CWC-12

Régie
de l'énergie
Québec

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

Rapport à la ministre des
Ressources naturelles et de la Faune
du Québec

Janvier 2011

trois reprises pour la ville de Saint-Jérôme, soit pour les périodes du 23 avril 2002 au 24 février 2003, du 9 décembre 2003 au 6 juin 2005 et du 22 juillet 2008 au 24 janvier 2011.

[34] La Régie constate que les écarts hors taxes annuels moyens sont généralement supérieurs au montant de 3 cents par litre fixé par la Régie au titre des coûts d'exploitation. Il faut cependant préciser que des épisodes de ventes à des prix inférieurs au prix minimum estimé se produisent occasionnellement dans certaines régions du Québec.

[35] Lors de telles situations, la Régie constate que certains détaillants utilisent les dispositions législatives prévues à la LPP afin de signifier à d'autres détaillants que des recours pourraient être entrepris. La Régie a reçu copie de 1 836 mises en demeure de 1999 à 2006, et de 1 806 autres de 2007 à 2010[12].

TABLEAU 3

Nombre annuel de mises en demeure dont la Régie de l'énergie a reçu copie

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	**Total**
Mises en demeure	21	154	123	350	185	191	401	411	508	160	813	325	**3 642**

[36] Globalement, il apparaît à la Régie que les mesures introduites par les articles pertinents de la LRE et de la LPP servent aux fins pour lesquelles elles ont été édictées. Elles permettent notamment, lorsque la demande en est faite et que celle-ci est accueillie, d'apporter les correctifs nécessaires à une situation excessive d'effondrement des prix ayant eu cours pour une période prolongée.

3.2 PRATIQUES COMMERCIALES

[37] La Régie constate que les détaillants d'essence ou de carburant diesel ont modifié leurs pratiques commerciales depuis 1999. Celles-ci sont nombreuses et diversifiées. 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.

[38] L'évolution des types de commerces jumelés aux essenceries est un autre facteur d'influence. 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

[12] La Régie de l'énergie reçoit des copies conformes de certaines mises en demeure malgré le fait qu'il n'existe aucune obligation à cet égard. Il est donc probable que ce nombre ne représente pas la totalité des mises en demeure transmises sur l'ensemble du territoire.

réduire le coût unitaire et pour créer une synergie entre les divers types d'opération[13]. Les données récentes montrent que cette tendance s'est poursuivie. Un rapport de MJ Ervin & Associates Inc. confirme d'ailleurs que, pour demeurer rentables dans le marché d'aujourd'hui, les essenceries doivent compter sur des sources de revenus diversifiées, autres que les seuls revenus provenant de la vente de carburants[14].

3.2.1 Évolution du volume de ventes moyen, en litre, par essencerie

[39] Le volume de ventes moyen des essenceries a augmenté de 9,3 % entre 2006 et 2009. Par ailleurs, depuis 2006, ce volume pour la catégorie Indépendants a augmenté de 4,5 %, comparativement à une hausse de 10,0 % pour celle des Majeurs et régionaux[15].

[40] La Régie tient à préciser qu'il faut faire preuve de prudence dans l'interprétation des données établies selon les catégories Majeurs et régionaux, d'une part et Indépendants, d'autre part. En effet, selon les acteurs du marché entendus en audience, est considéré comme Indépendant « Tout détaillant qui ne raffine pas de carburant et ne profite pas d'un support de prix d'un raffineur... »[16], alors que Kent Marketing catégorise les essenceries uniquement en fonction de la bannière affichée.

[41] En 2009, le volume de ventes moyen des Majeurs et régionaux pour les marchés relevés par Kent Marketing se situait à 3,79 millions de litre (Ml) par année comparativement à 1,69 Ml/an pour la catégorie Indépendants.

---

[13] D-99-133, R-3399-98, page 37.

[14] MJ Ervin & Associates Inc., National Retail Petroleum Site Census – 2008, page 11.

[15] Kent Marketing Services fait la distinction entre les compagnies sous des bannières majeures (Shell, Petro-Canada, Pétrolière Impériale, etc.) et celles sous des bannières régionales (telles qu'Ultramar et Irving).

[16] R-3655-2007, Notes sténographiques, volume 2, pages 91.

TABLEAU 4
Évolution du volume de ventes moyen par essencerie pour les villes sondées par Kent Marketing (en millions de litres/an)[17]

Année	Catégorie (selon bannière affichée)		Volume moyen (Essence)
	Majeurs et régionaux	Indépendants	
1999	2,76	1,33	2,28
2000	2,86	1,37	2,35
2001	2,96	1,37	2,42
2002	3,16	1,45	2,57
2003	3,29	1,52	2,70
2004	3,32	1,57	2,74
2005	3,36	1,60	2,79
2006	3,45	1,62	2,86
2007	3,65	1,66	3,02
2008	3,64	1,61	3,00
2009	3,79	1,69	3,13
% variation 2006 à 2009	**10,0%**	**4,5%**	**9,3%**
% variation 1999 à 2009	**37,2%**	**27,3%**	**37,2%**

Note : Les variations sont calculées à partir de données non arrondies. Elles diffèrent donc des résultats qui pourraient être obtenus en utilisant les données arrondies présentées au tableau.

3.2.2 Évolution du nombre d'essenceries au Québec

[42] La Régie constate que la rationalisation du secteur s'est poursuivie comme en témoigne la diminution du nombre d'essenceries dans les deux catégories. Ainsi, de 2006 à 2009, la Régie note une diminution du nombre d'essenceries de 5,8 %.

[17] Kent Marketing Services Limited, *Year End Outlet Share Report, Province of Québec* et *Year End Provincial Market Summary: Québec* (1999 à 2009).

TABLEAU 5
Évolution du nombre d'essenceries au Québec pour les villes sondées par Kent Marketing[18]

Année	Catégorie (selon bannière affichée)		
	Majeurs et régionaux	Indépendants	Total
2004	1 291	643	1 934
2005	1 280	610	1 890
2006	1 258	591	1 849
2007	1 251	580	1 831
2008	1 226	569	1 795
2009	1 191	550	1 741
% variation 2006 à 2009	**-5,3%**	**-6,9%**	**-5,8%**

Note : Les variations sont calculées à partir de données non arrondies. Elles diffèrent donc des résultats qui pourraient être obtenus en utilisant les données arrondies présentées au tableau.

3.2.3 Évolution du taux d'efficacité de groupes d'essenceries

[43] Aux fins du présent rapport, le taux d'efficacité[19] d'un groupe d'essenceries est défini comme étant la part de marché des volumes vendus d'un groupe visé d'essenceries, divisée par la part des essenceries détenue par ce même groupe.

[44] Le taux d'efficacité est une mesure permettant de comparer le volume moyen vendu par un détaillant ou une chaîne de détaillants à la moyenne des volumes des autres essenceries. Un taux d'efficacité supérieur à 1,00 signifie que les volumes moyens vendus sont supérieurs à la moyenne.

[45] Les données du tableau 6 démontrent qu'au cours des dernières années, les catégories présentées ont des taux d'efficacité relativement stables. Bien que la distinction entre « Majeurs et régionaux » et « Indépendants » ne soit pas précise, les résultats confirment l'observation générale que les détaillants indépendants sont plus présents dans les régions

[18] Kent Marketing Services Limited, *Year End Outlet Share Report, Province of Québec* et *Year End Provincial Market Summary: Québec* (1999 à 2009). L'échantillon utilisé par Kent Marketing étant passé de 32 à 40 centres urbains en 2004, la Régie limite son analyse de la progression du nombre d'essenceries à la période 2004-2009.

[19] Taux d'efficacité = ((volume d'un groupe visé d'essenceries / volume total) / (nombre essenceries de ce groupe / nombre total d'essenceries)).

moins densément peuplées que les essenceries sous bannières des compagnies majeures et régionales.

TABLEAU 6
Parts de marché et taux d'efficacité de groupes d'essenceries pour les villes sondées par Kent Marketing[20]

Année	Part de marché en volume (%)		Part du nombre d'essenceries (%)		Taux d'efficacité	
	Catégorie (selon bannière affichée)					
	Majeurs et régionaux	Indépendants	Majeurs et régionaux	Indépendants	Majeurs et régionaux	Indépendants
1999	80,4	19,6	66,4	33,6	1,21	0,58
2000	80,2	19,8	65,9	34,1	1,22	0,58
2001	80,7	19,3	66,0	34,0	1,22	0,57
2002	80,8	19,2	65,8	34,2	1,23	0,56
2003	81,1	18,9	66,5	33,5	1,22	0,56
2004	80,9	19,1	66,8	33,2	1,21	0,57
2005	81,5	18,5	67,7	32,3	1,20	0,57
2006	81,9	18,1	68,0	32,0	1,20	0,57
2007	82,6	17,4	68,3	31,7	1,21	0,55
2008	83,0	17,0	68,3	31,7	1,21	0,54
2009	82,9	17,1	68,4	31,6	1,21	0,54

Note : Les calculs sont effectués à partir de données non arrondies. Ils diffèrent donc des résultats qui pourraient être obtenus en utilisant les données arrondies présentées au tableau.

[46] Tel qu'illustré dans le tableau précédent, la part de marché de la catégorie Indépendants (en volume) a légèrement diminué entre 1999 et 2009, passant de 19,6 % à 17,1 %.

3.2.4 Évolution du modèle commercial des essenceries

[47] Pour accroître sa clientèle, l'essencerie traditionnelle vendant seulement de l'essence ou du carburant diesel, avec ou sans atelier mécanique, a évolué vers un type de commerce offrant plusieurs services. Ce type de commerce permet au détaillant de réaliser des économies de gammes.

[20] Kent Marketing Services Limited, *Year End Outlet Share Report, Province of Québec* et *Year End Provincial Market Summary: Québec* (1999 à 2009).

[48] Le tableau 6 illustre les changements d'activités des essenceries pour les municipalités répertoriées par Kent Marketing, au cours des dernières années.

TABLEAU 7
Évolution du modèle commercial* des essenceries pour l'ensemble des centres urbains du Québec selon les données de Kent Marketing[21]

	1999	2003	2006	2009	% variation 2006 à 2009	% variation 1999 à 2009
Essencerie avec atelier mécanique	738	574	449	349	-22,3%	-52,7%
Essencerie avec dépanneur	719	931	900	957	6,3%	33,1%
Essencerie avec lave-auto	430	412	412	386	-6,3%	-10,2%
Essencerie avec service de restauration rapide	63	126	325	415	27,7%	558,7%
Essencerie avec service	989	768	600	474	-21,0%	-52,1%
Essencerie libre-service	939	1 063	1 146	1 172	2,3%	24,8%
Essencerie avec et sans service	119	71	37	24	-35,1%	-79,8%
Essencerie ne vendant que de l'essence ou du carburant diesel, de type "gas bar"	178	100	77	57	-26,0%	-68,0%

* Les modèles commerciaux présentés au tableau n'étant pas mutuellement exclusifs, la somme est supérieure au nombre d'essenceries répertoriées.

[49] Les essenceries libre-service et celles jumelées à un dépanneur ont gagné en importance dans le marché depuis 1999. Le modèle de l'essencerie efficace déterminé par la Régie il y a plus de dix ans est donc beaucoup plus présent maintenant sur le territoire québécois. Par ailleurs, on retrouve de plus en plus d'essenceries ayant un service de restauration rapide.

[50] À l'inverse, les essenceries avec atelier mécanique ou offrant l'essence « avec service » enregistrent une baisse constante depuis 1999. Enfin, dans le cadre de ses activités de surveillance du marché, la Régie constate une augmentation du nombre d'essenceries liées à un

[21] Kent Marketing Services Limited, *Year End Outlet Share Report, Province of Québec* et *Year End Provincial Market Summary: Québec* (1999 à 2009).

magasin à grande surface, bien que les données fournies par Kent Marketing n'apportent pas d'information précise à ce sujet.

3.3 GAINS D'EFFICACITÉ

[51] De 1999 à 2009, les activités jumelées à l'opération d'une essencerie prennent de l'importance et le volume de ventes moyen d'une essencerie a crû de 37,2 %. Pendant cette même période, nous pouvons constater également que l'écart hors taxes annuel moyen pour l'essence ordinaire a diminué de 21,5 %, passant de 6,4 cents par litre en 1999 à 5,1 cents par litre en 2010.

4. IMPACTS DES INCLUSIONS

[52] Comme mentionné précédemment, le marché québécois permet généralement aux détaillants de dégager un écart hors taxes supérieur à 3 cents par litre. Dans un tel contexte, l'inclusion du montant fixé au titre des coûts d'exploitation n'est pas nécessaire. Toutefois, lorsqu'un marché ne permet plus de récupérer ce montant durant une période prolongée, l'inclusion peut alors devenir nécessaire afin de permettre aux détaillants concernés de se prévaloir du recours prévu à l'article 67 de la LPP.

[53] Depuis que la Régie exerce sa compétence aux termes de l'article 59 de la LRE, il y a eu cinq demandes d'inclusion; quatre d'entre elles ont été accueillies favorablement et une demande a fait l'objet d'un désistement.

[54] En 2001, après la décision d'inclusion pour la région de Québec, le marché s'est stabilisé au sortir de la période d'inclusion. On ne peut faire le même constat dans la région de Saint-Jérôme, alors que les écarts hors taxes tendent à diminuer dès la fin de chaque période d'inclusion. Cette situation a mené à quatre demandes d'inclusion à la Régie depuis 2002.

[55] La dernière demande d'inclusion dont la Régie a été saisie pour la ville de Saint-Jérôme a été déposée le 14 décembre 2007, pour une période de 36 mois[22]. La demanderesse alléguait que la différence entre le montant au titre des coûts d'exploitation de 3 cents fixés par la Régie et la marge de commercialisation de l'essence et du carburant diesel s'était effondrée au cours des trente mois suivant immédiatement la fin de la précédente inclusion. Sur la base de la preuve déposée au dossier, la Régie a jugé opportun de procéder de nouveau à l'inclusion pour une période de trente mois[23], soit du 22 juillet 2008 au 24 janvier 2011.

---

[22] Dossier R-3655-2007, B-1-Requête, 14 décembre 2007.

[23] Décision D-2008-091.