en concurrence avec elle, Costco note que les essenceries attachées à des commerces au détail pratiquant une politique de haut volume avec bas prix ont eu un impact important sur le marché depuis leur apparition aux États-Unis.

- « Americans Favor Fuel From Grocery And Wholesale Markets, Study Finds », Convenience Store Decisions, June 13, 2012 (**Onglet CWC-3**).

17. Cet effet a d'ailleurs été maintes fois constaté au Québec par la Régie dans le cadre des auditions d'inclusion des coûts d'exploitation pour la ville de Saint-Jérôme, où Costco a établi sa première essencerie.

- D-2002-80, p. 24 et 25 (**Onglet CWC-4**); D-2003-220, p. 7 et 8 (**Onglet CWC-5**); et D-2008-091, p. 17 (**Onglet CWC-6**).

18. D'ailleurs, Costco n'est plus « la seule à offrir [de l'essence] dans un de ses établissements [à grande surface] au Québec », contrairement à l'état qui prévalait lorsque la Régie a rendu sa décision D-2003-126 (p. 23). À cet égard, voir notre tableau au paragraphe 28 h) des présentes.

19. L'on ne peut donc faire autrement que de constater que la notion de « faire le commerce de façon efficace » a beaucoup évolué en raison de l'entrée en scène de ces nouveaux joueurs et de l'évolution du modèle d'essencerie avec dépanneur.

20. Cette évolution est démontrée, par exemple, par l'ascension fulgurante des essenceries avec un service de restauration rapide, qui constitue une autre manière d'accroître la clientèle en offrant des services ancillaires, et qui n'était pas envisagée au moment où la Régie a rendu la décision D-99-133.

21. La Régie se doit de considérer l'arrivée de ces nouveaux modèles de commerce dans le marché qui font preuve d'une efficacité accrue, et ce, nonobstant le fait qu'ils ne répondent pas au modèle plus « typique » élaboré il y a plus de dix ans.

22. Le modèle proposé par Costco constitue simplement la mise en oeuvre de la stratégie de haut volume/bas prix qui permet au détaillant efficace de se tailler une place importante dans le marché et de s'accaparer des volumes appréciable. Ce modèle pourrait être adopté par n'importe quel détaillant qui se dote d'une essencerie aménagée pour recevoir le plus grand nombre de consommateurs possibles.

23. D'ailleurs, dans un rapport publié en janvier 2011, la Régie constatait que les détaillants d'essence ou de carburant diesel ont modifié leurs pratiques commerciales depuis 1999, celles-ci étant nombreuses et diversifiées. Elle notait également que compte tenu de l'ampleur des coûts fixes que les détaillants doivent supporter, le volume de ventes de carburants a un impact important sur la rentabilité d'une essencerie, et que l'évolution des types de commerces jumelés aux essenceries est un autre facteur d'influence.

    - RÉGIE DE L'ÉNERGIE, Rapport sur les impacts de l'exercice des pouvoirs de la Régie de l'énergie sur les prix et les pratiques commerciales dans la vente au détail d'essence ou de carburant diesel, janvier 2011, p. 18 et 19, disponible en ligne : http://www.regie-energie.qc.ca/documents/autres/rapport169_janvier2011.pdf **(Onglet CWC-12)**.

24. En effet, tel que l'a noté la Régie dans sa décision D-99-133, pour répondre aux besoins évolutifs du consommateur, la tendance lourde à la fin des années 1990 voulait que les détaillants de carburants aient recours à plusieurs formes de jumelage de commerces pour augmenter leurs volumes, vu la synergie entre les divers types d'opération. Selon la Régie, les données récentes montrent que cette tendance s'est poursuivie.

    - RÉGIE DE L'ÉNERGIE, Rapport sur les impacts de l'exercice des pouvoirs de la Régie de l'énergie sur les prix et les pratiques commerciales dans la vente au détail d'essence ou de carburant diesel, janvier 2011, p. 20 et 21, disponible en ligne : http://www.regie-energie.qc.ca/documents/autres/rapport169_janvier2011.pdf **(Onglet CWC-12)**.

25. Malgré ce qui précède, Costco note que la part de marché et la croissance des détaillants d'essence à haut volume/bas prix ont été jusqu'à présent handicapées par le montant exagéré fixé au titre des coûts d'exploitation qui représente un modèle d'essencerie peu efficace. Le modèle de référence actuel crée un frein à l'innovation et crée des barrières aux nouveaux entrants, causant préjudice aux consommateurs qui ne peuvent bénéficier des

services de détaillants plus efficaces aptes à opérer leurs essenceries à un coût moindre que le 3¢ par litre historiquement fixé par la Régie au titre des coûts d'exploitation. En l'absence de la régulation actuelle, les changements du marché auraient pu être beaucoup plus significatifs, et auraient ainsi pu grandement bénéficier aux consommateurs.

- « Speaking Notes of Richard J. Taylor, Acting Deputy Commissionner of Competition », July 27, 2004, Competition Bureau of Canada, disponible en ligne : http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/00892.html (**Onglet CWC-7**).

26. Les marchés qui ont connu l'implantation des essenceries associées à des magasins à grande surface (comme celui du Grand Montréal) ont pu profiter d'une restructuration entraînant une augmentation à la hausse du débit annuel moyen par essencerie — un des indices de référence de l'efficacité d'une essencerie — et une diminution de la marge de commercialisation en conséquence, dont l'ensemble du Québec devrait pouvoir bénéficier.

- RÉGIE DE L'ÉNERGIE, *Avis sur les écarts de prix de vente et des marges de commercialisation de l'essence entre Montréal et Québec*, p. 18-20, disponible en ligne : http://www.regie-energie.qc.ca/audiences/3710-09/Avis_a_la_ministre_R-3710-2009.pdf (**Onglet CWC-8**).

27. Costco entend donc souligner, notamment :

a) Que le modèle de référence doit être revu en fonction de la tendance à la multiplication des essenceries à haut volume, qui sont caractérisées par l'aménagement des stations pour maximiser le nombre de consommateurs servis, et par le jumelage ou triplage avec d'autres commerce pour augmenter l'achalandage;

b) Qu'il y a eu augmentation substantielle des volumes vendus par les « essenceries efficaces »;

c) Que les coûts d'exploitation considérés doivent être réajustés à la baisse en fonction du nouveau modèle d'essencerie efficace et en fonction de l'augmentation des volumes et des rabais à la rampe disponibles aux détaillants.

28. Costco demande à la Régie de tirer les conclusions de fait suivantes, grâce aux éléments de preuve qu'elle soumet dans le cadre des présentes et aux preuves à la disposition de la Régie :

a) Le modèle d'essencerie de type libre-service jumelée avec un dépanneur ne vise pas à lui seul à atteindre des volumes d'essence importants qui permettraient de réduire les prix à la pompe. Il est donc évident que d'autres services peuvent attirer une clientèle plus importante et augmenter les volumes vendus grâce au jumelage.

b) Au Québec, depuis l'année 2000, ce n'est pas le modèle de référence avec dépanneur qui a connu la plus grande expansion.

- D-2012-050, Tableau 5.

c) L'arrivée des grandes surfaces est la « tendance lourde » dans l'industrie de la vente au détail de l'essence.

- R-3499-2002 — *Transcription de l'audience tenue à Montréal le 1er mai 2003*, témoignage de M. Carol Montreuil, à la p. 101 (**Onglet CWC-9**).

d) Aux États-Unis, le modèle d'essencerie jumelée avec de grands commerces ou des « Big Box » est apparu vers la fin des années 1980 – début des années 1990. Il a connu une progression importante au début du XXIe siècle. Costco suit ce modèle et en 2008 avait déjà installé quatre stations au Québec : Saint-Jérôme, Brossard, Bridge (Pointe-Saint-Charles) et Anjou. Une cinquième essencerie sera ouverte par Costco à Terrebonne en août 2012.

- R-3499-2002 — *COSTCO-4 — Evolution of the High Volume Gasoline Retailer*, document préparé par EAI Inc., 20 janvier 2003 (**Onglet CWC-10**).
- R-3499-2002 — *Transcription de l'audience tenue à Montréal le 3 avril 2003*, témoignage de M. Joseph Leto, aux p. 43 et 44 (**Onglet CWC-11**).

e) Déjà en 2003, plusieurs joueurs de type grand débit voulaient percer le marché canadien, tels Loblaws, Safeway et Wal-Mart. En 2003, aux États-Unis, Safeway était le septième plus gros joueur indépendant en termes de volume d'essence vendue, alors que Costco était troisième et Wal-Mart premier.

- R-3499-2002 — *Transcription de l'audience tenue à Montréal le 3 avril 2003*, témoignage de M. Joseph Leto, à la p. 51 (**Onglet CWC-11**).

f) D'ailleurs, dans le cadre de ses activités de surveillance du marché, la Régie constatait une augmentation du nombre d'essenceries liées à un magasin à grande surface.

- RÉGIE DE L'ÉNERGIE, *Rapport sur les impacts de l'exercice des pouvoirs de la Régie de l'énergie sur les prix et les pratiques commerciales dans la vente au détail d'essence ou de carburant diesel*, janvier 2011, p. 23 et 24, disponible en ligne : http://www.regie-energie.qc.ca/documents/autres/rapport169_janvier2011.pdf (**Onglet CWC-12**).

g) Costco a trente-deux (32) essenceries au Canada, incluant huit (8) qui ont été ouvertes en Ontario (marché non réglementé) dans les trois dernières années (avec une neuvième à ouvrir en août 2012) et neuf (9) qui ont été ouvertes en Alberta (également non réglementé) dans les trois dernières années.

h) En terme de nombre de succursales de ses concurrents, Costco ne dispose que d'informations rendues publiques dans le cadre de recensements effectués par la firme MJ Ervin & Associates inc. pour les années 2004, 2006, 2008 et 2010. À cet égard, notons que le nombre de succursales opérées par des commerces de ce type a augmenté lentement au Québec depuis 2004, malgré l'effet dissuasif du Prix Minimum Estimé trop élevé :

Nom du magasin	2004	2006	2008	2010	2012
Loblaws / Maxi / Provigo	7	10	10	11	14
Costco	1	1	4	4	5
Wal-Mart	0	0	1	0	0
Total	8	11	15	15	19

- MJ ERVIN & ASSOCIATES INC, *National Retail Petroleum Site Census 2010*, Calgary, 2011, Appendix A : Survey : By Brand, disponible en ligne : http://www.kentmarketingservices.com/dnn/LinkClick.aspx?fileticket=nBz8XZMPQEc%3D&tabid=40 (**Onglet CWC-13**).
- MJ ERVIN & ASSOCIATES INC, *National Retail Petroleum Site Census 2008*, Calgary, 2009, Appendix A : Survey : By Brand, disponible en ligne : http://www.kentmarketingservices.com/dnn/LinkClick.aspx?fileticket=24V6gc3r80Y%3D&tabid=107 (**Onglet CWC-14**).
- MJ ERVIN & ASSOCIATES INC, *National Retail Petroleum Site Census*, disponible en ligne : http://www.cppi.ca/pdf/MJEReport2006.pdf (**Onglet CWC-15**).
- MJ ERVIN & ASSOCIATES INC, *2004 National Retail Gasoline Site Census*, disponible en ligne : http://www.icpp.ca/pdf/MJEReport2004.pdf (**Onglet CWC-16**).
- Extraits des localisateurs de magasins Loblaws / Maxi / Provigo (**Onglet CWC-17**).

i) L'arrivée d'essenceries à haut volume dans une région, avec leur stratégie de bas prix, est le reflet de la santé des forces concurrentielles du marché. L'arrivée de compagnies vraiment indépendantes, qui ne sont pas affiliées avec la distribution ou le raffinage des produits pétroliers, comme les joueurs traditionnels (incluant plusieurs membres de l'AQUIP et de l'ICPP), apporte une nouvelle concurrence au marché et empêche la création d'oligopoles ou de monopoles dans les secteurs de la distribution et de la vente au détail d'essence.

29. La Régie a reconnu qu'un magasin à grande surface est une autre manière en soi de diversifier l'offre de services au consommateur, d'accroître la clientèle et de permettre au détaillant de réaliser des économies de gamme.

- RÉGIE DE L'ÉNERGIE, *Rapport sur les impacts de l'exercice des pouvoirs de la Régie de l'énergie sur les prix et les pratiques commerciales dans la vente au détail d'essence ou de carburant diesel*, janvier 2011, p. 22-24 disponible en ligne : http://www.regie-energie.qc.ca/documents/autres/rapport169_janvier2011.pdf **(Onglet CWC-12)**.

30. Toutefois, certains joueurs qui désirent effectuer le commerce efficace de l'essence notamment par l'ouverture d'essenceries de haut volume, sont actuellement empêchés de pénétrer le marché en raison des 3¢ fixés au chapitre des coûts d'exploitation, ce pourquoi la Régie doit revoir le modèle de référence.

31. Costco soumet que ce n'est pas la nature du commerce auquel l'essencerie est jumelé qui distingue le modèle efficace, mais plutôt l'aménagement de l'essencerie afin de permettre son opération à haut volume pour ainsi servir le grand nombre de consommateurs.

32. L'essencerie efficace est aménagée afin de vendre le plus grand volume d'essence possible. Elle est de type libre-service avec méthode de paiement à la pompe. Une ou plusieurs des principales cartes de crédit et les principales cartes de débit sont acceptées. Aucun argent comptant ou chèque n'est accepté. Les postes de ravitaillement sont facilement accessibles sur des îlots. Chacun de ces postes a un débit moyen d'au moins 37,5 litres par minute. La superficie de l'essencerie est suffisamment grande pour permettre au consommateur de s'approvisionner rapidement. Les boyaux sont très longs (14 pieds) et permettent ainsi de faire le ravitaillement des deux (2) côtés du véhicule afin d'accélérer la circulation.

33. L'essencerie efficace vend uniquement de l'essence ordinaire sans plomb et du super-carburant sans plomb. Il est impossible pour des clients d'y laver leurs vitres de voiture ou même d'y gonfler leurs pneus. La circulation est à sens unique et les allées sont très larges pour permettre aux véhicules d'entrer et de sortir rapidement, même en période de grande circulation.

34. Un seul employé est nécessaire sur le site. Les heures d'ouverture sont réduites aux périodes achalandées, par exemple, de 8h00 à 21h00 du lundi au vendredi, de 8h00 à 18h30 le samedi et de 8h00 à 17h30 le dimanche. L'employé ne porte aucun uniforme.

35. Cet aménagement de l'essencerie maximise sa capacité de servir le plus de clients dans le moins de temps possible, et ce, afin d'accroître le volume d'essence vendu et donc réduire les coûts d'exploitation par litre.

36. L'essencerie efficace est conçue pour vendre facilement dix millions cinq cent mille litres (10,5 Ml) d'essence, ou trois fois le volume déterminé par la Régie dans sa décision D-99-133 comme étant le « volume efficace ».

37. Les installations de Costco à St-Jérôme pourraient servir comme exemple de ce modèle à haut débit.

- Réponses de Costco aux demandes de renseignements des autres participants en date du 21 décembre 2001 dans le dossier R-3469-2001 (**Onglet CWC-27**).

38. Le modèle de grand volume et bas prix est déjà reconnu par plusieurs intervenantes. Monsieur Gonthier, témoin de l'AQUIP, a décrit les opérations de Costco comme suit lors de l'audition du 16 janvier 2002 dans le dossier R-3469-2001 : « Sa stratégie est plus "low price — high volume", mais pas de vendre à perte. » Monsieur Montreuil, représentant de l'ICPP, a décrit le modèle de Costco comme étant quelque chose de nouveau dans le secteur de la vente au détail de l'essence au Québec.

- Voir les pages 41, 205 et 206 du volume 3 des notes sténographiques du 16 janvier 2002 dans le dossier R-3469-2001 (**Onglet CWC-28**).

39. La réalité de ce modèle n'est donc pas contestée.

40. Le modèle de référence proposé par Costco est réalisable dans l'ensemble des centres urbains du Québec comportant plus de 50 000 habitants (incluant les « Régions urbaines du Québec » sondées par Kent), où il est possible d'installer un magasin à grande surface ou autre commerce apte à générer de l'achalandage. L'essence étant un bien complémentaire au commerce de biens de consommation usuels, il suffit qu'un commerce dispose de suffisamment d'espace sur son terrain commercial pour accueillir une essencerie aménagée de façon à recevoir le plus grand nombre de consommateurs possibles. L'achalandage d'un tel commerce profite directement à l'essencerie et permet l'augmentation des volumes vendus.

- R-3499-2002 — Transcription de l'audience tenue à Montréal le 3 avril 2003, témoignage de M. Joseph Leto, aux p. 247, 249 et 250 (**Onglet CWC-18**).

41. Par exemple, la majorité des magasins-entrepôts Costco, situés dans des centres urbains, sont des sites potentiels pour l'implantation d'une essencerie par Costco.

- Liste des dix-huit (18) sites des magasins Costco, en date du 22 mai 2012 (**Onglet CWC-19**).

42. Costco propose ainsi que le modèle à haut volume et bas prix soit retenu, surtout dans les centres urbains du Québec comportant plus de 50 000 habitants, et forcément dans les régions métropolitaines de Montréal et de Québec. Ce modèle est caractérisé par l'aménagement et l'opération de l'essencerie afin de maximiser le nombre de consommateurs servis, et par le jumelage avec un autre commerce pour augmenter l'achalandage.

43. Costco ne dispose d'aucune information qui lui permettrait de suggérer un modèle de référence qui serait adéquat dans les autres régions du Québec.

III. LES VOLUMES

44. Sur la base de ce modèle, Costco soumet que la Régie doit employer un volume pour l'essencerie efficace qui dépasse largement le volume de 3,5 millions de litres que la Régie a précédemment fixé.

45. La Régie a toujours retenu qu'il ne fallait pas calculer par « moyenne », mais plutôt selon le « détaillant efficace ». Autrement, toute personne qui aurait un volume plus élevé que la moyenne et qui pourrait absorber ses coûts sur un volume plus important sera découragée de ce faire par le Prix Minimum Estimé et la présomption de pratiques abusives prévue à

l'article 67 de la *Loi sur les produits et équipements pétroliers*, au grand dam des consommateurs.

46. Or, la surcapacité des essenceries québécoises est prouvée de par le faible volume d'essence vendue par essencerie comparé à la capacité volumétrique que pourraient atteindre les équipements de ces mêmes essenceries. En effet, une essencerie efficace devrait être en mesure de pouvoir maximiser les volumes d'essence vendue. Si les équipements de l'essencerie modèle adopté auparavant par la Régie sont capables de livrer aux consommateurs 15,5 ML par année lorsqu'une essencerie est ouverte 84 heures par semaine et 23,2 ML par année lorsqu'elle est ouverte 126 heures par semaine, il est raisonnable et réaliste de croire qu'une essencerie efficace serait en mesure de vendre 10,5 ML par année, qu'elle soit ouverte 84 ou 126 heures par semaine.

- Estimé du volume maximum pour l'essencerie modèle de la Régie, Pièce Costco-11, dossier R-3499-2002 (**Onglet CWC-20**).

- R-3499-2002 — Transcription de l'audience tenue à Montréal le 3 avril 2003, témoignage de Pierre Riel, aux pp. 90-94 (**Onglet CWC-24**).

47. L'utilisation d'un volume de référence de 3,5 ML tend, toutes autres choses étant égales, à une surestimation des coûts d'exploitation par litre de l'essencerie de référence. D'ailleurs, cette surestimation serait continue et accentuée au cours des trois (3) prochaines années en raison de hausses prévisibles des volumes moyens par site pour cette période. Une telle surestimation est contraire à l'intérêt des consommateurs.

48. Costco demande à la Régie de tirer les conclusions de fait suivantes, grâce aux éléments de preuve qu'elle soumet dans le cadre des présentes et aux preuves à la disposition de la Régie :

a) Le volume de vente moyen par essencerie au Québec est passé de 2,2 millions de litres en 1998 à 3,3 millions de litres en 2011, ce qui représente une augmentation de 50%, en excluant les volumes de Costco.

- D-2012-050, Tableau 4.

b) Costco note que le volume d'essence vendu au Québec a augmenté de 13,1% entre 1998 et 2011, passant de 4,884 milliards de litres à 5,524 milliards de litres.

- D-2012-050, Tableau 4.

c) En 2005, 29% des stations recensées par Kent avaient des volumes dépassant les 3,5 millions de litres. En 2008, ce sont 32,5%.

- C-3-2 – Preuve de l'ICPP, par. 3.11; *C-3-2- ICPP-1 – Kent Marketing Services Ltd. Report*, dossier R-3597-2006 (**Onglet CWC-21**).

d) Le Québec est toujours loin d'atteindre les volumes moyens enregistrés aux États-Unis et en Ontario. Ainsi, déjà en 2001, ce volume moyen était de 4,711 millions de litres par année aux États-Unis alors qu'en Ontario, il était de 4,78 millions de litres. La Régie devrait mettre à jour cette information comparative.

- R-3499-2002 — *CAA/OC-12 — Annual Station Count Continues Slow Decline*, à la p. 103 (**Onglet CWC-22**).
- R-3499-2002 — Mémoire de CAA — déposé sous pli confidentiel comme pièce CAA/OC-4 — *Kent Marketing Report, Provincial market share summaries – Québec and Ontario, (December 1998/September 2002)*, ainsi que dans les tableaux 6 et 7 dudit mémoire (**Onglet CWC-23**).

e) Les plus grands volumes de vente par site sont générés par les grandes surfaces.

- R-3499-2002 — Mémoire de CAA — déposé sous pli confidentiel comme pièce CAA/OC-4 — *Kent Marketing Report, Provincial market share summaries – Québec and Ontario, (December 1998/September 2002)*, ainsi que dans les tableaux 6 et 7 dudit mémoire (**Onglet CWC-11**) .

IV. IMPACT SUR LES COÛTS D'EXPLOITATION

49. Le montant à déterminer ne doit pas l'être dans une perspective comptable afin de couvrir tous les coûts supportés par les détaillants. L'article 59 de la Loi prévoit que la Régie fixe « un montant au titre des coûts d'exploitation » sur la base des coûts nécessaires et raisonnables dans une perspective de protection du consommateur aux fins de l'établissement de la présomption de pratique commerciale abusive édictée à l'article 67 de la LPEP.

- D-99-133, p. 5, 14 et 15 (**Onglet CWC-2**).

50. Chaque détaillant d'essence possède une structure de coûts différente qui lui permet d'exploiter son essencerie de façon efficace et rentable. Costco soumet donc que l'adoption d'une grille de coûts aseptisée ne reflète aucun cas réel et ne peut que desservir l'intérêt des consommateurs, dans la mesure où les essenceries efficace arrivent à opérer avec profits à leur manière respective, sans égard à la grille générale de coûts d'exploitation adoptée dans la décision D-99-133.

51. Dans tous les cas, Costco croit que la preuve démontre largement que les coûts établis par la Régie peuvent accommoder des débits largement supérieurs à 3,5 millions de litres. Comme une large partie des coûts d'exploitation est fixe, si la rationalisation permet d'augmenter le « litrage » annuel moyen, les coûts unitaires s'en trouveront forcément réduits.

- D-99-133, p. 32 (**Onglet CWC-2**).

52. Une station à quatre (4) pompes et huit (8) becs verseurs a amplement la capacité requise à 37,5 litres/minute de générer facilement des rendements du volume de 10,5 millions.

- Estimé du volume maximum pour l'essencerie modèle de la Régie, Pièce Costco-11, dossier R-3499-2002 (**Onglet CWC-20**).
- R-3499-2002 — Transcription de l'audience tenue à Montréal le 3 avril 2003, témoignage de Pierre Riel, aux pp. 90-94 (**Onglet CWC-24**).

53. Costco soumet que le modèle à haut volume et à bas prix qu'elle prône devrait donc permettre de réduire du triple les coûts d'exploitation, au grand bénéfice des consommateurs.

54. Par ailleurs, une essencerie efficace ne devrait pas assumer des dépenses inutiles dans ses coûts d'opération, tels les uniformes. De plus, les heures d'ouverture devraient être réduites aux périodes rentables.

55. Costco demande à la Régie de tirer les conclusions de fait suivantes, grâce aux éléments de preuve qu'elle soumet dans le cadre des présentes :

a) Le modèle des détaillants d'essence de type grand débit est un modèle « *no frills* ». Ce modèle assure un contrôle strict des dépenses.

- *R-3499-2002 — Transcription de l'audience tenue à Montréal le 3 avril 2003*, témoignage de M. Joseph Leto, à la p. 48 (**Onglet CWC-11**).
- *R-3499-2002 — Transcription de l'audience tenue à Montréal le 3 avril 2003*, témoignage de M. Pierre Riel, aux p. 93-96 (**Onglet CWC-24**).

Salaires

b) Le coût du salaire est directement proportionnel aux heures d'ouverture d'un poste d'essence. Or, le modèle d'essencerie efficace exige que la station soit fermée aux heures de faible achalandage. Une essencerie en opération 84 heures par semaine a la capacité d'accommoder un plus grand nombre de consommateurs en moins de temps.

- *R-3499-2002 — Transcription de l'audience tenue à Montréal le 3 avril 2003*, témoignage de M. Pierre Riel, aux p. 93-95 (**Onglet CWC-20**).

Les produits de luxe

c) La Régie ne peut inclure de produits de luxe tels des uniformes, chandails et pantalons, puisque cela n'est pas nécessaire. Ceci, d'autant plus que le modèle de référence retenu est un modèle libre-service.

Les cartes de crédit

d) De nombreuses bannières ont adopté des programmes de rabais à la pompe lors de l'utilisation de cartes de crédits avec qui elles concluent des partenariats, ce qui laisse présupposer qu'un profit plus grand est effectué dans ces cas et non qu'il y a de plus grands coûts. Les rabais alors accordés aux consommateurs varient d'1¢ à 10¢ le litre.

- Extraits de sites internet de certaines bannières, *en liasse* (**Onglet CWC-25**).

Publicité

e) La publicité est un coût optionnel et non nécessaire, et de devrait donc pas être inclus au titre des coûts d'exploitation.

Inflation

f) La Régie ne devrait pas ajuster tous les coûts selon l'inflation et l'augmentation des coûts de consommation en l'absence d'effort de rationalisation pour contrer ces coûts.

g) D'autant plus que cette considération entraînerait des effets circulaires, dans la mesure où la hausse des prix de l'essence contribue elle-même à l'inflation.

- RADIO-CANADA, *L'inflation alimentée par les prix de l'essence*, 20 mai 2011, disponible en ligne : http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Economie/2011/05/20/002-inflation-prix-avril.shtml. (**Onglet CWC-26**).

Les réserves environnementales

h) Costco soumet que la contamination du sol n'a rien d'inévitable et que le détaillant efficace doit gérer ses équipements de façon à éviter la contamination du sol.

Rabais à la rampe

56. De plus, la Régie ne peut s'en remettre qu'à considérer les « coûts » qui s'additionnent dans l'exploitation des essenceries, alors que les détaillants d'essence, même indépendants, profitent de rabais à la rampe qui varient selon les détaillants et les fournisseurs.

57. Dans sa décision D-98-61, dans le cadre de l'audience sur la fixation d'un montant au titre des coûts d'exploitation, la Régie a tenu compte du fait qu'il était admis par les participants que les rabais à la rampe constituent un type d'escompte dont bénéficient les détaillants, escompte qui peut varier, entre autres facteurs, selon le volume d'essence achetée.

58. Dans la mesure où une confirmation de cet état de fait serait requise, l'Intervenante Costco soumet que la Régie devrait utiliser le pouvoir d'enquête que lui octroie l'article 35 de la Loi pour colliger la preuve requise à cet égard.

59. Les rabais à la rampe de chargement sont une réalité incontournable qui permet aux détaillants du Québec de récupérer leurs coûts d'exploitation à des prix de vente réduits. Ne pas considérer ce rabais sur les coûts d'exploitation pour les détaillants d'essence pénalise les consommateurs.

V. ENQUÊTE DE LA RÉGIE DE L'ÉNERGIE

60. Costco ne dispose pas de données précises quant à l'état du marché actuel et soumet qu'il appartient à la Régie de dresser un portrait complet et rigoureux du marché de la vente au détail de l'essence au Québec, en obtenant tous les renseignements nécessaires en vertu de ses pouvoirs d'enquête (en préservant la confidentialité des secrets commerciaux), pour ensuite obtenir les commentaires des intervenants au présent dossier et rendre une décision éclairée.

61. Une telle étude est encore plus importante en l'absence de toute représentation des consommateurs aux audiences devant la Régie.

62. Costco demande spécifiquement à la Régie de faire une étude des volumes de vente des essenceries qui ont ouvert, fermé ou sont demeurées en opération depuis sa décision du 29 juillet 1999, afin de constater l'évolution du marché et d'identifier le modèle d'essencerie le plus efficace.

63. Ceci est pertinent pour déterminer le modèle d'essencerie qui est le plus apte à attirer de l'investissement nouveau (qu'on peut présumer comporter des expectatives de rentabilité).

64. Costco s'attend à ce que le modèle à haut débit soit davantage représenté parmi les essenceries ouvertes dans les dernières années malgré le ralentissement de l'évolution du marché québécois relativement aux marchés non-réglementés. Costco est en mesure de croire que ce sont les essenceries à plus faibles volumes qui sortent actuellement du marché, ce qui démontre une lente rationalisation des essenceries efficaces en faveur des intérêts du consommateur.

65. Costco souligne que cette rationalisation doit être encouragée par la Régie. La Régie devrait donc fixer un montant en dessous de 3¢ au titre des coûts d'exploitation que doit supporter un détaillant d'essence efficace. Vu la capacité de vente supérieure à 10,5 ML des installations de l'essencerie de référence de la Régie, et la présence des rabais à la rampe disponibles à tout détaillant, ce montant devrait être réduit à zéro.

66. Ceci permettra aux détaillants québécois d'évoluer vers des essenceries à haut volume, dans le meilleur intérêt des consommateurs québécois, le tout en conformité avec la réalité du marché.

LE TOUT, respectueusement soumis, sous réserve de soumettre d'autre preuve en réponse aux soumissions des autres intervenants, si nécessaire.

Montréal, le 18 juin 2012

Woods sencrl

WOODS s.e.n.c.r.l.

Procureurs de l'intervenante
Costco Wholesale Canada Ltd.