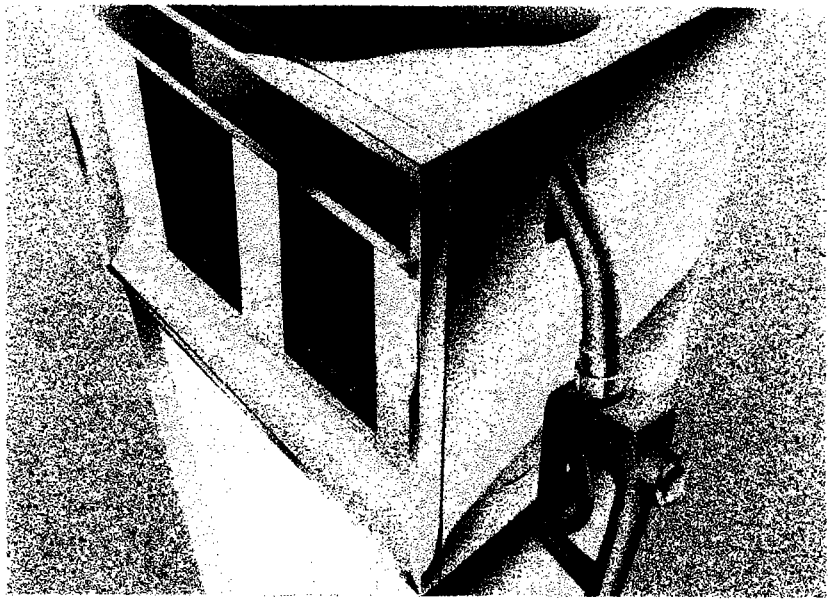
Bibliothèque Nationale du Québec

# RAPPORT DU COMITÉ SPÉCIAL D'EXAMEN DE LA SITUATION DU MARCHÉ DE L'ESSENCE AU QUÉBEC



**PRÉSENTÉ À**
**M. GUY CHEVRETTE**
**Ministre d'État des Ressources naturelles**

Québec

DIFFUSION

Direction des relations publiques
Ministère des Ressources naturelles
5700, 4e Avenue Ouest, B 302
Charlesbourg (Québec)
G1H 6R1

Tél. : (418) 646-2727 ou 1 800 463-4558

© Gouvernement du Québec -1996
Dépôt légal - 1996
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-550-30748-8
Publication n° RN96-4013

Gouvernement du Québec
**Ministère des Ressources naturelles**

Le sous-ministre

*Charlesbourg, le 8 octobre 1996*

*Monsieur Guy Chevrette*
*Ministre d'État des Ressources naturelles*
*Gouvernement du Québec*

*Monsieur le Ministre,*

*Conformément au mandat que vous avez confié au Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence, à la suite de la décision du Conseil des ministre du 7 août 1996, j'ai l'honneur de vous soumettre notre rapport final.*

*Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de nos meilleurs sentiments.*

*Le président*
*du Comité spécial d'examen*

*Michel Clair*

*p.j.*

5700, 4e Avenue Ouest, Charlesbourg, (Québec) G1H 6R1 - Tél.: (418) 643-4676 - Télécopieur: (418) 643-1443

## REMERCIEMENTS

Le Comité spécial d'examen désire remercier M. Michel Lafrance et son équipe de la Direction des produits pétroliers du ministère des Ressources naturelles pour les données factuelles sur le commerce de l'essence au Québec.

Le Comité désire également signaler la contribution de Me Robert Bissonnette, directeur des Affaires juridiques du ministère des Ressources naturelles, ainsi que celle de Me Françoise Saint-Martin.

M. Stéphane Comeau, économiste à la Direction de la prévision des revenus autonomes du ministère des Finances a également contribué, de façon significative, aux travaux du Comité, notamment en préparant le sommaire de la législation relative au commerce de l'essence dans certains États américains que l'on retrouve en annexe de ce rapport.

Finalement, le Comité a bénéficié des services d'un personnel de soutien administratif remarquable et tient à signaler l'excellent travail de traitement de texte de Mmes Michelle Lavoie et de Doris Verret de la Direction du gaz et du pétrole. Mme Verret a également contribué, de façon significative, à la réalisation des enquêtes hebdomadaires sur le prix de l'essence au Québec.

## TABLE DES MATIÈRES

**SOMMAIRE EXÉCUTIF** . . . . . 13

**INTRODUCTION** . . . . . 17

**SECTION 1 : COMPOSITION ET MANDAT DU COMITÉ** . . . . . 19

1.1 Composition . . . . . 19

1.2 Mandat . . . . . 19

**SECTION 2 : SYNTHÈSE DES MÉMOIRES ET DES RÉUNIONS AVEC LES PÉTROLIÈRES ET LES INDÉPENDANTS** . . . . . 21

2.1 Association des distributeurs indépendants de produits pétroliers (ADIP) . . . . . 21

2.2 Association des services de l'automobile inc. du Québec (ASA) . . . . . 24

2.3 Compagnie Pétrolière Impériale Ltée (Esso) . . . . . 27

2.4 Les Pétroles Irving inc. (Irving) . . . . . 29

2.5 Produits Petro-Canada (Petro-Canada) . . . . . 31

2.6 Produits Shell Canada Ltée (Shell) . . . . . 32

2.7 Ultramar Canada inc. (Ultramar) . . . . . 35

**SECTION 3 : RAPPEL HISTORIQUE DES FAITS** . . . . . 41

**SECTION 4 : PORTRAIT DU MARCHÉ DE L'ESSENCE AU QUÉBEC** ..... 45

4.1 Les intervenants ..... 43

4.2 Le réseau ..... 46

4.3 Les ventes ..... 46

4.4 La répartition régionale ..... 51

4.5 Les perspectives ..... 51

**SECTION 5 : PROBLÉMATIQUE** ..... 55

**SECTION 6 : ANALYSE DE LA SITUATION** ..... 57

6.1 L'offre ..... 57

6.2 La demande ..... 57

6.3 Les composantes du prix de l'essence ..... 58

6.4 Les guerres de prix ..... 65

6.5 L'évolution des marges ..... 71

6.6 Les liens commerciaux entre les intervenants ..... 73

6.7 Les autres contraintes opérationnelles ..... 75

6.8 Le comportement du consommateur ..... 78

**SECTION 7 : DYNAMIQUE DU MARCHÉ ET INTERVENTIONS GOUVERNEMENTALES DANS D'AUTRES JURIDICTIONS** .... 79

7.1 Grande-Bretagne ..... 79

7.2 États-Unis ..... 82

7.3 Canada . . . . . 86

7.4 Nouvelle-Écosse . . . . . 89

7.5 Ile-du-Prince-Édouard . . . . . 89

7.6 Nouveau-Brunswick . . . . . 91

7.7 Québec . . . . . 91

7.8 Colombie-Britannique . . . . . 97

**SECTION 8 : ANALYSE DES PISTES DE SOLUTION** . . . . . 103

8.1 Critères d'analyse . . . . . 103

8.2 Options . . . . . 103

8.2.1 Statu Quo . . . . . 103
8.2.2 Intervention gouvernementale directe . . . . . 104
8.2.3 Intervention gouvernementale facilitante . . . . . 111

**SECTION 9 : CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS** . . . . . 113

9.1 Conclusions . . . . . 113

9.2 Recommandations . . . . . 117

**LEXIQUE** . . . . . 119

**BIBLIOGRAPHIE** . . . . . 121

**ANNEXES** . . . . . 125

ANNEXE 1 Communiqué de presse d'Ultramar Ltée daté du 18 juin 1996 annonçant le lancement du programme *Valeur Plus.*

ANNEXE 2 Communiqué de presse du ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, daté du 3 juillet 1996 annonçant la tenue d'enquêtes hebdomadaires sur les prix de l'essence à la pompe dans toutes les régions du Québec.

ANNEXE 3 Communiqué de presse de l'ADIP daté du 11 juillet 1996 transmis en réaction à la déclaration du président d'Ultramar, M. Alain Ferland, selon que ce dernier souhaiterait la disparition de 1 140 stations-service au Québec.

ANNEXE 4 Communiqué de presse d'Ultramar Ltée daté du 12 juillet 1996 intitulé : *Ultramar n'a pas déclenché de guerre de prix.*

ANNEXE 5 Communiqué de presse du Regroupement québécois des indépendants (REQUIN) daté du 6 août 1996 intitulé : *Le REQUIN rend visite au gouvernement.*

ANNEXE 6 Communiqué de presse de l'Association des distributeurs indépendants de produits pétroliers daté du 7 août 1996 intitulé : *90 millions d'Américains sont protégés par des lois qui freinent l'élimination de la concurrence.*

ANNEXE 7 Communiqué de presse de l'ADIP daté du 7 août 1996 intitulé : *Un expert américain dresse un parallèle entre la situation québécoise et celle de nombreux États américains.*

ANNEXE 8 Communiqué de presse du ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, daté du 8 août 1996 par lequel le ministre rendait public le mandat du Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence.

ANNEXE 9 Communiqué de presse du REQUIN daté du 13 août 1996 annonçant le lancement d'une pétition d'appui au maintien de la saine concurrence.

ANNEXE 10 Communiqué de presse conjoint de l'ADIP et de l'ASA daté du 15 août 1996 intitulé : *L'ADIP et l'ASA demandent au gouvernement d'agir rapidement.*

ANNEXE 11 Commande particulière adressée aux parties par le Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence à l'occasion des rencontres tenues les 14 et 15 août 1996.

ANNEXE 12 Communiqué de presse du ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, daté du 15 août 1996 et intitulé : *Le ministre Chevrette fonde beaucoup d'espoir sur la collaboration des représentants de l'industrie pétrolière.*

ANNEXE 13 Sommaire de la législation relative au commerce de l'essence dans certains États américains.

ANNEXE 14 Mécanisme de prix de vente minimum proposé par l'ADIP.

ANNEXE 15 Exposé de la théorie économique relative à la problématique des prix planchers pour l'essence.

ANNEXE 16 Modèle albertain de fonds de décontamination

## SOMMAIRE EXÉCUTIF

Des guerres de prix sans précédent ont sévi au Québec, au cours de l'été 1996.

À la suite d'une décision du Conseil des ministres, le ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette a constitué un Comité spécial auquel il a confié le mandat d'examiner la situation du marché de l'essence au Québec.

De façon générale, les associations de distributeurs indépendants estiment que la *Loi fédérale sur la concurrence* est inefficace et ne les protège pas adéquatement contre la concurrence déloyale que leur livreraient les entreprises pétrolières. Elles demandent donc au gouvernement d'intervenir directement sur le marché et de promulguer une loi sur le prix de vente minimum de type *Below Cost* leur garantissant une marge de commercialisation.

Pour leur part, les entreprises pétrolières sont d'avis que la *Loi fédérale sur la concurrence* est suffisante pour contrer les pratiques commerciales déloyales. Elles prétendent que les réglementations adoptées aux États-Unis ou au Canada en matière de contrôle des prix de l'essence n'ont d'aucune façon avantagé les consommateurs. Ces réglementations auraient eu pour effet de faire augmenter les prix. Les entreprises pétrolières arrivent à la conclusion que le gouvernement devrait éviter d'intervenir sur le marché et d'interférer avec la libre concurrence. Elles sont d'avis qu'aucune forme de réglementation ne devrait être mise en place par le gouvernement. Toutefois, elles estiment que, si le gouvernement optait pour une quelconque réglementation, celle-ci se devrait d'être équitable pour tous les intervenants et qu'il faudrait placer tous les participants de l'industrie dans des conditions équivalentes.

L'analyse de l'état de la situation du commerce de l'essence au détail, faite par le Comité, a permis à celui-ci de faire les principales constatations suivantes :

1. L'offre d'essence au Québec est légèrement supérieure à la demande.

2. Le marché québécois de l'essence est en pleine maturité et il est caractérisé par une stagnation de la demande.

3. La productivité moyenne des essenceries québécoises est beaucoup plus faible que celle des essenceries ontariennes ou américaines.

4. Le phénomène observé au cours de l'été 1996 est qualifié *d'aberrant* par tous les intervenants bien que, de façon générale, les guerres de prix soient un phénomène de saine concurrence.

5. Comme partout ailleurs en Amérique du Nord, le réseau québécois d'essenceries est en pleine mutation. Pour le consommateur, c'est l'élément prix qui compte. Seules les entreprises les plus innovatrices pourront survivre aux changements fondamentaux en cours dans la façon de faire des affaires.

6. Contrairement à ce qu'on aurait pu croire, la sécurité d'approvisionnement des régions n'est pas menacée par le phénomène de rationalisation.

7. Les contraintes opérationnelles externes telles que le remplacement des réservoirs et autres constituent un fardeau sur le plan financier que tous les intervenants n'ont pas la même capacité de soutenir. Il y a également des barrières à la sortie du marché dont il faut tenir compte.

8. Bien que d'autres juridictions aient eu recours à la réglementation, leurs impacts ne font pas l'unanimité parmi les critiques. On note cependant une tendance générale vers la déréglementation des marchés de l'énergie en Amérique du Nord.

9. Le secteur indépendant de la distribution des produits pétroliers constitue un élément important pour le maintien d'un marché libre, dynamique et concurrentiel à long terme.

10. Le Québec est privilégié par un accès aux importations de produits pétroliers sur le marché du Bassin Atlantique et se doit de maintenir compétitif cet avantage.

Le Comité en arrive donc à la conclusion que le gouvernement devrait intervenir directement sur le marché non pas pour garantir des marges de commercialisation, mais plutôt pour éviter que la concurrence ne dégénère au point de mettre en péril des entreprises rentables.

Il formule donc au gouvernement une série de sept recommandations qui visent à :

1. empêcher les aberrations en ce qui concerne les prix sur le marché;

2. maintenir l'accès au Bassin Atlantique;

3. assurer un suivi constant de la situation;

4. éliminer les barrières à la sortie;

5. solutionner le problème des contraintes opérationnelles externes;
6. favoriser la recherche d'approches innovatrices d'approvisionnement; et,
7. aider certains intervenants à se situer favorablement sur le marché.

## INTRODUCTION

Le présent rapport a été préparé par le Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence, conformément au mandat qui lui avait été confié par le ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, à la suite de la décision du Conseil des ministres du 7 août 1996.

Des guerres de prix sans précédent ont sévi au Québec du 19 juin à la mi-juillet 1996. En effet, l'importance et la rapidité de la baisse de prix, l'étendue géographique des marchés affectés et la durée du phénomène n'avaient jamais connu une telle ampleur sur le territoire québécois.

En vertu de la *Loi sur le ministère des Ressources naturelles* (L.R.Q., chapitre M-15.1), le ministre d'État des Ressources naturelles est responsable, notamment, du maintien des approvisionnements en énergie et de la surveillance de la qualité des produits énergétiques et de la sécurité de leur distribution. C'est à ce titre que le ministre s'est dit préoccupé par cette situation anormale laquelle soulevait de sérieuses inquiétudes de nature tant économique que sociale.

Les pertes subies tant par les détaillants que par les distributeurs (pétrolières et revendeurs) durant cette période et les risques financiers que cela comporte suscitaient de sérieuses inquiétudes de nature économique.

Finalement, le fait que certains consommateurs profitaient de cette période de prix anormalement bas pour stocker des produits dans des contenants souvent non sécuritaires et le risque que surviennent des événements malheureux tels que le vol ou le vandalisme, s'ajoutaient aux inquiétudes du ministre.

C'est dans le but de favoriser un marché de détail de l'essence, compétitif à long terme, libre et dynamique, dans l'intérêt des consommateurs, de l'économie québécoise et des parties mises en cause que le ministre a constitué, au début du mois d'août, un Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence et lui a demandé de lui faire des recommandations avant la fin septembre.

Compte tenu, d'une part, des délais très courts qui lui étaient imposés pour dresser un état de la situation du commerce de l'essence au détail et pour examiner et comparer la législation existante et compte tenu, d'autre part, du fait que de nombreuses commissions tant américaines, canadiennes que québécoises se sont déjà penchées sur cette question, le Comité a pris en considération non seulement l'information contenue dans

les mémoires et celle recueillie au cours des rencontres avec les représentants des entreprises pétrolières et des distributeurs indépendants mais également l'information contenue dans les références auxquelles il a eu accès.

Le présent rapport contient une synthèse de la position présentée par chacun des intervenants ainsi qu'une bibliographie complète des rapports, études et autres documents analysés par le Comité.

Après avoir fait un bref rappel historique des faits et dressé un portrait factuel du marché de l'essence, le Comité explique le problème et présente son analyse de la situation.

Une revue de la dynamique du marché et des interventions gouvernementales dans d'autres juridictions ainsi qu'une analyse des pistes de solution complètent ce rapport.

Finalement, le Comité formule, de façon unanime, ses conclusions et recommandations.

## SECTION 1 : COMPOSITION ET MANDAT DU COMITÉ

### 1.1 Composition

**Michel Clair**, sous-ministre, ministère des Ressources naturelles, **président** ;

**Jacques Lebuis**, sous-ministre associé à l'énergie, ministère des Ressources naturelles, **membre** ;

**Luc Monty**, directeur de la prévision des revenus autonomes, ministère des Finances, **membre** ;

**Alain Lefebvre**, directeur du gaz et du pétrole, ministère des Ressources naturelles, **secrétaire** ;

**Claude Y. Turgeon,** conseiller principal, Direction du gaz et du pétrole, ministère des Ressources naturelles, **conseiller** ;

**Jean-Noël Vallière**, responsable du Bureau d'inspection et d'information sur le prix de l'essence, ministère des Ressources naturelles, **conseiller**.

### 1.2 Mandat

— Rencontrer les représentants des entreprises pétrolières et des associations de distributeurs d'essence indépendants, en vue de clarifier leur point de vue respectif sur la situation du commerce de l'essence au détail au Québec.

— Dresser un état de la situation du commerce de l'essence au détail et faire les constatations utiles.

— Comparer la législation québécoise avec celle de certaines provinces canadiennes ou États américains.

— Examiner succinctement l'impact de ces lois sur le commerce de l'essence au détail dans ces juridictions.

— Obtenir la collaboration des parties en vue de partager les principales constatations.

— Faire des recommandations aux intéressés et au ministre en vue de favoriser un marché de détail de l'essence compétitif à long terme, libre et dynamique, dans l'intérêt des consommateurs, de l'économie québécoise et des parties en cause.

— Préparer, au besoin, la tenue d'une commission parlementaire.

## SECTION 2 : SYNTHÈSE DES MÉMOIRES ET DES RÉUNIONS AVEC LES PÉTROLIÈRES ET LES INDÉPENDANTS

### 2.1 Association des distributeurs indépendants de produits pétroliers (ADIP)

L'Association des distributeurs indépendants de produits pétroliers (ADIP) est un regroupement comprenant 160 distributeurs indépendants de produits pétroliers québécois (sur les 300 distributeurs au Québec).

**— Observations sur le secteur pétrolier**

Au total, les distributeurs indépendants approvisionnent un peu plus de 2 400 commerces de détail. Leur réseau génère 10 000 emplois[1] directs et indirects à travers le Québec.

La part du marché des indépendants était de 15 % en 1984 et elle est passée à 30 % en 1993. Cette augmentation s'est amorcée en 1985, à la suite de la déréglementation sur l'importation de produits pétroliers. Au début de la dernière décennie, les marges s'établissaient alors autour de 11 cents le litre. Selon l'ADIP, une guerre de prix s'est amorcées en 1992. Avec ses attaques sur les marges bénéficiaires, elle est devenue le principal moyen utilisé par les compagnies majeures pour éliminer la concurrence des indépendants.

Depuis lors, la concurrence entre les indépendants et les compagnies majeures se traduit par des guerres de prix épisodiques qui ont pour effet de réduire les marges bénéficiaires. L'ADIP soutient que les compagnies majeures exercent une concurrence déloyale. Elle justifie cette affirmation en indiquant que :

- la dernière guerre de prix, déclenchée par le programme *Valeur Plus* d'Ultramar annoncé le 18 juin, laquelle a duré plus de trois semaines, a occasionné la chute des prix au détail à 39 cents le litre, soit 15 cents en bas du prix coûtant pour les distributeurs indépendants, lequel est à 54 cents le litre à la raffinerie et près de 57 cents le litre pour les détaillants indépendants (l'écart de 3 ¢/l s'explique par le coût de transport et le coût opérationnel);

- en 1994, toutes les compagnies majeures ont annoncé, en même temps, qu'elles factureraient leurs produits à la température compensée à 15 degrés Celsius,

[1] Estimation de l'ADIP.

imposant des pertes sinon des frais d'équipement importants pour les indépendants;

- en 1992, les compagnies majeures ont, de façon radicale, révisé simultanément leurs conditions de crédit. Les distributeurs s'approvisionnant auprès d'une compagnie majeure ont vu leur délai de paiement passer du 30 du mois suivant la livraison à 10 jours après la livraison. Toutefois, les compagnies majeures ont continué d'accorder à leurs clients les anciennes conditions de paiement, créant deux catégories de clients. La diminution du *cash flow* généré par cette mesure aurait coûté 0,52 cent le litre aux indépendants;

- les compagnies majeures offrent des prix au détail fixes et fortement escomptés pour certaines périodes de temps. Les indépendants n'ont pas la capacité financière individuelle nécessaire pour utiliser de telles pratiques;

- la mise en oeuvre de plans de mise en marché très agressifs par les compagnies majeures auprès des détaillants vise à prendre la clientèle des indépendants : escomptes démesurés, cadeaux, plans de protection, litres gratuits, etc.;

- les attaques des compagnies majeures ont débuté au moment où la réglementation sur les produits pétroliers a été rendue plus coûteuse (modifications afin de hausser les normes environnementales et d'équipement).

Selon l'ADIP, le marché des produits pétroliers au Québec est constitué d'un nombre restreint de grandes pétrolières formant un oligopole. L'ADIP estime que les règles actuelles sont dictées par les compagnies majeures qui, en raison de leur structure d'intégration verticale, exercent leurs activités à toutes les étapes de la chaîne : exploration-raffinage-grossiste-détaillant; elles ont ainsi le pouvoir de faire disparaître les marges bénéficiaires de leurs concurrents indépendants. L'ADIP est d'avis que nous sommes loin de la situation de libre marché au Québec.

La situation aux États-Unis

L'ADIP affirme que de pareilles pratiques d'élimination de la concurrence ont été arrêtées par de nombreux gouvernements des États américains. Deux types de lois ont ainsi été adoptées par 21 États américains et protègent 90 millions d'Américains :

- L'ADIP note que sept d'entre eux ont mis en application des lois de type *Divorcement* qui interdisent ou limitent la capacité des compagnies pétrolières majeures d'exploiter des points de vente au détail, alors que quatorze états ont, quant à eux, adopté des lois de type *Below Cost Sales* qui empêchent la vente

d'essence à un prix de détail plus bas que le prix de gros (tout en prenant en considération le coût d'exploitation des stations-service).

L'ADIP recommande au gouvernement d'adopter ce dernier type de loi pour maintenir une véritable concurrence dans le secteur pétrolier.
L'ADIP signale que ces solutions de nature législative découlent de diverses études et analyses dont celle d'un important groupe de protection des consommateurs; le *Citizen Action Group*[2] a fait un rapport dont les principales conclusions précisent que :

- dans les états où les grandes compagnies contrôlent un marché après avoir éliminé la concurrence des indépendants, les consommateurs payent en moyenne entre 0,05 $ et 0,10 $ US de plus le gallon qu'ailleurs aux États-Unis[3];

- les compagnies majeures veulent occuper une plus grande part de marché et augmenter les prix en vue de hausser leurs profits.

L'ADIP fait le parallèle entre la stratégie d'Ultramar au Québec et celle qu'a utilisée la compagnie Arco en Californie dans les années 80 pour accaparer une plus grande part de marché. L'ADIP estime qu'il s'agit d'un plan d'élimination de la concurrence.

Selon l'ADIP, les conséquences du *statu quo* seraient néfastes pour les Québécois. Cela signifierait la disparition des indépendants et, par le fait même, des hausses éventuelles des prix des essences et de l'huile à chauffage ainsi que des pertes d'emploi qui entraînent des frais importants sur le plan social.

L'association indique que la loi canadienne sur la concurrence n'est pas efficace pour contrer la concurrence déloyale car la preuve à fournir pour obtenir un jugement favorable est trop laborieuse. En dépit des recommandations du rapport Bertrand (1981) en ce qui concerne les protections à accorder aux indépendants ainsi que celles du Rapport sur la concurrence dans l'industrie pétrolière canadienne (1986), aucune clause particulière sur le secteur pétrolier n'a été introduite dans la *Loi canadienne sur la concurrence.*

---

[2] CITIZEN ACTION. *Destroying Competition and Raising Prices, How Big Oil Has Taken Control of America's Gasoline Markets*, [s.l.] Citizen Action, septembre 1991, 101 p. et annexes.

[3] En outre, ce rapport indique qu'une étude récente fait état d'un prix à la pompe plus élevé de 0,23 $ US le gallon dans la ville de Los Angeles si on le compare avec le prix à Baltimore, où il existe une loi de type *divorcement.*

L'ADIP estime donc que l'inefficacité des lois fédérales, autant canadiennes qu'américaines, est démontrée et reconnue et elle est d'avis que le gouvernement du Québec doit légiférer. À cet égard, elle fait quatre recommandations :

1. Promulguer une loi de type *Below cost* afin d'éviter les prix prédateurs qui, selon l'ADIP, provoquent la disparition de la concurrence.

2. Adopter des mesures visant à empêcher les raffineurs de refuser de vendre aux détaillants ou distributeurs indépendants.

3. Adopter des mesures visant à *libéraliser* le travail des distributeurs ou des détaillants indépendants faisant affaires sous la bannière d'un raffineur (affiliés).

4. Adopter des mesures visant à empêcher les raffineurs d'obtenir des pactes de non-utilisation à des fins relatives aux activités pétrolières.

Selon l'ADIP, l'esprit entrepreneurial québécois dans le secteur pétrolier a besoin d'une loi pour exister. La survie de 300 entreprises exerçant leurs activités dans la distribution d'essence et d'huile à chauffage l'exige. Selon elle, 2 423 entreprises exerçant leurs activités majoritairement en région dans le commerce de détail en ont besoin. L'ADIP estime que 10 000 emplois semi-spécialisés et non spécialisés en dépendent. Selon un sondage Léger, Léger réalisé pour l'ADIP en juillet 1996, trois Québécois sur quatre le souhaitent.

## 2.2 Association des services automobiles inc. du Québec

L'Association des services automobiles du Québec (l'ASA) regroupe des distributeurs et des détaillants indépendants de produits pétroliers. Pour l'essentiel, le mémoire de l'ASA vise à démontrer que les compagnies majeures tentent de faire disparaître les distributeurs et détaillants indépendants, comme on l'a déjà observé dans le reste du Canada et aux États-Unis. Selon l'ASA, la *Loi sur la concurrence* n'offrirait aucune protection. Depuis 1986, le Bureau de la concurrence refuse d'intervenir pour stopper les pratiques dites abusives des grandes compagnies pétrolières. Conséquemment, l'ASA demande au Gouvernement du Québec d'adopter une loi du type *Below cost*, comme l'ont fait certains États américains, afin d'assurer la survie des indépendants (l'ASA a présenté les mêmes recommandations que celle de l'ADIP).

Relatant les derniers développements dans le secteur de la commercialisation, l'ASA indique que la guerre des prix de juin 1996 au Québec a été déclenchée par Ultramar avec la mise en oeuvre de son programme *Valeur Plus*. Les autres

compagnies majeures ont emboîté le pas. Il s'agit du point culminant d'une série de manoeuvres qui, au cours des dernières années ont visé à neutraliser les indépendants. Par exemple :

- Ultramar ferme la raffinerie de Montréal-Est achetée à Gulf en août 1986;
- Les conditions de crédit sont resserrées en 1992;
- Ultramar fait l'acquisition de Sergaz en juillet 1994;
- Ultramar acquiert les bannières de Sunoco au Québec en échange de ses bannières en Ontario en mars 1996.

Selon l'ASA, les raisons qui justifient l'intervention du gouvemement du Québec se présentent ainsi :

1. Le directeur des enquêtes et recherches du Bureau de la concurrence refuse d'intervenir pour faire cesser les agissements des compagnies majeures.
2. Les preuves recueillies par le directeur des enquêtes et recherches dans le cadre de son enquête sur l'industrie pétrolière au cours des années 70 et le rapport de la Commission sur les pratiques restrictives du commerce portant sur les agissements des sociétés pétrolières au Canada démontrent la nécessité de procéder à des réformes pour rendre les secteurs du raffinage et de la commercialisation plus concurrentiels.
3. Les tentatives du gouvernement américain pour restaurer la concurrence dans l'industrie pétrolière au moyen des lois antitrust ont été vaines.

Pour appuyer son premier point, l'ASA indique que :

- le président de la Commission sur les pratiques restrictives du commerce en 1983[4] a eu un comportement obstructif ;
- le directeur en poste depuis 1986 n'a pas donné suite au rapport de la Commission ;
- le directeur et le ministre de la justice du Canada n'ont pris aucune mesure dans ce dossier malgré l'existence de preuves d'agissements anti-concurrentiels et en

---

[4] Notamment, il a refusé la demande du directeur d'assigner certains témoins par citation à comparaître.

dépit d'une demande récente de l'ASA au ministre de la justice du Canada en ce sens.

L'ASA s'appuie également sur deux autres faits, soit les transactions Gulf-Canada-Ultramar (raffinerie) et Imperial Oil-Texaco (fusion). La première, qui eut pour conséquence la fermeture de l'ancienne raffinerie Gulf, a été approuvée par le directeur après que l'eut fait le gouvernement fédéral. Ces deux transactions se sont soldées par la disparition de concurrents. Les agissements du directeur dans ce dossier sont vertement critiqués par l'ASA.

Le second point de l'ASA découle de l'observation des faits suivants :

- En 1973, l'Association des consommateurs du Canada demandait une enquête sur l'industrie pétrolière.

- Après des années d'enquête, le directeur des enquêtes et recherches publie son rapport en 1981. Il demande la tenue d'audiences publiques devant la Commission sur les pratiques restrictives du commerce.

- Dans son rapport de 1986, la Commission reconnaît l'effet anti-concurrentiel de l'exploitation de stations par les raffineurs (intégration verticale), mais ne donne pas suite à la recommandation du directeur de confier 50 % du marché de la commercialisation à des détaillants d'essence indépendants.

- Il y avait désaccord entre les commissaires en ce qui concerne certains éléments importants du dossier.

Selon l'ASA, les preuves recueillies par le directeur et le rapport de la Commission démontrent clairement l'intention des compagnies majeures de contrôler les prix et d'éliminer les indépendants.

En ce qui concerne son troisième point, l'ASA rappelle les tentatives de poursuite suivantes :

- Par le US Justice Department en 1952. Cette action n'a pas débouché en poursuite sous la loi antitrust US mais a plutôt résulté en des poursuites civiles qui se sont soldées par des règlements hors cours.

- Par le *Fédéral Trade Commission* (FTC) en 1973. En 1981, la FTC se désistait de son action entreprise plus tôt pour des raisons purement politiques.

Les recommandations de l'ASA visent à rendre les secteurs du raffinage et de la commercialisation de produits pétroliers plus concurrentiels pour le bénéfice des consommateurs. Sur ce point, il est intéressant de rappeler que le directeur concluait dans son rapport (volume 1, p. 19, par. 2.23 du mémoire de l'ASA) que : « ... les pratiques anti-concurrentielles des principales sociétés pétrolières et l'inefficacité des mécanismes de réglementation de l'industrie avaient contribué à imposer des coûts additionnels de 12 millards $ aux consommateurs canadiens entre 1958 et 1973 ».

## 2.3 Compagnie Pétrolière Impériale Ltée (Esso)

D'entrée de jeu, la Pétrolière signale que l'essence doit être considérée comme une commodité; à ce titre, elle s'achète et se vend partout dans le monde et peut facilement franchir les frontières. Dans l'Est du Canada et au Québec, le prix de l'essence s'aligne généralement sur celui du port de New York.

En plus de vendre de l'essence à des détaillants, plusieurs sociétés pétrolières et distributeurs, exploitent aussi des stations-service et touchent, de ce fait, une part de la marge de gros et de détail. Pour l'Impériale, seulement 176 de ses 694 stations sont exploitées de la sorte.

Selon l'Impériale, les marges des raffineries ne servent pas à financer la guerre de prix de détail. On a prétendu, entre autres chez les détaillants indépendants, que les pétrolières canadiennes intégrées utilisaient les marges de raffinage pour financer les guerres de prix actuelles. Une rumeur assurait que les raffineurs canadiens prélevaient des marges nettement supérieures à celles des raffineurs des États-Unis. Ces deux affirmations sont fausses. Selon une étude comparative, les marges de raffinage réalisables à Montréal et à Syracuse sont du même ordre.

Selon l'Impériale, le consommateur est maintenant beaucoup plus sensible aux prix et moins tolérant quant aux différentiels concurrentiels. Ainsi, entre une station avec service et une station libre-service, le prix pouvait varier de 0,0 à 0,5 cent/l, à un moment donné; le point d'indifférence du consommateur pouvait aussi varier d'un marché à l'autre, entre les majeures et les indépendants, de 0,0 à 0,2 cent/l. Le consommateur est maintenant devenu beaucoup moins tolérant face à ces différentiels. Le marché réagit donc plus rapidement, ce qui occasionne des guerres de prix.

Esso note que de 1989 à 1996, la part de marché détenue par les indépendants a progressé. Cette hausse s'explique par le retard que la rationalisation a pris chez les indépendants par rapport aux grandes pétrolières. En citant les données de Kent

Marketing, Esso illustre le phénomène : de 1992 à 1996, les grandes pétrolières ont fermé 21 % des essenceries alors que, durant la même période, les indépendants augmentaient de 9 %.

En ce qui concerne les solutions de nature législative, l'Impériale en a examiné trois.

1. Le cloisonnement du marché de détail (*Divorcement*)

   Seulement six états américains ont recours à ce type d'intervention. La documentation consultée permet de dégager certains éléments : danger de créer un précédent, augmentation du coût pour le consommateur et réduction des heures d'ouverture. L'exploitation directe d'installations de détail permet aux compagnies de mieux déceler les difficultés que présente la commercialisation de leurs produits, d'améliorer l'efficacité et de réagir plus efficacement à l'évolution des besoins du consommateur.

2. La vente à prix inférieur au prix coûtant (*Below Cost*)

   Pour l'essence, six États américains ont utilisé ce genre de législation. Plusieurs types de vente ne sont pas assujettis à ces lois; on note les ventes faites de bonne foi pour égaler le prix d'un concurrent qui vend le même produit.

   En général, signale l'Impériale, ce genre de loi vise à assurer une marge minimale qui se rapproche de l'entreprise la moins efficiente. Le consommateur en fait les frais.

3. Une loi plus sévère contre le prix d'éviction

   La *Loi sur la concurrence* (article 50) couvre déjà cet aspect en interdisant la vente de produits à des prix déraisonnablement bas dans le but d'éliminer un concurrent. Par contre, la jurisprudence semble indiquer que ladite loi ne s'applique pas dans les cas où le vendeur ne cherche qu'à égaler le prix de ses concurrents.

En conclusion, l'Impériale affirme que : « aucun des aspects de la guerre de prix qui sévit au Québec ne justifie l'adoption d'une loi. Elle voit dans la situation actuelle la conséquence d'une offre excédentaire d'essence au détail et d'une relative inefficience de l'industrie ainsi que du rajustement des différentiels de prix qui séparent les offres. Elle estime qu'il n'est pas nécessaire de légiférer et, en fait, que toute intervention plus poussée du gouvernement ne ferait qu'augmenter les prix que paient les automobilistes.

Esso juge que les lois qui interdisent la vente à prix inférieur au prix coûtant et forcent le cloisonnement du marché de détail sont des initiatives qui nuisent à la concurrence, qu'elles vont à l'encontre des intérêts des consommateurs et qu'elles sont inutiles ».

## 2.4 Les Pétroles Irving inc.

La pétrolière Irving note que, depuis quelques années, le marché de la vente d'essence au détail au Québec demeure un marché très volatil.

Irving est d'avis que la volonté des indépendants d'augmenter leur part de marché aurait prédisposé le Québec à des guerres de prix fréquentes et à des marges de profit plutôt basses.

Irving note que le prix de l'essence au Québec a connu une augmentation dramatique au cours du printemps 1996. La pétrolière attribue cette situation aux faibles inventaires d'essence aux États-Unis, lesquels ont été observés durant cette période. Bien que les détaillants aient alors tenté d'ajuster leurs prix en fonction de l'augmentation des prix, Irving est d'avis que les conditions du marché local demeurent le facteur prédominant dans tout marché pour la fixation des prix à la pompe.

Irving a observé que, suivant la transaction entre Sunoco et Ultramar, les guerres de prix sont devenues presque inexistantes. Ainsi, au début du mois de juin 1996, le marché de l'essence au détail était relativement stable avec des diminutions du coût se reflétant au prix à la pompe selon Irving.

Irving signale que l'introduction du programme *Valeur Plus* par Ultramar le 18 juin 1996 fut suivie d'une guerre de prix prolongée. Irving affirme que, durant cette période, elle a suivi les diminutions de prix commencées par ses compétiteurs, principalement Ultramar, préférant vendre à perte plutôt que de risquer une diminution de sa part de marché.

Irving signale également que les guerres de prix perdurent en raison du fait que certaines bannières essaient de s'afficher, dans plusieurs de leurs stations *Avec Service*, au même prix que leurs compétiteurs dont les stations affichent *Libre Service*. Ces derniers refusant de céder à cette pratique, il s'ensuit que les prix peuvent s'ajuster à la baisse, souvent jusqu'à trois fois par jour... Irving est d'avis qu'il devrait exister un écart de deux cents le litre entre le prix *Libre Service* et le prix *Avec Service*.

Face à la situation qui a cours actuellement, Irving croit qu'aucune forme de réglementation ne devrait être mise en place par le gouvernement. En effet, d'après son expérience dans les marchés réglementés de la Nouvelle-Écosse jusqu'en 1991 et de l'Île-du-Prince-Édouard jusqu'à ce jour, cette pétrolière est d'avis que de telles réglementations ne serviront pas mieux les intérêts des consommateurs car, à long terme, les prix dans un marché réglementé sont généralement plus élevés que ceux dans un marché libre.

Irving note que l'Île-du-Prince-Édouard est le seul marché actuellement réglementé au Canada. Les prix de vente en gros sont déposés auprès de la Commission de réglementation et sont disponibles au public. Tout changement de prix de gros doit être préalablement approuvé par le *Public Utility Board*.

Par ailleurs, Irving a porté à l'attention du Comité le fait que le 19 juillet 1996, lors d'une présentation devant le Comité législatif du Nouveau-Brunswick sur les prix de l'essence, M. Robert Robertson, ancien président du *Public Utility Board* de la Nouvelle-Écosse, a recommandé au gouvernement du Nouveau-Brunswick de ne pas réglementer l'industrie. En effet, l'expérience de la Nouvelle-Écosse aurait démontré que, lorsque les prix étaient à la baisse, l'ensemble des grossistes étaient peu disposés à prendre les démarches nécessaires auprès du Comité afin d'ajuster leurs prix en conséquence; le tout résultant en des prix à la pompe plus élevés que ceux observés dans les marchés non réglementés.

Selon M. Robertson, il serait impossible de fixer un prix juste et équitable dans un marché réglementé. De plus, les frais, sur le plan administratif, d'une telle réglementation seraient excessifs, notamment pour le gouvernement.

En complément d'information à son mémoire, Irving a déposé des données sur les composantes du prix à la pompe à Montréal pour les six premiers mois de 1996. Irving observe que les taxes provinciales et fédérales représentent environ 56 % du prix de vente. Si on ajoute à cela le coût du brut qui représente environ 29 % du prix de vente, il ne reste que 15 % pour couvrir les prix et marges du raffinage et de la commercialisation (environ 10 %) et la marge bénéficiaire du détaillant (environ 5 %).

Irving note que le marché de l'essence est le seul marché où le client peut faire son choix même s'il roule à 100 km/h. L'essence ne devient donc qu'un atout de plus dans un ensemble de produits et de services offerts.

## 2.5 Produits Petro-Canada (Petro-Canada)

Malgré une rationalisation de plus de 200 établissements depuis 1992, Petro-Canada exploite un réseau de 474 essenceries au Québec. Elle estime sa part de marché à 14 %.

Sur les 474 sites arborant les couleurs de l'entreprise, 203 sont des sites corporatifs (43 %) dont 134 sont exploités directement. Donc Petro-Canada gère les prix de seulement 28 % des essenceries de l'entreprise.

Après analyse de l'évolution des prix de l'essence et de ses composantes depuis 1991, Petro-Canada constate que le prix à la pompe a diminué en moyenne de 3,5 cents le litre. Durant la même période, Petro-Canada a observé que les prix excluant les taxes ont baissé de 8,7 cents le litre. Les baisses de prix enregistrées en dépit des augmentations de frais sont la résultante d'un marché compétitif selon Petro-Canada.

En ce qui concerne le marché de la distribution de l'essence, la pétrolière fait un certain nombre de constats :

- marché en pleine maturité (ventes de 7 milliards de litres);
- faible productivité du réseau en comparaison avec nos voisins;
- augmentation du nombre de compétiteurs (50 en juin 1996);
- peu de barrières à l'entrée;
- importantes barrières à la sortie.

Petro-Canada explique qu'il y a des guerres de prix à cause des caractéristiques du marché : un grand nombre d'intervenants et un marché en pleine maturité. Selon elle, les concurrents font face à trois scénarios possibles : réduire les frais d'exploitation afin de s'aligner sur ceux du concurrent le plus performant, accepter un rendement inférieur sur le capital utilisé ou sortie du marché.

Petro-Canada donne sa perception du cas ARCO en Californie. Elle concède que la Californie est l'État où les prix à la pompe sont les plus élevés. En contrepartie, elle note que c'est également l'endroit où les marges de raffinage, de distribution et de détail sont parmi les plus basses. L'explication du phénomène est simple pour Petro-Canada : l'adoption d'une nouvelle essence reformulée phase 2 plus rigide que

dans le reste des États-Unis. Petro-Canada conclut que ces nouvelles normes ont ainsi créé des entraves aux importations.

Revue de la réglementation par Petro-Canada

1. *Divorcement*

   Petro-Canada note que ce type d'intervention réduit la concurrence et peut donner lieu à des prix plus élevés pour les consommateurs, selon des études consultées.

2. *Below Cost*

   La loi actuelle sur la concurrence interdit toute forme de prix d'éviction. Selon Prétro-Canada, les études sur cette législation montrent clairement que les consommateurs en ont fait les frais.

En conclusion, la pétrolière émet l'opinion suivante :

« La guerre des prix qui a débuté à la mi-juin 1996 a fait chuter les prix à un niveau jamais vu au Québec. Selon nous, cette situation temporaire représente un phénomène exceptionnel dans le marché. La législation canadienne et québécoise actuelles assure la protection des consommateurs et fait en sorte qu'ils puissent obtenir des produits de qualité et des services à prix très concurrentiel ».

## 2.6 Produits Shell Canada Ltée (Shell)

Le mémoire de Shell reconnaît qu'un changement fondamental de la part des consommateurs a pris place quant aux critères de sélection pour l'achat de produits pétroliers. Plusieurs critères y sont énumérés. Aujourd'hui, l'élément prix émerge comme une des premières raisons dans le choix du fournisseur d'essence.

Shell estime que le consommateur cherche également à satisfaire d'autres besoins de consommation en minimisant ses arrêts. Malgré une augmentation de ses exigences, les besoins en essence n'augmentent pas. Cette situation a incité les intervenants à améliorer l'efficacité de leur réseau. Les améliorations apportées par certains compétiteurs existants et l'arrivée de nouveaux compétiteurs efficaces ont permis de mettre l'accent, au cours des dernières années, sur la nécessité de réduire les frais et les prix à la pompe, au grand bénéfice des consommateurs.

Le mémoire de Shell mentionne également que l'industrie pétrolière du Québec, tout en ayant accès au flux de produits internationaux, est également soumise aux pressions de la concurrence tant interne qu'externe qui se traduit par des prix compétitifs à la rampe de chargement. Parallèlement, la présence d'un grand nombre de compétiteurs se traduit par des prix très compétitifs à la pompe. Le mémoire rappelle que les guerres de prix les plus sévères se sont souvent produites entre intervenants de petite taille et qu'il serait inapproprié d'associer la guerre des prix avec la représentativité ou la taille d'une entreprise.

Par la suite, le mémoire fait état des types d'ententes contractuelles entre détaillants et fournisseurs, ainsi que des différents types d'activités qui peuvent exister dans les réseaux de vente. Le mémoire décrit également l'impact que la nature de telles ententes contractuelles peut avoir sur la gestion des prix à la pompe et s'attarde, plus particulièrement, sur la composition du réseau de Shell.

Le mémoire couvre l'évolution des réseaux au détail au Canada, particulièrement depuis les années 80, et fait valoir que sur les 20 000 stations-service en activité en 1990, plus de 5 000 ont été fermées. Il y est cité que la revue Octane (automne 95) rapporte que des 15 000 qui restent, 13 000 seraient suffisantes. Certaines *barrières à la sortie* empêcheraient les stations-service inefficaces qui demeurent de réorienter leurs activités commerciales. Il est proposé que le Québec, dans un effort de réduire ces *barrières à la sortie*, envisage l'approche déjà à l'essai en Alberta, soit la mise en place d'un fonds commun pour la décontamination des sites afin de faciliter la décision de certains intervenants désireux d'orienter leurs activités hors du marché de l'essence mais qui n'auraient pas autrement les moyens financiers de le faire. Le mémoire traite aussi du bas degré d'efficacité du réseau québécois qui demeure plus important en nombre de stations-service que celui de l'Ontario, même si le volume de ventes d'essence au Québec est beaucoup moins élevé. On y note également que, pendant que certains compétiteurs à la recherche d'efficacité enregistraient des baisses importantes dans le nombre de stations-service de leur réseau entre 1993 et 1995, d'autres compétiteurs voyaient leur nombre s'accroître, augmentant ainsi leur inefficacité.

Le mémoire aborde aussi la compétitivité des prix à la pompe. Après avoir mentionné que les prix de l'essence hors taxe au Canada avaient baissé alors que la portion des taxes avait cru, on attire l'attention sur le fait que le consommateur québécois paie une taxe supérieure à celle de la moyenne canadienne d'environ 6 à 8 cents le litre. On attribue au niveau conséquemment élevé des prix à la pompe découlant de cet écart de taxes important une sensibilité accrue du consommateur québécois dans sa recherche du meilleur prix.

Shell reconnaît le niveau de concurrence comme le facteur le plus important dans l'établissement des prix à la pompe. Plus les compétiteurs sont efficaces et agressifs, plus les variations de prix sont fréquentes et importantes. Chaque compétiteur surveille et imite l'autre pour conserver sa part de marché. On reconnaît comme autre facteur important, la source de l'approvisionnement. Sous cet aspect, le Québec est dans une situation avantageuse selon Shell car, en plus d'avoir des raffineries, il a accès en tout temps au marché international.

Le mémoire rappelle qu'un intervenant peut, pour une raison ou une autre, décider de vendre à la pompe en dessous du prix affiché à la rampe et cela s'est produit périodiquement dans le passé, alors que des compétiteurs opportunistes ont pu bénéficier d'aubaines à l'importation. Shell signale, par ailleurs, l'importance pour le Québec de s'assurer de la conformité aux normes québécoises de la qualité des produits importés. Chaque compétiteur, en raison de ses impératifs d'affaires, peut déterminer ses stratégies de prix; cependant, si les prix chutent à des niveaux très bas ne permettant plus de satisfaire leurs impératifs d'affaires, certains compétiteurs tenteront probablement alors de ramener les prix à un niveau qu'ils évalueront nécessaire pour leur permettre de répondre à leurs supposés impératifs financiers. Toutefois, la généralisation dans le marché d'un tel rajustement des prix — donc son imposition aux consommateurs — ne se produira que si ces mêmes impératifs sont équivalents pour tous les compétiteurs; en l'absence d'une telle généralisation d'un rajustement de prix, il est indéniable que les stations-service affichant les plus bas prix à la pompe auront la faveur des consommateurs. Dans la présente section, on traite de la consignation de produit qui permet à l'entreprise de décider elle-même du prix en énonçant qu'une telle approche a ses avantages mais aussi ses inconvénients. En somme, le marché de l'essence est un marché totalement ouvert où plusieurs compétiteurs exercent leurs activités selon leurs propres objectifs stratégiques et financiers au bénéfice du consommateur qui choisit librement parmi de nombreux compétiteurs. Shell croit qu'il n'est pas approprié de diviser simplement tous ces acteurs compétiteurs en deux groupes : les majeurs et les indépendants. Aucun groupe n'est monolithique et chaque compétiteur individuel cherche à attirer le plus grand nombre de consommateurs possible, tout en étant le plus efficace.

En résumé, Shell reconnaît que son objectif est d'être reconnu par le consommateur comme la compagnie la meilleure et la plus efficace.

Pour ce qui est de la législation, Shell ne tente pas d'analyser les différentes lois existant en Amérique du Nord en ce qui concerne les prix des produits pétroliers. On y fait référence à la législation canadienne seulement, au Bureau de la compétition au palier fédéral et à la seule législation provinciale en vigueur au Canada, soit celle de l'Île-du-Prince-Édouard où les prix hors taxe sont de beaucoup

supérieurs à ceux du Québec et du Canada. On y rappelle également que la Nouvelle-Écosse abandonnait en 1991 son système de contrôle des prix qui était exploité depuis 1936.

Le mémoire soutient que c'est le consommateur qui doit choisir entre les divers compétiteurs et que, s'il y a lieu d'avoir une réglementation, celle-ci doit placer les compétiteurs sur un même pied. Tout en reconnaissant que des prix à la pompe inférieurs à ceux à la rampe de chargement ont été observés plusieurs fois au cours des cinq dernières années, Shell suggère, dans son mémoire, que le ministère ppuisset considérer, s'il le juge approprié, la mise en place d'une directive ministérielle par laquelle le ministre se réserverait le privilège d'enquêter sur tout compétiteur identifié comme l'instigateur d'une baisse de prix à la pompe inférieure à son prix d'achat et de l'interroger. Le fardeau de la preuve reviendrait à l'instigateur identifié. Le ministre pourrait alors reporter l'affaire aux autorités gouvernementales compétentes afin que des sanctions appropriées soient prises en considération. De plus, on rappelle que certaines mesures visant à éliminer des *barrières à la sortie* pourraient être prises en considération comme, à titre d'exemple, un fonds commun à la décontamination des sols et la révision de certains règlements municipaux qui, présentement, peuvent limiter le choix de solutions de remplacement en affaires pour quiconque souhaiterait réorienter ses activités de la vente d'essence vers d'autres secteurs d'activité, comme vers l'entretien mécanique seulement.

Shell croit fermement que ce sont les consommateurs qui doivent choisir entre les divers compétiteurs par l'intermédiaire d'un marché où règne la libre concurrence. Si, par contre, le gouvernement du Québec optait pour une quelconque réglementation, celle-ci devrait être équitable et placer tous les participants de l'industrie dans des conditions équivalentes de façon à assurer la survie et le développement de l'industrie pétrolière au Québec.

## 2.7 Ultramar Canada inc. (ULTRAMAR)

La société Ultramar est une société de raffinage et de commercialisation de produits pétroliers qui exerce ses activités par l'intermédiaire de filiales situées dans l'est du Canada, le nord-est des États-Unis et la Californie.

La société se distingue des grandes pétrolières intégrées du fait qu'elle ne possède aucune activité en amont, soit l'exploration et la production de pétrole brut.

**Profil de la société**

Ultramar a enregistré un produit d'exploitation de 1,5 milliard de dollars au Québec en 1995.

Elle possède une raffinerie située à Saint-Romuald au Québec dont la capacité est de 150 000 barils par jour. Cette raffinerie emploie plus de 300 personnes et produit de l'essence, du carburant diesel, du mazout domestique et d'autres produits. Ultramar y a investi plus de 600 millions de dollars, au cours des dix dernières années.

Le réseau de vente au détail comprend 980 stations-service au Québec (bannières Ultramar, Sergaz, XL et Sunoco).

Le réseau comprend en plus 38 postes d'approvisionnement au Québec.

Ultramar projette d'investir 140 millions US au Québec dans son réseau de stations-service.

D'ici à cinq ans, Ultramar prévoit :

- l'ajout de 450 dépanneurs à des emplacements déjà existants;
- la construction de 50 nouvelles stations;
- la fermeture de certains établissements (réduction de 15 % du total des points de vente).

**Observations sur le secteur pétrolier au Québec**

Ultramar note les faits suivants :

L'utilisation de la capacité de production (raffinage) est sous-optimale.

La demande de carburants croît lentement.

Le nombre de stations-service est élevé malgré les nombreuses fermetures (de 24 100 stations-service en 1980 à 17 000 en 1994 au Canada).

La rationalisation n'a pas la même rapidité chez les indépendants que chez les gros fournisseurs.

Le coût élevé d'assainissement des sites est un obstacle à une rationalisation rapide (le coût peut même dépasser la valeur de l'emplacement).

Les taux de rendement du secteur des produits pétroliers sont peu élevés : 4 % au cours de la dernière décennie.

Le marché est très compétitif et encore engagé dans une phase de restructuration.

Il existe une inquiétude à l'idée que l'État pourrait réglementer le marché, une action qui ne pourrait qu'entraver la restructuration du secteur.

**Commercialisation**

Ultramar signale que le marché du Québec se caractérise par l'intensité des échanges en vrac de pétrole brut ou de produits raffinés, étant donné la facilité relative avec laquelle les produits peuvent être transportés par bateau en grande quantité vers Montréal ou Québec depuis l'Europe, le Golfe et les Caraïbes.

Elle est d'avis que les importations y entrent sans entrave, ce qui renforce la concurrence. Le prix des importations au Québec est lié, notamment, à celui du port de New York.

Elle note que c'est le prix le plus bas entre l'importation et le raffinage qui détermine le cours de l'ensemble du marché. Les prix aux rampes de chargement à Montréal suivent de près ceux de New York.

Ultramar explique que les prix à l'importation servent d'arbitrage et influent grandement sur les prix de gros qui ont une influence considérable sur le prix à la pompe.

Généralement, selon Ultramar, la marge au détail (différence entre le prix à la pompe et le prix de gros) doit suffire à payer les frais d'exploitation d'une station-service, soit les salaires, les taxes foncières, les services publics, l'entretien et la promotion à l'échelle locale.

La concurrence que se livrent les pétrolières et les indépendants depuis 1992 a souvent forcé Ultramar à réduire ou même à éliminer ses marges afin de protéger sa part de marché. Dans ce contexte, Ultramar rappelle qu'il est important d'augmenter le volume des ventes par site pour couvrir les charges fixes d'exploitation.

Par ailleurs, Ultramar a observé que la diversification des sources de recettes sur le site des stations-service aide, dans une certaine mesure, à compenser les problèmes d'efficacité qu'entraîne l'excédent de capacité de distribution.

**Stratégie de commercialisation : *Valeur plus***

Ultramar décrit *Valeur Plus* comme étant un programme de surveillance des prix visant à jumeler ou à égaler les prix les plus bas offerts par ses concurrents à l'intérieur de ses territoires de vente appellé *zones*.

Ultramar affirme que la clientèle a répondu à l'appel et estime que la concurrence a réagi à la stratégie de manière exagérée.

Ultramar prétend qu'elle n'a pas pu réagir autrement qu'en ajustant les prix à la baisse pour égaler ceux de la concurrence afin de :

- respecter son engagement envers la clientèle;
- protéger ses parts de marché.

**Réglementation du marché libre**

Ultramar est d'avis que les réglementations n'ont, d'aucune façon, avantagé les consommateurs et les détaillants tel que le démontrent les études nombreuses faites après l'introduction des règlements.

*Divorcement act* :

— Augmente la moyenne des prix de vente au détail.

*Below cost law* :

— Fait augmenter le prix de l'essence.

Ultramar estime que la réglementation doit être une solution de dernier recours. Le cas échéant, Ultramar suggère de favoriser une approche incitative :

- taxes ou droits commercialisables;
- règlement de divulgation;
- négociation;
- surveillance par des organismes de contrôle.

La *Loi fédérale sur la concurrence* est suffisante pour contrer les pratiques commerciales qui peuvent être mises en cause.

Ultramar souhaite que le gouvernement du Québec n'intervienne d'aucune façon dans les conditions du marché. Toutefois, s'il décidait d'intervenir, les mesures

mises en place devraient s'appliquer sans distinction à tous les intervenants de l'industrie pétrolière.

Selon Ultramar, si le gouvernement cherche à protéger des emplois et à en créer, il devrait plutôt s'efforcer de mettre en place des programmes et autres mesures incitatives pour attirer les investisseurs, du moins ne pas les faire fuir.

## SECTION 3 : RAPPEL HISTORIQUE DES FAITS

Les prix de l'essence peuvent être le reflet, soit des prix, soit des conditions de marché. Jusqu'à la fin de 1991, le prix de l'essence au Québec reflétait principalement une structure de prix. Les mouvements en ce qui concerne les prix étaient alors fonction de l'évolution des prix du pétrole brut et des changements sur le plan de la taxation.

Depuis la fin de 1991 jusqu'au printemps 1996, le marché de l'essence a vécu une période de turbulence mais les effets de ce phénomène n'ont pas été répartis uniformément d'une région à l'autre. En effet, les guerres de prix ont alors touché principalement les régions centrales. Ainsi, au cours de 1995, les prix de l'essence à Québec et à Montréal ont oscillé d'un minimum de 49,9 ¢/l à un maximum de 61,4 ¢/l pour un écart de près de 12 ¢/l incluant les fluctuations du cours du pétrole brut.

Le 12 septembre 1995, l'ADIP présentait aux autorités du ministère des Ressources naturelles un mémoire intitulé *La situation des distributeurs indépendants de produits pétroliers au Québec*, préparé par la firme Cogésult, et demandait l'établissement d'un prix plancher.

Dans les semaines qui suivirent le dépôt de ce mémoire, 34 lettres d'appui à la démarche de l'ADIP ont été reçues par le MRN.

Les 14 novembre et 7 décembre 1995, la direction de l'ADIP présentait au MRN un dossier d'information supplémentaire pour appuyer sa requête contenant un rapport de statistiques consolidées au sujet de l'industrie des distributeurs indépendants.

Le 26 janvier 1996, M. François Gendron, alors ministre des Ressources naturelles, informait l'ADIP de sa décision de ne pas donner suite à la demande d'établissement d'un prix plancher pour la vente de produits pétroliers que lui avait adressée l'ADIP en septembre 1995.

Le prix du pétrole brut de référence de la Mer du Nord (le Brent) qui satisfait à plus de 60 % des besoins des raffineurs québécois a grimpé de plus de 4 $ canadien le baril en avril 1996 par rapport au niveau observé au début de l'année passant de 24,43 $ CA/baril en janvier 1996 à 28,35 $ CA/baril en avril 1996.

Le 30 avril 1996, Petro-Canada entreprenait une hausse de 5 ¢/l du prix de l'essence. Dans les heures qui ont suivi, la majorité des autres intervenants emboîtait le pas.

Le 9 mai 1996, le député libéral d'Ottawa-Centre, M. Mac Harb, déposait une plainte au bureau fédéral de la concurrence accusant les pétrolières de collusion pour fixer les prix de l'essence.

Dans les jours qui ont suivi, le Bureau fédéral de la concurrence confirmait qu'une enquête avait été entreprise à la suite du dépôt de la plainte de M. Harb.

Le 18 juin 1996, la pétrolière Ultramar et ses détaillants associés lançaient le programme *Valeur Plus*.

Dès le 19 juin 1996, le prix de l'essence a chuté de plusieurs cents le litre dans certains secteurs. Dans la région de Québec par exemple, le prix est passé de 62,9 ¢/l à 56,9 ¢/l en l'espace de quelques heures. Il s'agissait d'une guerre sans précédent pour ce qui est de l'importance de la baisse de prix, de l'étendue géographique et de la durée du phénomène.

Le 3 juillet 1996, le ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, demandait à son ministère de procéder à une enquête hebdomadaire sur les prix de l'essence à la pompe dans toutes les régions du Québec.

Au plus fort de cette guerre des prix, qui a semblé commencer à se résorber au cours de la journée du 9 juillet 1996, certains détaillants vendaient leur essence à des prix aussi bas que 38 ¢/l. Des consommateurs ont même bénéficié d'un prix égal à 19,9 ¢/l pendant de courtes périodes et à des endroits précis.

Les enquêtes subséquentes menées au cours du mois de juillet 1996 ont confirmé la tendance observée au cours de l'enquête du 9 juillet. La moyenne provinciale pondérée demeurait cependant nettement inférieure au prix théorique basé sur le prix de gros au port de New York.

Le 7 août 1996, le Conseil des ministres se penchait sur la question du marché de l'essence au Québec.

Le 8 août 1996, le ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, rendait public le mandat qu'il confiait au Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence à la suite de la décision du Conseil des ministres du 7 août 1996.

À la suite de réunions individuelles avec les intervenants de l'industrie pétrolière, M. Chevrette publiait un communiqué de presse le 15 août 1996 dans lequel il faisait état de la démarche entreprise par le Comité spécial d'examen.

Les sept intervenants de l'industrie pétrolière déposent leur mémoire au Comité spécial d'examen. À la suite du dépôt et de l'analyse des mémoires, le Comité spécial d'examen rencontre individuellement les intervenants les 6, 9 et 10 septembre 1996.

Le 27 septembre 1996, le Comité spécial d'examen déposait son rapport au ministre Chevrette.

## SECTION 4 : PORTRAIT DU MARCHÉ DE L'ESSENCE AU QUÉBEC

Ce secteur d'activité constitue un volet important pour l'économie du Québec. La vente de carburant au Québec génère des revenus d'environ 4 milliards de dollars annuellement. Nous estimons que plus de 17 300 personnes y gagnent leur vie. En moyenne, chaque essencerie emploie près de 4 personnes.

### 4.1 Les intervenants

- Raffineurs nationaux

  Il s'agit des compagnies intégrées présentes à la grandeur du Canada. Ces compagnies exercent leurs activités à la fois dans l'exploration et la production de pétrole brut, dans le raffinage, dans la distribution et dans la vente au détail des produits pétroliers. On compte trois entreprises de ce type : Esso, Shell et Petro-Canada.

- Raffineurs régionaux

  Il s'agit de compagnies exploitant des raffineries dans certaines provinces seulement. Elles n'ont pas d'activité dans le secteur amont, soit l'exploration et la production de pétrole brut. Ces entreprises s'approvisionnent sur le marché international pour combler leurs besoins en pétrole brut. Par contre, elles sont activent dans les autres secteurs d'activité depuis le raffinage jusqu'à la mise en marché des produits. Dans ces secteurs, on compte deux compagnies au Québec : Ultramar et Irving.

Ces deux catégories de raffineurs sont aussi désignées sous le terme de *compagnies majeures.*

- Indépendants

  Ces entreprises exercent leurs activités comme revendeurs ou détaillants. À la manière des pétrolières, divers gros indépendants exploitent des sites corporatifs et des franchises. Dans ce secteur, les bannières regroupant 40 sites et plus sont par ordre alphabétique : Axco, Benco, Canadian Tire, Eko, Pétroles Crevier, Gaz-O-Bar, Olco, Pétroles Terrien, Sonerco et Sonic. Au total, on compte une cinquantaine de bannières indépendantes au Québec.

### 4.2 Le réseau

En août 1996, selon la Direction des produits pétroliers, on estime le nombre d'essenceries à 4 706. À ce nombre, il faut ajouter 250 dossiers en cours de traitement pour un total d'environ 4 950 sites où il est possible de faire le plein d'essence.

La répartition des essenceries par région administrative apparaît au **tableau 1**. La Montérégie arrive en premier avec 16 % du parc d'essenceries (757 sites), alors que le Nord-du-Québec n'offre que 29 sites pour moins de 1 % des débits d'essence québécois.

Le réseau d'essenceries du Québec est en mutation, comme partout ailleurs en Amérique du Nord. D'une part, la station-service classique avec atelier mécanique est en nette régression et, d'autre part, pour maximiser les revenus, le jumelage du débit avec d'autres activités a pris beaucoup d'importance. Par type d'établissement, le **tableau 2** illustre la répartition du réseau d'essenceries au Québec.

### 4.3 Les ventes

En 1995, plus de 7 milliards de litres de carburant (essence + diesel) ont été vendus dans le réseau d'essenceries du Québec. Pour l'ensemble du Québec, la quantité annuelle moyenne de litres de carburant consommés s'établit donc à 1 504 329 litres par essencerie. Le **tableau 3** présente les ventes de carburant par région administrative. Les régions de Montréal et de Laval se démarquent avec, respectivement, des ventes de 2 151 000 et 2 196 900 litres par essencerie. À l'inverse, l'essencerie moyenne dans la région Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine vend annuellement 705 400 litres.

Selon la firme Kent Marketing Services Inc. (Kent), la productivité moyenne des débits d'essence au Québec est la plus faible au Canada ; l'Ontario arrive au premier rang avec près de 3,5 millions de litres annuellement par essencerie, alors que la moyenne canadienne s'établit à 2,7 millions de litres. Il faut noter que Kent ne recense pas toutes les municipalités dans son enquête sur les stations-service.

La productivité moyenne des essenceries affichant la bannière d'une majeure s'établit à 1,75 million de litres, alors que celle des essenceries exploitées par les indépendants s'élève à 1,1 million de litres. Le **tableau 4** nous permet de voir par tranche de volumes la répartition des essenceries entre les compagnies majeures et le groupe des indépendants.

Tableau 1

**RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES ESSENCERIES (1995)**

| RÉGIONS | NOMBRE D'ESSENCERIES | % |
|---|---|---|
| 01 - Bas-Saint-Laurent | 265 | 5,7 |
| 02 - Saguenay - Lac-Saint-Jean | 276 | 5,9 |
| 03 - Québec | 393 | 8,4 |
| 04 - Mauricie - Bois-Francs | 421 | 8,9 |
| 05 - Estrie | 229 | 4,9 |
| 06 - Montréal | 546 | 11,6 |
| 07 - Outaouais | 181 | 3,8 |
| 08 - Abitibi-Témiscamingue | 188 | 4,0 |
| 09 - Côte-Nord | 120 | 2,5 |
| 10 - Nord-du-Québec | 29 | 0,6 |
| 11 - Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine | 177 | 3,8 |
| 12 - Chaudière-Appalaches | 410 | 8,7 |
| 13 - Laval | 126 | 2,7 |
| 14 - Lanaudière | 262 | 5,5 |
| 15 - Laurentides | 326 | 6,9 |
| 16 - Montérégie | 757 | 16,0 |
| **TOTAL** | **4 706** | **100,0** |

Source : Direction des produits pétroliers.

Tableau 2

## TYPES D'ESSENCERIES (1995)

| TYPES D'ESSENCERIES | NOMBRE | % |
|---|---|---|
| Station-service (avec atelier) | 1784 | 38,0 |
| Libre-service | 529 | 11,2 |
| Libre-service avec dépanneur | 690 | 14,7 |
| Avec service (Gaz-Bar) | 1433 | 30,4 |
| Mixte | 170 | 3,6 |
| Libre-service *Cardlock* | 100 | 2,1 |
| **TOTAL** | **4 706** | **100,0** |

Source : Direction des produits pétroliers.

Tableau 3

## VENTES DE CARBURANT AU QUÉBEC (1995)

| RÉGIONS | MILLIERS DE LITRES | % | LITRAGE ANNUEL MOYEN (000 litres) |
|---|---|---|---|
| 01 - Bas-Saint-Laurent | 246 821 | 3,5 | 931,4 |
| 02 - Saguenay - Lac-Saint-Jean | 405 404 | 5,7 | 1 468,9 |
| 03 - Québec | 629 878 | 8,9 | 1 602,7 |
| 04 - Mauricie - Bois-Francs | 602 908 | 8,5 | 1 432,1 |
| 05 - Estrie | 288 693 | 4,1 | 1 260,7 |
| 06 - Montréal | 1 174 423 | 16,6 | 2 151,0 |
| 07 - Outaouais | 307 392 | 4,3 | 1 697,8 |
| 08 - Abitibi-Témiscamingue | 240 452 | 3,4 | 1 279,0 |
| 09 - Côte-Nord | 133 718 | 1,9 | 1 144,3 |
| 10 - Nord-du-Québec | 32 534 | 0,5 | 1 121,9 |
| 11 - Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine | 124 855 | 1,8 | 705,4 |
| 12 - Chaudière-Appalaches | 400 282 | 5,6 | 976,3 |
| 13 - Laval | 276 810 | 3,9 | 2 196,9 |
| 14 - Lanaudière | 419 173 | 5,9 | 1 599,9 |
| 15 - Laurentides | 517 241 | 7,3 | 1 586,6 |
| 16 - Montérégie | 1 286 410 | 18,2 | 1 699,4 |
| **TOTAL** | **7 086 994** | **100,0** | **1 504,3** |

Source : Direction des produits pétroliers.

Tableau 4

**NOMBRE D'ESSENCERIES PAR TRANCHE DE VOLUME (1995)**

| LITRES | MAJEURES % | INDÉPENDANTS % |
|---|---|---|
| De 0 à 500 000 | 13,2 | 35,8 |
| De 500 000 à 1 million | 19,4 | 27,8 |
| De 1 million à 2 millions | 34,7 | 21,8 |
| De 2 millions à 3 millions | 17,1 | 7,8 |
| De 3 millions à 4 millions | 7,8 | 3,4 |
| 4 millions et + | 7,8 | 3,4 |
| **TOTAL** | **100,0** | **100,0** |

Source : Direction des produits pétroliers.

Ces données nous laissent croire que les efforts de rationalisation du réseau d'essenceries ont eu plus d'impact chez les compagnies majeures comparativement au groupe des indépendants.

### 4.4 La répartition régionale

Le **tableau 5** nous permet de juger de la présence des compagnies majeures par rapport au groupe des indépendants dans chacune des régions administratives.

Globalement, les pétrolières majeures affichent leurs couleurs à 2 930 essenceries alors que les bannières des indépendants comptent 1 776 sites.

Par région, on note très peu d'écart par rapport à la moyenne provinciale. Les majeures ont une représentation supérieure à la moyenne surtout à Montréal, au Bas-Saint-Laurent et en Gaspésie. Pour les indépendants, la représentativité accrue est observée dans les trois régions suivantes : Mauricie—Bois-Francs, Lanaudière et Laurentides.

En segmentant encore un peu plus, on constate que, parmi les 1 474 municipalités du Québec, 1 082 ont sur leur territoire une essencerie et plus. Le **tableau 6** permet d'établir le nombre de municipalités où l'on trouve 10 essenceries et moins.

### 4.5 Les perspectives

- La poursuite de la rationalisation du parc d'essenceries est inévitable si on compare la productivité moyenne au Québec à celle de l'Ontario, du Canada et des États-Unis.

- Le jumelage avec d'autres activités va continuer de se développer (Dépanneur — restauration rapide — super-centre). La compétitivité du prix de l'essence au cours des dernières années oblige les intervenants à chercher d'autres sources de revenus pour compenser la faible rentabilité de la vente d'essence.

- Wallmart et Price-Costco mènent actuellement aux États-Unis des expériences pilotes dans la vente d'essence à certains magasins. Dans la même lignée, les hypermarchés en France ont ajouté, à leurs services, la distribution de l'essence ; le succès est retentissant. L'arrivée éventuelle de ce type de commerce au Québec ne peut être exclue.

Tableau 5

## RÉPARTITION DES ESSENCERIES
## (Majeures / Indépendants)

| RÉGIONS | MAJEURES | | INDÉPENDANTS | |
|---|---|---|---|---|
| | Nombre | % | Nombre | % |
| 01 - Bas-Saint-Laurent | 186 | 70,2 | 79 | 29,8 |
| 02 - Saguenay - Lac-Saint-Jean | 171 | 62,0 | 105 | 38,0 |
| 03 - Québec | 267 | 67,9 | 126 | 32,1 |
| 04 - Mauricie - Bois-Francs | 218 | 51,8 | 203 | 48,2 |
| 05 - Estrie | 143 | 62,4 | 86 | 37,6 |
| 06 - Montréal | 389 | 71,2 | 157 | 28,8 |
| 07 - Outaouais | 117 | 64,6 | 64 | 35,4 |
| 08 - Abitibi-Témiscamingue | 115 | 61,2 | 73 | 38,8 |
| 09 - Côte-Nord | 83 | 69,2 | 37 | 30,8 |
| 10 - Nord-du-Québec | 18 | 62,1 | 11 | 37,9 |
| 11 - Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine | 124 | 70,1 | 53 | 29,9 |
| 12 - Chaudière-Appalaches | 249 | 60,7 | 161 | 39,3 |
| 13 - Laval | 72 | 57,1 | 54 | 42,9 |
| 14 - Lanaudière | 138 | 52,7 | 124 | 47,3 |
| 15 - Laurentides | 171 | 62,3 | 155 | 37,3 |
| 16 - Montérégie | 469 | 62,0 | 288 | 38,0 |
| **TOTAL** | **2 930** | **62,3** | **1 776** | **37,3** |

Source : Direction des produits pétroliers.

Tableau 6

## RÉPARTITION DES ESSENCERIES PAR MUNICIPALITÉ

| NOMBRE D'ESSENCERIES | NOMBRE DE MUNICIPALITÉS |
|---|---|
| 1 | 390 |
| 2 | 248 |
| 3 | 126 |
| 4 | 88 |
| 5 | 49 |
| 6 | 31 |
| 7 | 26 |
| 8 | 17 |
| 9 | 13 |
| 10 | 9 |
| 11 et + | 85 |
| **TOTAL** | **1082** |

Source : Direction des produits pétroliers.

- La disparition de certains intervenants qui n'ont pas réussi à s'ajuster au nouveau contexte semble inévitable. Comme dans les autres domaines de l'économie, les entreprises qui vont trop tarder à prendre le virage de l'efficacité risquent de se retrouver en situation précaire.

## SECTION 5 : PROBLÉMATIQUE

Le marché de l'essence au Québec est un marché en pleine maturité et il est caractérisé, depuis plusieurs années, par une stagnation de la demande.

Cette stagnation de la demande, a amené les divers intervenants sur le marché à se livrer une concurrence féroce de façon à maintenir ou à gagner des parts de marché.

Cette concurrence s'est faite non seulement en ce qui concerne les produits et services offerts aux consommateurs mais également en ce qui concerne les prix. C'est ce qui a occasionné les guerres de prix observées depuis la fin de 1991. Ces guerres de prix ont eu pour effet de réduire considérablement les marges de commercialisation. Au plus fort de certains épisodes de guerre de prix, on a même observé des prix à la pompe bien en decà du prix coûtant.

La disparition progressive des marges de commercialisation préoccupe beaucoup les indépendants qui y voient une menace sérieuse à leur survie. Les indépendants demandent donc au gouvernement d'intervenir directement sur le marché de façon à leur garantir des marges viables, à éviter leur disparition et à maintenir la concurrence, évitant ainsi aux consommateurs une hausse du prix à la pompe à long terme.

Le Comité note que le fait de garantir des marges de commercialisation aurait inévitablement comme effet immédiat d'entraîner une hausse généralisée du prix à la pompe.

Par ailleurs, le Comité constate que l'essence est devenue une marchandise comme une autre. L'essence fait maintenant partie d'un ensemble de produits et de services offerts aux consommateurs dans les essenceries. En théorie, le propriétaire d'une station d'essence peut donc décider d'exploiter sans marge bénéficiaire, de façon à offrir à sa clientèle des prix à la pompe compétitifs et à augmenter l'achalandage de son commerce. Le Comité note que le fait de vendre sans bénéfice peut, selon certains intervenants, constituer une pratique déloyale; alors que pour d'autres, c'est tout simplement une stratégie de mise en marché parmi tant d'autres.

C'est dans ce contexte que le phénomène de jumelage des commerces entre en jeu. Ainsi, on observe de plus en plus l'ajout d'autres types de commerces au site en question (dépanneurs, lave-auto, franchises de toutes sortes, etc.). C'est l'ensemble de ces activités qui génère un revenu intéressant pour le propriétaire de ces sites.

Cette approche de commercialisation semble constituer une tendance sur le marché. En principe, elle est accessible à tous les intervenants et on l'observe tant chez les indépendants que chez les pétrolières non intégrées ou chez les grandes pétrolières intégrées.

Le Comité estime donc que son analyse de la problématique ainsi que la recherche de solutions possibles doit tenir compte non seulement de l'évolution du prix de l'essence mais également du contexte de commercialisation.

## SECTION 6 : ANALYSE DE LA SITUATION

### 6.1 L'offre

Au Québec, l'approvisionnement en produits pétroliers et, particulièrement, en essence est légèrement supérieur à la demande. En effet, depuis 1990, la production nette moyenne par raffinerie au Québec a été de 129 000 b/j par rapport à une demande moyenne par raffinerie de 125 400 b/j. De cette demande, 91,4 % était écoulée par le réseau de stations-service, soit près de 114 700 b/j ou 6 milliards de litres annuellement. De plus, près de 30 000 b/j d'essence en moyenne au cours de cette période ont *transité* par le Québec. Il s'agit de mouvements d'essence internationaux, importations et exportations, mais aussi de mouvements interprovinciaux qui entrent et sortent du Québec. Tous les mouvements reflètent la mobilité du produit par les infrastructures de transport et d'entreposage dont dispose le Québec.

Cette accessibilité oblige les raffineurs québécois à être concurrentiels de façon à ce que la production locale puisse être écoulée. En effet, ceux-ci doivent tenir compte de la disponibilité du produit sur le marché du bassin de l'Atlantique. Le prix de gros du produit doit absolument être compétitif sinon les importations pénétreront le marché du Québec aux dépens de la production intérieure et mettront en péril la viabilité des raffineries locales.

### 6.2 La demande

Au Québec, depuis le premier choc pétrolier en 1973, la demande en essence a évolué tantôt à la hausse, tantôt à la baisse. En effet, plusieurs causes sont responsables de cette évolution. Pour n'en nommer que quelques-unes, mentionnons les fortes hausses du coût du pétrole brut entre 1973 et le début des années 80, la récession qui a suivi, une baisse de la demande amplifiée par le désir du consommateur de réduire sa facture de consommation d'énergie,, puis l'arrivée sur le marché de voitures plus petites et moins énergivores, finalement une autre récession en 1991. Depuis, on a pu observer une reprise modérée de la demande qui semble largement occasionnée par une poussée de l'automobiliste vers la fourgonnette voir même le petit camion (pick-up). Depuis 1990, la consommation d'essence au Québec est passée de 125 000 b/j à 118 400 en 1991, pour atteindre 130 500 b/j en 1995.

Les prévisions du ministère des Ressources naturelles indiquent une demande plutôt stagnante avec une légère tendance à la hausse d'ici à l'an 2010.

## 6.3 Les composantes du prix de l'essence

La présente section permettra de suivre les mécanismes qui jouent dans la détermination des prix.

Prix du pétrole

En 1985, la déréglementation entre en vigueur et le prix du brut canadien n'est plus sous le contrôle gouvernemental. Le commerce pétrolier canadien, jusque-là imperméable au contexte international, évolue au rythme du prix du brut international.

Dans le contexte de globalisation des marchés, les divers intervenants dans le marché de la distribution des produits pétroliers ont modifié, depuis quelques années, la méthode comptable d'évaluation des stocks. L'événement qui a commenté ce branle-bas est, sans aucun doute, l'invasion du Koweït en août 1990.

Avant 1991, les pétrolières utilisaient le FIFO (épuisement successif) comme méthode comptable d'évaluation des stocks. En vertu de ce principe, quand le prix du pétrole brut augmente de façon significative, les pétrolières attendent le délai *normal* (environ 60 jours) avant d'augmenter le prix des produits pétroliers (premier entré, premier utilisé).

Aux États-Unis, l'industrie pétrolière évalue ses inventaires selon la méthode de l'équipement à rebours (LIFO). Selon cette méthode, il n'y a plus de décalage dans le temps, ce qui signifie que les mouvements de prix au niveau de la matière première (Brut) sont imputés immédiatement à la rampe de chargement et sur les prix à la pompe. En d'autres termes, le prix des produits pétroliers baisse ou monte instantanément. Ainsi, les acheteurs d'essence ont accès à des prix réduits ou plus élevés selon le cas. La méthode LIFO s'apparente à la notion de coût de remplacement.

Le coût du pétrole brut constitue la première et principale composante du prix de l'essence si on exclut les taxes. Le choix du brut est généralement fonction de ses caractéristiques et du rendement en produits recherché en tenant compte du type d'installations de raffinage. À cet égard, les raffineries du Québec sont considérées comme de complexité intermédiaire.

Nous utilisons comme brut de référence celui de la Mer du Nord (Brent). Les bruts en provenance de cette région constituent environ les deux tiers des approvisionnements des raffineries du Québec.

À titre d'illustration, le **tableau 7** montre l'évolution du prix du Brent au cours des derniers mois.

À cause du climat d'incertitude au Moyen-Orient, le prix du brut est en hausse en septembre.

Prix à la rampe de chargement et prix de gros au port de New York

En pratique, le prix à la rampe de chargement est synonyme du prix de gros à la raffinerie. Ce prix à la rampe de chargement désigne le prix payé par les distributeurs indépendants au détail lorsqu'ils viennent s'approvisionner auprès des raffineries locales. Les acheteurs à gros volume d'essence ne sont pas visés dans cette catégorie car ces derniers peuvent contracter à des conditions plus avantageuses. Au Québec, toutefois, ces gros acheteurs sont en nombre restreint donc moins représentatifs des clients-types de la raffinerie.

Les prix à la rampe de chargement sont colligés à partir de la revue hebdomadaire Bloomberg Oil Buyer's Guide (OBG) sous la rubrique Rack Contract-Montréal. Dans le milieu nord-américain de la distribution des produits pétroliers, le service de cette entreprise est considéré comme une des références principales à l'acquisition des données sur le prix à la rampe de chargement.

La différence entre le coût du pétrole brut et le prix à la rampe de chargement constitue la marge brute de raffinage. Cette marge sert à couvrir les frais liés au raffinage du brut, au stockage dans les dépôts et au rendement qu'il doit réaliser sur les capitaux investis dans la raffinerie incluant le fonds de roulement pour les stocks en raffinerie et en dépôt.

En ce qui concerne le prix de gros au port de New York, on peut facilement l'associer au prix à la rampe de chargement dans l'optique d'un importateur de produits pétroliers. Le port de New York est considéré comme indice de référence en ce qui concerne la distribution et le prix des produits pétroliers. Dans un contexte de globalisation des marchés, on sait qu'il existe des occasions d'importer de l'essence sur le marché international et les raffineries locales doivent concurrencer localement avec les prix à l'importation des produits pétroliers.

À ce prix de gros au port de New York, il faut ajouter le coût de transport pour acheminer le produit jusqu'à Montréal; on considère qu'il en coûte environ 0,5 cent le litre à ce niveau. La différence entre le prix à la rampe de chargement et le prix de gros au port de New York (incluant le transport jusqu'à Montréal) devient donc la marge de l'importateur.

Tableau 7

**ÉVOLUTION DU PRIX DU BRENT**
**Mars - Août 1996**

| MOIS | $ US / BARIL | $ CAN / BARIL | c / LITRE |
|---|---|---|---|
| Août | 20,47 | 28,08 | 17,7 |
| Juillet | 19,57 | 26,80 | 16,9 |
| Juin | 18,42 | 25,15 | 15,8 |
| Mai | 19,13 | 26,19 | 16,5 |
| Avril | 28,86 | 28,36 | 17,8 |
| Mars | 19,87 | 27,14 | 17,1 |

Source : *Bloomberg Oil Buyer's Guide (OBG).*

Tableau 8

**ÉVOLUTION DU PRIX DU GROS (Port de New York)**
**OSP / Mars - Août 1996**

| MOIS | CTS US / GALLON | CTS CAN / LITRE |
|---|---|---|
| Août | 61,22 | 22,18 |
| Juillet | 61,61 | 22,28 |
| Juin | 58,06 | 20,94 |
| Mai | 65,08 | 23,53 |
| Avril | 69,15 | 24,83 |
| Mars | 58,54 | 21,11 |

Source : Dow Jones Telerate.

Même si, en pratique, la majorité de l'essence vendue au Québec provient des raffineries locales, le coût de l'essence importée (port de New York) a une influence déterminante sur les prix domestiques. À titre d'exemple, le **tableau 8** présente, au cours des derniers mois, l'évolution du prix de gros au port de New York pour l'essence ordinaire sans plomb.

Coût du transport

Dans les régions centrales, le coût du transport constitue une composante secondaire du prix de l'essence. Par contre, cet élément revêt une importance particulière pour les régions excentriques. Les modes de transport, depuis la raffinerie jusqu'à l'essencerie, varie selon la région puisqu'on y trouve du transport routier, du transport maritime ou du transport ferroviaire. À ce coût de transport proprement dit, il faut parfois ajouter des frais de stockage dans les dépôts intermédiaires.

Pour les essenceries situées à proximité des raffineries (Québec et Montréal), le coût de transport est une fraction d'un cent le litre, c'est-à-dire 0,3 ou 0,4 cent le litre. Par contre, le transport de l'essence jusqu'en Gaspésie ou en Abitibi-Témiscaminque peut dépasser les 3 cents le litre.

Les taxes

Les carburants constituent une source importante de revenus pour les deux paliers de gouvernement.

Au fédéral, il y a deux taxes : la taxe d'accise de 10,0 cents le litre et la TPS (taxe sur les produits et services de 7 %).

Au provincial, l'essence est assujettie à deux taxes : la taxe sur l'essence de 15,2 cents le litre[5], la taxe sur le diesel de 13,3 cents le litre et la TVQ (taxe de vente du Québec de 6,5 %). Pour la taxe sur les carburants, on distingue quatre zones de taxation : les régions centrales, les régions périphériques, les régions spécifiques et les régions frontalières.

---

[5] Dans la région de Montréal, l'essence est assujettie à une taxe supplémentaire de 1,5 cent le litre afin de financer le développement du transport en commun dans cette région.

- **Régions centrales**

Il s'agit des régions administratives suivantes : Québec, Mauricie—Bois-Francs, Estrie, Montréal, Outaouais, Chaudière-Appalaches, Laval, Lanaudière, Laurentides, Montérégie et une partie du Bas-Saint-Laurent.

Depuis mai 1994, ces régions, qui représentent près de 89 % de la population du Québec, paient le plein montant de la taxe sur les carburants, soit 15,2 cents le litre.

Depuis le 1er janvier 1996, l'agglomération de Montréal et une partie des régions avoisinantes sont assujetties à une taxe supplémentaire de 1,5 cent le litre dans le but de financer le développement du transport en commun dans cette région.

- **Régions périphériques**

Le 18 décembre 1985, à l'occasion d'un énoncé des politiques budgétaires du gouvernement, le ministre des Finances du Québec annonçait une réduction du tiers de la taxe sur les carburants pour les régions périphériques, soit l'Abitibi-Témiscaminque, le Saguenay—Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord, le Nouveau-Québec, la Gaspésie et une partie du Bas-Saint-Laurent.

Aujourd'hui, la réduction de taxe s'applique uniquement à la partie fixe, soit à la taxe sur les carburants. Cette réduction équivaut à 4,65 cents le litre. Pour les automobilistes de ces régions, la taxe sur les carburants est donc de 10,55 cents le litre. Environ 10 % de la population du Québec bénéficie de cette mesure.

- **Régions spécifiques**

Le 1er mai 1986, le ministre des Finances créait des zones spécifiques à l'intérieur desquelles la réduction de la taxe sur les carburants est établie à la moitié de la réduction accordée aux régions périphériques; le ministre voulait créer ainsi des zones *tampons* entre les régions centrales et les régions périphériques.

Comme dans le cas des régions périphériques, les rabais de taxe s'appliquent uniquement à la partie fixe, soit la taxe sur les carburants. La réduction équivaut à 2,3 cents le litre, ce qui donne 12,9 cents le litre comme taxe sur les carburants.

Nous comptons dans les régions spécifiques la circonscription électorale de Rimouski, la partie nord du comté de Labelle incluant la région avoisinant Mont-Laurier, le sud du comté de Pontiac incluant les municipalités de Kazabazua, Gracefield entre Rivière-aux-Rats, et la Tuque.

De plus, les essenceries situées à moins de dix kilomètres des régions spécifiques ont également droit à une réduction de la taxe. Cette réduction équivaut à la moitié de la réduction accordée aux régions spécifiques, soit 1,2 cent le litre.

- **Régions frontalières**

La formule d'aide pour les détaillants d'essence de ces régions a été introduite pour la première fois en janvier 1982. Elle visait à aider les propriétaires d'essenceries de ces régions à soutenir la concurrence de leurs voisins d'outre-frontière à la suite d'une hausse, le mois précédent, de 20 % à 40 % de la taxe sur les carburants.

Actuellement, les régions voisines d'une autre province (Labrador, Nouveau-Brunswick et Ontario) ou des États-Unis ont droit à une réduction établie en fonction de la distance par route entre l'essencerie et la frontière. La même réduction s'applique également aux essenceries situées en bordure des régions périphériques. Le **tableau 9** qui suit illustre l'importance des baisses de taxe.

Marge de commercialisation

Cette composante est la part qui revient à la pétrolière pour la mise en marché de l'essence et au détaillant pour la distribution. Cette composante est le montant résiduel que l'on obtient à partir du prix à la pompe en enlevant les éléments de coût précédemment décrit, c'est-à-dire le prix à la rampe de chargement, le transport et les taxes. Cette recette ne suffit pas nécessairement à couvrir tous les frais de mise en marché (entreposage, commercialisation, distribution du produit et rendement sur l'investissement).

Indépendamment de la bannière, la distribution de l'essence au Québec a évolué au cours des dernières années. La station d'essence traditionnelle avec baies de service (atelier mécanique) est en nette régression. Les entreprises ont développé des sites corporatifs prestigieux : libre-service, nombreuses pompes, dépanneur, lave-auto.

Plus récemment, avec comme objectif de maximiser l'utilisation de l'espace et d'attirer un plus grand nombre de clients, certaines essenceries se sont associées avec d'autres chaînes. C'est ainsi que l'on voit apparaître dans les essenceries des comptoirs de beignes, des comptoirs à café (Al Van Houtte), de la restauration rapide (Valentine, Subway, etc.). La vente de l'essence est dans une phase de transition et les intervenants font preuve d'imagination pour conserver ou améliorer leur part de marché ou rentabiliser le site.

Tableau 9

**BAISSE DE TAXE DANS LES RÉGIONS FRONTALIÈRES**
**(Cent / litre)**

| DISTANCE (km) | RÉGIONS VOISINES | | |
|---|---|---|---|
| | Ontario | Nouveau-Brunswick et Labrador | États-Unis |
| De 0 à 4,9 | 4 | 8 | 8 |
| De 5 à 9,9 | 3 | 6 | 6 |
| De 10 à 14,9 | 2 | 4 | 4 |
| De 15 à 20 | 1 | 2 | 2 |

Source : Ministère des Finances du Québec.

La multitude de types de relations commerciales différentes entre le fournisseur de produits et le détaillant fait en sorte qu'il est difficile de départager la marge de commercialisation. Dans certains cas, peu importe la structure d'affaires, l'essence est en consignation, c'est-à-dire qu'elle demeure la propriété de la pétrolière qui décide du prix à la pompe. Dans d'autres cas, le revendeur ou la pétrolière sont propriétaires des réservoirs ou des pompes.

En ce qui concerne spécifiquement la part du détaillant, dans les régions comme Montréal et Québec, elle se situait aux environs de 4,0 cents le litre de 1987 à 1992. Les guerres de prix plus ou moins régulières au cours des dernières années ont fait en sorte que l'industrie a développé des formules pour partager les risques. Aujourd'hui la formule la plus répandue établit la part du détaillant en fonction du prix à la pompe; le détaillant n'a plus de marge garantie. Dans certains cas, une marge minimale est assurée.

Dans les régions excentriques, le coût pour faire des affaires est plus élevé. On doit signaler que le litrage annuel moyen y est substantiellement moins élevé que celui observé à Québec et Montréal. Comme dans l'exploitation d'une essencerie, les frais fixes occupent une grande place, le détaillant qui veut s'assurer un revenu annuel décent n'a pas d'autres choix que d'augmenter sa marge de commercialisation, sinon il devra abandonner ce service.

Prix à la pompe

La somme de tous les frais et un profit raisonnable constituent le prix auquel les intervenants souhaitent vendre l'essence sur le marché. Cette somme constitue en quelque sorte, un prix théorique. Toutefois, cette détermination du prix ne tient compte que des producteurs ou des commerçants. Les caractéristiques du marché et la demande des consommateurs jouent également un rôle important dans la détermination du prix d'équilibre sur le marché.

Le **tableau 10** montre l'évolution du prix de l'essence ordinaire sans plomb au cours des douze dernières semaines. Depuis le 9 juillet 1996, la demande du ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, le MRN mène une enquête hebdomadaire auprès de 100 essenceries à travers le Québec.

## 6.4 Les guerres de prix

Depuis le début de 1992, la majorité des grands centres urbains du Québec a été le théâtre de guerres de prix régulières. Les guerres de prix ont comme objectif d'accaparer des parts de marché. Si un intervenant veut modifier le portrait de la distribution de l'essence au Québec, il s'attaque en priorité aux zones à haut volume.

Tableau 10

**PRIX DE L'ESSENCE ORDINAIRE SANS PLOMB**

**Juillet et août 1996**

| RÉGIONS ADMINISTRATIVES | JUILLET | | | | AOÛT | | | | Moyenne 8 enquêtes |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 9 | 16 | 23 | 30 | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| 01 - Bas-Saint-Laurent | 56,3 | 58,4 | 57,8 | 56,0 | 56,9 | 56,1 | 57,6 | 58,4 | 57,2 |
| 02 - Saguenay - Lac-Saint-Jean | 59,9 | 58,1 | 57,5 | 57,2 | 56,2 | 59,3 | 59,3 | 60,4 | 58,5 |
| 03 - Québec | 52,3 | 58,9 | 56,5 | 55,8 | 54,9 | 60,6 | 59,7 | 59,3 | 57,3 |
| 04 - Mauricie - Bois-Francs | 57,1 | 61,8 | 59,8 | 59,3 | 58,5 | 60,2 | 60,0 | 60,5 | 59,7 |
| 05 - Estrie | 58,1 | 59,7 | 58,5 | 57,7 | 57,6 | 58,8 | 57,8 | 59,1 | 58,4 |
| 06 - Montréal | 49,5 | 60,6 | 57,5 | 56,4 | 55,5 | 61,0 | 60,1 | 59,2 | 57,5 |
| 07 - Outaouais | 53,0 | 56,2 | 55,1 | 54,5 | 51,7 | 57,8 | 57,4 | 57,1 | 55,4 |
| 08 - Abitibi-Témiscamingue | 62,1 | 63,4 | 63,4 | 63,4 | 63,4 | 64,6 | 64,6 | 64,6 | 63,7 |
| 09 - Côte-Nord | 60,1 | 60,1 | 60,5 | 60,5 | 60,5 | 60,2 | 60,5 | 60,1 | 60,3 |
| 10 - Nord-du-Québec | 61,7 | 61,7 | 62,4 | 62,4 | 62,4 | 63,8 | 64,5 | 64,7 | 63,0 |
| 11 - Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine | 59,5 | 61,9 | 55,6 | 54,0 | 55,7 | 55,1 | 58,3 | 58,6 | 57,3 |
| 12 - Chaudière-Appalaches | 59,6 | 63,4 | 59,9 | 59,8 | 59,0 | 60,6 | 60,3 | 60,4 | 60,4 |
| 13 - Laval | 63,4 | 61,7 | 57,4 | 57,4 | 55,9 | 61,6 | 59,4 | 59,3 | 59,5 |
| 14 - Lanaudière | 56,7 | 61,9 | 59,6 | 56,9 | 55,8 | 60,4 | 59,4 | 59,0 | 58,7 |
| 15 - Laurentides | 54,1 | 63,4 | 59,2 | 59,9 | 58,6 | 57,9 | 58,9 | 58,8 | 58,9 |
| 16 - Montérégie | 58,8 | 60,1 | 58,3 | 57,4 | 56,7 | 60,3 | 59,0 | 58,4 | 58,6 |
| **Moyenne provinciale pondérée** | **55,4** | **58,6** | **58,1** | **57,3** | **56,4** | **60,3** | **59,6** | **59,4** | **58,1** |

Source : Bureau d'information du prix de l'essence (BIPE).

**PRIX DE L'ESSENCE ORDINAIRE SANS PLOMB**
**Septembre et octobre 1996**

| RÉGIONS ADMINISTRATIVES | SEPTEMBRE | | | | OCTOBRE | | | | Moyenne 8 enquêtes |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 4 | 11 | 18 | 24 | 1 | 8 | 15 | 22 | |
| 01 - Bas-SAINt-Laurent | 58,4 | 62,9 | 62,6 | 62,6 | 62,6 | | | | |
| 02 - Saguenay - Lac-Saint-Jean | 59,0 | 59,0 | 58,6 | 58,8 | 60,9 | | | | |
| 03 - Québec | 59,1 | 58,2 | 57,3 | 56,9 | 62,3 | | | | |
| 04 - Mauricie - Bois-Francs | 59,4 | 60,2 | 59,0 | 58,3 | 61,2 | | | | |
| 05 - Estrie | 60,8 | 55,6 | 55,1 | 54,7 | 61,6 | | | | |
| 06 - Montréal | 58,0 | 57,1 | 56,9 | 56,9 | 62,5 | | | | |
| 07 - Outaouais | 55,9 | 55,4 | 55,0 | 55,0 | 57,8 | | | | |
| 08 - Abitibi-Témiscamingue | 64,9 | 64,6 | 64,6 | 64,6 | 64,6 | | | | |
| 09 - Côte-Nord | 60,6 | 60,1 | 60,1 | 60,1 | 60,1 | | | | |
| 10 - Nord-du-Québec | 64,7 | 64,3 | 64,7 | 64,7 | 64,7 | | | | |
| 11 - Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine | 58,6 | 61,3 | 59,8 | 59,9 | 60,1 | | | | |
| 12 - Chaudière-Appalaches | 60,6 | 60,7 | 60,1 | 59,7 | 62,7 | | | | |
| 13 - Laval | 57,6 | 56,6 | 56,4 | 56,4 | 62,1 | | | | |
| 14 - Lanaudière | 59,2 | 58,5 | 57,5 | 56,7 | 62,2 | | | | |
| 15 - Laurentides | 58,4 | 58,4 | 58,3 | 58,4 | 61,8 | | | | |
| 16 - Montérégie | 57,8 | 57,1 | 57,0 | 56,6 | 62,3 | | | | |
| **Moyenne provinciale pondérée** | **58,7** | **58,1** | **57,1** | **57,9** | **62,0** | | | | |

Source : Bureau d'information du prix de l'essence (BIPE).

Au cours de la dernière décennie, les indépendants ont graduellement grugé des parts de marché qui étaient traditionnellement acquises aux majeures. Dans le contexte actuel, aucun intervenant n'a voulu se laisser damer le pion avec le résultat que l'on connaît.

On dit qu'il y a guerre de prix à partir du moment où le prix de l'essence descend en dessous de ce qu'il en coûte pour la mettre en marché, en d'autres termes, en dessous d'un niveau théorique permettant au détaillant de faire ses frais incluant un rendement raisonnable par rapport au capital utilisé. Le **tableau 11** présente un exemple de calcul d'un prix théorique.

En général, les guerres de prix sont le résultat d'un déséquilibre des forces du marché. L'élément déclencheur peut se situer à plusieurs niveaux :

- la tenue de promotions (par exemple : cadeaux, biens de consommation en réduction, etc.) ;
- la remise de coupons de réduction (exemple Canadian Tire) ;
- le retrait du différentiel de prix (libre et avec service) ;
- le retrait du différentiel de prix (majeures/indépendants) ;
- l'arrivée d'une nouvelle essencerie ;
- l'arrivée d'un nouveau joueur (exemple SuperGaz) ;
- l'accès à des produits importés à prix avantageux ;
- l'annonce d'une nouvelle stratégie commerciale (exemple *Valeur Plus*) ;
- La délimitation des zones de prix.

Étant donné qu'une bonne partie des frais d'exploitation d'une essencerie sont fixes, une baisse des volumes de vente à la suite d'une guerre de prix peut menacer la rentabilité du commerce en cause. Au cours de la dernière année, le prix de l'essence a oscillé entre 29,9 cents le litre et 67,5 cents le litre pour une moyenne pondérée d'environ 58,9 cents/l à Montréal. Le **graphique 1** illustre la volatilité des prix de l'essence à Québec et à Montréal entre septembre 1994 et septembre 1996.

Partant du principe que tous les intervenants sur le marché connaissent la sensibilité du consommateur face au prix et compte tenu de l'évidence des prix affichés, la

Tableau 11

# COMPOSANTES DU PRIX DE L'ESSENCE

## RÉGION DE QUÉBEC

| 3 octobre 1996 | cents / litre | % |
|---|---|---|
| Prix de gros (port de New York) | 22,47 | 35,0 |
| Taxes provinciales [1] | 19,10 | 30,0 |
| Taxes fédérales [2] | 13,93 | 21,8 |
| Transport | 0,4 | 0,6 |
| Marge de commercialisation | 8,0 | 12,6 |
| **Prix à la pompe** | **63,9** | **100,0** |

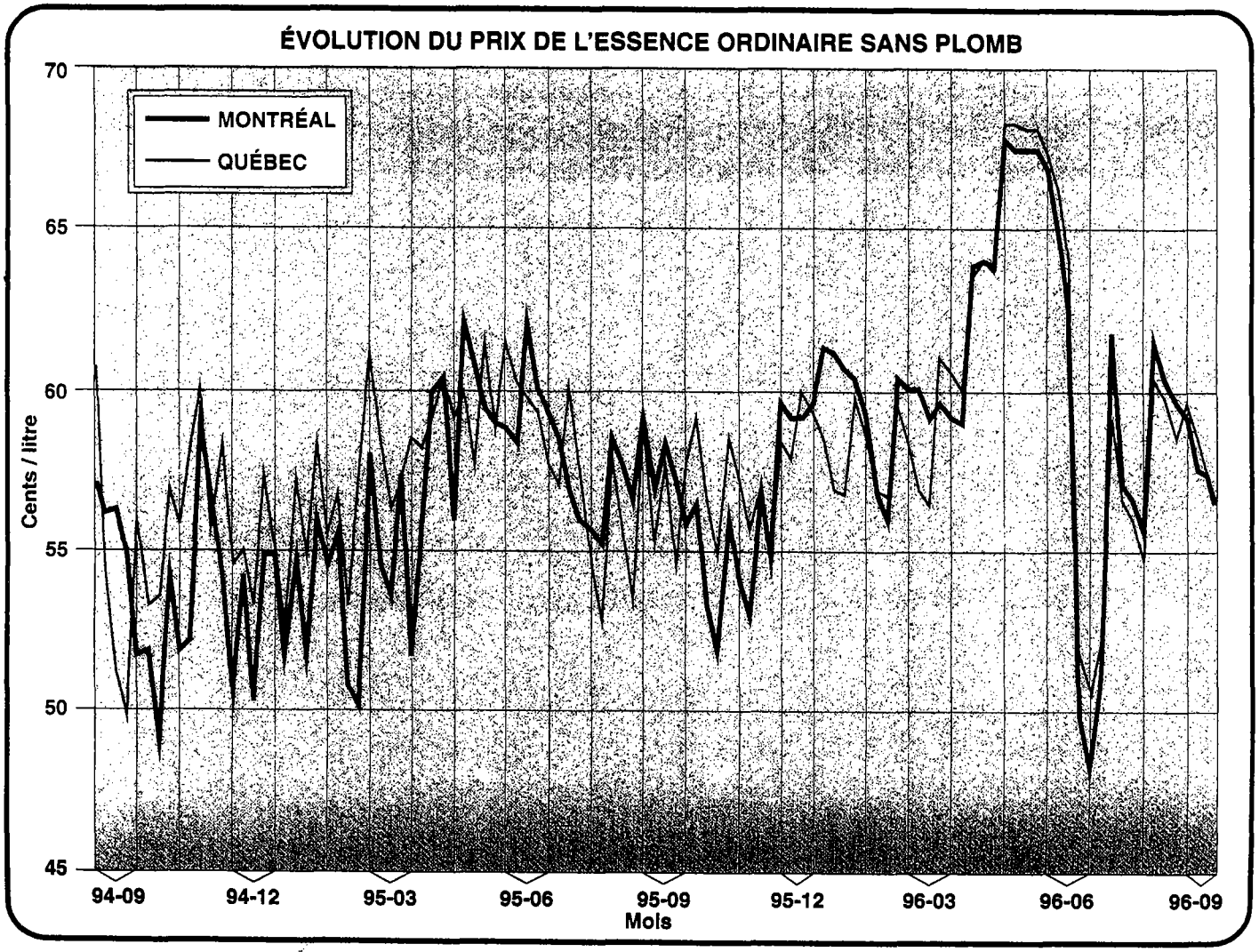
Note : Pour Montréal, il faut ajouter 1,7 cent pour les taxes provinciales

1 Comprend la taxe sur les carburants et la TVQ

2 Comprend la taxe d'accise et la TPS

Source : Bureau d'information du prix de l'essence (BIPE).

Graphique 1




Source : Ressources naturelles Canada.

réaction de la concurrence est très rapide dans les périodes où les prix sont volatiles. Dans ce contexte, une guerre de prix ne permet que d'emprunter des clients aux concurrents. Dans la mesure où le nouveau prix s'étend à tout le secteur, le consommateur sensible aux prix va, selon toute vraisemblance, retourner à son essencerie d'origine. En général, celle-ci est située près de son domicile ou de son lieu de travail.

Pour tenter de contrer la volatilité de la clientèle, certains intervenants ont développé diverses techniques pour favoriser la fidélité la clientèle. À titre d'exemples, mentionnons : Petro-Points, Air Miles, Club Z et Valeur Plus.

Par ailleurs, les pertes entraînées par les guerres de prix prolongées où les prix à la pompe sont parfois inférieurs au coût affectent davantage les entreprises de taille plus petite sur le plan financier. Elles peuvent même les forcer à fermer leurs portes, même si ces entreprises sont rentables dans des conditions de saine concurrence.

L'intensité des guerres de prix connues l'été dernier est le résultat de la sous-enchère de l'ensemble des intervenants de l'industrie. Ces comportements incontrôlés et parfois excessifs mettent inutilement en jeu la survie d'entreprises rentables. De telles conséquences sont nuisibles sur le plan tant social qu'économique et justifient la présence d'un mécanisme permettant d'éviter que les prix ne chutent à des niveaux ridicules.

Perspectives

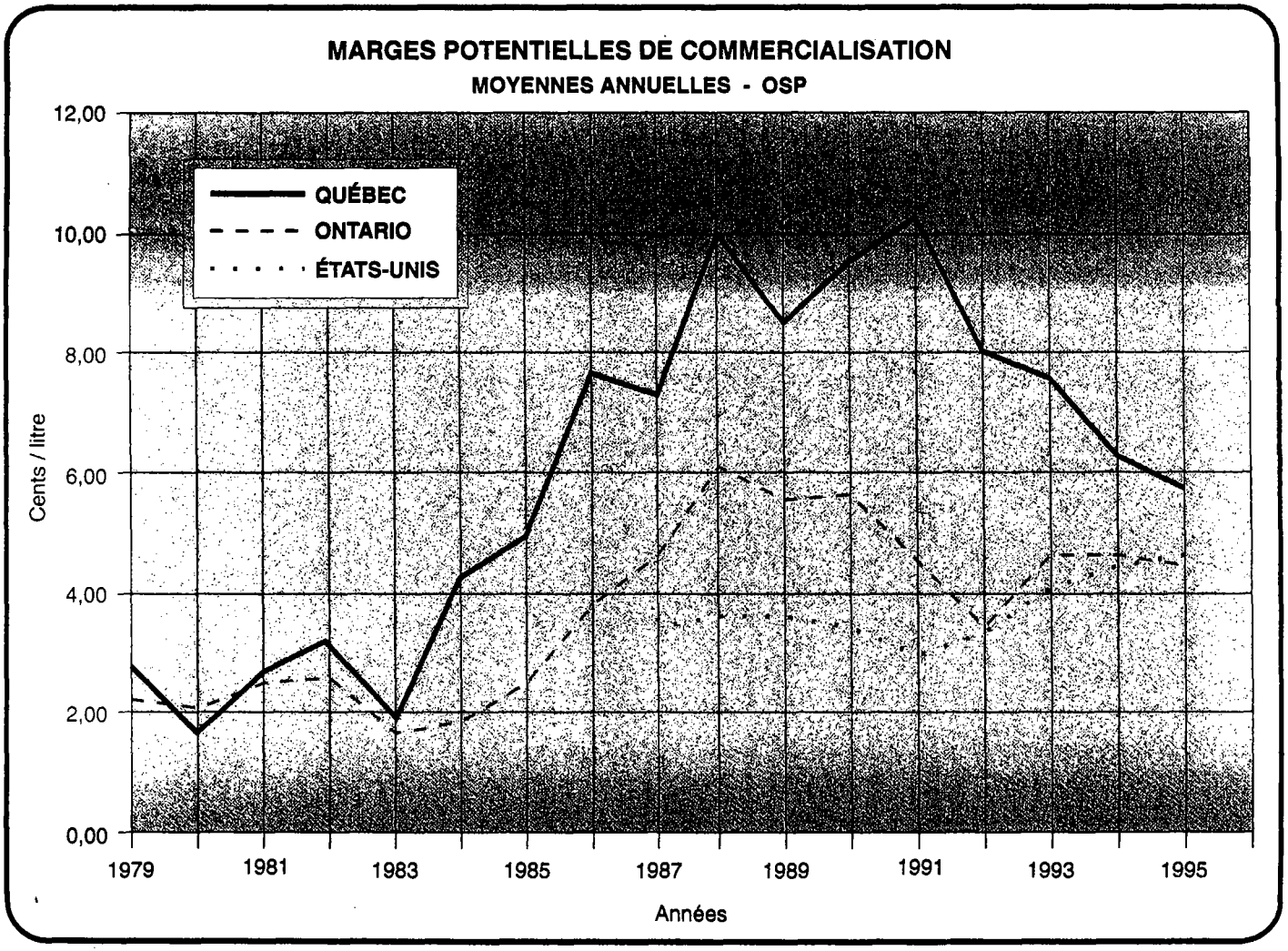
Compte tenu du déséquilibre entre l'offre et à la demande, à court et à moyen terme, le marché de l'essence au Québec continuera vraisemblablement de vivre une période de turbulence avec des guerres de prix régulières à l'avantage du consommateur.

## 6.5 L'évolution des marges

En plus de fluctuer à court terme, les marges de commercialisation qui comprennent la marge du distributeur et celle du détaillant évoluent également dans le temps. Ainsi, une étude portant sur la période de 1978 à 1995 inclusivement pour l'Ontario et le Québec permet de constater que les marges potentielles de commercialisation en termes réels ont connu des sommets, dans les années 1988 à 1991.

Basé sur des données produites par Statistique Canada et RNCan, le **graphique 2** permet de constater que, sur toute cette période, la marge de commercialisation annuelle potentielle au Québec a été supérieure à celle de l'Ontario sauf pour l'année 1980. De plus, la marge moyenne américaine apparaît sur ce même

Graphique 2




Source : Direction du gaz et du pétrole.

graphique pour la période 1986 à 1995 selon les données obtenues de l'Energy Information Administration du Department of Energy. Quoique évaluée sur une base quelque peu différente de la base canadienne, on peut constater que la marge potentielle aux États-Unis était inférieure à celle de l'Ontario bien que, depuis 1991, elles se soient rejointes.

La marge potentielle de commercialisation est déterminée en soustrayant de la recette réalisée sur la vente d'essence ordinaire sans plomb au détail par les compagnies qui exploitent des raffineries au Québec, la recette tirée par ces mêmes compagnies de la vente à la rampe aux revendeurs sous marques privées. Plus précisément, il s'agit du revenu pondéré hors taxe obtenu par les ventes aux automobilistes, soit : 1) par la vente de l'essence à la pompe lorsque ces entreprises contrôlent elles-mêmes l'exploitation de stations-service et, 2) par la vente de l'essence aux détaillants qui exploitent des stations-service sous la bannière de l'entreprise. Le chiffre ainsi obtenu est inférieur à la recette hors taxe que peut obtenir le détaillant à la pompe.

La période la plus significative est celle qui s'est écoulée après que le gouvernement fédéral ait cessé de déterminer le prix du pétrole le 1er juin 1985.

Le **graphique 2** illustre clairement que, durant toute cette période, les marges potentielles de commercialisation de l'Ontario ont été inférieures à celles du Québec par 3,3 ¢ le litre en moyenne. Le plus grand écart (1991) a été de 5,7 ¢ le litre et le plus faible de 1,32 ¢ le litre (1995). Depuis 1991, les marges potentielles en Ontario ont été en moyenne 4,32 ¢ le litre soit 4,56, 3,39, 4,58, 4,61 et 4,43. Au Québec les chiffres correspondants ont été de 7,57 ¢ le litre pour la moyenne, tandis que les valeurs annuelles correspondantes ont été de 10,27, 8,00, 7,59, 6,26 et 5,75 respectivement. On peut conclure qu'au cours de cette période, les marges ont été plutôt régulières en Ontario, tandis qu'au Québec elles se sont rétrécies, sans rejoindre toutefois celles de l'Ontario.

## 6.6 Les liens commerciaux entre les intervenants

Pour mieux comprendre les liens commerciaux entre les intervenants, il faut les examiner sous l'angle du type de propriété ou du mode d'exploitation.

Bannière d'une pétrolière

- **Essencerie exploitée par le raffineur**

Les raffineurs (Esso, Shell, Petro-Canada, Irving, Sunoco, Ultramar) exploitent directement une partie de leurs débits d'essence selon deux méthodes : par des

employés de la compagnie ou par des agents à commission. En général, ces points de vente sont situés dans les grands centres et dans des zones à volume de ventes élevé. Dans ce cas, la pétrolière récupère la marge de commercialisation complète. Le raffineur a le plein contrôle du prix à la pompe.

- **Essencerie exploitée par un locataire**

Il s'agit d'un site, propriété des raffineurs, loué par un détaillant. Ce dernier s'engage à afficher les couleurs du propriétaire et à signer avec lui un contrat exclusif d'approvisionnement. En général, le locataire acquiert l'essence de la pétrolière (prix de gros) et décide du prix à la pompe. Ce type d'essencerie est localisé surtout dans les régions centrales.

- **Essencerie exploitée par un détaillant propriétaire**

Il s'agit de détaillants qui possèdent leurs propres installations. De plus, ils ont des ententes d'approvisionnement avec un raffineur. Il affiche donc la bannière du raffineur. Dans certains cas, on parle de *bail contre bail* ; il s'agit d'une forme de compensation payée par la pétrolière pour afficher sa marque de commerce. Cette compensation est fonction de la localisation et du litrage annuel. Il s'agit d'un type d'essencerie courant en régions excentriques.

- **Essencerie affichant des marques *de bataille* ou marques secondaires**

Ces sites sont de moins en moins présents au Québec. Ils peuvent être la propriété des raffineurs et affichent habituellement une seconde marque. L'objectif était de concurrencer les indépendants au niveau des prix. On peut encore en repérer quelques-unes. Mentionnons à titre d'exemple XL pour Ultramar.

Au départ, ces marques secondaires avaient pour but de concurrencer les détaillants sans mettre en cause l'ensemble du réseau de l'entreprise. Aujourd'hui, comme on observe l'uniformité au niveau des prix, l'intérêt de maintenir une marque secondaire est moins actuel.

<u>Autres bannières</u>

- **Essencerie exploitée par un revendeur**

Comme les pétrolières, les revendeurs ont, en majorité, une double activité : grossiste et détaillant. On peut repérer un certain nombre de bannières : Olco, Eko, Pétro-T, Sonic, Gaz-O-Bas, Benco, Pétroles Crevier et Super Gaz. Le revendeur s'approvisionne soit d'une pétrolière soit d'un importateur (Norcan) ou d'une

combinaison de deux. Un site identifié à une bannière indépendante peut être propriété de la bannière (sites corporatifs) ou des franchisés.

- **Chaînes privées de vente au détail**

Dans beaucoup de cas, les essenceries sont considérées comme un commerce secondaire. L'essence sert essentiellement à attirer le client au dépanneur, ou à la quincaillerie. Dans ce groupe, on retrouve Provi-Soir, Canadian Tire, Sears, Dépan-Escompte. Règle générale, l'approvisionnement s'effectue auprès d'une pétrolière.

- **Détaillant indépendant**

Il s'agit de petits détaillants qui affichent leur propre identité. En général, l'activité principale du commerce est l'atelier mécanique.

## 6.7 Les autres contraintes opérationnelles

En plus de devoir apprendre à vivre avec des marges réduites, d'autres événements sont venus influer encore plus sur la marge de manoeuvre des intervenants du milieu de la distribution des produits pétroliers. On peut citer le programme de remplacement des réservoirs, le resserrement des termes de crédit des fournisseurs, la compensation automatique de température et la perception de la taxe sur les carburants. Bien que ces obligations de l'industrie constituent des facteurs externes, il n'en demeure pas moins que celles-ci affectent la viabilité financière des distributeurs indépendants de produits pétroliers et s'ajoutent aux contraintes du marché.

Remplacement de réservoirs

De façon à éliminer les dangers de contamination du sol, le gouvernement du Québec promulguait, en 1991, son Règlement sur les produits pétroliers, règlement lequel prévoit le remplacement des réservoirs souterrains. L'article 121 du Règlement sur les produits pétroliers stipule que l'exploitant qui se sert d'un réservoir souterrain en acier non protégé contre la corrosion doit le retirer du sol selon un échéancier établi en fonction de l'âge du réservoir. Le **tableau 12** montre l'échéancier de remplacement selon l'âge du réservoir.

Le coût pour remplacer les réservoirs s'établit à plusieurs dizaines de milliers de dollars (environ 30 000 $ par réservoir en moyenne) s'il est prouvé par l'étude de caractérisation effectuée par une firme spécialisée dans la décontamination d'équipement pétrolier que le terrain n'est pas contaminé. S'il y a contamination, le

Tableau 12

## ÉCHÉANCIER DE REMPLACEMENT DE RÉSERVOIRS

| ÂGE DU RÉSERVOIR | DATE LIMITE POUR LE REMPLACER |
|---|---|
| 25 ans ou plus | avant le 1er janvier 1993 |
| de 20 à 24 ans | avant le 1er janvier 1995 |
| de 17 à 19 ans | avant le 1er janvier 1996 |
| de 15 à 16 ans | avant le 1er janvier 1997 |
| 14 et moins | avant le 1er janvier 1998 |

Source : Direction des produits pétroliers.

coût peut s'avérer important. Selon certains intervenants, le coût moyen de décontamination d'un site approcherait de 100 000 $.

Modalités de crédit

Au printemps 1992, les compagnies majeures ont décrété un changement des modalités de crédit aux distributeurs venant s'approvisionner à leurs raffineries. Le paiement est exigible 10 jours après la livraison alors qu'antérieurement le paiement était exigible entre le 15 et le 30 du mois suivant la livraison. Le principe du paiement (net 10 jours) est appliqué de la même façon aux États-Unis.

Compensation automatique de température

Au cours de l'année 1994, les compagnies majeures ont commencé à facturer leurs produits à la température compensée à 15°C. De ce fait, les distributeurs indépendants avaient deux solutions : soit payer des surplus de produits qu'ils ne peuvent facturer à leurs clients, soit se convertir à cette nouvelle pratique commerciale.

Selon l'ADIP, le coût moyen des compteurs électroniques, munis de compensateurs de température, s'élève à 1 600 $ par boyau et à 14 000 $ pour un camion-citerne.

Perception de la taxe sur les carburants

Contrairement aux ventes au détail où la taxe est perçue au niveau du détaillant et remise au gouvernement, la taxe sur les carburants est perçue d'avance par les raffineurs et certains grossistes (nommés ci-après vendeurs sous entente) puis remise au gouvernement.

Ainsi, avec le terme de crédit actuel accordé aux distributeurs, ces derniers doivent remettre la taxe dans les dix jours suivant l'achat des produits pétroliers aux vendeurs sous entente. Ceux-ci la remettent au gouvernement à la fin du mois suivant celui de la vente.

Auparavant, les distributeurs remettaient la taxe le dernier jour du mois suivant l'achat, soit au même moment que le vendeur sous entente versait la taxe au gouvernement. Aucun avantage n'est donc alloué.

Les règles actuelles de perception d'avance auraient donc pour effet d'accorder un avantage financier important aux vendeurs sous entente. Ces vendeurs sous entente sont à la fois les fournisseurs et les concurrents de ceux qui ne sont pas sous entente.

L'avantage financier résulterait de ce que le vendeur sous entente conserve la taxe plus longtemps que celui qui n'est pas sous entente parce que le premier n'a pas à débourser la taxe au moment de l'achat de carburant.

Si les règles du système de préperception procurent des liquidités additionnelles aux vendeurs sous entente, ces derniers pourraient les utiliser pour financer une guerre des prix.

## 6.8 Le comportement du consommateur

Le comportement du Québécois consommateur d'essence a évolué au cours des ans, ce qui reflète les changements de son mode de vie, et de ses attentes vis-à-vis ses fournisseurs. Parallèllement, le fournisseur, soit le distributeur/détaillant d'essence, a dû lui aussi changer sa façon de faire des affaires, compte tenu particulièrement de l'évolution des services offerts aux automobilistes par les concessionnaires d'automobiles.

Autrefois, la station-service offrait, en plus de l'essence, la plupart des services d'entretien pour l'automobile. Règle générale, cela suffisait à l'automobiliste une fois la garantie du véhicule expirée. Dans les années 60, en réponse à l'arrivée sur le marché des ateliers spécialisés du pneu, du silencieux, des freins, etc., débutèrent au Québec les libres-service, puis les lave-autos, les grands centres d'entretien des sociétés pétrolières et autres. Par la suite, les concessionnaires d'automobiles offrirent des garanties de plus longue durée, voire même des garanties prolongées. Tous ces nouveaux services ont eu pour effet de tenir l'automobiliste éloigné de la station-service sauf pour se ravitailler en essence ou pour recourir à des services de moindre importance.

Graduellement, l'exploitant a dû chercher d'autres activités pour rentabiliser le site. C'est ainsi qu'apparurent les dépanneurs avec libre-service. Entre-temps, les *baby-boomers* devenus adultes, couples au travail, toujours à court de temps cherchent à minimiser le nombre d'arrêts et de sorties. Pour satisfaire leurs attentes, les exploitants de postes d'essence leur offrent de plus en plus de services, tout en permettant de réduire au minimum le temps d'arrêt des clients, et en devenant de plus en plus compétitifs, c'est-à-dire garantir le prix le moins élevé; ce que recherche le consommateur.

## SECTION 7 : DYNAMIQUE DU MARCHÉ ET INTERVENTIONS GOUVERNEMENTALES DANS D'AUTRES JURIDICTIONS

La présente section relate les principales observations du Comité sur la dynamique du marché et l'intervention gouvernementale dans d'autres juridictions. En plus de faire un survol de la réglementation relative au marché des produits pétroliers au Canada et aux États-Unis, on y présente un résumé de deux rapports gouvernementaux publiés récemment en Colombie-Britannique et en Grande-Bretagne sur la dynamique de marché de l'essence et dont les résultats ont fait partie des éléments considérés par le Comité.

Par ailleurs, il est important de mentionner que l'intervention gouvernementale dans le marché de la vente de produits pétroliers prend plusieurs formes. Il faut d'abord distinguer les lois qui sont de portée générale et s'appliquent à tous les secteurs d'activité, de celles qui sont spécifiques de l'industrie pétrolière. Généralement, les lois spécifiques se retrouvent au palier provincial (au Canada) ou au palier des États américains (aux États-Unis), alors qu'au palier fédéral, on ne retrouve que des lois de portée générale.

### 7.1 Grande-Bretagne

En Grande-Bretagne, l'industrie pétrolière a souvent fait l'objet d'enquêtes : en 1965, 1979 et 1990 par la *Monopolies and Mergers Commission (MMC)*, en 1987-1988 par le *Trade and Industrie Commitee (TIC)*, en 1990 et 1993 par le *Office of Fair Trading (OFC)*.

Le sixième rapport du *Trade and Industrie Commitee (TIC)* a été publié le 17 juillet 1996 à la suite de la guerre de prix de détail qui sévit en Grande-Bretagne. Il s'agit d'une enquête sur les ventes au détail des produits pétroliers en réponse aux inquiétudes des détaillants indépendants et de la *Petrol Retailer's Association* (PRA), la principale préoccupation de ces groupes étant que l'intensité des guerres de prix pouvait entraîner la fermeture de petits détaillants, ce qui réduirait la concurrence. Le rapport analyse également certaines allégations de collusions et de contrats abusifs.

Ce rapport est d'un intérêt particulier puisqu'il semble y avoir une grande similitude entre les situations ayant cours au Québec et en Grande-Bretagne, tant en ce qui concerne la problématique actuelle qu'en ce qui concerne l'évolution récente de l'industrie.

La vente au détail des produits pétroliers en Grande-Bretagne se compose des intervenants suivants : les détaillants indépendants, les grossistes et les

hypermarchés[6] (*hypermarket*). Dans le cas des stations que possèdent les grossistes, une partie est exploitée par des indépendants qui fixent leur prix et l'autre partie, par des agents des grossistes. La plupart des grossistes offrent une aide financière aux détaillants et des supports de prix sélectifs qui consistent à accorder un escompte sur le prix de gros aux détaillants faisant face à une concurrence intense.

Les grossistes qui sont à la fois des raffineurs et des détaillants sont dits intégrés verticalement[7], et profitent d'avantages leur conférant une position forte dans le marché. Ces avantages sont de pouvoir influer sur la production, influer sur l'offre et le prix de détail de l'essence, financer des investissements majeurs et de pouvoir éliminer certains frais de commercialisation sur la négociation de contrats, etc.

Les hypermarchés, pour leur part, ont l'avantage de construire des essenceries à gros volume situées près des grands magasins d'alimentation.

Le rapport de la MMC de 1990 reconnaissait l'existence d'un monopole complexe, n'ayant toutefois pas nui aux consommateurs grâce, notamment, à l'existence d'un réseau fort de détaillants indépendants. Cependant, la structure de l'industrie de la vente au détail a changé depuis 1990 :

— La part du volume de ventes des hypermarchés est passée de 6 % à 22 %, alors que celle des détaillants indépendants passait de 42 à 33 % et que celle des sites contrôlés par les compagnies passait de 52 % à 45 %.

— Seules les stations des hypermarchés sont plus nombreuses (croissance de 106 %), alors que le nombre total de stations a chuté de 3,5 %.

— La croissance des hypermarchés s'est effectuée alors que la demande demeurait relativement stable.

Ce qui attire maintenant le consommateur, c'est le prix de l'essence et les côtés pratiques du site où il peut s'approvisionner (accessibilité à d'autres services ou produits). La réponse des compagnies majeures a donc été de concurrencer au niveau du prix selon différents programmes stratégiques visant à égaler les prix plus bas des compétiteurs.

---

[6] Détaillants indépendants avec de très gros volumes qui achètent directement aux raffineurs ou importent l'essence. Ils mettent en marché eux-mêmes sous leur propre bannière.

[7] Esso, BP, Shell, Conoco et Gulf.

Les mouvements des prix de détail comme ceux qui ont eu lieu au printemps de 1996 illustrent l'intensité de la guerre de prix qui y sévit. Les augmentations du prix international du pétrole avaient d'abord fait augmenter les prix de l'essence, mais la décision de Shell de ne pas suivre le mouvement a forcé les autres intervenants à revenir sur leur hausse de prix. La baisse des prix de détail a réduit la marge des détaillants.

La guerre des prix met de la pression sur les indépendants. À ce sujet, l'avis général dans l'industrie est que le nombre de stations continuera à décroître aux dépens des indépendants. Bien que la concurrence faite par les indépendants s'effrite depuis 1990, celle des hypermarchés prend de la vigueur et empêche les grandes compagnies de tirer avantage de leur position forte sur le marché.

Recommandations du Comité

— Les allégations voulant que les compagnies majeures vendaient à prix d'éviction sont rejetées par ce rapport.

— La PRA était également soucieuse à propos des pratiques discriminatoires favorisant les sites détenus par les compagnies, ce qui amène à recommander, dans le rapport, une enquête de l'OFT sur ces agissements discriminatoires. En ce qui concerne d'autres pratiques se résumant à des non-respects de contrats, ce rapport recommande la mise en place d'un code réglementant les relations contractuelles entre grossistes et détaillants.

— Parce que les conditions du marché changent rapidement, le rapport recommande une surveillance constante de cette industrie.

— Le rapport recommande également que le gouvernement prenne des dispositions pour que les détaillants avec une bonne part du marché divulguent à l'OFT des statistiques en ce qui concerne leurs volumes et leurs parts de marché.

D'autres recommandations mineures sont faites dans le rapport mais ne sont pas rapportées ici car elles répondent à des problèmes particuliers à la Grande-Bretagne. Il n'y a pas de recommandation en ce qui concerne le contrôle des prix.

## 7.2 États-Unis

Les lois fédérales américaines sur la concurrence, dites *antitrust laws*[8] visent à interdire des comportements anticoncurrentiels tels les complots, les tentatives pour restreindre la concurrence, l'établissement de monopoles, la discrimination de prix, les contrats exclusifs, les fusionnements et les acquisitions qui réduisent la concurrence, etc. Elles ne s'appliquent pas, de manière spécifique, à l'industrie pétrolière. Pour que les sanctions s'appliquent, on doit prouver hors de tout doute qu'il y a effectivement collusion entre certains intervenants.

De leur côté, plusieurs États américains ont adopté des lois réglementant de manière spécifique la vente de produits pétroliers. Les buts visés par ces lois sont généralement de protéger les distributeurs et les détaillants indépendants contre une possible concurrence déloyale de la part des producteurs intégrés verticalement et, ce faisant, de conserver un marché le plus concurrentiel possible. Contrairement aux lois fédérales, ces lois sont perçues comme étant plus efficaces car elles réglementent plus spécifiquement le niveau de prix acceptable.

Ces lois se divisent en deux groupes : les lois de type *Divorcement* et celles de type *Below Cost*. Pour l'essentiel, une loi de type *Divorcement* interdit aux producteurs intégrés verticalement d'exploiter des essenceries directement ou indirectement par l'intermédiaire d'un agent ou d'un employé, tandis qu'une loi de type *Below Cost* interdit la vente de produits pétroliers à un prix moindre que le coût de ces produits.

Le Comité a pris connaissance de quatorze de ces lois. Parmi celles-ci, cinq sont du type *Divorcement* et neuf sont du type *Below Cost*[9].

Les détails relatifs aux deux types de lois varient d'un État à l'autre mais, règle générale, les éléments suivants s'appliquent (pour plus de détails, voir l'annexe 14).

---

[8] Elles originent avec le Sherman Act de 1890. D'autres lois ont suivi pour la compléter.

[9] Trois d'entre elles s'appliquent non seulement au secteur pétrolier mais également à d'autres secteurs.

— **Lois de type *Divorcement*[10]**

Définition

Le *Divorcement* interdit spécifiquement aux raffineurs ou aux producteurs de posséder ou d'exploiter des stations-service.

Le *Divorcement* peut être complet, lorsqu'il interdit aux raffineurs et aux producteurs toute activité sur les marchés de vente au détail, ou partiel, limitant la nature de leurs activités sur les marchés de ventes au détail.

Caractéristiques principales :

- On interdit aux producteurs intégrés :
  - .. l'ouverture de nouvelles stations;
  - .. le contrôle direct (ou par l'intermédiaire d'un agent ou employé) de stations-service;
  - .. la discrimination au niveau du prix de vente en gros et des quantités de produits rendus disponibles.
- Les contrats de franchise sont souvent réglementés.

Modalités d'applications

- Tant les vendeurs en gros que les détaillants doivent afficher leurs prix.
- Autant le procureur de l'État que les personnes lésées peuvent poursuivre devant les tribunaux.
- Les pénalités applicables comprennent des amendes, les dommages subis, les frais juridiques et des injonctions.

Exceptions à l'application de la loi

- On permet l'ouverture de nouvelles stations-service sur des sites que possédaient déjà les producteurs intégrés lorsque la loi a été promulguée.

---

[10] La législation des États suivants a été analysée : Hawaï, Maine, Maryland, Nevada et Virginie.

- Les stations-service déjà exploitées par les producteurs intégrés lors de la promulgation de la loi peuvent néanmoins demeurer sous leur contrôle.

— **Lois de type *Below Cost*[11]**

Définition

Les lois relatives aux ventes sous le coût de revient (*below Cost*) s'appliquant au secteur de la vente d'essence ont été analysées pour neuf États américains. Elles ont pour objet de protéger les détaillants indépendants qui sont incapables de faire concurrence aux pratiques de *prix d'éviction* des compagnies majeures.

Caractéristiques principales

- On interdit à tous les participants :

  .. la vente en gros ou au détail à un prix moindre que le coût défini dans la loi;

  .. toute discrimination ou traitement favorable entre les clients d'un distributeur ou d'un producteur.

- Les contrats de franchise sont parfois réglementés.

Modalités d'application

- On distingue les marchés par région et par niveau de distribution.

- Les commerçants doivent tenir à jour des dossiers contenant des renseignements sur les changements de prix, et les rendre disponibles sur demande aux autorités compétentes[12].

- Autant le procureur de l'État que les personnes lésées peuvent poursuivre devant les tribunaux.

---

[11] La législation des États suivants a été analysée : Arkansas, Caroline du Sud, Floride, Louisiane, Montana, Oklahoma, Pennsylvanie, Tennessee et Utah.

[12] Exemple : *Division of Consumer Services* dans l'État de la Floride, *Division of Consumer Protection* dans l'Utah, etc.

- Les pénalités applicables comprennent des amendes, les dommages subis, les frais d'avocats et des injonctions.

- Les prix sont déterminés au niveau de chaque essencerie. C'est-à-dire que chaque poursuite constitue un cas particulier puisque les frais de transport, d'acquisition du produit et d'exploitation varient d'un commerce à l'autre.

- S'il y a violation apparente, le fardeau de la preuve revient au défendeur.

Exemptions à l'application de la loi

On peut vendre à un prix inférieur au coût d'acquisition si :

- c'est pour faire face à la compétition d'un concurrent qui est dans la légalité;

- c'est pour une vente d'ouverture d'une durée maximale de 3 à 5 jours;

- c'est pour liquider des stocks au moment d'une fermeture.

Définition des prix

Dans le cas d'un *Below Cost*, la détermination des prix constitue l'élément crucial de la loi. Une définition trop vague ou incomplète rend la loi impuissante, tandis qu'une définition menant à des prix trop élevés pousse la loi à éliminer les avantages d'un marché concurrentiel. Les définitions de prix incluent habituellement les éléments suivants :

- coût d'acquisition ou de remplacement des produits (le plus bas des deux);
- coût de transport;
- taxes applicables;
- coût raisonnable *d'être en affaires* (*cost of doing business* ou *cost of overhead*). Il s'agit de tous les frais engagés par le fait d'être en affaires et de vendre de l'essence.

En majorité, les lois ne définissent pas le *coût d'être en affaires*. Cependant, quelques-unes offrent une liste exhaustive. Par exemple, la législation de l'Arkansas spécifie que les prix peuvent comprendre notamment :

- la main d'oeuvre;
- les intérêts sur capital emprunté;
- le loyer;
- la dépréciation;

- l'entretien;
- les pertes en raison de bris et de dommages;
- les frais de crédit;
- les licences et les mauvaises créances;
- les taxes, les assurances et la publicité;
- le contrôle environnemental (n'inclut pas les frais de décontamination du site).

### 7.3 Canada

La *Loi fédérale sur la concurrence* du Canada remonte à 1889. Depuis, elle a été renforcée par une série de dispositions législatives principalement sous la forme d'interdictions en vertu du *Code criminel* du Canada et de lois fédérales spéciales.

Les dispositions sont conçues spécifiquement pour procurer un cadre exhaustif permettant de contrer les actions ou les pratiques anticoncurrentielles, peu importe la nature du secteur d'activité en question.

La *Loi sur la concurrence* est administrée et appliquée par le directeur des enquêtes et recherches. Les poursuites en vertu de la loi sont menées par le ministre de la Justuce du Canada sur la base de ses recommandations. Les poursuites sont intentées devant les tribunaux provinciaux compétents ou devant la Cour fédérale du Canada. Le Tribunal de la concurrence fédéral a juridiction exclusive en ce qui a trait aux demandes présentées par le directeur au sujet de pratiques commerciales pouvant être examinées.

La loi dresse un vaste éventail d'interdictions de nature criminelle (dont les complots pour fixer les prix, la discrimination de prix parmi des acheteurs concurrents, la vente à prix d'éviction et la vente à prix imposé) et un certain nombre de pratiques commerciales pouvant être examinées et interdites par le Tribunal de la concurrence dans certaines circonstances où la concurrence est réduite de façon sensible (ces pratiques comprennent l'abus de position dominante, le refus de vendre, l'exclusivité, les ventes liées, etc.).

Le directeur peut invoquer un certain nombre de dispositions spéciales en matière d'enquêtes et d'établissement de preuves dont le but est de faciliter l'investigation des pratiques ou des comportements anticoncurrentiels présumés et de réduire la charge de présentation dans les poursuites intentées en vertu de la loi. Parmi les pratiques ou comportements illégaux, on trouve notamment :

— Les arrangements ou complots visant à fixer les prix

En vertu de l'article 45 de la Loi, la conclusion de tout accord ou arrangement pour limiter indûment la concurrence dans la fabrication ou la production d'un produit ou pour en élever déraisonnablement le prix, constitue un acte criminel pouvant donner lieu à une amende maximale de dix millions de dollars.

L'article 45 s'applique aussi aux accords et aux arrangements illicites pour limiter indûment les services de transport, de production, de fabrication, de fourniture, d'emmagasinage ou de négoce d'un produit quelconque; pour empêcher ou réduire indûment la concurrence dans la production, la fabrication, l'achat, le troc, la vente, l'entreposage, la location, le transport ou la fourniture d'un produit; ou de toute autre façon, pour restreindre indûment la concurrence ou lui causer un préjudice indu.

— La discrimination de prix

En vertu du paragraphe 50(1)(a), le fait, pour un fournisseur, de se livrer à des pratiques discriminatoires à l'égard d'acheteurs concurrents en ce qui a trait au prix auquel un produit est vendu par le fournisseur constitue un acte criminel. La discrimination peut s'exercer directement ou indirectement et mettre en cause tout escompte, toute réduction, toute remise, toute concession de prix ou tout autre avantage accordé à un client du fournisseur mais non offert aux acheteurs qui sont des concurrents de ce client du fournisseur.

— La vente à prix d'éviction ou à des prix déraisonnablement bas dans un secteur géographique

En vertu du paragraphe (50(1)(b), le fait de se livrer à une politique de vente de produits, dans quelque région du Canada, à des prix inférieurs à ceux demandés ailleurs au Canada, lorsque cette politique a pour effet ou tendance de réduire sensiblement la concurrence ou d'éliminer un concurrent, ou lorsqu'elle est destinée à avoir un effet semblable, constitue un acte criminel.

En vertu du paragraphe 50(1)(c), le fait de se livrer à une politique de vente de produits à des prix déraisonnablement bas, lorsque cette politique a pour effet ou tendance de réduire sensiblement la concurrence ou d'éliminer un concurrent, ou lorsqu'elle est destinée à avoir un effet semblable, constitue un acte criminel.

— La vente à prix imposé

L'article 61 de la Loi stipule qu'il s'agit d'un acte criminel pour un fournisseur de tenter, par entente, menace ou autre moyen semblable, de décourager la réduction du prix auquel le client du fournisseur revend un produit.

— Les autres pratiques de commerce

Les pratiques du commerce pouvant être examinées en vertu de la Loi comprennent le refus de vendre, la vente par voie de consignation, l'exclusivité, la limitation du marché, les ventes liées, l'abus de position dominante et les fusionnements.

En outre, les dispositions relatives à l'abus de position dominante (articles 78 et 79 de la Loi) énoncent une liste non exhaustive d'actes anticoncurrentiels qui peuvent être interdits par le Tribunal de la concurrence. Par exemple, le Tribunal de la concurrence peut interdire :

(a) la compression, par un fournisseur intégré verticalement, de la marge bénéficiaire accessible à un client non intégré qui est en concurrence avec ce fournisseur, dans le cas où cette compression a pour but d'empêcher l'entrée ou la participation accrue du client dans un marché ou encore de faire obstacle à cette entrée ou à cette participation accrue;

(b) l'utilisation sélective et temporaire de marques de combat destinées à mettre au pas ou à éliminer un concurrent;

(c) la préemption d'installations ou de ressources rares nécessaires à un concurrent pour l'exploitation d'une entreprise, dans le but de retenir ces installations ou ces ressources hors d'un marché;

(d) l'achat de produits dans le but d'empêcher l'érosion des structures de prix existantes;

(e) le fait de vendre des articles à un prix inférieur au coût d'acquisition de ces articles dans le but de discipliner ou d'éliminer un concurrent.

La législation sur la concurrence est sous la juridiction du gouvernement fédéral. Les provinces ont cependant promulgué des lois spécifiques sur les pratiques commerciales et sur la protection des consommateurs, lesquelles s'appliquent en parallèle à la Loi fédérale sur la concurrence.

## 7.4 Nouvelle-Écosse

C'est en 1934 que le *Nova Scotia Gasoline Licensing Act (NSGLA)* donnait au *Board of Commissioners of Public Utilities (BCPU)* l'autorité de déterminer les prix de l'essence, de limiter le nombre de stations-service et de grossistes par la délivrance de permis, et de défendre aux grossistes d'aider financièrement les détaillants en fournissant de l'équipement, en leur prêtant de l'argent ou en leur louant les sites.

En 1950, la plupart des clauses de la loi de 1934 étaient abrogées et de nouvelles clauses furent introduites. La plupart de ces clauses ont, dans une large mesure, continué d'exister jusqu'en 1991. Ces nouvelles clauses donnaient, entre autres choses, au BCPU le pouvoir de contrôler le prix de l'essence en ce qui déterminait la marge entre le prix du gros et le prix au détail à la pompe.

En 1973, la loi maintenant amendée, désignée comme le *Gasoline and Fuel Oil Licensing Act (GFOLA)* accordait au BCPU plus de contrôle sur l'industrie pétrolière. En vertu des nouveaux pouvoirs, le BCPU déterminait les prix de vente de l'essence aux détaillants et pouvait réglementer les prix du mazout léger et lourd.

Il est intéressant de noter que, vers 1986-1987, le BCPU autorisait la construction de nouveaux types de débits, différents du débit standard et unique permis jusque-là. Ainsi, des stations-service avec dépanneur et des libre-service étaient désormais construits.

Le 11 juillet 1991, la sanction royale était donnée aux modifications de la législation. Le GFOLA déréglementait les prix des produits, et les entraves à l'entrée sur le marché de détail et du mazout étaient réduites. Toutefois, les normes relatives à la sécurité et à la qualité de produits étaient resserrées.

La déréglementation de prix des produits pétroliers en Nouvelle-Écosse, est reflétée dans l'évolution des prix de l'essence à Halifax, en Nouvelle-Écosse, lesquels, dès 1991, ont pris une allure fort différente des prix de Charlottetown, à l'Île-du-Prince-Édouard, lesquels sont toujours réglementés pour s'approcher de ceux de Montréal à partir de 1993.

Il faut noter que ce sont des groupes de consommateurs qui avaient demandé l'abandon du système de contrôle de prix.

## 7.5 Île-du-Prince-Édouard

La réglementation des produits pétroliers existe dans cette province depuis 1947. Ce n'est qu'en 1954 que le *Public Utilities Commission (PUC)* se vit confier l'autorité

d'établir une marge (*markup*) maximale pour l'essence vendue au détail. En 1983, celle-ci fut élargie, ce qui exigeait d'appliquer la marge minimale en plus de la marge maximale au détail.

À la suite de nombreuses plaintes reçues de la part de consommateurs en 1985 en rapport avec les prix élevés des produits pétroliers, le Gouvernement décidait, au printemps 1986, d'amender le *Petroleum Products Act (PPA).*

Le projet d'amendement a d'abord été soumis à un comité pour examen et il a fait l'objet d'une audience publique à l'automne. Le 13 juin 1987, le projet d'amendement modifié était sanctionné.

L'amendement, en matière des prix, stipule que :

- Les prix de gros des produits pétroliers doivent être fournis au PUC lorsque cela est demandé.

- Le PUC exerce une supervision de prix des vendeurs de gros et de détail.

- Le PUC peut mener des enquêtes.

- Aucun vendeur ne peut modifier ses prix sans autorisation du PUC.

- Avant de prendre une décision, le PUC peut tenir des audiences publiques.

Il est à noter que, depuis que la Nouvelle-Écosse a déréglementé les prix de produits pétroliers, l'île-du-Prince-Édouard est la seule province, au Canada, à les contrôler.

— Aucun grossiste ou détaillant ne peut vendre l'essence, de carburant diesel ou de mazout domestique, à un prix différent du prix en vigueur le 15 avril 1987, à moins de directives contraires de la Commission. Lorsqu'il présente une demande d'approbation de changement de prix, le demandeur doit prouver que le changement de prix proposé est *juste et raisonnable.* Aucune demande n'est nécessaire pour les changements entièrement attribuables à des rajustements des taxes.

Cette loi a été modifiée en 1991 pour permettre des diminutions de prix automatiques, à condition que la réduction proposée s'applique à tous les produits, par le dépôt auprès de la Commission d'un avis indiquant le montant de la diminution.

L'application de cette législation a eu les résultats suivants :

— L'île-du-Prince-Édouard agit isolément contre les guerres de prix.

— Les prix demeurent stables à environ 60 ¢ le litre[13].

À l'occasion, on peut observer des prix plus élevés à Saint-John, Terre-Neuve, qu'à Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard. Néanmoins, sur la période de 1991 à 1995 inclusivement, le prix de l'essence hors taxes a été, en moyenne, 1,66 ¢/l inférieur à Saint-John.

### 7.6 Nouveau-Brunswick

On retrouve au Nouveau-Brunswick la *Loi sur la fixation du prix de l'essence, du carburant diesel et de l'huile de chauffage.* Elle a été introduite en 1987 et elle permet, tout comme la loi québécoise, la possibilité de fixation de prix maximums par décret gouvernemental. Cependant, contrairement au Québec, le Nouveau-Bruswick n'a jamais eu recours à cette loi jusqu'ici.

— Nul ne peut vendre de l'essence, du carburant diesel ou de l'huile de chauffage à un consommateur à un prix supérieur au prix fixé par le ministre conformément aux règlements. Nul grossiste ne peut vendre de l'essence ou du carburant diesel à un détaillant à un prix qui empêcherait celui-ci d'obtenir la marge bénéficiaire minimale pour le détaillant fixée par le ministre conformément aux règlements.

La situation soulevée par les indépendants au Nouveau-Bruswick est similaire à celle observée au Québec. Une commission parlementaire a été formée pour analyser la situation et les dernières audiences ont eu lieu le 29 août dernier. Un rapport est attendu d'ici à la fin de l'année.

### 7.7 Québec

<u>Mécanismes possibles d'intervention pour contrôler les prix</u>

Le ministère des Ressources naturelles, a entre autres choses, la responsabilité administrative de la *Loi sur l'utilisation des produits pétroliers* (L.R.Q., c.U-1.1)

---

[13] La taxe spécifique y est inférieure de 3,2 ¢/l à celle du Québec.

modifiée par L.Q. 1992, chapitre 61 et par l'erratum du 9 juin 1993 de son règlement d'application et de deux arrêtés ministériels :

- arrêté ministériel du 11 juillet 1991 en ce qui concerne la délégation de l'exercice des pouvoirs attribués au Ministre par la *Loi sur l'utilisation des produits pétroliers* ; et,

- arrêté ministériel du 11 juillet 1991 en ce qui concerne la délégation de l'exercice des pouvoirs attribués au ministre par le chapitre IV de la *Loi sur l'utilisation des produits pétroliers.*

*Loi sur l'utilisation des produits pétroliers*

Chapitre IV : Surveillance des prix de l'essence

**41.** À des fins de surveillance des prix de l'essence dans les diverses régions du Québec, le Ministre a les pouvoirs suivants :

1) Un pouvoir d'enquête concernant la vente ou la distribution d'essence, les prix, les taxes et les droits qui ont été exigés et payés.

2) Un pouvoir d'inspection conformément au chapitre VI de la présente loi concernant la vente ou la distribution d'essence, les prix, les taxes et les droits qui ont été exigés et payés;

3) Un pouvoir de surveillance concernant la vente ou la distribution d'essence, les prix, les taxes et les droits qui ont été exigés et payés.

**42.** Le Ministre peut, en tout temps, ordonner à toute personne de lui fournir tout renseignement requis concernant ses ventes ou ses distributions d'essence, les prix, les taxes et les droits qui ont été exigés et payés.

**43.** Toute personne doit se conformer à l'ordre donné par le ministre.

**44.** Nul ne peut faire une déclaration fausse ou trompeuse, participer ou consentir à une telle déclaration en réponse à l'ordre donné par le ministre.

**45.** Le Ministre peut, par arrêté, déléguer à toute personne, à un groupe de fonctionnaires regroupés pour les fins du présent chapitre ou à tout organisme qu'il désigne, les pouvoirs qui lui sont dévolus en vertu du présent chapitre.

Chapitre V : Contrôle des prix

**46.** Lorsqu'il est d'avis que **l'intérêt public l'exige**, le gouvernement peut déterminer par décret le prix maximum auquel peut être vendu ou distribué un produit pétrolier. Ce décret peut porter sur :

1) Un ou plusieurs produits pétroliers.

2) Le prix ou ses composantes, à l'exception de celles se rapportant aux droits ou taxes imposés en vertu d'une loi du Parlement du Canada.

3) Sur l'ensemble ou sur une partie du territoire du Québec.

**47.** Tout contrat relatif à la vente ou à la distribution de produits pétroliers et portant un prix supérieur à celui déterminé par décret et modifié de façon à ce que le prix qui y est prévu soit conforme à celui fixé par décret.

À tous autres égard, le contrat demeure valide entre les parties.

**48.** Le Ministre peut, en tout temps, ordonner à toute personne de lui fournir tout renseignement requis concernant ses ventes ou ses distributions de produits pétroliers autre que l'essence, les prix, les taxes et les droits qui ont été exigés et payés.

**49.** Toute personne doit se conformer à l'ordre donné par le Ministre.

**50.** Nul ne peut faire une déclaration fausse ou trompeuse, participer ou consentir à une telle déclaration en réponse à l'ordre donné par le Ministre.

**51.** Nul ne peut vendre ou distribuer au Québec un produit pétrolier pour un prix plus élevé que celui déterminé par décret.

**52.** Nul ne peut détruire, altérer, mutiler ou cacher un registre, un livre de comptes ou tout autre document se rapportant à la vente ou la distribution de produits pétroliers.

**53.** Nul ne peut faire une inscription fausse ou trompeuse ou consentir à ce qu'une telle inscription soit faite.

**54.** Nul ne peut omettre de faire une inscription dans un registre ou livre de comptes ou consentir à l'omission d'une telle inscription.

Le chapitre IV aborde la surveillance des prix de l'essence en conférant au Ministre des pouvoirs d'enquête, d'inspection et de surveillance. Il s'agit en réalité du cadre juridique dans lequel évolue le Bureau d'inspection et d'information du prix de l'essence (BIPE).

La suite logique au pouvoir de surveillance des prix apparaît au chapitre V, il s'agit du contrôle des prix. Ainsi, lorsque l'intérêt public l'exige, le gouvernement peut déterminer par décret le prix maximal auquel peut être vendu ou distribué un produit pétrolier. Un décret peut porter sur un ou plusieurs produits, sur le prix ou ses composantes et sur l'ensemble ou une partie du territoire québécois. D'un autre côté, la loi ne fait en aucun temps allusion à un prix minimal.

Le contexte dans lequel s'inscrit le pouvoir de surveillance et de contrôle des prix est un contexte de protection du consommateur. À court ou à moyen terme, les automobilistes québécois demeureront des clients captifs pour les distributeurs d'essence; l'état actuel de la recherche ne permet pas d'espérer de solution de rechange à l'essence pour les moteurs à combustion interne.

Rappel historique

Le 18 décembre 1985, à l'occasion du budget 1985-1986, le ministre des Finances a annoncé une réduction de la taxe sur les carburants de 30 à 20 % dans les régions périphériques, soit l'Abitibi-Témiscamingue, le Saguenay—Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord, le Nouveau-Québec et la Gaspésie—Bas-Saint-Laurent. Il s'agit d'une somme de 50 millions de dollars ou 4,5 cents le litre que le gouvernement du Québec remettait aux automobilistes de ces régions.

En octobre 1986, M. Ciaccia a écrit aux principaux intervenants dans la vente de l'essence au Québec. Le message transmis à ce moment-là était le suivant : « *Les relevés de prix effectués par mon Ministère indiquent que de décembre 1985 à mai 1986 l'assouplissement fiscal a généralement été bien transmis aux consommateurs des régions périphériques. Toutefois depuis cette date, on assiste à une détérioration progressive de l'avantage conféré par cette mesure.* » Finalement, le Ministre demandait des commentaires sur cette situation.

On a constaté que toutes les réponses à la missive du ministre expliquaient que le *malaise* constaté dans les régions périphériques découlait des forces du marché. Toutefois, il était difficile, voire impossible, d'expliquer pourquoi ces mêmes *forces du marché* donnaient des résultats différents de ceux observés avant la mesure.

Il était évident que la démarche d'allégement fiscal dans ces régions avait tout simplement libéré une marge de manoeuvre dont les raffineurs et, à un moindre

degré, les détaillants ont profité pour améliorer leurs bénéfices, conscients qu'ils étaient de l'habitude des consommateurs de payer plus cher dans ces régions que leurs vis-à-vis des zones à plus forte concentration démographique. Il faut également rappeler que le tout survenait dans une conjoncture de diminution des prix du pétrole brut. Le suivi des prix pour le Ministère a montré que la démarche du ministre n'avait eu, somme toute, que bien peu d'effet.

En mai 1987, le ministre de l'Énergie et des Ressources écrivait de nouveau aux pétrolières. Cette fois, il leur demandait de procéder immédiatement à un ajustement à la baisse des prix de l'essence dans les régions périphériques pour que les consommateurs de ces régions puissent bénéficier pleinement de la réduction de la taxe sur les carburants. Il réclamait en outre une réponse dans les plus brefs délais.

Les réponses fournies par les pétrolières contenaient les clichés habituels du genre : « *Nous aimerions collaborer mais le prix est dicté par les forces du marché* » - « *La différence de prix s'explique par des coûts opérationnels différents* » - « *Les automobilistes québécois bénéficient d'un marché concurrentiel* ».

Devant le peu de succès des démarches ministérielles, il a été décidé de procéder par décret en vertu de la *Loi sur le commerce des produits pétroliers* (chapitre C-31). À l'article 28 b) et c), il est mentionné que, lorsqu'il est d'avis que l'intérêt public l'exige, le Lieutenant-gouverneur en conseil peut déterminer par décret le prix maximum auquel peut être vendu un produit pétrolier. De plus, ledit décret peut porter sur :

- un certain ou tous les produits pétroliers;
- le prix de gros, de détail ou leurs composantes;
- l'ensemble ou toute partie du territoire du Québec.

Ainsi, le 10 juin 1987, un premier décret (927-87) était publié. Il fixait jusqu'au 17 septembre 1987 le prix maximum pour les trois types d'essence dans les quatre régions périphériques tel qu'il avait été défini dans l'énoncé des politiques budgétaires du 18 décembre 1985.

En même temps que le dépôt du premier décret, le ministre annonçait la tenue d'une Commission parlementaire (9 et 10 septembre 1987) chargée de repérer les meilleurs moyens d'assurer le respect des objectifs des mesures d'aide aux régions périphériques afin que les consommateurs en profitent pleinement. Les analyses montraient clairement que les automobilistes n'avaient profité que de 30 millions de dollars des 50 millions promis au moment de la réduction de la taxe.

La Commission a reçu seize mémoires d'organismes aussi différents les uns que les autres : pétrolières, Club automobile, conseils régionaux de développement, associations de consommateurs. Les travaux de la Commission ont permis de dégager un consensus sur la création d'un bureau de surveillance qui a donné naissance au BIPE. Depuis, aucun autre décret n'a été adopté.

La seule intervention directe du gouvernement du Québec au niveau des prix de l'essence a donc eu lieu de juin à septembre 1987. Pour cette période, le gouvernement a décrété un prix maximum pour la vente des produits pétroliers dans les régions périphériques.

Durant la période où les prix maximums ont été imposés, le prix de l'essence a effectivement chuté pour se conformer à la loi. Après les décrets, soit en novembre et décembre, les prix ont eu tendance à remonter.

Pour maintenir une certaine forme de pression sur l'industrie pétrolière, le BIPE a publié régulièrement un bulletin d'information sur les prix de l'essence et ses composantes dans les régions périphériques comparativement à ceux en vigueur à Québec et Montréal. Ce bulletin a été publié de novembre 1987 à octobre 1993 (34 numéros). L'obligation faite à tous les organismes gouvernementaux de réduire leurs dépenses a forcé le MRN à mettre fin à la publication du bulletin Essence Express. Le BIPE conserve par ailleurs tous les pouvoirs d'enquête que lui confère la *Loi sur l'utilisation des produits pétroliers.* En 1994-1995, le BIPE a mené plusieurs enquêtes spécifiques à la suite de plaintes d'organismes régionaux (Chambre de commerce et MRC). Dans tous les cas, le BIPE a conclu que la réduction de taxe était bien transmise aux consommateurs et que l'écart de prix observé entre les régions éloignées et les grands centres était attribuable aux guerres de prix. Il n'aurait donc pas été dans l'intérêt public de décréter un prix maximum à cette occasion.

Ces dispositions sont en place depuis 1976.

Outre la *Loi sur l'utilisation des produits pétroliers*, d'autres mesures législatives encadrent les pratiques commerciales permises par les stations-service.

D'une part, les articles 6 et 7 du Code civil du Québec créent l'obligation pour toute personne d'exercer ses droits selon les exigences de la bonne foi et, en corollaire, l'interdiction d'abuser de ses droits. Une personne ne peut exercer ses droits en vue de nuire à autrui ou d'une manière excessive et déraisonnable. L'article 1457 du Code civil prévoit les règles de la responsabilité extracontractuelle en énonçant le devoir de toute personne de respecter les règles de conduite qui, suivant les

circonstances, les usages ou la loi, s'imposent à elle de manière à ne pas causer de préjudice à autrui.

En pratique, en vertu du droit civil, une personne engagée dans le commerce de l'essence qui maintient des pratiques commerciales excessives et déraisonnables quant au prix de vente au détail est donc susceptible de se voir reprocher qu'elle abuse de ses droits et qu'elle est responsable des dommages que ses pratiques fautives ont causé à autrui.

Les voies de recours qui s'offrent aux personnes victimes de ces pratiques commerciales fautives sont l'action en dommages-intérêts pour compenser le préjudice subi et une demande d'injonction pour faire cesser les pratiques préjudiciables.

Certaines règles applicables à ces recours peuvent cependant en dissuader l'utilisation. Le demandeur peut avoir de la difficulté à se décharger de son fardeau de preuve en raison de la nature des éléments à prouver ou de la difficulté qu'il a d'obtenir des éléments de preuve. Les frais et les dépens accordés à la partie victorieuse ne sont généralement pas suffisants pour compenser toutes les dépenses que lui a occasionnées la prise du recours, notamment quant aux honoraires de son avocat. La nature des dommages compensés se limite aux dommages directs et immédiats, plutôt que d'être fixés pour tenter de dissuader la répétition du comportement fautif.

D'autre part, au niveau fédéral, la *Loi sur la concurrence* crée différentes infractions en regard des pratiques monopolistiques ou d'autres pratiques commerciales déloyales qui ont pour effet de restreindre indûment la concurrence. Par exemple, l'article 50 de cette loi stipule qu'une personne commet un acte criminel si elle se livre à une politique de vente de produits à des prix déraisonnablement bas lorsque cette politique a pour effet ou tendance de sensiblement réduire la concurrence, d'éliminer un concurrent ou si elle est destinée à avoir un semblable effet.

### 7.8 Colombie-Britannique

Aucune législation n'existe pour le moment en Colombie-Britannique, mais une commission d'enquête y rédige présentement la version finale de son rapport portant sur le prix de l'essence. Voici un résumé de la version **préliminaire** de son rapport *British Columbia Inquiry into Gasoline Pricing*[14].

---

[14] Dr.Mark K.Jaccard (inquiry comissioner), *British Colombia Inquiry into Gasoline Pricing*, preliminary findings, août 1996, 42 p.

L'événement qui a déclenché la mise en oeuvre de cette enquête est la forte augmentation des prix de l'essence au début de 1996. Par exemple, le prix à Vancouver a augmenté de 10 ¢ le litre.

— Structure du marché de l'essence en Colombie-Britannique

En 1990, presque 100 % de l'essence vendue en Colombie-Britannique y était raffinée. Cette proportion se situe maintenant sous la barre des 50 %. Les autres sources de produits raffinés sont l'Alberta et le nord-ouest des États-Unis[15]. On attribue cette chute à la fermeture de quatre raffineries (le nombre total de raffineries dans la province est passé de six à deux). Seulement 10 % du pétrole brut consommé en Colombie-Britannique provient de cette même province, tandis que le reste provient principalement de l'Alberta sous forme de pétrole brut et de produit raffiné.

L'évolution récente a également été marquée par une baisse du nombre de stations (20 %), une légère hausse de la demande totale et un changement dans le profil des stations (produits non pétroliers offerts aux clients, programmes de points primes et essences avec différents additifs).

— Facteurs déterminant le prix de l'essence[16]

Le prix de détail de l'essence est défini ici comme suit :

- le coût du pétrole brut (31 %);
- la marge de raffinage (qui inclut la distribution) (16 %);
- la marge du détaillant (5 %);
- les taxes provinciales et fédérales (25 % et 23 % respectivement).

La volatilité des prix est expliquée à 74 % par les variations dans le coût du pétrole brut. Les autres composantes du prix ne peuvent expliquer complètement le reste des variations du prix de détail.

La hausse récente de 10 ¢ par litre (printemps 1996) s'explique à 40 % par une hausse du coût du pétrole brut, à 13 % par une hausse de la marge du détaillant, à 41 % par une hausse de la marge de raffinage et à 6 % par la taxe fédérale.

---

[15] Dans une faible mesure.

[16] La présente section analyse seulement la région de Vancouver pour des raisons de disponibilité des données.

La hausse de la marge de raffinage coïncide avec la hausse du prix à la raffinerie de Seattle. Ce lien apparent s'explique par le fait que les approvisionnements en essence et en pétrole brut de Vancouver (et ailleurs en Colombie-Britannique) proviennent principalement de l'Alberta. La seule source d'approvisionnement alternative pour les indépendants est d'importer de l'essence par camion du nord-ouest des États-Unis, car il n'y a plus d'infrastructures d'entreposage accessibles pour eux[17]. L'absence d'autres solutions de remplacement élimine les possibilités d'arbitrage[18] et expose les acheteurs de la Colombie-Britannique à la discrimination.

— Les variations régionales des prix de l'essence en Colombie-Britannique

Les prix varient d'une région à l'autre à cause des taxes et des différences dans le coût de transport et de vente au détail. Cependant, ces deux facteurs n'expliquent pas pleinement les écarts de prix d'une région à l'autre.

En effet, une partie de l'information traitée semble tolérer que le marché ne soit pas parfaitement compétitif, notamment à cause d'une concentration dans les secteurs du raffinage et de la distribution[19] et des liens entre ces secteurs et celui du détail.

Les résultats préliminaires de l'enquête indiquent qu'il y a discrimination par les prix entre le marché de l'essence de la Colombie-Britannique et celui de l'Alberta, et également à l'intérieur du marché de la Colombie-Britannique. La cause principale serait l'absence d'infrastructures d'entreprosage accessibles aux indépendants.

— **Options du gouvernement**

Restructuration du marché

Le succès de cette solution dépend de la compétition entre raffineurs. S'il y en a peu, la solution serait de scinder les grandes compagnies en plusieurs petites.

---

[17] Celaci leur offrirait un deuxième choix : acheter l'essence aux raffineurs d'Edmonton et l'entreposer en Colombie-Britannique. On mentionne dans le rapport qu'un indépendant de Vancouver qui aurait utilisé cette solution aurait pu vendre le litre de 2 ¢ à 3 ¢ moins cher que s'il avait acheté à la raffinerie de Vancouver.

[18] L'arbitrage consiste à exploiter les différences de prix pour faire des profits, ce qui entraîne l'élimination des différences par les lois du marché.

[19] Il y a peu d'offreurs, ce qui en fait un oligopole.

S'il y a une compétition potentielle, alors on peut considérer les stratégies suivantes :

- promouvoir l'affichage des prix de gros et des réductions associées ;
- forcer les raffineurs à permettre l'utilisation de leurs infrastructures par tout détaillant ;
- prévenir les pratiques de prix d'éviction ;
- interdire l'exploitation simultanée d'activités de raffinage et de vente au détail.

Réglementation du marché

Les possibilités sont :

- la réglementation au niveau du taux de rendement;
- la réglementation de prix sur les plaintes de consommateurs;
- la surveillance de prix, pouvant être liée à d'autres mécanismes.

Intervention directe

- le gouvernement pourrait devenir raffineur;
- le gouvernement pourrait devenir grossiste;
- le gouvernement pourrait installer des infrastructures d'entreposage à la disposition des détaillants indépendants.

— **Recommandations préliminaires**

La première option demeure le *statu quo*. Les preuves d'imperfections du marché sont encore insuffisantes pour recommander une intervention du gouvernement. D'abord parce que les impacts néfastes des imperfections du marché peuvent être faibles et, ensuite, parce que l'intervention gouvernementale n'est jamais parfaite; elle pourrait causer des torts plus dommageables.

Si le gouvernement tente d'éliminer la discrimination, il devra s'assurer que les bénéfices justifieront les frais liés à de telles mesures. L'intervention directe est la solution la moins désirable.

La politique idéale serait de permettre l'arbitrage pour éliminer la discrimination par les prix. Cependant, ce pourrait être une tâche complexe et considérable. Avant d'aller dans cette voie, le gouvernement devrait considérer les solutions qui mènent à plus de transparence dans les prix (révélation des prix de gros, surveillance des prix, accès à des infrastructures à prix raisonnable).

# SECTION 8 : ANALYSE DES PISTES DE SOLUTION

## 8.1 Critères d'analyse

Les différentes pistes de solution repérées par le Comité ont été analysées en fonction des critères suivants :

- intérêt des consommateurs ;
- pérennité du secteur indépendant de distribution de l'essence ;
- présence régionale des distributeurs ;
- capacité des mesures de favoriser un marché de détail de l'essence compétitif à long terme, libre et dynamique ;
- impact sur l'économie québécoise.

## 8.2 Options

### 8.2.1 Statu quo

Description

Le gouvernement continue à faire le suivi de l'évolution de la situation du marché de l'essence au Québec. Aucune intervention directe ou indirecte n'est prévue en vertu de cette option, ce qui laisse jouer librement les forces du marché.

Avantages

Cette attitude est conforme aux principes de la libre entreprise et de la libre concurrence.

Elle permet aux consommateurs de bénéficier de prix compétitifs dans l'immédiat et dans un avenir prévisible.

Elle évite au gouvernement de devoir engager des frais additionnels liés au financement d'une intervention directe ou indirecte.

Inconvénients

L'attitude risque de mettre en péril la viabilité de certains indépendants.

La possibilité existe que la fermeture de certaines essenceries entraîne une diminution de la qualité du service dans certaines régions en obligeant les consommateurs à se déplacer sur une plus grande distance pour s'approvisionner.

### 8.2.2 Intervention gouvernementale directe

Cette option consiste à appliquer une ou plusieurs des solutions suivantes.

**Loi sur le cloisonnement (*divorcement*)**

Description

La législation de type *divorcement* est une législation qui, en pratique, défend aux raffineurs de vendre de l'essence aux consommateurs par le truchement de stations-service exploitées, par leurs propres employés ou par des gestionnaires sous contrat.

Il est à noter que ce genre de législation peut varier parmi les États américains qui ont pu en adopter une. Les modalités, qui varient également d'un État à l'autre, peuvent être plus ou moins restrictives.

Avantages

La législation de type *divorcement* empêche les pétrolières intégrées verticalement d'exercer une concurrence qualifiée de *déloyale* en finançant les guerres de prix à même les profits réalisés en amont, c'est-à-dire la production et le raffinage d'hydrocarbures. Elle élimine donc la possibilité de vente à prix d'éviction rendue probable par l'intégration verticale. Elle permet aux indépendants de survivre. Dans certains cas, elle peut être considérée comme nécessaire pour assurer leur survie.

Inconvénients

La législation de type *divorcement* crée une barrière discriminatoire à l'entrée sur le marché pour certains joueurs et restreint la concurrence. Elle tend à faire augmenter les prix immédiatement après l'introduction de la législation et est associée à une diminution du service. Elle n'empêche pas la concurrence déloyale entre les joueurs restants. L'impact général le plus important de la législation est l'impression transmise que les politiques publiques sont contraignantes en matière d'affaires.

Les agences *antitrust* fédérales américaines, le *Department of Justice* et la *Federal Trade Commission* déclarent que les mesures de type *divorcement* résultent en des systèmes de distribution moins efficaces, qui éliminent la concurrence et augmentent les prix aux consommateurs.

Le *US Department of Energy* conclut qu'il n'y a pas de bénéfices pour les consommateurs et pour la concurrence dans ce type de législation.

Commentaires

Les lois de type *divorcement* affectent directement la structure du marché en discriminant les participants au niveau de la commercialisation au détail. Cette forme sévère d'intervention assure le maintien d'un réseau d'indépendants.

Quant à son impact sur les prix, les sources citées dans les différents mémoires remis au Comité indiquent des conclusions divergentes. Il ressort que les résultats des études sont sensibles aux conditions du marché qui ont cours à chacun des endroits où les lois ont été appliquées ou selon les méthodes utilisées. Cependant, la majorité des opinions recensées laisse croire que les prix ont tendance à augmenter en raison de la diminution des pressions exercées par la concurrence des compagnies majeures.

En effet, tel que l'indique notamment une étude du Département de l'Énergie des États-Unis menée en 1984[20], l'impact d'une loi de typ *"Divorcement* dépend du type de concurrence qui a cours dans le marché où la loi est appliquée. Dans un contexte où il y a une pratique de prix d'éviction, l'effet à court terme devrait être d'augmenter les prix. Cependant, à long terme, on devrait s'attendre à des prix plus bas que s'il n'y avait pas eu l'adoption d'une loi de type *Divorcement.* Par contre, dans un marché concurrentiel, une telle loi nuirait à l'efficacité économique et augmenterait les prix à court et à long terme.

---

[20] United States Departement of Energy, *Deregulated gasoline Marketing : Consequences for Competition, Competitors, and Consumers*, mars 1984.

On a repéré quatre études empiriques portant sur l'expérience du Maryland qui a adopté une loi *Divorcement* en 1979 : l'étude Price[21], l'étude Sorensen[22], l'étude du Pennsylvania Governor's Energy Concil[23] et l'étude Barron & Umbeck[24].

L'étude de Price (qui conclut à la stabilité des prix) et celle de Sorensen (qui conclut à un impact à la hausse sur les prix) arrivent à des conclusions contraires et souffrent de plusieurs faiblesses. L'étude du bureau du Gouverneur de la Pennsylvanie indique une hausse de prix à la suite du *Divorcement* tout comme celle de Barron & Umbeck qui a également noté une diminution dans les heures d'ouverture.

**Loi sur le prix de vente sous le coût de revient (*Below Cost*)**

Description

La loi sur le prix de vente sous le coût de revient nécessite une modification de la *Loi sur l'utilisation des produits pétroliers* de façon à rendre illégale la vente d'essence au détail en deçà d'un certain niveau de prix. Le mécanisme proposé par l'ADIP est présenté à l'annexe 15.

Avantages

La Loi sur le prix de vente sous le coût de revient rend illégale la concurrence déloyale par les prix. Elle élimine les guerres de prix sauvages et les aberrations résultant d'une intense concurrence. Elle n'impose aucune barrière à l'entrée sur le marché. Les dispositions qui y sont prévues offrent la possibilité de laisser, jusqu'à un certain point, libre cours à la concurrence.

Inconvénients

La loi sur le prix de vente sous le coût de revient ne garantit pas nécessairement de marge de commercialisation aux indépendants. Elle peut signifier beaucoup de frais juridiques pour en assurer l'application devant les tribunaux.

---

21 Non publiée.

22 Non publiée.

23 Pennsylvania Governor's Energy Council, *Gasoline Marketing : Trends and Choices*, 24 september 1982.

24 John Barron and John Umbeck, *A Dubious Bill of Divorcement : The Case of Oil Refiners and Gas Stations*, Regulation (January/February 1983), p. 29-33.

Il est difficile de préciser quel est le coût net d'exploitation (coût d'exploitation + frais généraux + frais financiers + amortissement - revenus de loyer) des commerces de distribution de carburant car il peut varier considérablement d'un type de commerce à un autre, en fonction du volume de ventes et de la valeur des immobilisations. On doit donc les établir dans chaque cas pour statuer sur une possible infraction.

Cette loi ne tient pas compte des ententes d'approvisionnement, de franchise ou autres (réductions, ristournes, équipement, services, etc.) qui peuvent comporter des avantages concurrentiels importants mais qui sont parfois difficiles à chiffrer.

Elle risque d'entraîner une hausse des prix de l'essence.

Commentaires

Une législation sur le prix de vente sous le coût de revient de type *Below Cost* n'entraîne pas, à court terme, de modification de la représentativité des intervenants au niveau du commerce de détail.

Selon une étude du Département de l'Énergie des États-Unis[25], les effets d'une loi de type *Below Cost* sur le commerce de détail sont hypothétiques et dépendent grandement de la situation des concurrents ainsi que de la formulation de la loi.

Il en ressort que la définition du prix en deçà duquel l'essence ne peut être vendue est déterminante pour évaluer l'impact de la réglementation sur la concurrence. En effet, si le prix déterminé est trop faible, on maintient la possibilité que certains adoptent des pratiques commerciales aberrantes, telles celles qui ont été observées au cours des derniers mois au Québec. Si le prix déterminé est trop élevé, il peut réduire les pressions exercées par la concurrence sur le prix du marché et pénaliser les consommateurs des gains associés à la restructuration du commerce de détail de l'essence.

Par ailleurs, tel que le relate le document du Département de l'Énergie des États-Unis, l'adoption d'une telle loi peut entraîner les concurrents à accroître la compétition sur d'autres éléments que les prix (ex.: service, primes, etc.). À cet égard, plusieurs lois incluent des articles réglementant les ententes d'approvisionnement et de franchise entre les producteurs de produits pétroliers et les distributeurs indépendants. Ces aspects sont importants car ils constituent d'autres moyens par lesquels les producteurs intégrés verticalement peuvent nuire indûment à la compétition. Une législation de type *Below Cost* doit donc traiter

---

[25] Op. cit.

inévitablement de la discrimination au niveau du prix, des quantités, des réductions, des ristournes, de l'équipement fourni gratuitement, etc., ce qui en complique d'autant l'application, mais qui en assure l'efficacité.

Le comité n'a disposé que d'une seule étude empirique sur les effets de lois de type *Below Cost*[26]. Cette étude rapporte les hausses de prix des États[27] qui ont adopté des lois *Below Cost* comparativement à des états voisins qui ne l'ont pas fait.

**Bonification des règles applicables aux recours civils**

Description

Les personnes qui agissent dans le commerce de l'essence au Québec sont tenues, comme dans les autres domaines d'activités, de respecter les normes de conduite posées par le *Code civil.*

En vertu de cette réglementation, une personne est tenue d'exercer ses droits selon les exigences de la bonne foi; elle doit s'abstenir d'exercer ses droits en vue de nuire à autrui ou de le faire d'une manière excessive et déraisonnable. Également, une personne a le devoir de respecter les règles de conduite qui, suivant les circonstances, les usages ou la loi, s'imposent à elle, de manière à ne pas causer de préjudice à autrui.

Le défaut de respecter les dispositions du *Code civil* peut donner ouverture à une action en responsabilité civile pour compenser le dommage subi, ou en injonction, pour faire cesser les actions préjudiciables.

Les règles usuelles applicables à ces voies de droit peuvent, cependant, les rendre peu attrayant ou les faire paraître peu efficaces pour contrer les pratiques aberrantes quant au prix de l'essence, lesquelles iraient à l'encontre de ces normes de conduites du *Code civil.*

On pourrait donc envisager l'adoption de mesures législatives pour assouplir ces règles sous deux aspects.

D'une part, le fardeau de preuve qui incombe au demandeur pourrait être facilité par l'introduction d'une présomption : la démonstration que le prix de vente au détail de

---

[26] Evi Savvides Gellerson, *The effects of State Below Cost Selling Laws on Retail Prices of Motor Gasoline*, Research Study 043, American Petroleum Institute, décembre 1987.

[27] Alabama, Georgie et Floride.

l'essence présente un caractère excessif ou disproportionné, en regard de certains critères qui pourraient y être précisés, pourrait suffire pour établir *a priori* que les normes de conduite édictées dans le *Code civil* n'ont pas été respectées.

D'autre part, on pourrait élargir le type de dommages auxquels peut être condamnée à payer une personne qui fait le commerce de l'essence en transgressant les normes de conduite prévues dans le *Code civil* : versement de dommages exemplaires et de dommages pour compenser adéquatement le coût réel pour prendre action devant les tribunaux (ex. : honoraires versés à l'avocat).

La solution *civile* proposée par le Comité comprend donc trois éléments :

- présomption simple (responsabilité et injonction);
- dommages exemplaires;
- compensation pour frais d'action devant les tribunaux.

Avantages

Les indépendants ont des responsabilités : ils peuvent veiller à leurs intérêts car ils ont des outils mieux adaptés pour s'adresser aux tribunaux. Les indépendants ne seront donc plus à la merci du gouvernement en étant toujours contraints de demander l'adoption d'un décret, une autre forme d'intervention ou une poursuite du ministre de la Justice.

On respecte davantage l'esprit du droit existant, lequel vise à interdire les pratiques commerciales les plus préjudiciables pour les concurrents.

Cette mesure s'inscrit dans les traditions de nos institutions québécoises (recours existants et obligations contenues dans le *Code civil*).

La solution *civile* n'apporte pas de frais administratifs pour le MRN et le ministère de la Justice; elle s'avère donc économique pour le gouvernement.

La solution civile n'amène pas une nouvelle réglementation; elle respecte ainsi le principe de la déréglementation préconisé par le gouvernement.

Inconvénients

Même si elle n'introduit pas une nouvelle réglementation, la mesure constitue néanmoins une intervention gouvernementale qui, jusqu'à un certain point, va à

l'encontre de la tendance générale vers la déréglementation des marchés de l'énergie en Amérique du Nord.

Contrairement à d'autres types de mesures législatives, les résultats de cette mesure échappent en partie au contrôle gouvernemental car ils dépendent, en dernier ressort, des décisions rendues par les tribunaux.

En théorie, il devrait résulter de cette mesure l'obtention d'un prix moyen pondéré plus élevé à court terme que s'il n'y avait eu aucune intervention gouvernementale.

Même si cette approche pondérée est adaptée au contexte québécois, il y a un risque que des partisans intervenants d'une absence d'intervention considèrent non pertinente cette solution de dispositions existantes de la *Loi fédérale sur la concurrence*. D'autres qui souhaitent une approche plus interventionniste seront d'avis que le gouvernement ne va pas assez loin.

**Contrôle du nombre de permis d'exploitation**

Description

Le contrôle du nombre de permis d'exploitation consiste en une modification législative visant à imposer un moratoire d'un certain nombre d'années sur la délivrance de permis d'exploitation d'essenceries (total, par municipalité, par compagnie, par type, par bannière, par volume vendu, etc.).

Avantages

Le contrôle du nombre de permis d'exploitation donne une valeur monétaire aux permis. Le mécanisme pourrait être conçu de façon à empêcher la fermeture de stations-service indépendantes et ne restreint pas la concurrence. Il permet une certaine rationalisation de l'industrie de la distribution des produits pétroliers.

Inconvénients

Le contrôle du nombre de permis crée une interférence du gouvernement sur le marché. De plus, il est difficile d'application du point de vue administratif.

### 8.2.3 Intervention gouvernementale indirecte

Cette option consiste en une approche facilitante en vertu de laquelle le gouvernement procède à certains aménagements de nature législative réglementaire ou administrative, de façon à offrir un certain soutien aux intervenants.

**Fonds de décontamination**

Description

Il s'agit d'un fonds qui paie un certain pourcentage des frais de nettoyage de sites contaminés par les hydrocarbures. Il couvre la contamination passée et non la contamination future jusqu'à concurrence d'un plafond. Un processus d'approbation préalable est généralement prévu.

Avantages

Un tel fonds permet d'éliminer un des obstacles à la sortie du marché et favorise la diminution du nombre d'essenceries au Québec.

Inconvénients

Il s'agit d'une mesure de long terme qui n'empêche pas dans l'immédiat les guerres de prix sauvages.

Commentaires

Le Comité estime qu'il s'agit là d'une façon intéressante de s'attaquer efficacement au problème des sites contaminés par les hydrocarbures à cause, notamment, des caractéristiques suivantes du programme :

- Son impartialité et son équité.
- Le fait que ce soit une solution efficace.
- L'élimination du processus juridique coûteux.

Le Comité estime que ce serait une occasion unique d'intégrer les caractéristiques des projets en cours en Alberta (projet pilote), aux États-Unis et en Europe.

Une telle solution intéresse non seulement le Québec, mais aussi l'Ontario et le Manitoba.

**Dépôts gouvernementaux**

Description

Cette mesure prévoit que le gouvernement, via Soquip, ou d'autres organismes rende accessibles aux indépendants des installations de stockage de produits pétroliers importés.

Avantages

Cette solution permet l'accès de tous les indépendants aux approvisionnements de l'ensemble du bassin Atlantique leur permettant de concurrencer les pétrolières.

Inconvénients

Les risques d'affaires sont soutenus par le gouvernement. Par ailleurs, d'importants obstacles à l'entrée (investissements, normes, etc.) y sont associés.

**Surveillance du marché**

Description

Cette solution consiste à redonner au BIPE ou à confier à la future Régie de l'énergie le mandat d'exercer une surveillance étroite du marché et d'en rendre le résultat public.

Avantages

Elle favorise la concurrence.

Inconvénients

Elle a un impact limité.

**Assouplissement de la gestion**

Il s'agit de faire en sorte que les contraintes opérationnelles externes ne constituent pas un avantage concurrentiel pour un type d'intervenant par rapport à un autre et de rechercher des approches innovatrices de gestion des approvisionnements.

# SECTION 9 : CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

## 9.1 Conclusions

Le Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence a analysé avec soin les sept mémoires qui lui ont été soumis par les entreprises pétrolières et les associations de distributeurs indépendants.

Le Comité a également tiré profit des échanges enrichissants poursuivis avec les intervenants au cours des réunions individuelles qui se sont tenues en septembre 1996.

Par ailleurs, le Comité a consulté avec grand intérêt les rapports et études issus de l'expérience provenant d'autres juridictions dans le domaine de la commercialisation de l'essence et qui ont été portés à son attention par plusieurs intervenants.

À la lumière de l'analyse de la situation qu'il a été en mesure de réaliser et de la lecture qu'il a pu faire de la dynamique du marché de l'essence dans d'autres juridictions, le Comité est à même de faire les constatations suivantes :

1. L'approvisionnement de produits pétroliers en général et de l'essence en particulier au Québec excède légèrement la demande; ce qui fait du Québec un exportateur net de produits pétroliers. Le Québec est privilégié par la présence de trois raffineurs locaux et par un accès facile à l'importation de pétrole et de produits pétroliers par navire.

2. Le marché de l'essence au Québec est un marché en pleine maturité et il est caractérisé par une stagnation de la demande à environ 7 milliards de litres par année. Une forte baisse de la demande a débuté en 1973 avec le premier choc pétrolier et elle s'est poursuivie au cours des récessions de 1982 et de 1991. Malgré une reprise modérée observée récemment, les prévisions du ministère des Ressources naturelles indiquent une demande plutôt stagnante avec une légère tendance à la hausse d'ici à l'an 2010.

3. Le prix de l'essence à la rampe de chargement ou prix de gros à la raffinerie reflète le prix de gros au port de New York tel que *Bloomberg Oil Buyer's Guide (OBG)* ou *Platt's* le publie.

4. Bien que le Québec soit passé de 8 577 essenceries en 1969 à environ 4 950 sites en 1996, la poursuite de la rationalisation du parc d'essenceries est

inévitable et irréversible si on compare la productivité moyenne au Québec (1,5 million de litres par année) à celle de l'Ontario et à celle du Canada qui, selon Kent Marketing, se situent respectivement à environ 3,4 et 2,7 millions de litres par année.

5. En général, les guerres de prix, c'est-à-dire lorsque l'essence se vend en bas du prix théorique[28], sont le résultat d'un déséquilibre du marché et visent le maintien ou l'appropriation de parts de marché. Il s'agit d'un phénomène de saine concurrence. Cependant, tous les intervenants de l'industrie québécoise s'entendent pour dire que les guerres de prix observées au Québec au cours de l'été 1996 ont entraîné des prix aberrants. La logique économique fait en sorte que les prix, à terme, ont tendance à remonter à un niveau se situant près du prix théorique.

6. Le réseau d'essenceries du Québec est en mutation. La tendance vers des prix de l'essence concurrentiels est susceptible de se poursuivre au cours des prochaines années, ce qui obligera les intervenants à chercher d'autres sources de revenus pour compenser la faible rentabilité des ventes d'essence, si on en juge par ce qui se passe ailleurs en Amérique du Nord. Le phénomène du jumelage avec d'autres activités va continuer de se développer. C'est l'ensemble de ces activités qui générera une marge de commercialisation viable pour les intervenants. Comme dans les autres domaines de l'économie, les entreprises qui vont trop tarder à prendre ce virage risquent de se retrouver en situation précaire. La disparition de certains intervenants qui n'auront pas réussi à s'ajuster au nouveau contexte semble inévitable.

7. La répartition régionale des essenceries entre les compagnies majeures et les indépendants révèle qu'il y a très peu d'écart par rapport à la moyenne provinciale pour chacun des deux groupes et ce, pour chacune des régions (environ 60 % pour les majeures et environ 40 % pour les indépendants). Ces données confirment que les compagnies majeures et les indépendants sont autant présents dans les grands centres qu'en région et que la sécurité d'approvisionnement en produits pétroliers des régions n'est pas menacée par le phénomène de rationalisation (voir section 6.6 pour plus de détails sur les liens commerciaux).

---

[28] Prix de gros au port de New York plus les taxes provinciales et fédérales plus les frais de transport plus les marges de commercialisation du distributeur et du détaillant (voir section 6.4 du rapport pour plus de détails).

8. Depuis la déréglementation des prix du pétrole en 1985, les marges potentielles de commercialisation en Ontario ont été inférieures à celles du Québec d'environ 3,3 ¢ le litre en moyenne. La diminution progressive des marges, observée au Québec depuis le début des guerres de prix en 1991, tend cependant à les ramener au niveau de celles qui ont été observées en Ontario et aux États-Unis. Au Québec, la marge potentielle de commercialisation a été, en moyenne, de 5,75 ¢ le litre en 1995 se rapprochant de celle observée aux États-Unis (4,57 ¢/l) et en Ontario (4,43 ¢/l) pour la même période. Les distributeurs indépendants prétendent qu'avec une marge de commercialisation inférieure à 8 ¢/l, la survie de leur industrie est menacée.

9. En plus d'avoir à composer avec des marges réduites, les intervenants doivent faire face à des contraintes opérationnelles externes de toutes sortes (programme de remplacement des réservoirs, resserrement des termes de crédit des fournisseurs, compensation automatique de température, harmonisation de la perception des taxes de vente provinciale et fédérale, etc.). Or, les intervenants n'ont pas tous la même capacité financière pour répondre à ces contraintes.

10. Des situations semblables à celle que connaît actuellement le Québec ont été observées ailleurs au Canada, aux États-Unis ou en Europe (Angleterre). Or, au Canada, seules l'Île-du-Prince-Édouard et la Nouvelle-Écosse ont cru bon de légiférer pour fixer les prix. La Nouvelle-Écosse a abandonné ce système en 1991. En ce qui concerne les États-Unis, les études ne sont pas unanimes quant aux impacts de l'application de lois sur le cloisonnement (*divorcement*) ou de lois sur le prix de vente minimum (*Below Cost*). Toutefois, le US Department of Energy, la Federal Trade Commission et le US Department of Justice concluent que ces lois s'exerçaient souvent au détriment du consommateur qui en assume les frais au moyen de prix plus élevés à la pompe ou d'une diminution du service. Par ailleurs, on note une tendance générale, vers la déréglementation des marchés de l'énergie en Amérique du Nord, depuis une dizaine d'années.

11. Le secteur indépendant de la distribution des produits pétroliers constitue un élément important pour le maintien d'un marché libre, dynamique et concurrentiel à long terme.

12. La possibilité d'avoir accès aux importations de produits pétroliers sur le marché du Bassin Atlantique constitue en soi une sorte de police d'assurance qui permet d'éviter qu'il y ait un écart significatif entre les prix de gros domestiques et ceux en vigueur sur le marché international. Dans ce contexte, on reconnaît le rôle stratégique des installations d'importation exploitées par les indépendants.

13. Les motivations des consommateurs ont évolué au cours des années. Les sondages effectués par les firmes spécialisées montrent que l'élément prix est la variable la plus significative dans le choix d'une essencerie. C'est ce qui explique la réaction rapide de la concurrence face à tout mouvement de prix et le recours à diverses techniques pour tenter d'obtenir la fidélité de la clientèle.

14. Les barrières à l'entrée sur le marché sont relativement peu importantes (immobilisations, permis, etc.), alors que les frais de remplacement des réservoirs et de décontamination des sites constituent une barrière à la sortie du marché, notamment pour les sites à faibles volumes de ventes qui ne justifient pas un tel investissement.

Compte tenu de ce qui précède, le Comité conclut que certains critères sont considérés comme importants dans l'examen des solutions possibles. Ainsi, il y a lieu :

1. d'empêcher que les prix sur le marché ne descendent bien en deçà du prix coûtant;

2. de maintenir la possibilité d'avoir accès aux importations de produits pétroliers sur le marché du Bassin Atlantique;

3. d'assurer un suivi constant de l'évolution du marché de l'essence au Québec;

4. d'éliminer, dans la mesure du possible, les barrières à la sortie du marché;

5. de faire en sorte que les contraintes opérationnelles externes ne constituent pas un avantage concurrentiel pour un type d'intervenant par rapport à un autre; et,

6. de favoriser la recherche d'approches innovatrices dans la façon de s'approvisionner et de mettre en marché l'essence au Québec.

Le Comité est d'avis que le gouvernement ne devrait pas intervenir directement sur le marché pour garantir des marges de commercialisation, mais plutôt pour éviter que la concurrence ne dégénère au point de mettre en péril des entreprises rentables.

Comme le droit civil contient déjà des mesures permettant d'éviter des abus dans les pratiques commerciales, on pourrait donc envisager de bonifier les règles pour rendre davantage attrayants et efficaces les recours fondés sur le droit civil devant les tribunaux.

Le gouvernement ne devrait pas créer artificiellement une barrière discriminatoire à l'entrée sur le marché pour certains joueurs en ayant recours, par exemple, à une législation sur le cloisonnement ou en contrôlant le nombre de permis d'exploitation. Le Comité est convaincu qu'une telle approche interventionniste n'est pas dans l'intérêt des consommateurs à court, moyen ou long terme et qu'elle va à l'encontre de la tendance générale vers la déréglementation observée sur les marchés de l'énergie en Amérique du Nord.

Étant donné les conséquences nuisibles des pratiques de sous-enchère, tant au plan social qu'économique, des mécanismes devraient permettre de les éviter. Le Comité estime que le recours à la réglementation pour fixer les prix de l'essence ne devrait être envisagé qu'à titre de moyen ultime et temporaire pour répondre à des situations extrêmes lorsque toutes les autres options à la disposition du gouvernement pour résoudre le problème auront été écartées.

Le Comité considère que la meilleure façon de favoriser un marché de détail de l'essence compétitif à long terme, libre et dynamique, dans l'intérêt des consommateurs, de l'économie québécoise et des parties visées est de se limiter à ce qu'il est convenu d'appeler une intervention gouvernementale indirecte ou facilitante répondant aux impératifs énoncés précédemment.

## 9.2 Recommandations

Le Comité recommande au gouvernement :

1. de préparer un projet de loi modifiant la *Loi sur l'utilisation des produits pétroliers*, afin de faciliter la prise d'injonctions et d'autres recours civils pour permettre des interventions rapides et pour mieux contrer les aberrations dans les prix en créant une présomption, en permettant des condamnations à des dommages punitifs ou exemplaires et en permettant de mieux dédommager les coûts réels que supporte la personne qui s'adresse aux tribunaux.

   En ce qui concerne la présomption, on pourrait prévoir une mesure qui ferait en sorte que la personne qui vend de l'essence à un prix inférieur au coût d'achat auquel on ajoute le transport, les taxes et une somme de 0,04 $/litre pour tenir compte du coût d'opération d'un point de service, serait présumée exercer ses droits d'une manière excessive et déraisonnable et commettre une faute au sens du Code civil.

   Cependant, l'adoption d'une telle présomption n'empêche pas un détaillant de vendre à un prix inférieur à ce prix de référence. En effet, une personne aura toujours la possibilité de démontrer au tribunal que ses pratiques commerciales

quant au prix de vente de l'essence ne sont ni excessives ni déraisonnables et qu'elle n'a commis aucune faute. C'est au tribunal qu'il reviendra en dernier ressort de statuer. On peut s'attendre à ce que la présomption puisse dissuader les détaillants de vendre de l'essence à un prix trop bas de crainte d'avoir à justifier le caractère raisonnable de leur prix devant les tribunaux;

2. d'examiner s'il est opportun d'assurer aux indépendants un accès à des installations leur permettant de s'approvisionner au besoin sur le marché international (si une intervention s'impose, un mandat pourrait être confié à Soquip);

3. de confier à la future Régie de l'énergie un mandat d'enquête et de surveillance du marché des produits pétroliers, comme prévu au projet de loi créant la Régie de l'énergie. La Régie de l'énergie pourra tenir des audiences publiques, initier des enquêtes de sa propre initiative et faire rapport au MRN (à court terme, le MRN continuera d'assumer cette responsabilité en vertu de la Loi sur l'utilisation des produits pétroliers);

4. de proposer à l'industrie pétrolière la mise sur pied d'un fonds de décontamination de sites contaminés par des produits pétroliers, financé par l'industrie à même, par exemple, une majoration du coût du permis d'exploitation, d'équipements de produits pétroliers ou autrement;

5. de veiller à apporter des modifications aux dispositions entourant le système de perception de la taxe de vente sur les carburants de façon à ce que cela ne constitue plus un avantage concurrentiel pour certains intervenants; et,

6. d'offrir de financer, en collaboration avec les associations de distributeurs indépendants d'essence, des études pour la mise en place d'un mécanisme de regroupement d'achat de produits pétroliers.

# LEXIQUE

**Below cost sales Act**

Les lois relatives aux ventes sous le coût de revient (*Below Cost*) s'appliquant au secteur de la vente d'essence empêchant tous les intervenants de vendre en deçà d'un certain niveau de prix défini dans la Loi.

**Divorcement Act**

Le *Divorcement* est un cloisonnement du marché qui empêche spécifiquement aux raffineurs ou aux producteurs de posséder ou d'exploiter des stations-service.

**Régions excentriques**

Les régions périphériques, spécifiques et frontalières (voir section 6.3 pour plus de détails).

**Prix à la rampe de chargement (*Rack Price*)**

Il s'agit du prix de gros auquel ont accès les distributeurs et détaillants d'essence lorsqu'ils vont s'approvisionner chez un raffineur.

***O.B.G. : Bloomberg Oil Buyer's Guide***

Il s'agit d'une publication hebdomadaire américaine qui donne divers prix de gros aux États-Unis et au Canada. Elle est reconnue par l'industrie comme étant une source d'information des plus fiables.

## BIBLIOGRAPHIE


ASSOCIATION DES DISTRIBUTEURS INDÉPENDANTS DE PRODUITS PÉTROLIERS (ADIP), *Pour une réglementation de la distribution des produits pétroliers au Québec*, Anjou, Québec, août 1996.

ASSOCIATION DES DISTRIBUTEURS INDÉPENDANTS DE PRODUITS PÉTROLIERS (ADIP), *Coûts d'exploitation comparatifs des postes d'essence et de distribution de l'huile à chauffage*, Anjou, Québec, septembre 1996.

ASSOCIATION DES DISTRIBUTEURS INDÉPENDANTS DE PRODUITS PÉTROLIERS (ADIP), *La situation des distributeurs indépendants de produits pétroliers*, Montréal, juillet 1995.

ASSOCIATION DES SERVICES AUTOMOBILES INC. DU QUÉBEC, *Mémoire : Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence*, Anjou, août 1996.

BECKENSTEIN, Alan R. et NORTON, John A., *A report to the joint subcommittee studying divorcement and representative offering*, Virginia Petroleum Council, Virginia, É.U., 1991.

BERTRAND, Robert J., *État de la concurrence dans l'industrie pétrolière au Canada*, Commission sur les pratiques restrictives du commerce, volumes I à VII, Ottawa, mai 1986.

CLAPP, Bob, *Le fonds sectoriel de restauration des sites contaminés par les produits pétroliers*, Groupe de travail de l'ICPP sur la responsabilité des sites contaminés, Ottawa, octobre 1995.

COBURN, Leonard, HONEYCUTT, T.C., FIELD, R. et PANTOS, E.R., *Deregulated Gasoline Marketing : consequences for competition, competitors and consumers*, Office of Competition, U.S. Department of Energy, Washington D.C., mars 1984.

COGESULT INC., *État de la situation du secteur de la distribution des produits pétroliers au Québec*, Rapport final préparé pour l'ADIP, Montréal, mai 1995.

COMPAGNIE PÉTROLIÈRE IMPÉRIALE LTÉE, *Mémoire présenté au Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence*, Anjou, septembre 1996.

CURRAN, Robert, *Retail gasoline marketing survey : In the throes of change*, Octane, automne 1993.

CURRAN, Robert, *Number : it's 13,000, and the Canadian petroleum industry is edging ever closer*, Octane, automne 1995.

DOUGHER, Rayola et HOGARTY, Thomas. F., *The impact of state legislation on the number of retail gasoline outlets*, Research study no. 62, American Petroleum Institute, Washington D.C., octobre 1991.

FORCIER, Denis, *Rapport des statistiques consolidées de l'industrie des distributeurs indépendants de produits pétroliers (ADIP)*, Forcier-Beaudry-Landry, Drummondville, novembre 1995.

GODBOUT, Gilles, CARON, H.P., CHABOT, G. LUSSIER, M. et TURGEON, C., *Rapport du groupe de travail sur le prix des carburants au Québec*, Ministère des Finances du Québec, Québec, avril 1985.

INSTITUT CANADIEN DES PRODUITS PÉTROLIERS (ICPP), *Exposé sur l'établissement du prix de l'essence présenté au comité restreint sur le prix de l'essence de l'Assemblée législative du Nouveau-Brunswick*, Frédéricton, août 1996.

JACCARD, Dr. Mark K., *British Columbia Inquiry into Gasoline Pricing : Preliminary Findings*, British Columbia Utilities Commission, Vancouver, août 1996.

KIRBY, Michael, J.L., *Regulation of the oil industry in Nova Scotia : Recommendations for reform*, Institute for research on public policy, Halifax Board of trade, Halifax, octobre 1979.

LADIN, Dr. Jay, *Review of studies and reports relating to the economic impact of Maryland's gasoline service station divorcement legislation*, Maryland Department of Fiscal Services, Maryland, É.U., novembre 1988.

LAWS OF PRINCE EDWARD ISLAND, *Petroleum Products Act chapter P-5.1*, Charlottetown, 1990 and 1991 update.

LAWS OF PRINCE EDWARD ISLAND, *Petroleum Products Act Regulations*, Charlottetown, 1993 update.

MONTIGNY, Jean, A., *Recherche préliminaire et non exhaustive sur les clauses de responsabilité stricte se trouvant dans les lois du Quuébec*, Sternthal Katznelson Montigny, Montréal, septembre 1996.

PÉTROLES IRVING INC. LES, *Commentaires et recommandations concernant la situation du marché de l'essence au Québec*, Québec, août 1996.

PRODUITS PETRO-CANADA, *Présentation au Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence*, Québec, septembre 1996.

RESTRICTIVE TRADE PRACTICES COMMISSION, *The supply and demand of petroleum products confronting the Quebec - based refineries*, Ottawa, février 1986.

RESTRICTIVE TRADE PRACTICES COMMISSION, *Competition in the canadian petroleum industry*, Ottawa.

SAVVIDES-GELLERSON, Evi, *The Effects of state "Below-cost" selling laws on retail prices of motor-gasoline*, American Petroleum Institute, Washington D.C., décembre 1987.

SHELL CANADA, *Situation du marché de l'essence au Québec*, Anjou, septembre 1996.

STATE OF ALABAMA, *Alabama Motor Fuel Marketing Act*, Section 8-22-1 et seq., Code of Alabama, 1975.

STATE OF ARKANSAS, *The Arkansas Petroleum Trade Pratices Act*, House Bill 1226, 1993.

STATE OF FLORIDA, *Motor Fuel Marketin Practices Act*, Section G, 1991.

STATE OF HAWAII, *House Bill 2123*, HB HMS 7036, 1991.

STATE OF HAWAII, *House Bill 124*, SB LRB 93-0361-1, 1993.

STATE OF HAWAII, *House Bill 129*, SB LRB 93-0374, 1993.

STATE OF LOUISIANA, *The Louisiana Unfair Sales Act*, R.S. 51, Section 421 et seq., 1941 et rev.

STATE OF MAINE, *Petroleum Market Share Act*, 10 M.R.S.A. 1671, et seq.

STATE OF MAINE, *Annual report of the Attorney General of the Maine Legislature to 10 M.R.S.A. 1677*, octobre 1995, 18 pages.

STATE OF MARYLAND, *Annotated Code of Maryland*, Article 56 157E, 1979.

STATE OF MONTANA, *Montana Retail Motor Fuel Marketing Act*, Section 1-8.

STATE OF NEVADA, *Trade Regulations and Practices, Miscellaneous Trade Regulations, Automotive Services, Service Stations*, Section 598.650 et seq., 1987.

STATE OF OKLAHOMA, *The Unfair Sales Act, Contracts*, Section 598.1 et seq., 1949.

STATE OF PENNSYLVANIA, *Unfair Sales Act, General Provisions*, Section 73,211 et seq., 1941.

STATE OF SOUTH CAROLINA, *Code of Laws of South Carolina*, Section 39-5-350-1 et seq., Section 39-3-150 and 39-5-325, 1976.

STATE OF TENNESSEE, *Petroleum Trade Practices Act*, Section 47-25-601 et seq., 1975.

STATE OF UTAH, *Motor Fuel Marketing Act*, Section 13-26-1 et seq., 1987.

STATE OF VIRGINIA, *Code of Virginia, Virginia Petroleum Products Franchise Act*, Article 59.1, Section 21.8 et seq., 1973.

STATE OF WEST VIRGINIA, *Unfair Trade Practices*, Article 47-11A, Section 1-14.

STATE OF WISCONSIN, *Unfair Sales Act*, Section 100.30 et seq.

STATE OF WISCONSIN, *Unfair Sales Act*, Agriculture, Trade & Consumer Protection, Section 105.001 et seq.

UK TRADE AND INDUSTRY COMMITTEE, *Petrol Retailing* (Sixth Report), House of Commons, London, England, juillet 1996.

ULTRAMAR LIMITÉE, *Une présentation au : Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence au Québec*, Montréal, août 1996.

UNITED STATES SENATE, *The Motor Fuel Consumer Protection act of 1991*, 102d Congress, 2d session, Report 102-450, Octobre 1, 1992.

*Selling below cost ...*, Energy Economist, juillet 1996.

# ANNEXES

**Al**

**Communiqué de presse d'Ultrama**
**lancement du pr**

**EXE 1**

**tée daté du 18 juin 1996 annonçant le amme "Valeur Plus".**

# communiqué de presse

**Pour publication immédiate**

**ULTRAMAR RÉVOLUTIONNE L'INDUSTRIE PÉTROLIÈRE**

**Le 18 juin 1996** -- Répondant aux voeux d'un nombre croissant de consommateurs pour qui le prix est un facteur déterminant dans le choix de leur station-service, la pétrolière Ultramar et ses détaillants associés lancent le programme Valeur Plus.

«Dans le cadre de ce programme sans précédent dans l'industrie pétrolière au Québec, les détaillants Ultramar, Sergaz et Sunoco affichant le sceau Valeur Plus auront un but commun : offrir des essences de haute qualité à des prix imbattables», affirme Monsieur A. Ferland, président d'Ultramar Ltée.

Pour les fins du programme, Ultramar a divisé son territoire du Québec en près de 300 zones. Les prix pourront donc varier d'une zone à l'autre. «Un système de surveillance constante des prix affichés par les concurrents permettra à Ultramar de s'assurer que les consommateurs ne puissent trouver, ailleurs dans la zone, des prix plus bas que ceux de ses détaillants affichant le sceau Valeur Plus», explique Monsieur Ferland.

Le programme Valeur Plus, qui entre en vigueur aujourd'hui même, n'est pas une promotion de quelques jours mais une opération de longue durée. Une étude réalisée récemment par une firme spécialisée en politique de prix, Harrison Associates, a confirmé à Ultramar la forte croissance du bassin de consommateurs particulièrement sensibles à l'attrait des prix.

.../2

«Selon la firme Harrison, le segment des consommateurs sensibles aux prix a augmenté dans les années 1990 et ce, dans tous les marchés. C'est là l'occasion pour Ultramar de mettre l'accent sur les besoins particuliers de ces consommateurs. Voilà pourquoi nous avons mis de l'avant le programme Valeur Plus», déclare Monsieur Ferland.

Tout en continuant d'offrir des produits et un service de la plus haute qualité, Ultramar et ses détaillants associés miseront dorénavant davantage sur les prix pour consolider leur marché et s'assurer d'une plus grande fidélité du segment sensible au prix. L'initiative marque un repositionnement majeur d'une grande pétrolière auprès des consommateurs et constitue une véritable révolution dans l'industrie.

**Valeur Plus : le fruit des avantages concurrentiels d'Ultramar**

En lançant ce programme, Ultramar fait bénéficier les consommateurs des avantages concurrentiels que lui procurent sa raffinerie de Saint-Romuald et son vaste réseau de points de vente. Le programme Valeur Plus est aussi le résultat des efforts déployés par l'entreprise, ces dernières années, pour réduire ses dépenses d'exploitation et maximiser la productivité de ses actifs.

Le président d'Ultramar, Monsieur Alain Ferland, compare son entreprise à une voiture de Formule Un qui sort des puits de ravitaillement avec de nouveaux pneus et tout le carburant nécessaire pour gagner la course. «Valeur Plus est un programme audacieux, dit-il, mais nous croyons être bien outillés pour livrer la marchandise aux consommateurs.»

**Une raffinerie à la fine pointe de la technologie**

La raffinerie de Saint-Romuald, une des plus performantes en Amérique du Nord, est le principal avantage concurrentiel dont jouit Ultramar. Selon une étude récente publiée par la firme Soloman Associates et portant sur 136 raffineries des Amériques du Nord et du Sud, l'usine de Saint-Romuald occupe la première place pour le rendement du capital investi et la quatrième pour ses coûts de production. Ceci positionne Ultramar comme la compagnie pétrolière la mieux placée pour servir le segment de marché sensible aux prix.

Grâce à des travaux de modernisation terminés l'automne dernier, l'usine peut maintenant traiter du pétrole brut Heidrun, un nouveau pétrole moins coûteux provenant de la Mer du Nord.

**Nouveau mode de transport**

Ultramar innove aussi dans le transport de ses produits. Dès juillet, par suite d'un contrat négocié avec Canadien National, la plupart de ses produits raffinés seront acheminés à Montréal par rail, un mode de transport parmi les plus sécuritaires qui soient.

Ce nouveau mode de transport sera plus économique et mettra Ultramar en meilleure position pour pénétrer de nouveaux marchés, dont celui du Nord-Est des États-Unis.

**Le plus vaste réseau de points de vente**

Le réseau de stations-service Ultramar est un autre atout important pour la réussite du programme Valeur Plus. Avec les acquisitions de Sergaz et de Sunoco au Québec, l'entreprise possède le plus vaste réseau de points de vente dans l'Est du Canada, soit près de 1 400 stations-service, dont plus de 900 au Québec.

Au cours des cinq prochaines années, Ultramar compte investir environ 200 millions de dollars dans le développement de son réseau de stations-service. On y ajoutera 450 dépanneurs, surtout aux emplacements existants, en plus de construire 50 nouvelles stations.

La compagnie prévoit aussi investir 80 millions de dollars pour l'acquisition de réseaux de distribution de mazout domestique et l'achat de stations-service dans l'Est du Canada et le Nord-est américain.

La stratégie de développement d'Ultramar consiste à miser sur son efficacité comme raffineur pour pénétrer de nouveaux marchés et consolider sa part des marchés existants. Les investissements prévus auront comme résultats de faire baisser les coûts d'exploitation de l'entreprise et d'augmenter ses volumes de vente par établissement. C'est à l'intérieur de cette stratégie globale que s'inscrit le programme Valeur Plus.

- 30 -

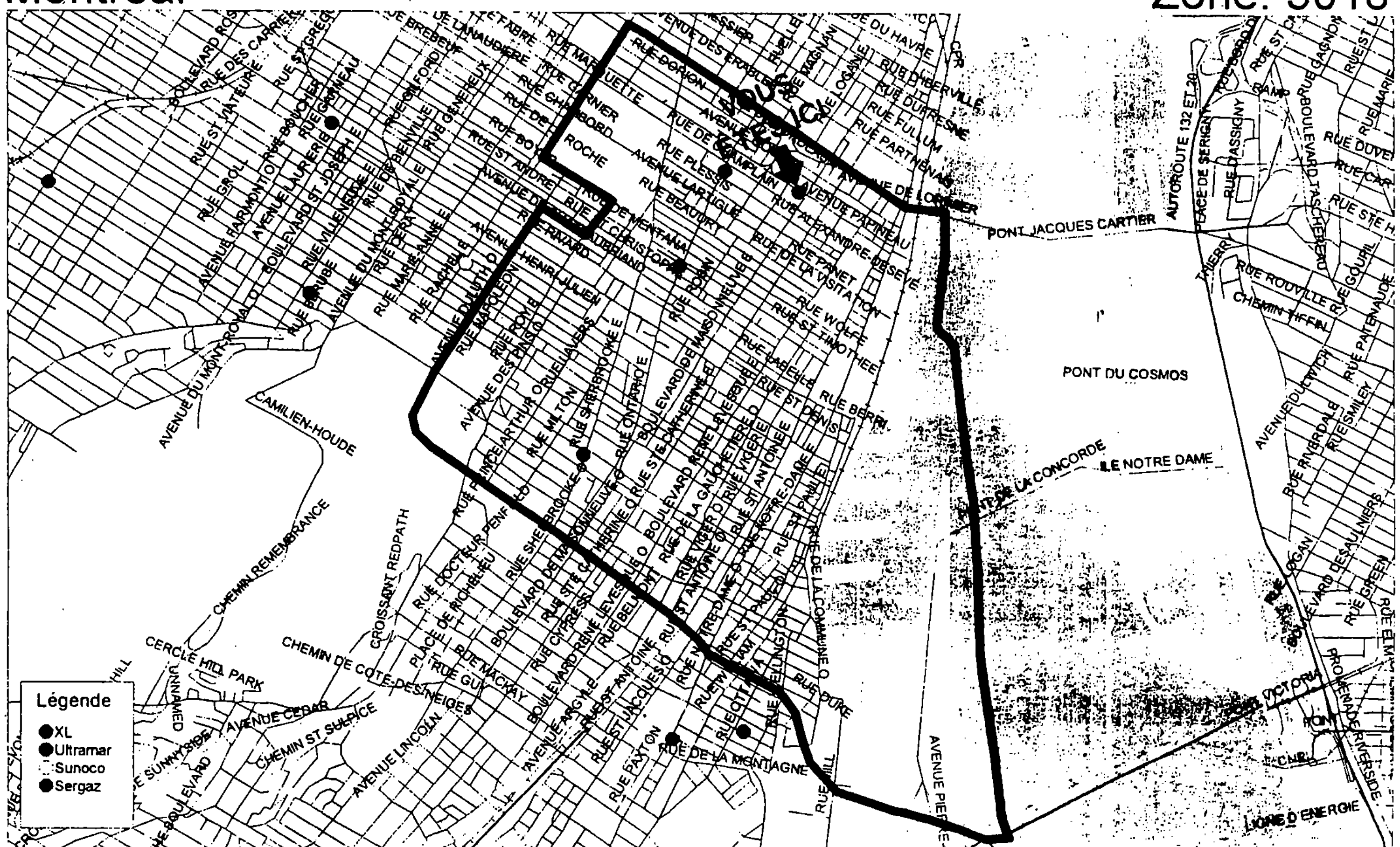
Source : Louis Forget, directeur
Affaires publiques et gouvernementales
**Ultramar Ltée**
(514) 499-6442
(418) 835-8001

Renseignements : Marie-Claude Chalvignac
**Bazin Larouche Sormany Vigneault**
(514) 282-1100

Marie Morneau
**Ducharme Perron**
(418) 523-3352

## Montréal

## Zone: 5018




Le tracé noir délimite la zone de prix

06/96

24266

## ANNEXE 2

**Communiqué de presse du Ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, daté du 3 juillet 1996 annonçant la tenue d'enquêtes hebdomadaires sur les prix de l'essence à la pompe dans toutes les régions du Québec.**

Gouvernement
du Québec

Ministre d'État des Ressources naturelles
Ministre responsable du Développement des régions
Ministre responsable des Affaires autochtones

# COMMUNIQUÉ

**POUR DIFFUSION IMMÉDIATE**

**CNW CODE 01**

## LE MINISTRE GUY CHEVRETTE DEMANDE UNE ENQUÊTE HEBDOMADAIRE SUR LA GUERRE DES PRIX DE L'ESSENCE AU QUÉBEC

**CHARLESBOURG, le 3 juillet 1996** - Le ministre d'État des Ressources naturelles et ministre responsable du Développement des régions, monsieur Guy Chevrette, demande à son ministère de faire une enquête hebdomadaire sur les prix de l'essence à la pompe dans toutes les régions du Québec.

Cette mesure exceptionnelle vise à éclairer le ministre sur la guerre des prix de l'essence que se livrent tous les intervenants impliqués dans la distribution de l'essence au Québec. Le ministre est extrêmement préoccupé par cette situation qui comporte de multiples dimensions.

«Différents facteurs sont à prendre en considération dans cette guerre de prix, a précisé le ministre. Dans le contexte de libre marché dans lequel nous vivons, il faut bien sûr considérer l'intérêt du consommateur, qui profite grandement de la situation actuelle, mais il faut aussi se préoccuper de la survie des distributeurs indépendants, des 10 000 emplois qu'ils génèrent et de leur contribution dans le maintien d'un marché concurrentiel à long terme.»

À ce moment-ci, le ministre Chevrette ne souhaite pas intervenir pas voie de législation comme l'on déjà fait certaines provinces canadiennes. La fixation des prix de l'essence par les gouvernements a généralement conduit à des hausses du prix à la pompe pour les consommateurs.

La vague de la concurrence des prix de l'essence, qui déferle sur toutes les régions du Québec depuis deux semaines, inquiète tout particulièrement les 2400 essenceries indépendantes qui craignent pour leur survie.

Le véritable intérêt du consommateur réside dans un marché libre, dynamique et concurrentiel à long terme et non dans une épisodique guerre de prix où les joueurs redoublent de férocité au point de se placer en situation financière et légale délicate.

/...2

Ministre d'État des Ressources naturelles

5700, 4e Avenue Ouest
Bureau A-308
Charlesbourg (Québec)
G1H 6R1
Tél.: (418) 643-7295
Fax: (418) 643-4318

3, Complexe Desjardins
Tour Nord, 26e étage
Montréal (Québec)
H5B 1E3
Tél.: (514) 864-5917
Fax: (514) 873-8253

Ministre responsable du Développement des régions
Ministre responsable des Affaires autochtones

875, Grande-Allée Est
2e étage, suite 2.500
Québec (Québec)
G1R 4Y8
Tél.: (418) 644-5846
Fax: (418) 528-0372

Dans ce sens, le ministre a rappelé que le ministère de l'Industrie du Canada a la responsabilité d'administrer la Loi sur la concurrence. La situation actuelle laisse croire que des intervenants vendent au détail de l'essence à un prix inférieur au prix en gros. Les représentants des distributeurs indépendants envisagent de porter plainte à Industrie Canada à cet effet. Cela devrait inquiéter sans délai Industrie Canada qui est responsable des dispositions de la loi concernant entre autres la fixation de prix discriminatoires, de prix d'éviction et de pratiques commerciales déloyales.

- 30 -

**SOURCE:** Shirley Bishop
Attachée de presse
(418) 643-7295

**ANNEXE 3**

**Communiqué de presse de l'ADIP daté du 11 juillet 1996 émis en réaction à la déclaration du Président d'Ultramar, M. Alain Ferland, à l'effet que ce dernier souhaiterait la disparition de 1 140 stations-service au Québec.**

TELBEC / Message: 193073 Consommation Economie
ASSOCIATION DES DISTRIBUTEURS INDEPENDANTS
DE PRODUITS PETROLIERS

Le président d'Ultramar confirme les craintes des indépendants

Montréal, le 11 juillet 1996 -- L'Association des Distributeurs Indépendants de Produits Pétroliers s'étonne qu'après avoir affirmé souhaiter la survie des indépendants, Monsieur Alain Ferland, président québécois et porte-parole de la multinationale américaine Ultramar, déclare qu'il souhaite la disparition de 1,140 stations-service au Québec.

Cette déclaration regrettable confirme les intentions d'Ultramar d'éliminer des postes d'essence qui sont surtout situées dans les régions et qui appartiennent souvent à des indépendants. Si elle était concrétisée, cette orientation d'Ultramar priverait notamment les petites communautés locales de services situés à proximité de leur lieu de résidence.

Selon Monsieur Gérard Bétournay, porte-parole de l'ADIP, si ces stations-service qui ne répondent pas aux visées d'Ultramar ne peuvent être maintenues par les multinationales dont des coûts d'opération sont élevés, elles peuvent être avantageusement opérées par des indépendants qui gèrent plus efficacement leur système de distribution.

L'ADIP déplore cette attitude d'Ultramar qui, une fois de plus, vise à limiter la saine concurrence, seule garantie des bons prix à la pompe dont peuvent profiter les consommateurs.

Source : Gérard Bétournay
(514) 355-9600

-30- Date: 96/07/11 Heure: 14:42:21 Lignes: 25 193063
NNNN

**ANNEXE 4**

**Communiqué de presse d'Ultramar Ltée daté du 12 juillet 1996 intitulé : "Ultramar n'a pas déclenché de guerre de prix".**

TELBEC / Message: 194066 Economie Consommation
ULTRAMAR LTEE

## ULTRAMAR N'A PAS DECLENCHE DE GUERRE DE PRIX

Montréal, le 12 juillet 1996 - Ultramar n'a pas déclenché de guerre de prix, et elle n'a rien fait pour aviver ou pour entretenir celle qui s'est déclarée au cours des trois dernières semaines. Les guerres de prix ce n'est pas nouveau au Québec, ni ailleurs au pays non plus. Depuis les quatre dernières années elles sévissent de façon sporadique au Québec... La réaction de certains est donc surprenante. M. Ferland a tenu à faire le point sur la situation lors d'une conférence de presse qui s'est tenue aujourd'hui au bureau d'Ultramar.

Chiffres et graphiques à l'appui, M. Ferland a démontré que depuis trois semaines, à l'exception de la baisse de 1 cent annoncée le 18 juin dernier et de celle du 20 juin pour les essences Plus et les essences Suprême, la presque totalité des changements de prix d'Ultramar ont été entraînés par les baisses de prix de ses concurrents. "Nous avons réagi à la concurrence en jumelant les prix les plus bas dans chacune des zones, car tel est l'engagement que nous avons pris à l'endroit du consommateur", a expliqué M. Ferland.

### Egaler le prix de la concurrence

M. Ferland a rappelé que le programme Valeur Plus d'Ultramar, dévoilé le 18 juin dernier, ne consistait pas à pratiquer des prix de vente en bas du prix coûtant. "Valeur Plus est un programme à long terme qui vise à satisfaire les besoins actuels des clients", a-t-il déclaré.

Le président d'Ultramar a expliqué que le programme consiste à honorer cette simple promesse au consommateur : dans chacune des zones de prix d'Ultramar, les stations participantes offrent l'essence au même prix que le concurrent le moins cher. "Comment voulez-vous que nous ayons provoqué une dégringolade des prix ? a interrogé M. Ferland. Nous n'avons fait qu'ajuster nos prix en fonction de la concurrence pour tenir notre promesse à nos clients !".

### D'où vient la guerre ?

Mais si Ultramar n'a pas provoqué la guerre de prix, d'où cette guerre vient-elle ?

A cette question, Ultramar a voulu apporter des éléments de réponse. Son programme de surveillance des prix lui donne les outils pour le faire. En effet, pour mettre en oeuvre son programme Valeur Plus et tenir sa promesse au consommateur, Ultramar a dû constamment surveiller tous les changements de prix de toutes les stations-service situées sur son territoire. Elle sait donc, zone par zone, chaque jour, quelle station a baissé son prix à un niveau moindre.

Selon l'information recueillie, Ultramar est en mesure de prouver que ce sont ses concurrents qui ont fait chuter les prix au niveau que les consommateurs ont connu ces dernières semaines.

### Une stratégie d'ensemble

M. Ferland a expliqué que le programme Valeur Plus était le fruit d'un repositionnement stratégique de sa compagnie. "A certains égards, la vente d'essence, c'est comme la vente de tous les produits de consommation, a affirmé M. Ferland. Dans un marché, on trouve plusieurs créneaux. Et ces créneaux peuvent se redéfinir. Depuis dix ans, on a assisté à la restructuration du marché dans presque tous les secteurs de la vente au détail - de l'alimentation à la rénovation en passant par l'électronique. Nos recherches nous montrent que le marché de l'essence est mûr pour un tel changement".

12

Longtemps, Ultramar s'est différenciée de ses concurrents en misant sur la qualité des promotions offertes aux clients. Mais ses études de marché lui ont appris que le prix devient un facteur de choix crucial pour un nombre croissant de consommateurs, qui ne sont toutefois pas prêts à sacrifier ni la qualité du produit, ni celle de l'environnement du point de vente. Les magasins à escompte et les magasins entrepôts doivent leur succès à ce type de consommateur. "Et c'est pour attirer ce consommateur (et non tout le marché !) que nous avons créé le programme Valeur Plus", a expliqué M. Ferland.

"Jamais nous n'avons eu l'intention d'évincer qui que ce soit du marché, a-t-il ajouté. Notre clientèle compte un grand nombre d'indépendants desservant un segment de marché qui nous est difficilement accessible : les indépendants sont en mesure d'offrir un service personnalisé, ils sont proches de leurs clients et bien implantés dans leur communauté. Ultramar les approvisionne et ce sont des clients importants qu'elle ne veut pas perdre".

Il ne faut pas confondre activités de raffinage et activités de commercialisation : vendre des essences de qualité à des prix imbattables, c'est une stratégie de marketing dont le but est de protéger les parts de marché. Vendre des produits pétroliers en gros, c'est rentabiliser et améliorer l'efficacité d'une raffinerie qui emploi 300 personnes et génère à l'économie régionale plus de 100 millions de dollars, annuellement.

Depuis plusieurs années, l'industrie reconnaît qu'il y a un trop grand nombre de stations-service au Québec et ailleurs au Canada. Plusieurs pétrolières ont déjà entrepris, depuis ces dernières années, une rationalisation de leur réseau respectif. Cette rationalisation n'est pas terminée. Les chiffres avancés récemment font référence à l'ensemble de l'industrie au Québec et ne visaient pas uniquement les indépendants.

Ultramar a déjà annoncé qu'elle réduirait de plus de 200 le nombre de ses stations-service au cours des prochaines années.

Intensité inattendue

"Peut-être était-ce de la naiveté de notre part, a admis M. Ferland, mais nous avons été les premiers surpris de l'intensité de la guerre qui a suivi. Nous nous attendions certes à des réactions de nos concurrents, mais pas à un effondrement des prix de cette étendue et de cette ampleur. A l'évidence, certains ont voulu tester notre sérieux, et ils ont été à leur tour surpris par notre détermination. Mais pour nous, il était de première importance d'honorer l'engagement que nous avons formulé le 18 juin dernier : notre but est d'offrir au consommateur des essences de qualité à des prix imbattables".

Ultramar détient et exploite une raffinerie à Saint-Romuald, une des plus efficaces en Amérique. Elle commercialise de l'essence et du carburant diesel par l'entremise d'un réseau d'environ 979 points de vente au Québec, et approvisionne plus de 80 000 foyers en mazout domestique. Ultramar et ses associés emploient plus de 6 000 personnes au Québec.

Source: Louis Forget
Ultramar Ltée
(514) 499-6442
(418) 835-8001

Renseignements: Monique Deviard ARP / Marie-Claude Chalvignac
Bazin Larouche Sormany Vigneault
(514) 282-1100

Josée Morin
Ducharme Perron
(418) 523-3352

-30- Date: 96/07/12 Heure: 14:32:52 Lignes: 120 194051
NNNN

**ANNEXE 5**

**Communiqué de presse du Regroupement québécois des indépendants (REQUIN) daté du 6 août 1996 intitulé : "Le REQUIN rend visite au gouvernement".**

TELBEC / Message: 219047 Economie
REGROUPEMENT QUEBECOIS DES INDEPENDANTS (REQUIN)

GUERRE DE L'ESSENCE

LE REGROUPEMENT QUEBECOIS DES INDEPENDANTS (REQUIN) REND VISITE AU GOUVERNEMENT

Montréal, le 6 août 1996 -- Un défilé de camions identifié au Regroupement Québécois des Indépendants (REQUIN), a parcouru ce matin le centre-ville de Montréal. Les camions des Indépendants ont notamment défilé sur le Boulevard René-Lévesque, devant les bureaux du Premier ministre Bouchard, avant de se rendre devant les bureaux du Ministre d'Etat aux Ressources Naturelles, monsieur Guy Chevrette.

A cette occasion, le porte-parole du REQUIN, monsieur Maurice Maisonneuve, a tenu un point de presse au cours duquel il a expliqué que ce défilé vise à sensibiliser le Gouvernement du Québec au sort des 10,000 emplois et des 2,000 entreprises québécoises menacés par les manoeuvres déloyales des grandes compagnies pétrolières.

"Puisque le ministre Chevrette a déclaré que ces questions seraient discutées demain au Conseil des ministres, nous demandons au Gouvernement du Québec d'agir pour garantir le maintien de la vraie concurrence qui protège les consommateurs", a déclaré monsieur Maisonneuve qui a rappelé que déjà plus de 20 Etats américains étaient intervenus pour protéger les consommateurs des dangers que représente la disparition des entreprises indépendantes, garantes de la véritable concurrence dans le secteur pétrolier.

Source : René Blouin, Communications (514) 355-9600

Informations : Maurice Maisonneuve (514) 766-8424

-30- Date: 96/08/06 Heure: 12:15:53 Lignes: 27 219041
NNNN

## ANNEXE 6

**Communiqué de presse de l'Association des distributeurs indépendants de produits pétroliers daté du 7 août 1996 intitulé : «90 millions d'américains sont protégés par des lois qui freinent l'élimination de la concurrence»**

TELBEC / Message: 220062 Economie
ASSOCIATION DES DISTRIBUTEURS INDEPENDANTS
DE PRODUITS PETROLIERS

SELON UN EXPERT AMERICAIN :

## 90 MILLIONS D'AMERICAINS SONT PROTEGES PAR DES LOIS QUI FREINENT L'ELIMINATION DE LA CONCURRENCE

Montréal, le 7 août 1996 - Près de quatre-vingt-dix millions d'Américains habitent vingt et un Etats, dont près de la moitié ont des populations comparables à celle du Québec, qui ont décidé de légiférer pour contrecarrer les plans d'élimination de la concurrence des grandes pétrolières. Voilà le bilan actuel qu'a rendu public l'avocat américain Robert S. Bassman, un des spécialistes les plus en vue aux Etats-Unis sur les questions pétrolières relatives à l'élimination de la concurrence.

L'expert américain a précisé que sept Etats sont allés jusqu'à interdire ou limiter aux compagnies majeures l'accès direct au commerce de détail, cette exclusion ayant pour but d'éviter qu'elles ne contrôlent l'ensemble du commerce au détail du secteur pétrolier, provoquant ainsi des hausses de prix qui pénaliseraient à coup sûr les consommateurs. Les activités commerciales des compagnies majeures ont ainsi été limitées au raffinage et à la vente en gros; cela a eu pour effet bénéfique de multiplier les entreprises indépendantes qui, dans ces conditions, se livrent une concurrence accrue dans le secteur de la vente au détail, sans réelle possibilité de collusion propice à l'augmentation des prix. Maître Bassman a identifié les sept Etats qui ont adopté pareilles mesures appelées "Divorcement", il s'agit du CONNECTICUT, du DELAWARE, du DISTRICT OF COLUMBIA, de HAWAII, du MARYLAND, du NEVEDA et de la VIRGINIE.

D'autre part, quatorze autres Etats ont plutôt choisi de garantir la survie des indépendants en obligeant les compagnies majeures à offrir un prix de gros qui permet aux indépendants de fixer un prix de l'essence à la pompe aussi avantageux que celui des compagnies majeures. Ce mécanisme empêche les grandes multinationales d'utiliser des moyens déloyaux pour éliminer les entreprises indépendantes. La concurrence peut ainsi continuer à jouer son rôle de régulateur qui évite les hausses de prix pénalisantes pour les consommateurs.

L'expert américain a énuméré les Etats qui ont adopté de pareilles mesures dites du "Below Cost Sales", il s'agit de l'ALABAMA de l'ARKANSAS, du COLORADO, de la FLORIDE, du MAINE, du MASSACHUSETTS, du MICHIGAN, du MISSOURI, du MONTANA, du NEW JERSEY, de la CAROLINE DU NORD, de la CAROLINE DU SUD, du TENNESSEE et de l'UTAH.

Maître Bassman a de plus précisé que cinq Etats américains ont récemment débattu de législations pour contrer les pratiques dites "prédatrices" des compagnies majeures, ces Etats sont : le NEBRASKA, le WISCONSIN, l'IOWA, NEW YORK et le RHODE ISLAND.

Bien que ces lois n'aient pas encore été adoptées, on peut prédire que leur étude se poursuivra cet automne.

Selon l'expert américain, les interventions auprès du gouvernement central des Etats-Unis n'ont pas donné de résultats. Entraînant des procédures de plusieurs années, ces lois fédérales n'auraient pu empêcher la disparition des entreprises indépendantes; seules les interventions des Etats ont été efficaces pour maintenir une véritable concurrence. Maître Bassman considère que les lois canadiennes adoptées par le Parlement fédéral sont également peu efficaces pour contrer la situation dangereuse qui prévaut actuellement au Québec; c'est donc le gouvernement provincial qui est en mesure d'intervenir efficacement, tout comme ce sont les gouvernements des Etats qui interviennent aux Etats-Unis.

Source : Gérard Bétournay (514) 355-9600

Juin 1996

## DIVORCEMENT

Populations en millions

| | |
|---|---|
| *4,9 | Connecticut |
| 1,7 | Delaware |
| 0,7 | District of Columbia |
| 1,2 | Hawaii |
| *4,8 | Maryland |
| 1,2 | Nevada |
| *5,7 | Virginie |
| 20,0 millions | |

## BELOW COST SALES

| | |
|---|---|
| *4,1 | Alabama |
| 2,4 | Arkansas |
| 3,3 | Colorado |
| 13,0 | Floride |
| 1,2 | Maine |
| *6,0 | Massachusetts |
| *9,3 | Michigan |
| *5,1 | Missouri |
| 0,8 | Montana |
| *7,7 | New Jersey |
| *6,7 | Caroline du Nord |
| 3,1 | Caroline du Sud |
| *4,6 | Tennessee |
| 1,7 | Utah |
| 69 millions | |

EN PROCESSUS

| | |
|---|---|
| 1,6 | Nebraska |
| *4,7 | Wisconsin |
| 2,8 | Iowa |
| 18,0 | New York |
| 1,0 | Rhode Island |
| 28,0 millions | |

* Populations comparables au Québec

-30- Date: 96/08/07 Heure: 15:13:01 Lignes: 83 220047
NNNN

**ANNEXE 7**

**Communiqué de presse de l'ADIP daté du 7 août 1996 intitulé :"Un expert américain dresse un parallèle entre la situation québécoise et celle de nombreux états américains**

TELBEC / Message: 220063 Economie
ASSOCIATION DES DISTRIBUTEURS INDEPENDANTS
DE PRODUITS PETROLIERS

GUERRE DE L'ESSENCE ET DISPARITION DE LA VRAIE CONCURRENCE

## UN EXPERT AMERICAIN DRESSE UN PARALLELE ENTRE LA SITUATION QUEBECOISE ET CELLE DE NOMBREUX ETATS AMERICAINS

Montréal, le 7 août 1996 - "Puisque deux des quatre grandes compagnies majeures, dont Ultramar, sont des compagnies à intérêts américains, nous devons jeter un regard sur la situation américaine" soutient le porte-parole de l'Association des Distributeurs Indépendants de Produits Pétroliers, Monsieur Gérard Bétournay.

Dans cette perspective, l'avocat américain Robert S. Bassman a été invité à dresser un parallèle entre la situation québécoise et celle de nombreux Etats américains. L'expert américain considère que les compagnies majeures agissent actuellement sur le territoire québécois en fonction de plans d'élimination de la concurrence qui ont été conçus et utilisés aux Etats-Unis, ce qui a amené 21 Etats américains à légiférer pour protéger les consommateurs des conséquences néfastes de l'élimination de la vraie concurrence.

Maître Robert S. Bassman est un des avocats américains les plus en vue sur les questions pétrolières relatives à l'élimination de la concurrence. Il s'est fait particulièrement remarquer dans les dossiers d'élimination de la concurrence de six Etats américains où il a réussi à sensibiliser les Etats à la nécessité de protéger le consommateur des manoeuvres prédatrices des grandes compagnies majeures américaines.

Maître Bassman est un expert reconnu aux Etats Unis, il a en outre été invité à prononcer des conférences dans le cadre de séminaires organisés par "U.S. OIL WEEK", "OIL EXPRESS" et "EXECUTIVE ENTREPRISES INSTITUTE".

Maître Bassman est un expert des questions énergétiques auquel réfèrent notamment "The Wall Street Journal", "The New York Times", "The Washington Post", "Fortune" et "The Journal of Petroleum Marketing".

Source : Gérard Bétournay (514) 355-9600

-30- Date: 96/08/07 Heure: 15:14:09 Lignes: 35 220048
NNNN

## ANNEXE 8

**Communiqué de presse du Ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, daté du 8 août 1996 par lequel le ministre rendait public le mandat du Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence**

Gouvernement
du Québec

Ministre d'État des Ressources naturelles
Ministre responsable du Développement des régions
Ministre responsable des Affaires autochtones

# COMMUNIQUÉ

**POUR DIFFUSION IMMÉDIATE**

**CNW CODE 01**

## LE MINISTRE GUY CHEVRETTE REND PUBLIC LE MANDAT DU COMITÉ SPÉCIAL D'EXAMEN DE LA SITUATION DU MARCHÉ DE L'ESSENCE

**CHARLESBOURG, le 8 août 1996** - Le ministre d'État des Ressources naturelles et ministre responsable du Développement des régions, monsieur Guy Chevrette, a rendu public aujourd'hui le mandat qu'il confie au Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence à la suite de la décision du Conseil des ministres du 7 août 1996.

Ainsi, le comité sera présidé par le sous-ministre des Ressources naturelles, monsieur Michel Clair. Siégeront également sur le comité le directeur de la prévision des revenus autonomes du ministère des Finances, monsieur Luc Monty, le sous-ministre associé au secteur énergie du ministère des Ressources naturelles, monsieur Jacques Lebuis, ainsi que le directeur du gaz et du pétrole au ministère des Ressources naturelles, monsieur Alain Lefebvre, qui agira à titre de secrétaire du comité.

Le mandat du comité est le suivant:

- Rencontrer les représentants des entreprises pétrolières et des associations de distributeurs d'essence indépendants, en vue de clarifier leur point de vue respectif sur la situation du commerce de l'essence au détail au Québec;

- Dresser un état de situation du commerce de l'essence au détail et faire les constatations utiles;

- Comparer la législation québécoise avec celle de certaines provinces canadiennes ou états américains;

- Examiner succinctement l'impact de ces législations sur le commerce de l'essence au détail dans ces juridictions;

/...2

Ministre d'État des Ressources naturelles

5700, 4e Avenue Ouest
Bureau A-306
Charlesbourg (Québec)
G1H 6R1
Tél.: (418) 643-7295
Fax: (418) 643-4414

3, Complexe Desjardins
Tour Nord, 28e étage
Montréal (Québec)
H5B 1E3
Tél.: (514) 864-5917
Fax: (514) 873-1252

Ministre responsable du Développement des régions
Ministre responsable des Affaires autochtones

875, Grande-Allée Est
2e étage, suite 2.500
Québec (Québec)
G1R 4Y8
Tél.: (418) 644-5246
Fax: (418) 528-0372

- Obtenir la collaboration des parties en vue de partager les principales constatations;

- Faire des recommandations aux intéressés et au ministre en vue de favoriser un marché de détail de l'essence compétitif à long terme, libre et dynamique, dans l'intérêt des consommateurs, de l'économie québécoise et des parties

- Préparer au besoin la tenue d'une commission parlementaire

- 30 -

**SOURCE:** Shirley Bishop
Attachée de presse
(418) 643-7295

**ANNEXE 9**

**Communiqué de presse du REQUIN daté du 13 août 1996 annonçant le lancement d'une pétition d'appui au maintien de la saine concurrence**

TELBEC / Message: 226051 Economie
Regroupement Québécois des Indépendants

GUERRE DE L'ESSENCE

LE REQUIN LANCE UNE PETITION D'APPUI AU MAINTIEN DE LA SAINE CONCURRENCE

Montréal, le 13 août 1996 - Le Regroupement Québécois des Indépendants lance une pétition réclamant de l'Assemblée nationale du Québec l'adoption de mesures garantissant le maintien de la saine concurrence dans le secteur pétrolier.

"Puisque trois Québécois sur quatre souhaitent l'intervention du gouvernement du Québec pour assurer le maintien de la saine concurrence dans le secteur pétrolier et que le Gouvernement lui-même considère que les indépendants sont la garantie de cette bonne concurrence, nous allons demander aux 1 500 entreprises indépendantes qui composent le Regroupement de faire signer une pétition d'appui" a déclaré monsieur Maurice Maisonneuve, porte-parole du REQUIN. Ce dernier a précisé que cette pétition serait déposée devant les membres de l'Assemblée nationale afin qu'ils prennent tous et toutes conscience de la gravité de la situation qui menace l'intérêt des consommateurs québécois.

Monsieur Maisonneuve a invité tous les Québécois soucieux de protéger leurs intérêts à signer cette pétition afin d'exiger une intervention efficace du gouvernement du Québec, à l'image de 21 Etats américains qui ont adopté des lois qui protègent maintenant 90 millions d'Américains de l'élimination de la saine concurrence à laquelle se livrent les grandes compagnies majeures.

Le personnel de 1 500 postes d'essence regroupés par le REQUIN solliciteront ainsi l'appui du public au cours des prochaines semaines.

Source : Maurice Maisonneuve, REQUIN,
(514) 766-9408

-30- Date: 96/08/13 Heure: 12:24:48 Lignes: 30 226040
NNNN

**ANNEXE 10**

**Communiqué de presse conjoint de l'ADIP et de l'ASA daté du 15 août 1996 intitulé : "L'ADIP et l'ASA demandent au gouvernement d'agir rapidement**

TELBEC / Message: 228043 Economie Politique
ASSOCIATION DES DISTRIBUTEURS INDEPENDANTS DE PRODUITS PETROLIERS

GUERRE DE L'ESSENCE :

L'ADIP ET L'A.S.A. DEMANDENT AU GOUVERNEMENT D'AGIR RAPIDEMENT

Montréal, le 15 août 1996 -- Au cours de la rencontre tenue ce matin entre le ministre Chevrette, les membres du comité gouvernemental sur l'essence et les représentants des entreprises québécoises de distribution et de vente de produits pétroliers, les indépendants québécois ont demandé au Gouvernement d'adopter rapidement une solution qui interrompe les pratiques déloyales des compagnies majeures. "Nous craignons que les menaces de disparition auxquelles sont confrontés les indépendants ne se concrétisent avant que le débat n'ait pu se tenir. Nos membres sont à bout de souffle et le maintien de la saine concurrence mérite que le Gouvernement agisse", a déclaré, à l'issue de cette rencontre, le porte-parole de l'Association des Distributeurs Indépendants de Produits Pétroliers, monsieur Gérard Bétournay.

Les représentants des entreprises québécoises jugent positivement l'attitude gouvernementale qui recherche l'adoption d'une solution définitive dès le début du mois d'octobre. Ils soutiennent que le Gouvernement doit intervenir pour permettre aux indépendants de vendre l'essence à des prix aussi bas que ceux que fixent les compagnies majeures, sans menacer la survie des entreprises du Québec qui garantissent le maintien de la saine concurrence. "Il en va de l'intérêt des consommateurs québécois qui paieraient cher la disparition de la saine concurrence dans le secteur pétrolier", a pour sa part précisé monsieur Maurice Maisonneuve, président de l'Association des Services Automobiles du Québec.

D'autre part, les représentants des indépendants jugent inacceptable que, dans le cadre des travaux du Comité, les multinationales obtiennent, selon la formule présentée, 4 à 5 fois plus de temps pour convaincre les membres du Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence de la justesse de leur cause. Aussi ont-ils réclamé une formule qui donne à chaque partie une chance égale de faire valoir sa position; le Ministre a reçu positivement cette demande.

"Nous sommes confiants et croyons que le Comité va travailler avec célérité afin de présenter une solution permanente qui protège les consommateurs québécois", a conclu monsieur Bétournay.

Les indépendants réclament l'adoption d'une loi qui assure le maintien de la saine concurrence. Quatre-vingt-dix millions de citoyens américains sont actuellement protégés par ce type de lois adoptées par 21 Etats américains afin de freiner les pratiques déloyales et prédatrices des grandes compagnies pétrolières.

Source : René Blouin, Communication (514) 355-9600

-30- Date: 96/08/15 Heure: 11:47:35 Lignes: 48 228030
NNNN

## ANNEXE 11

**Commande spécifique adressée aux parties par le Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence lors des rencontres tenues les 14 et 15 août 1996**

## COMMANDE SPÉCIFIQUE ADRESSÉE AUX PARTIES

- leur analyse de la situation;
- leurs attentes spécifiques envers le gouvernement du Québec;
- comparer les législations québécoise, canadienne et américaine.

**Instructions spécifiques:**

- un document écrit doit être déposé (seule l'information écrite sera prise en compte);
- fournir la référence exacte des documents;
- distinguer entre l'information publique et l'information confidentielle (le gouvernement s'engage à respecter la confidentialité de l'information déposée);
- prévoir des blocs de rencontre n'excédant pas deux (2) heures (les parties doivent préparer leur document en conséquence).

Ce papier contient 50 % de fibres recyclées, dont 10 % après consommation

**ANNEXE 12**

**Communiqué de presse du Ministre d'État des Ressources naturelles, M. Guy Chevrette, daté du 15 août 1996 et intitulé : "Le Ministre Chevrette fonde beaucoup d'espoir sur la collaboration des représentants de l'industrie pétrolière"**

Gouvernement
du Québec

[illegible] des ressources naturelles
[illegible] du Développement des régions
[illegible] des Affaires autochtones

# COMMUNIQUÉ

**POUR DIFFUSION IMMÉDIATE** **CNW CODE 01**

## LE MINISTRE GUY CHEVRETTE FONDE BEAUCOUP D'ESPOIR SUR LA COLLABORATION DES REPRÉSENTANTS DE L'INDUSTRIE PÉTROLIÈRE

**CHARLESBOURG, le 15 août 1996** - Le ministre d'État des Ressources naturelles et ministre responsable du Développement des régions, monsieur Guy Chevrette, fonde beaucoup d'espoir sur la collaboration des représentants de l'industrie pétrolière pour l'aider à identifier des pistes pouvant mener à trouver une solution qui assurera une saine concurrence dans le marché de la vente d'essence au Québec. C'est ce que le ministre a fait savoir aujourd'hui à l'issue de ses rencontres avec les représentants de l'industrie pétrolière.

Le ministre Chevrette a demandé à chaque représentant de l'industrie pétrolière de déposer un mémoire au Comité spécial d'examen de la situation du marché de l'essence, présidé par le sous-ministre des Ressources naturelles, monsieur Michel Clair, d'ici le 29 août 1996. Ce document devra répondre à une série de questions relatives à la situation actuelle du marché de l'essence au Québec et aux législations existantes.

Le Comité spécial colligera les informations et convoquera de nouveau les représentants de l'industrie pétrolière au cours de la semaine du 9 septembre 1996 à une rencontre pour discuter plus amplement des informations transmises. Le Comité spécial fera ses recommandations au ministre Chevrette à la fin de septembre. Le ministre déposera un mémoire à cet effet au Conseil des ministres au début d'octobre.

...2

[illegible]

[illegible]
[illegible]
[illegible] Québec
[illegible]
Tél. : [illegible]

3, Complexe Desjardins
Tour Hydro, 26e étage
Montréal (Québec)
[illegible]
Tél. : (514) 864-5917
[illegible]

Ministère du Développement des régions
Ministère des Affaires autochtones

875, Grande-Allée Est
2e étage, suite [illegible]
Québec (Québec)
G1R 4Y8
Tél. : (418) [illegible]
[illegible]

«Aucun moyen d'intervention n'est exclu pour assurer une saine concurrence dans le marché de l'essence au Québec», a déclaré le ministre en ajoutant qu'il compte sur la collaboration des représentants de l'industrie pétrolière pour créer la meilleure conjoncture possible pendant la période de travail du comité spécial.

Rappelons que le ministre d'État des Ressources naturelles a reçu l'aval du Conseil des ministres le 7 août dernier pour examiner toutes les avenues et trouver une solution à la crise que vit présentement le marché de la vente d'essence au Québec.

- 30 -

**SOURCE :** Shirley Bishop
Attachée de presse
(418) 643-7295

## ANNEXE 13

**Sommaire des législations concernant le commerce de l'essence dans certains états américains**

Sommaire des législation concernant le commerce de l'essence dans certains états américains

| État | Objectifs de la loi | Actes considérés illégaux: Cas général | Actes considérés illégaux: Exceptions | Mécanisme de surveillance / recours | Pénalités | Autres caractéristiques des lois |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Législations de type "Below Cost"** | | | | | | |
| Arkansas, 1993 | - Réglementer l'intégration verticale dans l'industrie pétrolière.<br><br>- La présence de petits détaillants indépendants est essentielle à une saine compétition. Ils doivent être protégés contre la concurrence déloyale du 'predatory pricing'.<br><br>- Les lois antitrust sont difficiles à utiliser, d'où le besoin d'une législation spécifique. | -Tout commerçant qui vend au détail moins cher que le 'coût au détaillant' avec intention ou effet de nuire à la compétition.<br><br>- Tout raffineur qui vend ou transfert a ses affiliés à un prix moindre que ce qu'il vend à d'autres non-affiliés.<br><br>- Tout raffineur qui limite ou alloue de façon discriminatoire les quantités de carburant disponibles à ses clients sous contrat.<br><br>- Les réductions, rabais ou traitements favorables discriminatoires accordés par les raffineurs à certains clients (pour la revente). | - On peut vendre à perte pour concurrencer un compétiteur, mais on ne peut vendre moins cher que lui.<br><br>- Vente de liquidation d'un produit (qu'on ne vendra plus) ou de fermeture.<br><br>- Vente d'ouverture (max: 3 jours).<br><br>- Vente sur un mandat de la cour.<br><br>- Si les ventes du raffineur ou grossiste ne sont pas destinées à la revente (vente à une ferme, etc...). | - Tout raffineur doit révéler sur demande ses prix de transfert.<br><br>- Le procureur général et les personnes lésées par violation de la loi peuvent poursuivre au civil.<br><br>- S'il y a violation apparente, le fardeau de la preuve revient au défendant. | -Maximum de $1000 par jour d'infraction.<br><br>- Peut aller jusqu'à trois fois les dommages subit par les concurrents lésés.<br><br>- Frais juridiques.<br><br>- Injonction. | - Le 'coût au détaillant' comprend la somme des coûts de transport du carburant, les taxes, les coûts d'opération de la station et le moindre du coût d'achat ou de remplacement du carburant.<br><br>- Elle ne différencie pas explicitement pour les marchés (Ex.: Deux stations distantes de 300 km ne sont pas dans . même marché) ou pour le niveau de distribution. |
| Floride, 1987 | - Pour remplacer le 'retail divorcement'.<br><br>- Une compétition juste et saine dans la vente au détail des carburants est désirable pour le bénéfice des consommateurs.<br><br>- Les pratiques déloyales et de discrimination affectent défavorablement la compétition. | - Un raffineur qui vend au détail moins cher que le coût du raffineur.<br>-Tout non-raffineur qui vend au détail à un prix inférieur à ses coûts.<br><br>- Un raffineur ou son affilié qui vend au détail moins cher qu'à un grossiste ou commerçant (qui vend dans le même marché) sous contrat avec le raffineur.<br><br>- Vendre/acheter pour la revente à un prix plus bas que celui que le vendeur/acheteur vend/achète à quelqu'un d'autre au même niveau de distribution.<br><br>- Un raffineur qui vend à un grossiste plus cher qu'à un commerçant en compétition avec une station désservie par le grossiste.<br><br>- Tout fournisseur ou raffineur qui limite ou alloue de façon discriminatoire les quantités de carburant disponibles à ses clients sous contrat.<br><br>- Un raffineur ou fournisseur qui fixe le prix de vente au détail à une station qu'il dessert.<br>- Un fournisseur qui vend et loue une station à une personne qui impose des modifications de matériel pendant la durée de l'entente | - On peut vendre à perte pour concurrencer un compétiteur, mais on ne peut vendre moins cher que lui.<br><br>- Un incident isolé amenant une violation de certains articles.<br><br>- Si la différence de prix provient d'une différence de coûts de vente ou de livraison provenant de méthodes ou de quantités différentes.<br><br>- Vente de fermeture.<br><br>- Vente d'ouverture (max 3 jours). | - Toute personne lésée par violation de la loi peuvent poursuivre au civil.<br><br>- Des plaintes peuvent être portées à l'attention de Division of Consumer Services qui enquête et transmet le cas au Department of Legal Affairs, qui peut poursuivre au civil. | -Maximum de $10 000 par jour d'infraction, avec un maximum global de $250 000.<br><br>- Dommages subit par les concurrents lésés.<br><br>- Frais juridiques.<br><br>- Injonction. | - La loi prévoit des formules de plaintes.<br><br>- Il peut y avoir aide financière pour poursuivre des présumés offenseurs.<br><br>- La loi différencie le niveau de distribution des produits ainsi que le marché géographique. |

| État | Objectifs de la loi | Actes considérés illégaux | | Mécanisme de surveillance / recours | Pénalités | Autres caractéristiques des lois |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Cas général | Exceptions | | | |
| Nevada (suite) | | - Un raffineur qui limite ou restaint les fourniture de carburants à un détaillant ou un grossiste.<br><br>- Un raffineur qui ne renouvelle pas une franchise sans compenser équitablement le détaillant pour son investissement de capital, et qui ne renouvelle pas sans avertir le détaillant dans un délais de 30 jours avant la fin et pour des raisons valables. | | | | |
| Virginie, (1979) | - La préservation des droits, responsabilités et indépendance des petites entreprises est essentielle à la vitalité économique. | - Un raffineur qui met fin à une entente sans avis préalable (60 jours) et raison valablè (une liste incomplète en est donnée).<br><br>- Un raffineur qui opère une station à moins de 1mile et demi d'une sataion d'un de ses franchisé.<br><br>- (de juillet 1990 à juin 1991) un raffineur qui construit et opère une station service (sauf si il possédait déja l'emplacement).<br><br>- Un fournisseur (producteur, raffineur ou grossite) qui reduit ou cesse de fournir les volumes mesuels de produits pétroliers à un distributeur (ou son successeur). | - Pas besoin de délais de 60 jours dans les situations où il y a entente mutuelle ou dans les cas où le détaillant n'est pas ouvert à des heures raisonnables pendant 5 jours consécutifs, a une conduite criminelle, fait faillite ou en cas de mort, d'incompétence et déficience totale et permanente.<br><br>Concernant les fournitures mensuelles:<br>- Défaut de la part du distributeur de se plier aux exigences matérielles imposée par contrat ou entente entre lui et le fournisseur.<br><br>- En cas de force majeur (ex. cataclysme, "acts of God", etc..., i.e. un événement qui n'est pas sous le contrôle du fournisseur ).<br><br>- Si le fournisseur offre une source alternative équivalente au distributeur.<br><br>- Si le fournisseur donne un préavis de 12 mois. | - Les personnes lésées (ou leurs sucesseurs) ont recours au civil. | - Dommages forfaitaires de $2500 plus les frais d'avocats, plus des dommages avec preuve.<br><br>- | - Toute entente entre un raffineur et un détaillant doit respecter certains termes visant à en préserver l'honnêteté (il y en a plus de deux pages).<br><br>- Un raffineur doit, en cas de fin d'entente, faire de bonne foi une offre de rachat des produits non-écoulés qui lui ont été achetés.<br><br>- Un raffineur doit informer tout franchisé potentiel de: volume vendus dans le passé, nom et edresse du détaillant précédent, les obligations légales et autres du franchisé, la formation ou entrainement nécessaires et les restriction sur la vente, le transfert et la fin de l'entente.<br><br>- Les raffineurs, en cas de pénurie, doivent fournir tous leurs clients de manière équitable.<br><br>- Aucune entente ne peu imposer des quotas d'achat ou de vente. |

| État | Objectifs de la loi | Actes considérés illégaux<br>Cas général | <br>Exceptions | Mécanisme de surveillance / recours | Pénalités | Autres caractéristiques des lois |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Louisianne, 1940 | - Vendre à moins que le coût certains items (pour attirer la clientèle) est une méthode de compétition déloyale.<br><br>- Cela nuit au commerce, trompe le consommateur et éloigne les affaires des commerçant qui ont une politique de prix loyale. | - Un grossiste ou détaillant qui vend à un prix inférieur à ses coûts certains items pour attirer d'autres transactions ou pour nuire à un compétiteur.<br><br>- Vente ou échange entre détaillants et/ou grossistes à un prix moindre que le minimum prévu (par l'entremise de quelque procédé que ce soit).<br><br>- Fournir de la main d'oeuvre ou des services avec un achat à l'acheteur de manière à en réduire indirectement le prix de vente. | - Vente de liquidation.<br>- Marchandises périssables qui doivent être vendue rapidement.<br>- Marchandises endommagées ou hors-séries.<br>- Vente de fermeture.<br>- Vente à un organisme de charité.<br>- Vente au gouvernement.<br>- Pour concurrencer la compétition.<br>- Vente sur un mandat de la cour. | - Procureur de l'état. | - Minimum $25 et maximum $500 pour chaque vente illégale.<br><br>- Injonction.<br><br>-Perte de permis. | - Cette loi est générale, i.e. qu'elle s'applique à toutes les industries, et non pas à celle des carburants en particulier. |
| Montana, 197? | - Les petits commerçants indépendants sont essentiels à un marché compétitif.<br><br>- Ils ne peuvent survivre à des pratiques de 'below cost pricing'.<br><br>- Le 'below cost pricing' est une pratique déloyale et cette loi vise à l'empêcher. | - Un grossiste qui vend à un détaillant moins cher que le coût de livraison plus ses coûts totaux (coûts fixes et variables), avec l'effet de détruire ou réduire la compétition.<br><br>- Un détaillant qui vend moins cher que le coût de livraison plus ses coûts totaux (coûts fixes et variables), avec pour effet de détruire ou réduire la compétition.<br><br>- Un grossiste qui vend ou transfère à un affilié pour revente au détail à un prix de transfert plus bas que ce qu'il charge à un autre détaillant qui lui achète une même quantité dans la même région avec pour effet de détruire ou réduire la compétition. | - Pour concurrencer de bonne foi la compétition.<br>- Une transaction isolée et inabituelle.<br>- Vente de liquidation.<br>- Marchandises endommagées.<br>- Vente de fermeture.<br>- Vente à un organisme de charité.<br>- Vente sur un mandat de la cour.<br><br>- Si un grossiste vend à un autre grossiste, il n'est pas obligé d'inclure ses coûts totaux. | - Toute personne lésée par violation de la loi peut poursuivre au civil.<br><br>- Avocat de comté.<br><br>- Ministère de la Justice. | - Maximum de $1000 par jour d'infraction.<br><br>- Injonction.<br><br>- Frais d'avocats<br><br>- Dommages causés. | - Des éléments de preuve d'infraction constituent une preuve à première vue de l'intention de détruire ou réduire la compétition.<br><br>- Des contrats qui contreviennent à cette loi ne sont pas valides.<br><br>- Il n'y a aucun mécanisme de surveillance. |
| Oklahoma, 197? | Idem Louisianne. | | | | | |
| Pensylvanie, 1941 | - Vendre certains items à un prix inférieur aux coûts (pour attirer la clientèle) est une méthode de compétition déloyale.<br><br>- Cela nuit au commerce, trompe le consommateur et éloigne les affaires des commerçant qui ont une politique de prix loyale. | - Un grossiste ou un détaillant qui vend à un prix inférieur à ses coûts pour attirer d'autres transactions, nuire à la compétition, réduire les échanges ou tendre à créer un monopole. | - Vente de liquidation.<br>- Marchandise périssable qui doit être vendue rapidement.<br>- Marchandise endommagée ou hors-série.<br>- Vente de fermeture.<br>- Vente à un organisme de charité.<br>- Vente au gouvernement.<br>- Pour concurrencer la compétition.<br>- Vente sur mandat de la cour.<br>- Outils nécessaires à la santé ou sécurité des employés du vendeur à qui ils sont vendus. | - Toute personne lésée par violation de la loi peut poursuivre au civil.<br><br>- Procureur de l'état. | - Minimum $50 et maximum $500 pour chaque vente illégale, ou emprisonnement (max. 30 jours).<br><br>- Injonction.<br><br>-Dommages et frais d'avocats. | - Cette loi est générale, i.e. qu'elle s'applique à toutes les industries, et non pas à celle des carburants en particulier.<br><br>- Il y a plusieurs sections de cette loi qui traite spécifiquement des produits du tabac. Elles ne sont pas présentées ici. |

| État | Objectifs de la loi | Actes considérés illégaux | | Mécanisme de surveillance / recours | Pénalités | Autres caractéristiques des lois |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Cas général | Exceptions | | | |
| Caroline du Sud, 1993 | Non mentionné dans la loi. | - Toute personne qui vend au détail à un prix plus bas que le coût d'acquisition plus taxes et transport. | - Vente de liquidation.<br>- Vente de fermeture.<br>- Vente pour des fins promotionnelles (max. de 14 jours par année).<br>- Pour faire face à la compétition.<br>- Vente sur un mandat de la cour.<br>- Un événement isolé ne dépassant pas 2 jours. | - Un grossiste ou un détaillant qui se prévaut d'une exception à la loi doit maintenir des dossiers (destinés à l'usage du 'Department of Consumer Affairs' et du 'Attorney General's Office') soutenant sa position.<br><br>- Tous les détaillants doivent afficher leur prix.<br><br>- Le procureur de l'état peut poursuivre. | - Minimum de $500 et maximum de $5000 par vente illégale. | - Il existait une loi générale sur les 'Unfair Trade Practices' qui a été amendée en 1993 pour traiter explicitement l'industrie des carburants. Seuls les amendements sont présentés ici.<br><br>- Il a été très difficile d'apporter ces amendements à la loi qui existait déja à causer de la résistance des compagnies.<br><br>- Le 'Petroleum Marketers Association' est d'avis que cette loi n'est pas suffisement forte et que ce n'est qu'un pied dans la porte. |
| Tennessee, 1977 | - Réglementer l'intégration verticale car elle tend à réduire et inhiber la compétition.<br><br>- Les petits commerçants et distributeurs indépendants sont essentiels à un marché compétitif et ne peuvent survivre à des prix subventionnés (prix inférieurs aux coûts). | - Un producteur qui met fin, ne renouvelle pas ou tente de mettre fin à un accord de franchise sans raison valable ou sans respecter les délais prescrits et qui opère ensuite le site lui-même dans les 2 ans qui suivent, sera reconnu coupable.<br><br>- Un détaillant qui vend moins cher que le 'coût au détaillant'.<br><br>- Un détaillant qui limite ou refuse de vendre au détail à un autre détaillant ou distributeur des produits offerts au publique à un coût moindre que le 'coût au détaillant'.<br><br>- Un producteur qui transfère à un affilié des produit pour un prix moindre que ce qu'il vend à d'autres détaillants dans le même marché.<br>- Un producteur, raffineur ou distributeur ne peut discriminer par le prix. Il doit fournir (sur demande) à ses franchisés les prix auxquels il vend ses produits à d'autres commerçants. | - Pour concurrencer un compétiteur.<br><br>- Pour de la production agricole.<br><br>- Pour des fins industrielles et commerciales ne visant pas la vente au publique.<br><br>- Pour un employeur à l'usage de ses employés. | - Les personnes lésées ont un recours civil.<br><br>- Procureur de l'état. | - Dommages pouvant aller à trois fois la valeur de la franchise et des pertes encourrues.<br><br>- Dommages punitifs.<br><br>- Frais d'avocats.<br><br>- Injonction. | - Les détaillants ont droit d'association.<br><br>- Un producteur doit avertir un franchisé 60 jours à l'avance de son intention de mettre fin à l'entente (avec une raison valable).<br><br>- Un franchiseur doit dévoiler certains renseignements avant de signer une entente (volumes vendus par le passé, prévisions des volumes futurs, nom et adresse de l'ancien franchisé, tout devoir légal associé au site, etc...).<br><br>- Dans la création d'une franchise, aucune entente ne peut limiter le droit de recour en justice, permettre au franchiseur de fixer les prix, le franchisé peut déléguer à un tiers avec accord du franchiseur (un refus doit être motivé par des motifs raisonnables. En cas de décès, la succession hérite des droits du franchisé. Si un dépot est exigé, le franchiseur le garde et doit donner des intérêts. |

| État | Objectifs de la loi | Actes considérés illégaux: Cas général | Actes considérés illégaux: Exceptions | Mécanisme de surveillance / recours | Pénalités | Autres caractéristiques des lois |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Utah, 1987 | Non mentionné dans la loi. | - Pour quiconque de vendre plus bas que le coût, tel que défini dans la loi.<br><br>- Pour quiconque de discriminer sur le prix de vente.<br><br>- Un raffineur qui vend ou transfère (à lui-même ou un affilié) des carburant destinés à la revente à un autre niveau de distribution à un prix de transfert plus bas que le prix demandé à d'autres. | - Si la différence entre les prix est due à une différence de quantité, de méthode de livraison, de coûts de transport ou de marketting.<br><br>- Si c'est pour égaler la compétition. | - Tous les raffineurs doivent établir et dévoiler sur demande leurs prix de transfert.<br><br>- 'Division of Consumer Protection' charge le procureur général ou le procureur de compté de poursuivre au civil.<br><br>- Les personnes lésées peuvent poursuivre au civil.<br><br>- Tous ceux engagés dans le commerce doivent tenir à jour des dossiers (disponibles à 'division of Consumer Protection' et procureur général) indiquant toute variation de prix (date, heure et identité). | - Maximum de $5000 par jour et par station en infraction.<br><br>- Dommages causés et dommages exemplaires.<br><br>- Frais d'avocats.<br><br>- Injonction.<br><br>- Frais d'enquête de l'état. | - En comparant les prix, la cour ne considère pas tout autre produit offert en marge des carburants (articles promotionnels).<br><br>- Le fardeau de la preuve est au défendant s'il y a violation à première vue.<br><br>- Une personnne qui achète pour vendre des carburants qui croit q'un autre est en infraction peut obtenir de la cour que le tiers dévoile les prix de transfert, l'information spécifique au marché ou transfère, coûts, montant et nature de rabais et services, etc... |
| **Législations de type "Divorcement"** | | | | | | |
| Hawaï, 1993 | - La distribution des carburants affecte la santé, la sécurité et le bien-être des citoyens.<br><br>- La viabilité durable des distributeurs indépendants est vitale au maintient d'un marché juste et compétitif.<br><br>- Des prix déloyaux menace la survie des détaillants et distributeurs indépendants. | - Un raffineur ou distributeur qui ouvre une nouvelle station service qu'il opère directement.<br><br>- Un raffineur ou producteur (ou un subsidiaire) qui opère une station service.<br><br>- Un raffineur ou distributeur qui vend à un détaillant plus cher ou pareil à: 1) le plus bas prix qu'il vend au détail dans une de ses stations moins un coût raisonnable de frais généraux; ou 2) le plus bas prix auquel il vend à un compte commercial, moins les coûts raisonnables de le vendre. | - Il n'y a pas d'exceptions. | - Leministère du commerce et de la consommation doit rassembler et étudier l'impact de la vente au détail par des raffineurs et grossistes en compétition avec des stations franchisées et indépendantes.<br>- Les grossiste doivennt afficher leurs prix.<br>- le procureur général et les personnes lésées peuvent poursuivre au civil. | - Injonction.<br><br>- Trois fois les dommages.<br><br>- Frais encourrus. | - On a ajouté à cette loi un chapitre protant sur les prix. Il était absent auparavent. |

| État | Objectifs de la loi | Actes considérés illégaux | | Mécanisme de surveillance / recours | Pénalités | Autres caractéristiques des lois |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Cas général | Exceptions | | | |
| Maine, 1991 | Non mentionné dans la loi | - Un raffineur qui s'assure le contrôle d'autres stations à l'intérieur d'un rayon de 2 miles d'une station qu'il contrôle déja.<br><br>- Un détaillant, grossiste ou raffineur qui représente mal l'efficacité d'une fournaise à l'huile ou qui s'engage dans une pratique trompeuse dans la vente d'huile à chauffage.<br><br>- Un raffineur qui fixe ou maintient le prix auquel un franchisé vend au détail le carburant.<br><br>- Un détaillant, grossiste ou raffineur qui s'engage dans des pratiques de concurrence déloyales, telles que définies par la procurreur général. | | - Les grossistes et les raffineur doivent fournir des rapports au bureau du Procureur Général (max. 4 par année) et indiquer les volumes vendus, les volumes vendus aux stations qu'il contrôle et le volume de ses ventes pour consommation.<br><br>- Un raffineur doit en plus fournir la liste (et la tenir à jour) des stations qu 'il contrôle.<br><br>- Le procureur général peut faire comparaître, témoigner et produire des documents reliés à la détermination des parts de marché.<br><br>- Le procurreur général doit faire annuellement un rapport aux législateurs décrivant la concentration des stations services et faire des recommandations.<br><br>- Un comité consultatif sur le pétrole (7 membres) est créé pour conseiller le procureur général dans ses recommandations. | - Le procurreur général et les personnes lésées peuvent poursuivre au civil.<br><br>- Pénalité maximale de $10000 par jour d'infraction.<br><br>- Dommages subit par le partie lésé.<br><br>- Frais d'avocats (et d'enquête pour le procurreur).<br><br>- Injonction.<br><br>- Liquidation des actifs dans la station service illégale d'un raffineur et remboursement des revenus bruts. | - Cette législation comprend des éléments de "divorcement" mais également de "below cost", quoique définis de manière large.<br><br>- L'accent est mis sur la surveillance. |
| Maryland, (1979) | - Le but est de protéger la compétition dans la vente des carburants au Maryland. | - Un raffineur ou producteur qui ouvre ou opère une station service de quelque manière que ce soit.<br><br>- Un producteur, raffineur ou grossiste qui offre des rabais sélectivement à certaines stations service qu'il dessert (et non à toutes).<br><br>- Un producteur, raffineur ou grossiste qui loue de l'équipement avec un traitement favorable à | - Un subsidiaire d'un producteur ou raffineur qui opère une station service lors de l'entré en vigueur de cette loi n'a pas à se raporter au controlleur du trésor si, pour l'année précédente, son chiffre d'affaire dans l'état était moins de 2% de son chiffre d'affaire total.<br>- Une station service que possède et opère une coopérative agricole éligible à des | - Tous les carburants destinés à la vente sont sujets à inspection et analyse.<br><br>- Tous les intervenants de l'industrie (du producteur au détaillant) avant de | Non mentionné dans nos documents. | |

| État | Objectifs de la loi | Actes considérés illégaux<br>Cas général | Exceptions | Mécanisme de surveillance / recours | Pénalités | Autres caractéristiques des lois |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Maryland (suite) | | certaines stations service (et non à toutes).<br><br>- Un producteur, raffineur ou grossiste qui discrimine dans entre les stations services qu'il dessert en cas de pénurie. | emprunt auprès d'une banque pour coopératives. | vendre des carburants doivent déposer au Contrôleur du Trésor (Comptroller or Tresury) une déclaration indiquant leur désir de vendre des carburants, la marque qu'ils vont vendre, le nom et adresse du fournisseur, que ces produits sont en règles et qu'ils ne les modifieront pas.<br><br>- Le contrôleur peut adopter des règles permettant certaines exceptions. | | |
| Nevada, 1987 | - Non mentionné dans la loi. | - Un raffineur qui commence à opérer directement une station service (via un subsidiaire) ou vendre au détail des carburants dans une station service.<br><br>- Un raffineur qui s'engager dans l'opération directe (via un subsidiaire) de plus de 15 stations service.<br><br>- Un raffineur qui opère une station service et qui vend à d'autres stations (dans le même marché que celle qu'il opère) à un prix supérieur à son prix de détail moins 4 cents.<br><br>- Un raffineur qui agit de mauvaise foi en se soumettant aux termes d'une franchise ou d'un contrat avec un grossiste, ou qui use d'influence illégitime pour forcer un détaillant à renoncer à un droit prévu par la franchise.<br><br>- Un raffineur qui restraint le droit d'association des détaillants et grossistes.<br><br>- Un raffineur qui change ou modifie une restriction sur les activité commerciales d'un détaillant pendant le terme d'une franchise qui n'est pas reliée à la vente de produits pétroliers. | | - Tout détaillant, grossiste ou raffineur peu poursuivre au civil. | - Dommages subis.<br><br>- Frais légaux (incluant les frais d'avocats).<br><br>- Injonction. | - Si le raffineur ne donne pas de notice de non-renouvellement au détaillant, celui-ci a l'option de renouveller aux termes de l'ancienne entente. |

| ÉTATS | PRIX RÈGLEMENTÉ ET LIMITE INFÉRIEURE | DÉFINITION DE LA LIMITE |
|---|---|---|
| Floride | Prix de vente au détail<br><br>La limite inférieure varie selon le vendeur : coût du raffineur[2] et coût du non raffineur | Le coût du raffineur comprend :<br>- le prix de gros affiché par le raffineur;<br>- plus taxes;<br>- plus coûts d'inspection;<br>- plus coûts de transport;<br>- plus coûts directs de main-d'oeuvre;<br>- plus valeur de location raisonnable de la station.<br><br>Le coût des non-raffineurs correspondent à :<br>- coût facturé pour l'essence;<br>- moins allocation pour carte de crédit;<br>- moins rabais obtenus;<br>- plus taxes;<br>- plus frais d'inspection;<br>- plus coûts de transport;<br>- plus coûts de main-d'oeuvre directs;<br>- plus valeur raisonnable de location de la station.<br><br>S'il y a un item en promotion, on ajoute les coûts afférents à celui-ci. |
| Arkansas | Prix de vente au détail<br><br>Limite inférieure : coût du détaillant | Le coût du détaillant correspond à :<br><br>- coût d'achat de l'essence ou le coût de remplacement (on prend le plus bas);<br>- moins les rabais;<br>- plus coûts de transport;<br>- plus taxes;<br>- plus coût raisonnable de vendre à cette station. Celui-ci comprend (mais n'est pas limité à) :<br>o travail - intérêts sur capital emprunté;<br>o rente;<br>o dépréciation;<br>o coût de la vente;<br>o entretien;<br>o pertes dues à des bris et dommages;<br>o frais de crédit;<br>o licences, pertes de créances;<br>o taxe, assurance, publicité;<br>o contrôle environnemental (n'inclut pas les frais de décontamination du site). |

[2] De plus, le raffineur ne peut vendre en gros plus cher qu'il vend au détail.

| ÉTATS | PRIX RÈGLEMENTÉ ET LIMITE INFÉRIEURE | DÉFINITION DE LA LIMITE |
|---|---|---|
| Montana | Prix de vente au détail et prix de gros<br><br>Limites inférieures: coût du détaillant et coût du grossiste | Le coût du détaillant et le coût du grossiste correspondent à :<br><br>- coût du carburant reçu;<br>- plus coût de faire des affaires.<br><br>La définition du coût du carburant reçu varie selon qu'il s'agisse d'un grossiste/détaillant ou d'un raffineur :<br><br>grossiste ou détaillant :<br><br>- le prix le plus récent ou le prix de transfert le plus récent moins tout rabais[1], plus les coûts de transport, plus les taxes.<br><br>Raffineur : le prix « posted rack price » (prix au terminal de la raffinerie destiné à la vente en gros) plus les coûts de transport, plus les taxes s'il y a lieu.<br><br>La définition du coût de faire des affaires est pratiquement la même pour tous. En l'absence d'un coût moindre, c'est 1 % du coût de livraison pour les ventes en gros et 6 % du coût de livraison pour les ventes au détail. Dans les autres cas, cela inclut tous les coûts encourus en faisant le commerce. Ceci comprend les coûts reliés à (sans se limiter à) :<br><br>- travail;<br>- rente;<br>- intérêt sur capital emprunté;<br>- amortissement;<br>- coûts de la vente;<br>- entretien d'équipement;<br>- pertes subies (bris ou dommages);<br>- frais de crédit;<br>- créances perdues;<br>- licences, taxes, assurance, publicité. |
| Pennsylvanie (loi générale, i.e. elle n'est pas spécifique à l'industrie; | Prix de vente au détail et prix de gros<br><br>Limites inférieures: coût du détaillant et coût du grossiste | Le coût du détaillant comprend:<br>- prix facturé pour la marchandise ou le coût de remplacement (on prend le plus bas);<br>- moins tout rabais[1];<br>- plus une allocation pour publicité, promotions et autres;<br>- plus coûts de transport;<br>- plus une marge pour couvrir le coût de faire des affaires (en absence de preuve c'est 4 % du coût de détail).<br><br>Le coût du grossiste comprend la même chose que pour le détaillant, mais le minimum en absence de preuve est de 2 %. |
| Louisiane (loi générale, i.e. elle n'est pas spécifique à l'industrie) | Prix de vente au détail et prix de gros<br><br>Limites inférieures: coût du détaillant et coût du grossiste | Le coût du détaillant comprend :<br>-le prix facturé ou le coût de remplacement (on prend le plus bas);<br>- moins les rabais[1];<br>- plus les coûts de transport et manutention;<br>- plus une marge pour le coût de faire des affaires (en absence de preuve d'un coût plus bas, c'est 6 % du coût au détaillant après coûts de transport).<br><br>Le coût du grossiste comprend la même chose que pour le détaillant, mais le minimum en absence de preuve est de 2 %. |

[1] Sauf les rabais habituel pour paiement en espèces.

## SPÉCIFICATIONS DES COÛTS DANS LES LÉGISLATIONS DE TYPE "BELOW COST"

| ÉTATS | PRIX RÉGLEMENTÉ ET LIMITE INFÉRIEURE | DÉFINITION DE LA LIMITE |
|---|---|---|
| Tennessee | Prix de vente au détail<br><br>Limite inférieure: coût du détaillant | Le coût du détaillant correspond à la somme de:<br><br>- coût d'acquisition ou de remplacement (le plus bas des deux);<br>- coûts de transport;<br>- « Frais généraux » (cost of overhead) raisonnable à cette station. Ceux-ci ne sont pas définis. |
| Utah | Prix de vente au détail<br><br>Limite inférieure: coût selon la provenance du produit | Si l'essence ne vient pas d'un affilié, les coûts du commerçant sont :<br><br>- prix facturé au commerçant le plus bas dans les 5 derniers jours ou le dernier prix facturé s'il n'y a pas eu de livraison dans les 5 derniers jours;<br>- moins tout rabais ou remboursement applicable (sauf rabais habituel pour paiement en espèce);<br>- plus transport et taxes;<br>- plus le coût raisonnable de faire des affaires. En l'absence de preuve d'un coût plus faible, c'est 6 % du prix de détail affiché.<br><br>Si l'essence provient d'un affilié, les coûts du commerçant sont :<br><br>- le prix de transfert le plus bas dans les 5 derniers jours ou le dernier prix de transfert s'il n'y a pas eu de livraison dans les 5 derniers jours;<br>- moins tout rabais ou remboursement applicable (sauf rabais habituel pour paiement en espèce);<br>- plus transport et taxes;<br>- plus le coût raisonnable de faire des affaires. En l'absence de preuve d'un coût plus faible, c'est 6 % du prix de détail affiché. |
| Caroline du Sud | Prix de vente au détail<br><br>Limite inférieure: coût | Le coût correspond à :<br><br>- coût d'acquisition; (Note : aucune définition des coûts d'acquisition n'est incluse dans les documents dont on dispose.)<br>- plus transport;<br>- plus les taxes. |
| Oklahoma (loi générale, i.e. elle n'est pas spécifique à l'industrie) | Prix de vente au détail<br><br>Limite inférieure : coût du détaillant | Le coût du détaillant correspond à :<br><br>- prix facturé au détaillant ou le coût de remplacement (on prend le plus bas);<br>- moins rabais applicables (sauf rabais habituel pour paiement en espèce);<br>- plus frais de transport et de manutention non inclus;<br>- plus taxes;<br>- plus une marge pour le coût de faire des affaires. En l'absence de preuve d'un coût moindre, c'est 6 % du coût au détaillant avant taxe mais après transport. |

## Définitions utilisées dans les législations américaines

Les définitions suivantes sont généralement appliquées dans les législations.

**Détaillant** Toute personne ou entreprise engagée dans la vente au détail du carburant au public.

**Grossiste** Toute personne ou entreprise engagée dans la vente en gros du carburant au détaillant.

**Producteur** Personne ou entreprise qui fore, pompe, importe, raffine ou vend en gros du pétrole ou autres produits reliés sous une bannière ou une marque de commerce.

**Franchise** Contrat ou entente entre un détaillant et un distributeur ou producteur de produits pétroliers qui accorde au détaillant le droit de vendre ou d'utiliser dans ses activités commerciales de vente une marque de produits ou services.

**Intégration verticale** Signifie la propriété ou le contrôle de toutes les phases de production des produits pétroliers, incluant raffinage, distribution et revente de la raffinerie à la pompe à essence.

**Compétition** La rivalité pour les ventes de carburant entre 2 ou plusieurs vendeurs dans un même marché et niveau de distribution.

**Prix de transfert** Prix utilisé par un raffineur pour transférer à lui ou à un affilié des produits pétroliers destinés à la revente à un autre niveau de distribution.

**Coût du détaillant** La somme de : coûts d'achat (ou de remplacement, on prend le minimum des deux) des produits pétroliers nets de rabais, les coûts de transport, taxes et les coûts raisonnables de frais généraux (*cost of overhead* ou *cost of doing business*).

**Frais généraux (correspond à *cost of overhead* et *cost of dooing business*)**

Inclus tous les frais encourrus par les activités commerciales (assurances, salaires, entretien) à une station-service, mais ne comprend pas les coûts de nettoyage du site.

## ANNEXE 14

**Mécanisme de prix de vente minimum proposé par l'ADIP**

*"Interdiction pour toute personne de vendre au détail des produits pétroliers à un prix inférieur au prix coûtant établi comme suit : prix d'achat du produit auquel on ajoute le coût de transport et les coûts d'exploitation tels que définis ci-après".*

*Création d'une présomption d'infraction à la disposition qui précède; si un raffineur vend à un détaillant indépendant ou à un distributeur indépendant à un prix supérieur à :*

- *Dans le cas de l'essence, 85 % du prix de vente au détail (incluant les taxes) pratiqué par une station-service contrôlée par ce raffineur dans la même zone géographique que ce détaillant ou distributeur moins les coûts de transport déterminés pour cette zone géographique, ce raffineur est présumé vendre au détail à un prix inférieur au prix coûtant.*

*Précision : on doit soustraire du prix de vente au détail la valeur de tout bien (incluant points bonis), escompte ou rabais de toute sorte offert au consommateur.*

*Établissement d'un mécanisme de révision périodique des pourcentages prévus ci-haut, selon la situation du marché prévalant alors : une commission parlementaire devrait, à tous les cinq (5) ans, entendre les intéressés et, s'il y a lieu, proposer des modifications aux pourcentages prévus ci-haut.*

*Établissement d'une façon de définir la "même zone géographique".*

*Établissement des coûts de transport pour chaque zone géographique : le gouvernement doit, par règlement ou décret, fixer les coûts de transport applicables pour chaque zone géographique aux fins du calcul apparaissant ci-haut.*

*Établissement du principe qu'un raffineur peut repousser la présomption : le raffineur accusé d'avoir contrevenu à la disposition mentionnée ci-haut peut démontrer que les coûts d'exploitation de la station-service ou du fournisseur d'huile de chauffage visé lui permettent de vendre au détail à un prix inférieur que le prix calculé selon les marges prévues ci-haut.*

***Définition de "coûts d'exploitation" : tous les coûts liés directement ou indirectement, à l'exploitation de la station-service ou du fournisseur d'huile de chauffage, incluant :***

- ***taxes d'affaires et permis;***
- ***taxes foncières ou de services publics;***
- ***services publics (téléphone, électricité, etc.);***
- ***loyer payé et/ou loyer qui aurait dû être payé, basé sur la valeur locative;***
- ***amortissement des équipements et biens meubles;***
- ***salaires et avantages sociaux et/ou marges et/ou commissions;***
- ***coûts d'entretien et d'opération (réparation, nettoyage, déneigement, assurance, etc.);***
- ***frais de cartes de crédit;***
- ***imputation des coûts du raffineurs liés à l'exploitation de son réseau de stations-service ou de fournisseur d'huile de chauffage.***

***Dispositions pénales à l'effet que :***

- ***quiconque contrevient aux dispositions prévues ci-haut est passible d'une amende de 10 000.00 $ par établissement qui ne respecte pas ces dispositions;***
- ***toute récidive peut entraîner la suspension ou la perte du permis délivré aux termes de la Loi sur l'utilisation des produits pétroliers.***

***Dispositions à l'effet que, nonobstant les dispositions pénales, tout intéressé peut obtenir une injonction pour forcer le raffineur à ramener le prix de gros au niveau prévu par la loi et/ou obtenir une indemnisation pour les dommages-intérêts causés par le raffineur contrevenant.***

## ANNEXE 15

**Exposé de la théorie économique relative à la paroblématique de prix plancher pour l'essence**

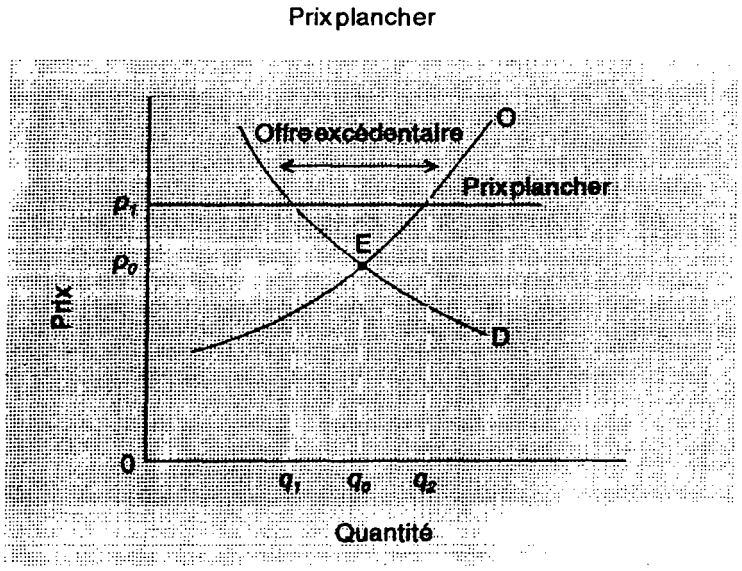
Aspect économique

1. La théorie

Dans un marché libre, le prix a tendance à se déplacer vers sa valeur d'équilibre, c'est-à-dire où les quantités demandées sont égales aux quantités offertes. Certains contrôles des prix gouvernementaux sont conçus pour maintenir le prix du marché sous sa valeur d'équilibre; par conséquent, la quantité demandée devient supérieure à la quantité offerte au prix contrôlé, créant ainsi des pénuries. D'autres politiques gouvernementales cherchent à maintenir les prix au-dessus de leurs niveaux d'équilibre. Dans ce cas, la quantité offerte devient supérieure à la quantité demandée au prix contrôlé, et il se crée des surplus.

Dans le cas de prix de déséquilibre, la théorie microéconomique affirme que : "À tous les prix de déséquilibre, la quantité échangée est déterminée par la moins grande quantité, soit la quantité demandée soit la quantité offerte". Le graphique 1 illustre cette théorie.

**GRAPHIQUE 1**




Source: Lipsey-Purvis-Steiner. "Microéconomique"

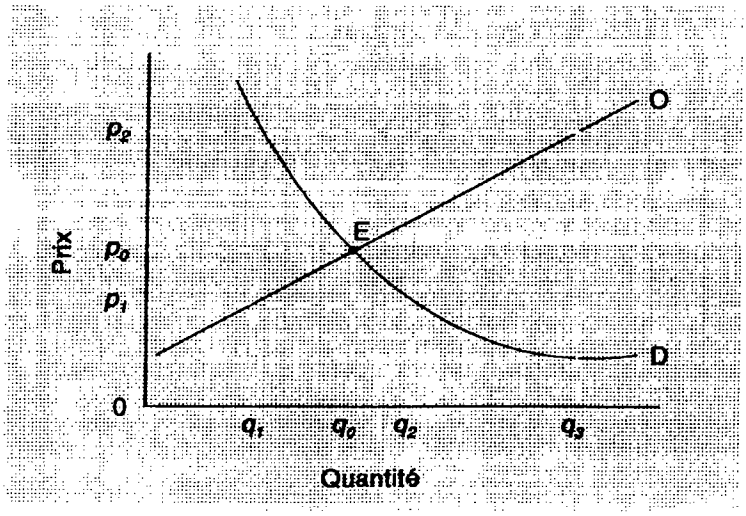
Le marché est en équilibre au prix $p_o$, et la quantité demandée est égale à la quantité offerte au niveau $q_o$. Lorsque le prix est inférieur à $p_o$, comme dans le cas du prix $p_1$, la quantité échangée est déterminée par la courbe d'offre. Par exemple, on échange une quantité $q_1$ au prix de déséquilibre $p_1$, même s'il existe une demande excédentaire de $q_1q_2$ (pénurie). Lorsque le prix est supérieur à $p_o$, comme dans le cas de $p_2$, c'est la courbe de demande qui détermine la quantité échangée. Par exemple, on échange seulement une quantité de $q_1$ au prix $p_2$, même s'il existe une offre excédentaire de $q_1q_3$ (surplus).

Le gouvernement fixe parfois un prix minimum ou prix plancher pour un bien ou un service. Lorsque le prix plancher est fixé à un niveau inférieur ou égal au prix d'équilibre, il est sans effet puisque le point d'équilibre peut être atteint sans venir en conflit avec le prix plancher légal. Par contre, si le prix plancher est fixé à un niveau supérieur au prix d'équilibre, il constitue une contrainte réelle. Le prix plancher donne le résultat suivant : il entraîne une offre excédentaire. Il existera un surplus non vendu si personne n'intervient pour acheter la production excédentaire.

Le graphique 2 illustre la situation d'offre excédentaire.

**GRAPHIQUE 2**

Détermination de la quantité échangée en situation de déséquilibre




Source: Lipsey-Purvis-Steiner. "Microéconomique"

Lorsque le prix plancher est supérieur au prix d'équilibre, la quantité offerte est supérieure à la quantité demandée. L'équilibre du marché se situe au point E, à un prix $p_o$ et une quantité $q_o$. Si le gouvernement ne permet pas que, légalement, le prix tombe sous le niveau $p_1$, il fixe alors un prix plancher effectif. La quantité offerte sera ainsi supérieure à la quantité demandée de $q_1q_2$.

Dans le domaine de l'agriculture, le gouvernement a mis en place une procédure de prix plancher pour plusieurs produits. Le salaire minimum constitue un autre exemple d'intervention gouvernementale en terme de prix plancher.

2. Prix de l'essence

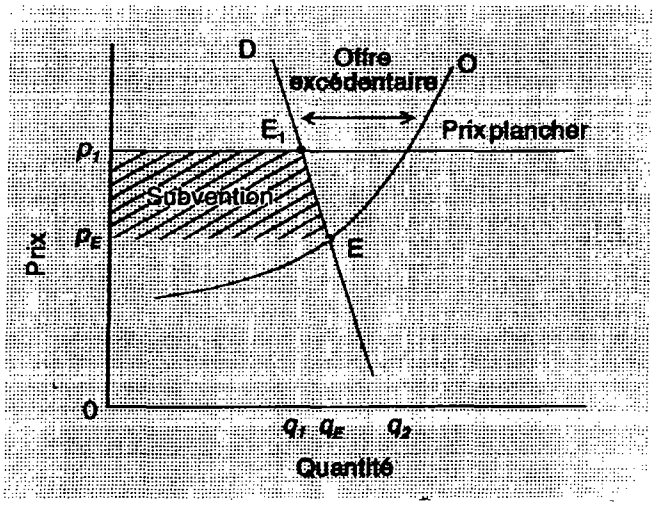
La présente section permettra d'appliquer la notion de prix plancher au domaine des prix de l'essence pour en dégager certains éléments d'impact économique.

Il faut noter que la demande pour l'essence est très inélastique; c'est-à-dire qu'un changement au niveau des prix a peu d'impact au niveau des quantités vendues.

Dans un contexte de guerres de prix comme nous connaissons au Québec dans les régions centrales depuis quelques années, le prix plancher pourrait simplement signifier qu'on se rapproche de ce qu'il en coûte pour mettre en marché de l'essence. Il faut comprendre qu'un prix de guerre constitue un prix d'équilibre dans un territoire donné dans la mesure où tous les intervenants emboîtent le pas. Le graphique 3 présente l'impact d'un prix plancher pour l'essence.

**GRAPHIQUE 3**

Prix plancher pour l'essence



L'impact d'une mesure comme un prix plancher fait en sorte que le consommateur d'essence paiera un prix plus élevé que le point d'équilibre établi par le marché. Cela équivaut à une subvention payée par le consommateur aux distributeurs. Elle est représentée par la surface du rectangle $P_0$ $P_1$ $E_1$ E. L'écart entre ce qu'il en coûte pour mettre en marché de l'essence et le prix d'équilibre établi par le marché se situe à environ 3 cents le litre dans les régions centrales. Annuellement, on évalue donc à 125 M $ la "subvention", ainsi versée; c'est-à-dire 3 ¢/litre X 6 milliards de litres X 70 % (les régions centrales accaparent 70 % du marché).

## ANNEXE 16

## Modèle albertain de fonds de décontamination

# MODÈLE ALBERTAIN DE FONDS DE DÉCONTAMINATION

## Introduction

## Description

Il s'agit d'un fonds qui paie un certain pourcentage des frais de nettoyage de sites contaminés par les hydrocarbures. Il couvre la contamination passée et non la contamination future jusqu'à concurrence d'un plafond. Un processus d'approbation préalable est généralement prévu.

## Avantages

Un tel fonds permet d'éliminer un des obstacles à la sortie du marché et favorise la diminution du nombre d'essenceries au Québec.

## Inconvénients

Il s'agit d'une mesure de long terme qui n'empêche pas dans l'immédiat les guerres de prix sauvages.

Le Conseil Canadien des Ministres de l'Environnement (CCME) a confirmé qu'il n'ira pas de l'avant avec son projet de financement national.

Les fonds sectoriels suivants peuvent servir d'exemple :

— le fonds des sites orphelins d'amont de l'Alberta;

— les déversements d'hydrocarbures par les navire-citerne en milieu marin;

— les modèles européens de restauration de sites (Hollande et Danemark);

— les fonds pétroliers servant à la restauration des sites dans 46 états américains.

Un projet pilote est en cours d'élaboration avec la province de l'Alberta.

Description des principales caractéristiques du fonds pétrolier Albertain

Applicable aux sites contaminés par les hydrocarbures.

Le fonds paie les frais de nettoyage du site.

Il couvre la contamination passée et non la contamination future.

Il couvre 90 % des frais de nettoyage admissibles jusqu'à concurrence de 500 000 $ par site.

Un processus d'approbation préalable est prévu.

Il comprend des dispositions de réexamen (temporisation).

Il possède un effet rétroactif.

La valeur du fonds et d'environ 200 millions $ sur 5 ans.

Il est financé par le prélèvement de 0,7 cent/litre sur le prix de gros de l'essence.

Le fonds est administré par un organisme délégué et la gestion est confiée à une tierce partie.

Critères d'admissibilité

Les sites suivants sont admissibles :

- Les propriétés personnelles.
- Les sites indépendants.
- L'ICPP.
- Les municipalités urbaines et rurales.
- Le gouvernement provincial.

Les sites suivants ne sont pas admissibles :

- Les installations d'exploration et de production pétrolière.

- Les raffineries.
- Les terminaux de distribution.
- Les installations de stockage en vrac possédant une capacité de stockage globale de plus de 2,2 millions de litres.

Critères d'admissibilité des frais

**Frais admissibles à un remboursement**

90 % de tous les frais de nettoyage sont remboursables jusqu'à concurrence de 500 000 $.

Les frais non associés au nettoyage comprennent :

- La réparation, le remplacement ou la modernisation d'un système de réservoirs, ou des améliorations esthétiques à la propriété.
- L'enlèvement, la démolition ou la mise hors-service d'un réservoir, les travaux requis en surface pour avoir accès à la contamination, ou leur remplacement par suite du nettoyage.
- Les pertes de revenus ou le temps du requérant occasionnés par une activité de nettoyage ou accumulés durant une telle activité.
- Les honoraires d'avocats ou d'autres professionnels chargés de préparer la demande de remboursement.
- Les frais liés au déménagement permanent des riverains.
- Diminution de la valeur des propriétés immobilières, achat de terrains adjacents ou améliorations apportées au site (comme ajout d'édifices, etc.).
- Tous les frais couverts par l'assurance.
- Les réclamations des tiers (violation de propriété, risque pour la santé, diminution de la valeur des propriétés ou achat de propriétés).
- Les frais découlant d'un nettoyage qui porterait le classement du terrain à un niveau supérieur à ce qu'il était quand des produits pétroliers y étaient entreposés.

- Les frais découlant de la contamination par des contaminants autres que les produits pétroliers.

Problèmes à solutionner durant l'élaboration détaillée du projet albertain

- L'admissibilité des entreprises qui peuvent être assujetties au prélèvement mais qui sont exemptées de la partie 4 du code des incendies de l'Alberta.

- La possibilité d'ajouter le prélèvement du fonds pétrolier aux combustibles libres de taxes.

- L'élaboration de normes tenant compte des frais admissibles les plus élevés afin de s'assurer que les experts-conseils en restauration n'entreprennent que les travaux requis.

- Fixer une date de réexamen du Fonds pétrolier. Quel sort sera réservé aux sites où une restauration est en cours?

- Le traitement des remboursements rétroactifs admissibles. Niveau acceptable de l'encaisse.

- La gestion des paiements provisoires et préparation des formulaires administratifs.

- Définir clairement les expressions "contamination" et "produits pétroliers".

- Adapter le détail du projet de la Petroleum Tank Management Association of Alberta (PTMAA) à un plus grand nombre d'intervenants.

- Déterminer pendant combien de temps des employés de l'ICPP travailleront-ils avec la PTMAA?

- Embaucher et assurer la formation du personnel de la PTMMA tout en limitant les frais administratifs à une faible proportion du coût total.

Valeur du prélèvement du fonds pétrolier de l'Alberta

Hypothèses :

1. On procéderait à des récupérations rétroactives durant les trois années suivant le lancement du fonds.

2. D'autres requêtes équivalant à la valeur annuelle moyenne seront soumises.

3. Le prélèvement sera imposé à tous les produits pétroliers raffinés taxés (demande annuelle actuelle de 6 milliards de litres).

Valeur au cours des trois premières années

Prélèvement moyen équivalent à (36,5 millions $ (rétroactif) + (3 x 37,6 millions (à venir))) / (3 x 6 milliards de l) = 0,83 cent/l x 0,9 = **0,75 cent le litre**

Valeur au cours des trois prochaines années

Prélèvement moyen équivalent à (37,6 millions $) / 6 milliards de litres = 0,62 cent/l x 0,9 = **0,56 cent le litre**

Valeur et provenance du prélèvement servant au nettoyage de sites

Le prélèvement servant au nettoyage des sites ne constitue pas une taxe.

- L'industrie le perçoit aux points d'approvisionnement en gros.
- Le prélèvement est remis directement au PTMAA.
- Le prélèvement n'ira pas s'ajouter au revenu du gouvernement.
- Le prélèvement ne servira qu'au nettoyage des sites.
- Il n'existera ni surplus ni déficit de prélèvement.
- Le prélèvement sera réexaminé pour en évaluer l'utilité.

Valeur du fonds

- Coût éventuel : 210 millions $ (3 000 sites à 70 000 $ l'unité).
- Le programme s'étendra sur une période de 5 ans (environ 40 millions $ par année).
- Il se vend chaque année 6 milliards de litres d'essence à moteur, de carburant diesel et de carburéacteur soumis à des taxes
  (40 millions $ / 6 milliards de litres = environ 0,7 cent/litre).

Projet visant à gérer la responsabilité des sites contaminés

La Petroleum Tank Management Association of Alberta (PTMMA) met un véhicule "sécuritaire" à la disposition du projet pilote de Fonds pétrolier de l'industrie d'aval.

- La PTMAA est une entité juridique indépendante constituée en vertu de la Loi sur le Code de sécurité de l'Alberta, loi administrée par le ministère du Travail de cette province. Le texte précise que la PTMAA est un "organisme administratif délégué" qui relève du ministère.

- L'association a pour fonction d'administrer les articles du Code des incendies de l'Alberta qui lui sont précisés par le ministère du Travail.

- Le gouvernement est toujours responsable des règlements et de leur application.

- Le financement de l'association ne provient d'aucune source gouvernementale.

- L'association est soumise à une vérification externe.

- La PTMAA est administrée par un conseil d'administration représentant les intervenants ainsi que par un personnel administratif rémunéré. Les sociétés membres de l'ICPP peuvent élire jusqu'à cinq de onze membres du conseil.

Nº : R-4035-2018

**RÉGIE DE L'ÉNERGIE**
PROVINCE DE QUÉBEC

*Audience sur les 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*

**PIÈCE CWC-6**

Me Christopher Richter et
Me Matthew Angelus
crichter@torys.com
mangelus@torys.com
**SOCIÉTÉ D'AVOCATS TORYS S.E.N.C.R.L.**
1, Place Ville Marie, bureau 2880
Montréal (Québec) H3B 4R4
Téléphone : (514) 868-5600
Télécopieur : (514) 868-5700
notifications-mtl@torys.com

BS-2554 N/réf. : 40069-2001