



Le Conference Board du Canada

# LES QUINZE DERNIERS PIEDS À LA POMPE

*L'industrie de l'essence au Canada en 2000*

Janvier 2001

## FAITS SAILLANTS

- n Les Canadiens bénéficient de l'actuel système de marché libre qui détermine les prix de l'essence. De fait, le Canada peut se vanter d'avoir des prix de l'essence qui sont parmi les plus bas du monde.
- n L'augmentation rapide des prix du pétrole brut dans le monde est la principale responsable de la hausse des prix de l'essence canadienne. Souvent, l'influence des détaillants ne s'exerce que sur une petite portion du prix de l'essence à la pompe, soit 4,5 cents environ.
- n La volatilité et l'uniformité des prix de l'essence sont le résultat direct de la nature concurrentielle du marché de l'essence de détail et de la façon unique dont il affiche ses prix sur de grands panneaux à l'extérieur des points de vente, partout au pays. Leur volatilité dépend aussi de la volatilité des prix du pétrole brut.
- n Les exploitants de grandes surfaces sont une source potentielle d'une nouvelle concurrence sur le marché canadien de l'essence, notamment parce qu'ils sont en mesure de vendre l'essence en plus de nombreux autres produits à un seul point de vente.



## Le Conference Board du Canada

### Le Conference Board du Canada

Le Conference Board du Canada est un organisme de recherche autonome et à but non lucratif qui est affilié à des sociétés homologues aux États-Unis et en Europe. Il a pour mission d'aider ses membres à prévoir les changements qui surviennent de plus en plus dans l'économie mondiale et à s'y adapter. Pour ce faire, il favorise l'accroissement et l'échange des connaissances sur les stratégies et les méthodes des organisations, les nouvelles tendances économiques et sociales et les grandes questions d'intérêt public. Depuis 1954, le Conference Board s'adonne à la recherche sur les pratiques novatrices ainsi qu'à la conception de nouvelles stratégies, et il offre à ses associés les renseignements, les analyses et les connaissances spécialisées les plus à jour, ce qui leur permet d'exceller au Canada et aux quatre coins du monde.

### Le Groupe des services économiques

Le Groupe des services économiques est un service de recherche du Conference Board du Canada. Son mandat consiste à répondre aux besoins d'information spécifiques des associés du Conference Board en réalisant des études subventionnées. Entre autres, il produit des prévisions économiques sur mesure pour les échelons municipal, provincial et national; des analyses de l'incidence économique; des modèles économétriques sur mesure; des sondages sur les attitudes des consommateurs et des entreprises; de même que des analyses de l'évolution de la politique gouvernementale et de son incidence sur l'économie.

### Remerciements

La présente étude a été financée par Industrie Canada et Ressources naturelles Canada. Toutefois, conformément à ses lignes directrices en matière de recherche subventionnée, Le Conference Board du Canada assume l'entière responsabilité de la conception et de la méthode, ainsi que du contenu du présent document.

**Auteurs** Michael Sperber, chargé de recherche principal • Kip Beckman, chargé de recherche • Frédéric Clavet, chercheur

**Avec contributions de** Marie-Christine Bernard, Luc Bussière, Jim Frank et Mario Lefebvre

**Traduction** Industrie Canada • **Conception** Holly W. Michael • **Mise en page** Sophie Tremblay



©2001 Le Conference Board du Canada\*

Rapport spécial

Imprimé au Canada • Tous droits réservés • ISBN 0-88763-494-X

\*Constitué sous la raison sociale d'AERIC Inc.



## Le Conference Board du Canada

### Les quinze derniers pieds à la pompe : L'industrie de l'essence au Canada en 2000

# TABLE DES MATIÈRES

<b>Glossaire</b> .....	i	Calgary, Alberta.....	51
<b>Sommaire</b> .....	iii	Vancouver, Colombie-Britannique.....	52
<b>Introduction</b> .....	vii	Petits centres .....	53
But .....	vii	Whitehorse, Yukon .....	53
Historique de l'étude.....	vii	Sault Ste. Marie, Ontario .....	55
Mandat .....	vii	Dauphin, Manitoba.....	55
Réunions préalables avec les intervenants .....	viii	Smithers, Colombie-Britannique .....	56
<b>Chapitre 1 : L'industrie de l'essence au Canada, d'une perspective nord-américaine</b> .....	<b>1</b>	<b>Chapitre 3 : Conclusions</b> .....	<b>58</b>
Aperçu .....	1	Perceptions des Canadiens.....	58
L'industrie en amont .....	1	Consommateurs .....	58
Structure de l'industrie.....	1	Grandes sociétés pétrolières intégrées et raffineurs régionaux.....	60
Prix du pétrole brut .....	3	Indépendants .....	61
L'industrie de gros .....	4	<b>Annexe A : Caractéristiques des données</b> .....	<b>65</b>
Structure de l'industrie – Raffineries .....	4	Sources des données .....	65
Prix de gros de l'essence .....	7	Uniformité des prix .....	65
Analyse empirique des prix de gros.....	9	Volatilité des prix .....	65
Préoccupations des intervenants .....	10	Marges .....	65
Vente au détail .....	13	Indépendants .....	66
Structure de l'industrie – Points de vente au détail .....	13	<b>Annexe B : Méthodologie détaillée et résultats statistiques</b> ..	<b>67</b>
Prix de détail de l'essence .....	24	Régressions des prix à la rampe.....	67
Analyse empirique des prix de détail .....	34	Prix à la rampe canadiens.....	68
Préoccupations des intervenants .....	35	Régressions des prix de détail .....	69
<b>Chapitre 2 : Comparaisons entre les centres canadiens</b> .....	<b>39</b>	Asymétrie des prix .....	75
St. John's, Terre-Neuve.....	40	Analyse de la marge .....	76
Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard .....	41	Longues fins de semaine .....	77
Saint John, Nouveau-Brunswick.....	43	Interfinancement .....	78
Halifax, Nouvelle-Écosse .....	44	Volatilité des prix .....	79
Ville de Québec, Québec.....	45	<b>Annexe C : Analyse bibliographique</b> .....	<b>81</b>
Montréal, Québec .....	46	Études canadiennes .....	81
Ottawa, Ontario .....	47	Études américaines .....	85
Toronto, Ontario .....	48	Études sur l'asymétrie.....	86
Winnipeg, Manitoba .....	49	Études sur les lois interdisant la vente de l'essence à perte .....	87
Regina, Saskatchewan.....	50	<b>Annexe D : Liste des intervenants consultés</b> .....	<b>89</b>

## Index des tableaux et graphiques

Tableau 1—Raffineries productrices d'essence au Canada.....	5	Graphique 27—Marge de détail pour Montréal .....	46
Tableau 2—Débit moyen des points de vente par région .....	15	Graphique 28—Prix de détail pour Ottawa (hors taxes) .....	47
Tableau 3—Postes d'essence réels dans l'est du Canada.....	17	Graphique 29—Marge de détail pour Ottawa .....	47
Tableau 4—Taxe appliquées à l'essence en 2000.....	26	Graphique 30—Prix de détail pour Toronto (hors taxes) .....	48
Tableau 5—Caractéristiques des marchés en 1999 .....	39	Graphique 31—Marge de détail pour Toronto .....	49
Tableau 6—Ratio de rentabilité des capitaux propres pour le secteur d'aval .....	60	Graphique 32—Prix de détail pour Winnipeg (hors taxes).....	49
Tableau 7—Prix mondiaux de l'essence en juin 2000 .....	61	Graphique 33—Marge de détail pour Winnipeg.....	50
Tableau 8—Résultats de la régression des prix à la rampe .....	68	Graphique 34—Prix de détail pour Regina (hors taxes).....	51
Tableau 9—Résultats de la régression des prix à la rampe canadiens .....	69	Graphique 35—Marge de détail pour Regina.....	51
Tableau 10—Résultats des régressions des prix de détail .....	74	Graphique 36—Prix de détail pour Calgary (hors taxes) .....	52
Tableau 11—Résultats des régression de l'asymétrie.....	75	Graphique 37—Marge de détail pour Calgary .....	52
Tableau 12—Résultats de l'analyse de la marge.....	77	Graphique 38—Prix de détail pour Vancouver (hors taxes) .....	52
Tableau 13—Résultats de l'analyse des longues fin de semaine .....	77	Graphique 39—Marge de détail pour Vancouver .....	53
Tableau 14—Résultats de l'analyse de l'interfinancement .....	78	Graphique 40—Prix de détail pour Whitehorse (hors taxes) .....	54
Tableau 15—Résultats de l'analyse de l'interfinancement .....	79	Graphique 41—Marge de détail pour Whitehorse .....	54
Graphique 1—Marge moyenne des raffineurs au Canada .....	9	Graphique 42—Prix de détail pour Sault Ste. Marie (hors taxes) .....	55
Graphique 2—Comparaison des marges des raffineurs au Canada et aux États-Unis .....	10	Graphique 43—Marge de détail pour Sault Ste. Marie .....	55
Graphique 3—Débit moyen par poste d'essence .....	16	Graphique 44—Prix de détail pour Dauphin (hors taxes) .....	56
Graphique 4—Marge de détail moyenne canadienne.....	23	Graphique 45—Marge de détail pour Dauphin .....	56
Graphique 5—Comparaison des marges de détail au Canada et aux États-Unis .....	24	Graphique 46—Prix de détail pour Smithers (hors taxes) .....	56
Graphique 6—Composantes du prix d'un litre d'essence.....	25	Graphique 47—Marge de détail pour Smithers .....	57
Graphique 7—Composantes du prix de détail de l'essence en novembre 2000.....	25	Graphique 48—Marge de décollant des conditions du marché pour Calgary.....	70
Graphique 8—Composantes du prix d'un litre d'essence.....	27	Graphique 49—Marge de décollant des conditions du marché pour Halifax .....	71
Graphique 9—Taxe sur l'essence en pourcentage du prix de détail .....	27	Graphique 50—Marge de décollant des conditions du marché pour Montréal.....	71
Graphique 10—Comparaison de la marge totale au Canada et aux États-Unis .....	28	Graphique 51—Marge de décollant des conditions du marché pour Ottawa .....	71
Graphique 11—Prix de détail moyen et prix du brut au Canada .....	29	Graphique 52—Marge de décollant des conditions du marché pour la ville de Québec.....	72
Graphique 12—Débit moyen par point de vente .....	30	Graphique 53—Marge de décollant des conditions du marché pour Regina .....	72
Graphique 13—Prix de détail quotidien à Vancouver (hors taxes).....	36	Graphique 54—Marge de décollant des conditions du marché pour Saint John.....	72
Graphique 14—Prix de détail moyen à Charlottetown et au Canada (hors taxes) .....	37	Graphique 55—Marge de décollant des conditions du marché pour St. John's .....	73
Graphique 15—Comparaisons de diverses villes selon le débit et la marge de détail .....	40	Graphique 56—Marge de décollant des conditions du marché pour Toronto .....	73
Graphique 16—Comparaisons de diverses villes selon le débit et la marge de détail .....	40	Graphique 57—Marge de décollant des conditions du marché pour Vancouver .....	73
Graphique 17—Prix de détail pour St. John's (hors taxes) .....	41	Graphique 58—Marge de décollant des conditions du marché pour Winnipeg.....	74
Graphique 18—Marge de détail pour St. John's .....	41	Graphique 59 Prix moyens du pétrole brut, à la rampe et de détail de l'essence .....	79
Graphique 19—Prix de détail pour Charlottetown (hors taxes) .....	42	Figure 1—Infrastructure des pipelines du Canada .....	2
Graphique 20—Prix de détail pour Saint John (hors taxes).....	43	Figure 2—Pipelines de pétrole brut canadiens .....	3
Graphique 21—Marge de détail pour Saint John.....	43	Figure 3—Du sol à la pompe .....	4
Graphique 22—Prix de détail pour Halifax (hors taxes).....	44	Figure 4—Terminaux de vrac au Canada affichant les prix à la rampe .....	6
Graphique 23—Marge de détail pour Halifax.....	44	Figure 5—Prix à la rampe .....	7
Graphique 24—Prix de détail pour la ville de Québec (hors taxes) .....	45	Figure 6—L'importation, une option .....	9
Graphique 25 —Marge de détail pour la ville de Québec .....	45	Figure 7—Indépendants associés à une marque.....	14
Graphique 26—Prix de détail pour Montréal (hors taxes) .....	46	Figure 8—Changement dans les normes environnementales .....	20
		Figure 9—Volatilité et uniformité des prix.....	29
		Figure 10—Restauration de prix .....	32
		Figure 11—Marge décollant des conditions du marché.....	34
		Figure 12—Les prix augmentent-ils avant les longues fins de semaine? .....	37

**Agence**—Mode d'exploitation d'un point de vente au détail de l'essence où l'exploitant agit à titre de mandataire pour la société qui fournit le produit de marque. Les prix sont déterminés par le fournisseur.

**Amont**—Partie de l'industrie pétrolière qui s'occupe de l'exploration ou de la production du pétrole brut.

**AQUIP**—Association Québécoise des Indépendants du Pétrole, association qui représente les détaillants indépendants du Québec.

**Aval**—Partie de l'industrie pétrolière qui s'occupe du raffinage du pétrole ou de la commercialisation de produits pétroliers comme l'essence, le carburant diesel, le mazout domestique, les lubrifiants, etc.

**Camion citerne**—Gros porteur utilisé pour effectuer le transport sur de courtes distances entre un dépôt de stockage ou un terminal et un point de vente.

**Cents par litre**—Cents par litre.

**Cokéfaction**—Procédé de raffinage visant à convertir et à raffiner les résidus lourds en hydrocarbures plus légers et en coke de sous-produit.

**Craquage**—Procédé de raffinage au moyen duquel les hydrocarbures lourds sont transformés en hydrocarbures plus légers sous l'action de la chaleur et de la pression, avec ou sans l'intervention de catalyseurs.

**Débit**—Volume de pétrole vendu par un point de vente au cours d'une période donnée; il s'exprime habituellement en litres par mois ou par année.

**Dépôt de stockage**—Installation de stockage utilisée dans le segment en gros de l'industrie, constituée d'un ensemble de citernes de petite à moyenne capacité.

**Détaillant**—Terme générique qui désigne l'exploitant d'un point de vente au détail. Il existe plusieurs types de modes d'exploitation, notamment exploitant d'un point de vente appartenant à une société, détaillant à commission, locataire-exploitant, indépendant associé à une marque et indépendant non associé à une marque.

**Écart qualitatif**—Différence de prix entre le supercarburant et l'essence intermédiaire ou l'essence ordinaire sans plomb.

**Fournisseur**—Organisation qui fournit des produits finis aux détaillants.

**Grandes sociétés pétrolières**—Sociétés pétrolières intégrées multinationales et nationales (Imperial Oil, Shell et Petro-Canada).

**Gros**—À moins d'être qualifié, le terme fait référence à la vente en gros de produits pétroliers à partir d'un dépôt de stockage ou d'un terminal. Qualifié de prix « à la rampe », le terme fait référence au prix d'achat en gros de produits pétroliers à la raffinerie.

**ICPP**—Institut canadien des produits pétroliers, une association des raffineurs et des négociants du Canada.

**IRGMA**—Independent Retail Gasoline Marketers Association of Canada, association de détaillants indépendants au Canada.

**Locataire**—Détaillant dont le point de vente est donné en location par le fournisseur de produits.

**Marge de craquage**—Prix de gros de l'essence au litre par rapport au prix du pétrole brut au litre.

**Marge de détail (brute)**—Différence entre le coût d'acquisition d'un produit au prix de gros et le prix de vente du produit au détail, à l'exclusion des taxes. Elle est habituellement exprimée sur une base unitaire, par exemple, en cents par litre.

**Marge du négociant**—Voir « marge de détail ».

**Marge du raffineur**—Différence entre le prix de gros de l'essence et le prix du pétrole brut, soit le montant que reçoit le raffineur pour couvrir ses frais d'exploitation.

**Négociant**—Voir « détaillant ».

**Négociant indépendant**—Négociant de produits pétroliers qui ne s'occupe pas du raffinage du pétrole et qui achète donc ses produits pétroliers d'une source extérieure.

**OPEP**—Organisation des pays exportateurs de pétrole.

**Part de marché**—Volume d'essence vendu par une société divisé par le volume total de l'essence vendue dans un marché en particulier.

**Pétrole brut**—Matière première à partir de laquelle les produits pétroliers sont fabriqués.

**Point de distribution**—Point où l'on peut acheter des produits pétroliers raffinés au prix de gros offert aux fournisseurs indépendants ou aux négociants.

**Point de vente**—Terme générique pour se référer à un poste d'essence.

**Prix à la pompe**—À moins d'être qualifié, le prix à la pompe dans une station-service pour de l'essence ordinaire sans plomb.

**Prix à la pompe hors taxes**—Prix au détail de l'essence, à l'exclusion de toutes les taxes.

**Prix à la rampe**—Prix de vente de l'essence en gros affiché au dépôt.

**Raffineur**—Société qui produit à partir du pétrole brut une gamme de produits pétroliers destinés aux consommateurs.

**Services complémentaires**—Services offerts parallèlement par un poste de vente d'essence au détail, comme le dépanneur, le lave-autos, les aires de service automobile.

**Société pétrolière intégrée**—Une société pétrolière complètement intégrée participe aussi bien aux activités en amont (c.-à-d., exploration et production) qu'en aval (c.-à-d., raffinage, commercialisation, distribution et vente au détail) de l'industrie. Une société pétrolière partiellement intégrée participe à tous les aspects des activités en aval seulement.

**Sociétés pétrolières régionales**—Raffineurs régionaux intégrés (Ultramar, Sunoco, Irving, Husky, Chevron, Parkland, Federated Co-op et Arco).

**Taxe d'accise**—Taxe fédérale ou provinciale prélevée sur l'essence achetée au détail par les consommateurs et fixée à un certain montant en cents par litre. La taxe d'accise est une taxe fixe.

**Taxe ad valorem**—Taxe indirecte qui s'exprime par un pourcentage du prix d'un bien, p. ex., la taxe sur les produits et services (TPS), la taxe de vente provinciale (TVP) et la taxe de vente harmonisée (TVH).

**Terminal**—Installation de stockage utilisée dans le marché de gros de l'industrie; elle est habituellement constituée de citernes de grande capacité.

### ***Méthodologie de la recherche***

Le présent rapport sur le marché de l'essence représente l'aboutissement de plus de six mois de recherches intensives entreprises par Le Conference Board du Canada. Au cours de la phase initiale amorcée en avril 2000, celui-ci a tenu des discussions avec de nombreux intervenants de l'industrie, dans toutes les régions du pays. Les réunions ont touché les raffineurs-négociants qui sont présents tant à l'échelle nationale et internationale qu'à l'échelle régionale, et les exploitants indépendants, gros et petits. On a également communiqué avec les associations qui représentent les consommateurs, les indépendants et les raffineurs-négociants, ainsi qu'avec les propriétaires de stations-service, les employés et tous les consommateurs canadiens ayant manifesté un intérêt.

À la suite de ces consultations préalables, on a cerné un certain nombre de sujets précis. Durant la phase de la recherche empirique, on a répondu aux questions alors soulevées, pour ensuite rédiger un rapport provisoire. Ce dernier inclut un examen empirique détaillé de questions diverses, des facteurs influençant les prix de vente en gros et de détail dans une ville jusqu'au phénomène de l'augmentation des prix avant les longues fins de semaine.

On a tenu des discussions postérieures à la recherche avec les intervenants dans cinq villes du Canada afin de valider les conclusions du rapport provisoire et de cerner les aspects nécessitant des éclaircissements. Ces discussions ont abouti à la production d'un rapport final qui vient modifier la version provisoire à la lumière des commentaires reçus. On a également ajouté plusieurs nouvelles sections pour intégrer d'autres éléments apportés par les participants aux discussions.

Même si le Conference Board sait que des études sur le secteur de l'essence au Canada ont déjà été réalisées dans le passé, nous sommes persuadés que celle-ci jettera un éclairage nouveau sur les rouages de l'industrie et fournira quelques nouvelles perspectives.

Les études menées dans le passé ont porté sur des aspects particuliers sans aborder explicitement les points de vue des principaux intervenants de l'industrie. Nos consultations massives nous ont permis de donner une image équilibrée des nombreuses questions litigieuses. Dans le rapport, les lecteurs pourront consulter des sections consacrées aux préoccupations des divers intervenants de l'industrie et prendre connaissance du point de vue du Conference Board sur ces questions. Par ailleurs, les consultations nous ont donné un aperçu des activités quotidiennes de l'industrie. Nous avons ainsi pu expliquer en termes simples certains problèmes, comme la volatilité des prix, les guerres des prix et le mouvement uniforme des prix de vente au détail dans le commerce. Notre analyse empirique utilise une nouvelle approche qui, à notre avis, permet de mieux comprendre comment les prix de vente au détail réagissent aux changements apportés aux prix de gros. En raison de la concurrence, il existe en effet, dans chaque ville, une marge de détail découlant des conditions du marché, fondée sur les conditions locales. Cette marge devient la base des changements de prix dans ce marché et correspond à une marge avec laquelle la plupart des concurrents sont capables de vivre. La réaction du prix de détail à la suite d'un changement survenu dans le prix de gros diffère selon que la marge réelle en place est supérieure ou inférieure à celle découlant des conditions du marché.

Nous sommes heureux de transmettre ce rapport aux intervenants ainsi qu'au grand public canadien. Nous croyons qu'il favorisera une meilleure compréhension et qu'il éclairera le débat sur les questions nombreuses et variées qui touchent le marché de détail de l'essence au Canada.

Le présent rapport vise à présenter un profil à jour du secteur de l'essence au Canada et tente d'aborder certaines préoccupations des intervenants de l'industrie ainsi que des perceptions des automobilistes canadiens.

L'industrie de l'essence au Canada suit les règles économiques de l'offre et de la demande sur lesquelles elle exerce peu d'influence. Le prix du principal facteur de production de l'essence, le pétrole brut, est déterminé à l'extérieur des frontières du Canada sur les marchés mondiaux, qui sont très fortement influencés par les décisions de l'OPEP d'augmenter ou de diminuer

l'offre. De plus, même le prix de gros de l'essence au Canada est autant déterminé par la conjoncture aux États-Unis qu'il l'est par les coûts, l'offre ou la demande à l'intérieur de nos frontières. Pour ce qui est de l'essence, nous évoluons dans un marché continental.

Les prix à la pompe varient énormément d'une ville à l'autre. Le 14 novembre 2000, un litre d'essence ordinaire sans plomb coûtait 90,9 cents par litre à Cornerbrook, à Terre-Neuve et 65,8 cents par litre à Edmonton, en Alberta. Toutefois, une fois les taxes enlevées du prix de détail, on constate que cette marchandise est

vendue sensiblement au même prix dans tout le Canada, les différences provenant surtout des conditions de la concurrence locale, des volumes de ventes moyens et des frais de transport.

L'industrie de l'essence au Canada comporte un nombre limité d'intervenants qui, en raison de leur intégration verticale et de leur taille, donnent souvent l'impression de dominer le marché. Par ailleurs, à l'occasion, nous remarquons la vulnérabilité de ces Goliaths face aux Davids que sont les indépendants et aux nouveaux arrivants sur le marché dont les politiques de fixation des prix dynamiques déclenchent des guerres des prix ayant des répercussions aux quatre coins du pays et dans toute l'industrie.

Le présent rapport tente de présenter un portrait équilibré du secteur de l'essence canadien. Voici quelques-unes des principales observations au sujet des questions qui préoccupent les Canadiens à la fois de l'intérieur et de l'extérieur de l'industrie.

- **Le prix du pétrole brut et les taxes comptent pour environ 84 p. 100 du prix moyen d'un litre d'essence ordinaire sans plomb.** Ce calcul laisse approximativement 16 p. 100 pour couvrir les coûts du raffinage et de la commercialisation, ainsi que les frais d'exploitation et les frais fixes du détaillant. Cela sous-entend qu'en moyenne, à la mi-novembre 2000, l'industrie de l'essence en aval (raffinage, commercialisation et vente au détail) avait de l'influence sur seulement 11,9 cents sur les 75,9 cents par litre d'essence. Quant aux détaillants, ils n'ont d'influence que sur environ 4,5 cents du prix à la pompe de l'essence.
- **L'augmentation rapide des prix du pétrole brut dans le monde est la principale responsable de la hausse des prix de l'essence canadienne.** En un mois, une augmentation de un cent dans le prix au litre du pétrole brut entraîne une augmentation d'environ un cent pour les automobilistes canadiens. Le moment de l'augmentation et son ampleur initiale dépendent des conditions de la concurrence qui prévalent sur le marché. L'augmentation de 29,63 \$ CAN (20 \$ US) dans les prix du pétrole brut enregistrée depuis janvier 1999 a entraîné une hausse des prix à la pompe au Canada d'environ 20 cents par litre.
- **Dans la plupart des régions du pays, les consommateurs bénéficient de l'actuel système de marché libre qui détermine les prix de l'essence.** Les marges de détail n'ont cessé de diminuer durant toutes les années 1990 à la suite des améliorations de l'efficacité dans l'industrie de l'essence. Ces améliorations ont bénéficié aux consommateurs qui ont pu profiter de prix plus bas qu'ils ne l'auraient été dans l'industrie moins efficace d'avant 1990.
- **La volatilité des prix de l'essence est le résultat direct de la nature concurrentielle des activités dans le commerce** et de la façon unique dont on publicise les prix de l'essence auprès des automobilistes — ces prix sont affichés sur de grands panneaux à l'extérieur des points de vente partout au pays. L'incidence de l'affichage des prix est exacerbée par la sensibilité des consommateurs canadiens aux écarts de prix, un manque de loyauté envers une marque en particulier ainsi que par la perception généralisée selon laquelle l'essence vendue à un endroit est essentiellement la même que celle qui est vendue par un autre détaillant.
- **L'uniformité des prix est le reflet de la réaction rapide des détaillants individuels aux actions prises par les concurrents.** Les détaillants concurrents changent souvent leurs prix de détail à tour de rôle. Cette situation reflète le degré de concurrence qui existe dans le commerce et le désir de protéger la part de marché plutôt qu'une conspiration entre les sociétés. Tout aussi bien, l'établissement des prix à la pompe tient compte de facteurs similaires pour tous les raffineurs, principalement le coût du pétrole brut et la technologie de production, et il est naturel que les prix soient semblables.
- **Les volumes de vente moyens par point de vente ont une incidence importante sur les marges de détail et sur les prix parce que chaque point de vente a des frais fixes à couvrir.** Les écarts de prix entre les collectivités urbaines et rurales, qui dans certains cas sont vus comme étant disproportionnés, même une fois qu'on a tenu compte des coûts du transport, démontrent l'importance des volumes de ventes dans la détermination des prix de détail. Dans les petites collectivités, le débit moyen à chaque point de vente est généralement beaucoup plus bas. Des débits plus faibles ont pour conséquence qu'un détaillant doit avoir une marge plus élevée pour couvrir ses frais fixes ainsi que ses dépenses d'exploitation.

- **Les écarts des prix de l'essence entre les villes sont généralement influencés par les diverses conditions de la concurrence dans le commerce.** Les diverses conditions du marché qui prévalent dans chaque ville du Canada peuvent projeter les prix de l'essence dans des directions qui reflètent l'intense rivalité qui règne entre les vendeurs. Il suffit qu'un seul détaillant soit déterminé à accroître sa part de marché au détriment de ses concurrents pour créer une situation de déséquilibre qui n'a rien à voir avec des facteurs comme les frais de transport, les prix de gros ou les marges normales. Les anomalies peuvent durer durant des jours, voire des années selon les conditions locales.
- **Il n'existe aucune preuve empirique comme quoi les prix de l'essence augmentent avant les longues fins de semaine.** Même s'il est vrai que les prix montent en flèche parfois juste avant une longue fin de semaine, ils peuvent tout aussi bien augmenter avant n'importe quelle autre fin de semaine de l'année. Le fait est que les détaillants essaient d'augmenter les prix, normalement vers le milieu de la semaine, de manière à rétablir les marges qui ont été réduites par suite de la concurrence entre les détaillants. S'ils n'y arrivent pas, les prix ont tendance à glisser le vendredi et durant la fin de semaine. Les augmentations qui surviennent avant les longues fins de semaine ont davantage de chance d'être acceptées par les concurrents qui anticipent la demande plus élevée suscitée par le congé, mais cette situation ne repose sur aucune preuve statistique.
- **Il n'existe aucune preuve d'asymétrie dans le rajustement des prix sur le marché de détail.** Par asymétrie, on entend le phénomène selon lequel les prix de vente au détail réagiraient plus fortement aux augmentations dans les prix du pétrole brut qu'aux diminutions. Notre recherche empirique a montré que les détaillants semblent ajuster leurs prix de la même manière, qu'il s'agisse d'une augmentation ou d'une diminution dans les prix du pétrole brut dans les années 1990.
- **À l'exclusion des taxes, le prix de l'essence au Canada et aux États-Unis est très semblable.** Les Canadiens bénéficient de prix de l'essence qui comptent parmi les plus bas au monde, grâce à un marché de détail très concurrentiel et au fait que l'industrie du raffinage canadienne doit demeurer compétitive par rapport aux États-Unis, malgré une plus grande région géographique et une plus petite population de base.

Les prix à la rampe aux États-Unis, qui sont un important facteur à considérer dans la détermination des prix à la rampe au Canada, entraînent généralement une diminution de prix pour les consommateurs canadiens.

- **Les exploitants de grandes surfaces sont une source potentielle d'une nouvelle concurrence sur le marché canadien de l'essence.** Les exploitants de grandes surfaces ne font peut-être pas leur entrée aussi rapidement au Canada qu'ils l'ont faite en Europe ou aux États-Unis. Toutefois, suivant les progrès de l'industrie au cours des 15 dernières années, l'influence des exploitants de grandes surfaces devrait se faire sentir davantage. Ces exploitants sont en mesure de vendre de l'essence tout en conservant de très faibles marges parce qu'ils peuvent créer d'énormes débits d'essence, parce qu'ils utilisent une technologie de pointe et aussi parce que l'essence représente une part relativement peu importante de l'ensemble de leurs revenus. Étant donné que les prix ont tendance à être influencés par l'exploitant le plus efficace du marché, les grandes surfaces risquent d'exercer continuellement une influence à la baisse sur les marges.
- **À notre avis, l'interfinancement existe dans une certaine mesure entre diverses activités entreprises dans l'industrie de l'essence.** Toutefois, l'interfinancement des activités est une pratique qui n'est ni illégale ni inhabituelle dans l'économie canadienne. De plus, nos travaux empiriques ne nous ont pas permis de trouver des preuves concluantes concernant l'ampleur de l'interfinancement à partir des données que nous avons pu recueillir. Le manque de renseignements au sujet des prix réellement payés par la plupart des détaillants pour leur approvisionnement en essence rend pratiquement impossible de tirer une conclusion définitive concernant l'importance de cette question.

Nous reconnaissons que les indépendants et les grands raffineurs et les raffineurs régionaux sont fortement en désaccord sur l'importance de l'interfinancement dans l'industrie. Dans la présente étude, l'interfinancement fait référence à la pratique qui consiste à utiliser les revenus des secteurs en amont ou du raffinage pour soutenir le secteur de la vente au détail. Les grands raffineurs et les raffineurs régionaux affirment que le soutien aux prix est limité aux circonstances exceptionnelles. D'un autre côté,

les indépendants affirment que cette pratique est plus répandue et qu'elle explique la capacité des raffineurs-négociants de pratiquer de faibles marges de détail. Malgré le fait que les marges de détail sont établies en fonction de prix à la rampe qui ne reflètent peut-être pas avec exactitude les vrais coûts d'approvisionnement en essence, les résultats de nos recherches correspondent à l'existence de l'interfinancement entre les activités. Toutefois, l'ampleur de l'activité était soit insignifiante sur le plan statistique, soit d'une très faible importance.

- **Les détaillants d'une marque ont un avantage sur les indépendants durant une guerre des prix.** Les indépendants doivent acheter leur produit d'un terminal à un prix à la rampe ou avec un escompte minimum et sont, par conséquent, en mauvaise position pour offrir une aide financière à leurs détaillants. Les détaillants d'une marque, par contre, peuvent parfois obtenir un escompte non dévoilé par rapport au prix à

la rampe qui leur permet peut-être de survivre aux effets prolongés d'une guerre des prix.

La rationalisation qui s'est effectuée dans les années 1990 par la réduction du nombre de points de vente et la compression des coûts se poursuivra dans la présente décennie. Tous les concurrents devront améliorer leur rendement s'ils veulent survivre. Dans les années 1980, les indépendants étaient en mesure de s'approprier une part du marché des raffineurs en créant un avantage de prix plus bas et en offrant des services complémentaires au moyen des dépanneurs. Dans les années 1990, les grandes sociétés pétrolières ont appris leur leçon des indépendants et ont même fait mieux. Les acteurs traditionnels dans l'industrie de l'essence devront continuer d'être à l'affût de moyens d'innover et de demeurer concurrentiels pour survivre au XXI<sup>e</sup> siècle, particulièrement à une époque où l'essence est traitée de plus en plus comme un produit parmi tous ceux qui peuvent être vendus à un point de vente donné.

**But**

Le but de la présente étude est d'offrir un portrait impartial et réaliste de l'industrie canadienne de l'essence en l'an 2000. Son objectif est de permettre aux Canadiens de mieux comprendre le fonctionnement du marché interne de la vente au détail et du marché de gros ainsi que la façon dont les prix sont déterminés à la pompe - « les quinze derniers pieds à la pompe ».

L'étude tente de prendre en compte bon nombre de perceptions actuelles au sujet des prix de l'essence au Canada et envisage les problèmes en adoptant une perspective historique, tout en reconnaissant la structure changeante d'un processus relativement complexe et à plusieurs étapes. L'équipe de projet a écouté les Canadiens qui œuvrent dans l'industrie pétrolière à tous les paliers. Nous nous sommes efforcés de prendre en considération leurs préoccupations et d'aborder les problèmes qui, selon eux, étaient d'une importance cruciale pour l'avenir de l'industrie de l'essence au Canada.

Nous avons tenté, dans la rédaction du rapport, d'éviter d'utiliser le jargon et d'expliquer les problèmes le plus clairement et le plus objectivement possible. Ce rapport ne fera peut-être pas changer des opinions solidement ancrées au sujet de l'industrie de l'essence, mais il s'efforcera d'établir les faits, dans la mesure où nous aurons pu réunir les renseignements nécessaires pour y arriver. Certains problèmes, comme la taxation et la politique de la concurrence au Canada, n'entrent pas dans la portée de l'étude. Néanmoins, nous avons essayé de présenter une image équilibrée de l'industrie de l'essence.

Le Conference Board du Canada n'est pas un organisme gouvernemental. Établi en 1954, il est une institution indépendante, sans but lucratif, de

recherche appliquée reconnue pour ses analyses équilibrées et pour son expertise visant à obtenir le consensus entre des groupes diversifiés.

Le Conference Board du Canada ne vise pas l'établissement d'une politique. Par conséquent, l'étude ne fera pas de recommandations au sujet d'une loi ou d'une politique gouvernementale.

**Historique de l'étude****Mandat**

Le Conference Board du Canada s'est vu confier par Industrie Canada et Ressources naturelles Canada le mandat d'effectuer une étude visant à examiner la nature et le fonctionnement de l'industrie canadienne de l'essence. L'étude comprend une enquête approfondie sur l'industrie, et les résultats devraient servir de base à l'établissement d'un dialogue entre les intervenants et les autres parties intéressées. L'étude a commencé le 1<sup>er</sup> avril 2000, et le rapport final a été achevé le 31 décembre 2000.

L'étude comprend deux volets distincts — la recherche et les discussions avec les intervenants.

Le volet de la recherche a été conçu pour aborder un large éventail de questions concernant l'industrie de l'essence au Canada, soulevées par des intervenants de partout au pays.

On s'est plus particulièrement efforcé, dans le volet de la recherche, d'explorer la nature et le fonctionnement des marchés de la vente au détail et en gros de l'essence en examinant les relations qui existent entre les prix du pétrole brut, les prix de l'essence au détail et en gros, et des questions connexes comme la volatilité des prix, la vitesse de rajustement des prix et la nature des augmentations ainsi que la manière

dont elles se produisent. La recherche s'est également penchée sur les prix de vente au détail ainsi que sur les facteurs de l'offre et de la demande; la conduite, la structure et le rendement de l'industrie de l'essence au Canada ainsi que les écarts qui existent entre les marchés canadien et américain.

Le volet des discussions avec les intervenants consiste en une série de cinq symposiums régionaux qui ont eu lieu à Vancouver, à Calgary, à Toronto, à Montréal et à Halifax. Le but de ces symposiums était de créer un environnement permettant à divers groupes d'intérêt d'échanger sur leurs préoccupations et d'amorcer un rapprochement en ce qui concerne leur compréhension des problèmes et de leur origine, d'adopter une perspective régionale sur les problèmes et de valider la recherche empirique.

### Réunions préalables à la recherche avec les intervenants

Plus de 60 réunions et conférences téléphoniques ont eu lieu avec les intervenants de tout le pays avant le début de la recherche. Le but de ces réunions était d'informer l'équipe de projet des préoccupations des intervenants ainsi que de se faire une meilleure idée des rouages de l'industrie. Le mandat de l'étude était suffisamment souple pour permettre de l'adapter aux préoccupations des intervenants et de les aborder.

Les préoccupations des intervenants varient selon les principaux groupes — raffineurs-négociants à l'échelle nationale et régionale, détaillants d'essence indépendants et automobilistes canadiens. Nous avons continuellement tenté dans ce rapport de situer les sujets abordés à l'intérieur du contexte des préoccupations soulevées par chacun des groupes.

### Aperçu

L'industrie de l'essence au Canada est très concentrée. Trois grandes sociétés intégrées — Esso, Petro-Canada et Shell — dominent dans l'exploration et l'extraction pétrolières au Canada ainsi que dans le raffinage, la vente en gros et la vente au détail. Si l'on ajoute les raffineurs-négociants régionaux (Irving, Ultramar, Arco, Chevron, Parkland, Sunoco, etc.), ils forment pour ainsi dire la totalité du secteur du raffinage et de la vente en gros, et sont responsables de près de 80 p. 100 du volume des ventes au détail.

Au cours de la dernière décennie, l'industrie s'est caractérisée par une rationalisation considérable. Le nombre de raffineries productrices d'essence au Canada a chuté de 40 à 18, tandis que le nombre de points de vente au détail a diminué de 40 p. 100. L'expérience canadienne s'est calquée sur le modèle américain, les principaux raffineurs-négociants, en particulier, s'efforçant d'améliorer leur rendement et leur efficacité en augmentant leur débit par point de vente et en fermant les stations les moins efficaces et les raffineries sous-utilisées. Cette situation est en partie le résultat de la perte d'une importante part de marché par les grandes sociétés aux mains des indépendants qui pratiquaient des prix inférieurs au cours des années 1980. Plus les marges de détail diminuaient en raison de l'amélioration de l'efficacité concurrentielle, plus la rentabilité de nombreux points de vente moins efficaces appartenant à la fois aux grandes sociétés et aux indépendants devenait douteuse. Les politiques de fixation des prix dynamiques, pratiquées à la fois par les grands et par les indépendants, ont déclenché des guerres de prix à l'échelle locale qui n'ont fait qu'empirer les choses.

### L'industrie en amont

#### Structure de l'industrie

L'industrie pétrolière comporte deux entités distinctes : la partie en amont et la partie en aval. La principale activité de l'industrie en amont est l'exploration et l'élaboration du pétrole brut, la matière première à partir de laquelle on distille l'essence. La partie en amont de l'industrie consiste en une vaste gamme d'activités, y compris l'exploration pour trouver du pétrole brut, le forage, la production et le transport du brut vers la raffinerie.

Le pétrole brut est une marchandise qui s'échange à l'échelle mondiale et, par conséquent, les producteurs canadiens doivent concurrencer avec les principaux pays producteurs de pétrole pour vendre leur produit aux raffineries. Par exemple, une grande partie du pétrole brut canadien, qui n'est pas consommé par les raffineries nationales, est exporté vers les États-Unis au moyen de pipelines. Aussi, le brut du Canada doit concurrencer l'offre du marché intérieur américain et les importations étrangères. La plupart des grandes raffineries du Canada, à l'exception des raffineries des Prairies, doivent acquérir leur pétrole brut. Cela signifie que la production totale de brut des grandes sociétés intégrées est considérablement inférieure (habituellement près du tiers) à leurs besoins de raffinage. Les grandes sociétés doivent donc importer une large part de leur brut d'autres parties du monde ou l'acheter auprès d'autres producteurs canadiens à un prix mondial.

Le Canada produit environ 2 millions de barils de pétrole brut par jour, tandis que la production mondiale totale est d'environ 74 millions de barils par jour. Les producteurs canadiens n'ont donc aucune influence sur les prix mondiaux

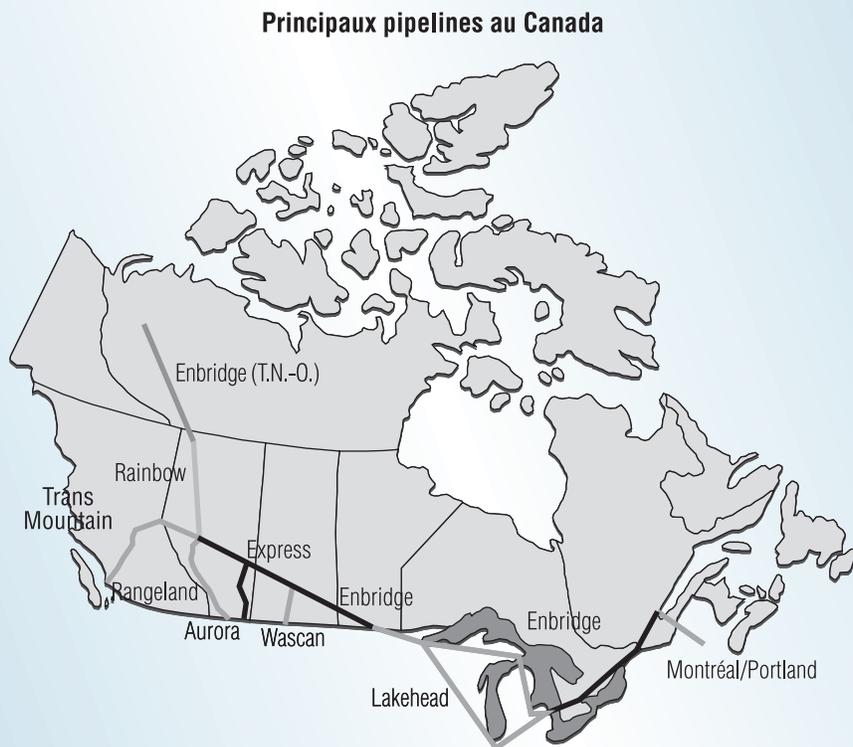
parce que notre production nationale totale est une petite fraction de la production mondiale totale (environ 2,7 p. 100). Les producteurs canadiens de pétrole brut sont par conséquent des preneurs de prix plutôt que des décideurs. Les prix du pétrole sont établis sur les marchés internationaux et reflètent les conditions mondiales plutôt que les conditions qui prévalent au Canada.

Le pétrole brut est livré aux raffineries canadiennes à la fois par pipeline et par mer, au moyen des transporteurs de pétrole. L'infrastructure principale des pipelines est illustrée à la figure 1. Le Canada possède 15 pipelines qui transportent le pétrole brut national au pays et aux États-Unis. Il y a également deux pipelines qui transportent le brut importé au Canada en provenance des États-Unis. La figure 2 montre les divers itinéraires empruntés par les pipelines. Il existe également des pipelines de produits qui transportent l'essence et d'autres produits raffinés vers les marchés au-delà des frontières provinciales.

Les raffineries de Québec, de Halifax et de Saint John obtiennent leur brut des transporteurs de pétrole en provenance de la Mer du Nord ainsi que du Moyen-Orient, de l'Afrique de l'Ouest ou de l'Amérique du Sud. Les raffineries de Montréal reçoivent leur brut du pipeline Montréal-Portland, parce que le port de Montréal n'est pas en mesure d'accueillir les gros transporteurs de pétrole. Avant 1998, Montréal obtenait également son pétrole brut du pipeline de la Ligne 9 en provenance de Sarnia. Mais, en 1999, le pipeline a été inversé pour permettre au brut importé de circuler vers les raffineries de Sarnia en provenance de Montréal. Sarnia et d'autres raffineries du sud de l'Ontario reçoivent également du pétrole brut par des pipelines en provenance de Chicago et d'autres pipelines de l'ouest du Canada.

Dans l'ouest du pays, Edmonton est la principale jonction de pipelines. Les pipelines provenant des parties septentrionales du Canada livrent leur brut à Edmonton. À partir de là, d'autres itinéraires de pipelines sont

**Figure 1**  
**Infrastructure des pipelines du Canada**



Source : Office national de l'énergie.

**Figure 2**  
**Pipelines de pétrole brut canadiens**

Société	Ligne	Itinéraire
<b>Canalisations principales</b>		
Trans Mountain Pipeline	Trans Mountain Pipeline	D'Edmonton à Puget Sound (Wash.)
Alberta Energy Company	Express Pipeline	De Hardisty (Alb.) à Casper (Wyom.)
BP Canada	Rangeland	D'Edmonton au Montana
Murphy Oil	Milk River	De Hardisty à la frontière américaine
Murphy Oil	Wascana	De Regina à la frontière américaine
Enbridge	Main Line	D'Edmonton à Clearbrook (Mich.) et Sarnia
<b>Pipelines secondaires</b>		
Enbridge	Athabasca	De Ft. McMurray (Alb.) à Hardisty
Alberta Energy Company	AOSPL	De Ft. McMurray à Edmonton
Gibson and CNRL	Echo Pipeline	De Cold Lake (Alb.) à Hardisty
Husky Oil	Hardisty	De Lloydminster (Alb.) à Hardisty
Husky Oil	Lloydminster	De Cold Lake à Lloydminster
AEC/Koch/CNRL	Cold Lake	De Cold Lake à Edmonton
AEC/CNRL/PanCanadian/Chevron	Pelican Lake	De Pelican Lake à Wabaska et Mitsue
Murphy Oil/Van Horne	Manito Pipeline	De Kerrobert (Sask.) à Enbridge System
Koch Pipelines	Bow River	De Hay River (Alb.) à Milk River Pipeline
<b>Pipelines transportant du brut</b>		
Enbridge	Ligne 9	De Montréal to Sarnia
Portland Pipeline	Portland pipeline	De Portland (Maine) à Montréal

Source : Ressources naturelles Canada.

utilisés pour transporter le brut vers des localités situées aux États-Unis, comme les États du Montana, de Washington et du Michigan, ainsi que dans d'autres raffineries nationales. Par exemple, le Trans Mountain Pipeline transporte du pétrole brut d'Edmonton à Burnaby, en Colombie-Britannique. À la frontière, le pipeline se raccorde à un autre pipeline qui transporte du brut vers des raffineries situées dans le nord-ouest de Washington. Les raffineries du sud de la Colombie-Britannique obtiennent leur brut d'Edmonton ou utilisent du pétrole brut importé acheminé par des transporteurs de pétrole.

Les raffineries choisissent leurs sources d'approvisionnement en pétrole brut en tenant compte des frais de transport et du type de brut requis. Le Canada produit autour de deux millions de barils de brut par jour, et ses raffineries en utilisent environ la même quantité (1,9 million de barils par jour). Mais, si la demande et l'offre sont presque égales, il est moins coûteux pour les raffineries situées dans l'est du pays d'utiliser du brut importé étant donné les frais élevés pour le transporter

depuis l'Ouest canadien. Par ailleurs, la majorité du pétrole brut provenant de l'Ouest est plus lourd que celui qui provient de la Mer du Nord ou du Moyen-Orient. Ce dernier convient mieux à certaines raffineries situées dans l'est et le centre du Canada.

### **Prix du pétrole brut**

Le coût du pétrole brut compte pour près de 73 p. 100 du prix hors taxes que les Canadiens paient pour un litre d'essence (novembre 2000). Une variation de un cent le litre dans le prix du pétrole brut entraîne, en l'espace d'un mois, une augmentation de un cent le litre d'essence dans le prix à la pompe hors taxes. Par conséquent, la hausse des prix du pétrole brut est le plus important facteur dans la montée en flèche des prix de l'essence à la pompe. Par exemple, depuis janvier 1999, le prix du baril de pétrole brut a grimpé d'environ 29 \$ CAN. Un baril de pétrole brut contient 159 litres. À elle seule, la hausse du prix du pétrole brut compte pour 18 cents par litre. En incluant la TPS, le montant frise les 20 cents par litre.

### Figure 3 Du sol à la pompe

Afin de comprendre avec quelle rapidité les augmentations dans le prix du pétrole brut se traduisent par des augmentations de prix à la pompe, il est utile d'examiner le peu de temps dont on dispose pour transformer le pétrole en essence. En effet, la vitesse avec laquelle le pétrole est extrait par pompage du sol, raffiné en essence et livré à votre poste d'essence dépend de divers facteurs. Par exemple, une raffinerie située à Edmonton obtient son pétrole brut de champs pétrolifères situés dans le nord albertain. Le pétrole est transporté à la raffinerie par pipeline. Si le champ pétrolifère est situé à 400 kilomètres de la raffinerie, le transport prends environ deux jours. Si la raffinerie qui reçoit le pétrole se trouve à Sarnia, le transport prends encore plus de temps. Une raffinerie située dans le Canada Atlantique reçoit son pétrole brut par un transporteur de pétrole en provenance de l'Atlantique Nord. Là encore, la durée dépend de la distance à parcourir et du moyen de transport utilisé.

Lorsque le pétrole brut arrive à la raffinerie, il est entreposé dans une citerne. La durée de l'entreposage du pétrole dans la citerne dépend de la capacité de production de la raffinerie. En moyenne, un baril de pétrole ne doit pas séjourner dans la citerne plus de deux jours. Le procédé de raffinage proprement dit est très rapide. Dès que le pétrole entre dans la tour de distillation, il est transformé en essence en l'espace de quatre à huit heures, selon la technologie utilisée. Après la production, l'essence est entreposée dans un réservoir de stockage de produit pendant un jour ou deux où elle attend qu'on la transporte jusqu'aux postes d'essence. L'emplacement de l'éventuel poste de vente d'essence détermine le moyen de transport qui sera utilisé. Dans notre exemple pour Edmonton, si le poste d'essence se trouvait à Edmonton, le produit serait ramassé par camion et livré au poste dans la journée. Si le poste d'essence était situé à Winnipeg, l'essence devrait être transportée par pipeline sur 1 300 kilomètres à partir de la raffinerie. Ce trajet prendrait de quatre à cinq jours. Une fois arrivée à Winnipeg, l'essence serait entreposée dans un autre réservoir de stockage de produit pendant un ou deux jours avant d'être livrée par camion aux postes d'essence de la ville. Une fois livrée au poste d'essence, elle serait stockée dans des réservoirs souterrains jusqu'à ce que les automobilistes viennent faire le plein.

En l'espace d'une à quatre semaines, le pétrole brut franchit toutes les étapes, de l'extraction à la livraison à la rampe dans le réservoir de votre automobile.

Les prix du brut sont déterminés à l'échelle internationale par les fluctuations mondiales de l'offre et de la demande. Comme nous l'avons expliqué auparavant, le Canada est un vendeur au prix du marché et n'a aucune influence sur les prix étant donné qu'il produit environ 3 p. 100 de l'offre mondiale. Les marchés du pétrole brut sont ébranlés depuis 1998 par suite de la récession grave en Asie de l'Est et d'un excédent de production pétrolière. Les prix ont chuté de près de 30 p. 100 en 1998 et en janvier 1999, le prix d'un baril de pétrole a dégringolé à 19 \$ CAN (13 \$ US). Des réductions importantes de la production de pétrole par les producteurs mondiaux, en particulier ceux de l'Organisation des pays exportateurs

de pétrole (OPEP), et une forte demande dans nombre de pays asiatiques en plein rétablissement et en Amérique du Nord ont entraîné une remontée des prix qui ont atteint en moyenne environ 44 \$ CAN (30 \$ US) par baril jusqu'ici en 2000.

Malgré le fait que le marché détermine le prix du pétrole brut, l'OPEP demeure la force dominante pour ce qui est de l'orientation que prennent les prix. Les onze membres du cartel sont notamment : l'Algérie, l'Indonésie, l'Iran, l'Iraq, le Koweït, la Libye, le Nigeria, le Qatar, l'Arabie saoudite, les Émirats arabes unis et le Venezuela.

Actuellement, la production pétrolière en Iraq ne fonctionne pas à plein régime parce que les ventes de pétrole ne sont autorisées que pour financer les achats « humanitaires ». Les pays membres de l'OPEP réunis représentent près de 40 p. 100 de la production mondiale de pétrole. Ces pays tentent de maximiser les avantages à long terme à tirer de leur ressource en influençant l'offre mondiale et l'offre prévue par le contrôle des niveaux de production de leurs membres. Même si le désaccord de certains membres et les actions de non-membres contribuent souvent à affaiblir la position de l'OPEP, aucun autre pays ou groupe n'exerce une telle influence sur les prix du pétrole brut. Les producteurs qui ne sont pas membres de l'OPEP, comme le Mexique, la Norvège, le Royaume-Uni et les États-Unis, sont aussi d'importants fournisseurs pour le marché canadien. Toutefois, même si ces producteurs exercent une certaine influence sur les prix, il reste que la force dominante est l'OPEP. Les réductions de la production décrétées par l'OPEP sont le principal facteur responsable de la récente volatilité des prix à la pompe enregistrée au Canada.

## L'industrie de gros

### Structure de l'industrie - Raffineries

Le secteur du raffinage du pétrole correspond à l'étape de fabrication dans le processus de production de l'essence. À partir du pétrole brut, les raffineries fabriquent une gamme de produits pétroliers raffinés, y compris l'essence, le carburant diesel, le mazout domestique, les carburateurs et les lubrifiants. L'assortiment de produits obtenu est appelé la gamme de produits. Différents produits sont obtenus à diverses températures

**Tableau 1**  
**Raffineries productrices d'essence au Canada**

Société	Emplacement de la raffinerie	Capacité (barils de brut par jour)
Imperial Oil	Dartmouth, N.-É.	84 000
Irving Oil	Saint John, N.-É.	237 500
North Atlantic Refinery	Come By Chance, T.-N.	99 750
Ultramar	St-Romuald, Q.C.	155 000
Petro-Canada	Montréal, Q.C.	105 000
Shell	Montréal, Q.C.	129 900
Imperial Oil	Nanticoke, Ont.	112 000
Imperial Oil	Sarnia, Ont.	122 000
Petro-Canada	Oakville, Ont.	83 000
Shell	Sarnia, Ont.	71 400
Suncor	Sarnia, Ont.	82 400
Co-op	Regina, Sask.	52 000
Imperial Oil	Edmonton, Alb.	179 600
Parkland Industries	Bowden, Alb.	6 000
Petro-Canada	Edmonton, Alb.	120 000
Shell	Scottford, Alb.	94 350
Chevron	Burnaby, C.-B.	52 000
Husky Oil	Prince George, C.-B.	10 250
<b>Total</b>		<b>1 796 150</b>

Source : Ressources naturelles Canada.

ou à divers stades du procédé de raffinage. L'essence est le plus important produit; il compte pour près de 40 p. 100 de la production totale des raffineries.

À l'heure actuelle, le Canada possède 21 raffineries. Trois de ces raffineries, situées à Sarnia, à Lloydminster et à Moose Jaw, ne fabriquent pas de combustibles. Par conséquent, 18 raffineries au total (voir tableau 1) fabriquent de l'essence et d'autres distillats destinés majoritairement à la consommation intérieure, mais aussi à l'exportation. Toute la production de l'Atlantique Nord provenant de la raffinerie de Come By Chance, à Terre-Neuve est soit utilisée localement ou encore exportée vers des marchés étrangers. Cette situation découle d'un engagement restrictif signé par les acheteurs de Come By Chance lorsque la raffinerie en veilleuse a été rachetée de Petro-Canada et réouverte.

La raffinerie moderne est un ouvrage d'ingénierie complexe dont les coûts en capitaux sont élevés et qui nécessite habituellement un investissement initial de plus de un milliard de dollars, à l'exclusion des frais d'immobilisations. L'exploitation de ces usines est également coûteuse

et entraîne une consommation élevée d'énergie, de main-d'œuvre et de maintenance. Par ailleurs, les raffineries exigent régulièrement des modernisations et des investissements élevés afin de garantir la sécurité des travailleurs et de répondre aux nouvelles normes et réglementations sur l'environnement. Il existe un certain nombre de raffineries différentes, mais les deux principaux types sont appelés de cokéfaction et de craquage. Ces deux types de raffineries utilisent le pétrole brut pour produire de l'essence et d'autres combustibles. Toutefois, les raffineries de cokéfaction exigent un investissement plus élevé parce qu'elles ont également la capacité de produire des produits finis plus légers (p. ex., l'essence) à partir d'un baril de pétrole brut. Les raffineries de craquage, qui sont le type le plus répandu au Canada, n'ont pas fait l'investissement nécessaire pour être en mesure de transformer le pétrole brut lourd et, par conséquent, elles doivent s'approvisionner en pétrole brut plus léger (et par conséquent plus cher).

Les raffineries du Québec et du Canada Atlantique sont des raffineries de craquage. Elles comptent principalement sur le pétrole brut importé de la Mer du Nord et du Moyen-Orient. Deux raffineries de cokéfaction dans l'ouest du Canada peuvent transformer le pétrole brut plus lourd extrait en Alberta et en Saskatchewan. La proportion de pétrole brut léger classique de l'ouest du Canada a chuté de 51 p. 100 en 1985 à 33 p. 100 en 1999. Cette diminution a été compensée par l'augmentation de la production de pétrole brut non classique provenant des sables bitumineux du nord de l'Alberta.

Les États-Unis, par comparaison, ont au total 163 raffineries dont la capacité réunie est de 15 millions de barils par jour de brut. Sur cette capacité, les raffineries de cokéfaction produisent 1,8 million de barils par jour. En comparaison, le Canada possède une capacité de cokéfaction de seulement 39 000 barils par jour.

Vingt villes canadiennes sont équipées de terminaux pour le transport en vrac où les négociants peuvent acheter de l'essence au prix à la rampe pour le livrer ensuite à leurs points de vente au détail ou à d'autres clients par camion (voir figure 4). Certains de ces terminaux se trouvent sur le site de la raffinerie, mais la plupart sont situés dans des dépôts de stockage où l'essence arrive par pipelines.

**Figure 4**  
**Terminaux de vrac au Canada affichant les prix à la rampe**

Ville	Société
Saint John, N.-B.	Esso, Petro-Canada
St. John's, T.-N.	Ultramar
Halifax, N.-É.	Esso, Ultramar, Petro-Canada
Ville de Québec, QC.	Esso, Ultramar, Shell, Petro-Canada, Olco
Montréal, QC.	Esso, Ultramar, Shell, Petro-Canada, Olco
Ottawa, Ont.	Esso, Ultramar, Shell, Sunoco, Petro-Canada, Olco, Coastal
Toronto, Ont.	Esso, Ultramar, Shell, Sunoco, Petro-Canada, Olco
Hamilton, Ont.	Olco, Sunoco
London, Ont.	Esso, Ultramar, Shell, Sunoco, Petro-Canada, Olco
Sarnia, Ont.	Esso, Ultramar, Shell, Sunoco, Petro-Canada, Olco
Thunder Bay, Ont.	Petro-Canada
Winnipeg, Man.	Esso, Shell, Petro-Canada
Regina, Sask.	Esso, Shell, Petro-Canada
Calgary, Alb.	Esso, Shell, Petro-Canada
Edmonton, Alb.	Esso, Shell, Petro-Canada
Kamloops, C.-B.	Esso, Shell, Petro-Canada
Vancouver, C.-B.	Esso, Shell, Petro-Canada
Nanaimo, C.-B.	Petro-Canada
Victoria, C.-B.	Esso
Barepoint, C.-B.	Shell

Source : Bloomberg.

Il convient de noter que ce ne sont pas tous les raffineurs qui offrent de l'essence en gros.

La production d'essence dans les raffineries d'Irving et de Chevron, par exemple, est généralement réservée aux postes d'essence associés à ces marques.

### **Rationalisation**

Les 18 raffineries de combustible en exploitation au Canada représentent un changement significatif. Au début des années 1980, il y avait 40 raffineries, et dans les années 1970, il y en avait 58. La rationalisation poussée a été le résultat d'une diminution de la rentabilité due à une sous-utilisation de la capacité, à un accroissement de la concurrence et à une réduction de la demande pour l'essence. Au début des années 1980, la demande pour l'essence a chuté brusquement en raison de la faiblesse de la conjoncture économique et des prix

élevés du brut après les chocs des prix de 1973 et 1979. Au Canada, la consommation d'essence a diminué de 18 p. 100 entre 1981 et 1987. Vers la fin des années 1970 et au début des années 1980, la demande pour le mazout domestique a chuté en raison de la concurrence plus forte du gaz naturel et de l'électricité. Par ailleurs, l'efficacité énergétique s'est améliorée pour la plupart des automobiles et cette situation a également eu une incidence négative sur la demande pour l'essence. Après 1987, la demande pour l'essence a commencé lentement à remonter et a continué de progresser au début et au milieu des années 1990. La demande a continué de s'affirmer dans la dernière partie de la décennie.

Entre 1970 et 1979, 18 raffineries ont été fermées par suite de la faible demande et de la diminution des marges. Dix autres raffineries ont fermé leurs portes durant la période de 1980 à 1984. En 1991, Petro-Canada a fermé les raffineries de Taylor et de Port Moody, en Colombie-Britannique, ainsi que les unités de transformation du brut de sa raffinerie de Mississauga. Shell a fermé sa raffinerie de Burnaby et Esso a fermé ses raffineries situées en Colombie-Britannique et dans les Territoires du Nord-Ouest. Au début des années 1990, Ultramar a également fermé sa raffinerie de Halifax.

Dans la présente décennie, le plus grand défi que doit affronter l'industrie du raffinage est celui de la réglementation de l'environnement. D'énormes investissements seront nécessaires, entraînant des coûts qui doivent être récupérés par les raffineurs. La plus récente de ces réglementations est entrée en vigueur en 1999, et elle exige des teneurs plus faibles en benzène dans l'essence. Les spécifications canadiennes en matière de benzène dans l'essence sont aujourd'hui plus sévères que dans de nombreux autres pays, y compris le Japon et la plupart des régions des États-Unis.

En 1999, le gouvernement fédéral a adopté une loi restreignant la teneur en soufre dans l'essence. Cette exigence sera appliquée en deux étapes. La première restreint le niveau de soufre à une moyenne de 150 parties par million durant la période entre juillet 2002 et décembre 2004. La deuxième étape exige la réduction de la teneur en soufre à une moyenne de 30 parties par million d'ici au 1<sup>er</sup> janvier 2005. Afin de se conformer

à ces exigences, les raffineurs devront investir environ un milliard de dollars dans les années qui viennent. Les États-Unis se préparent à imposer des restrictions similaires à l'égard du soufre. Toutefois, ils les étaleront sur une plus longue période de temps

### *Prix de gros de l'essence*

L'une des étapes cruciales de la fixation des prix pour les raffineurs consiste à établir de façon approximative le prix à la rampe que les détaillants devront payer pour l'essence, ou ce qu'on appelle le prix de vente en gros pour l'essence. Le prix à la rampe constitue un point de repère pour le prix de vente en gros de l'essence achetée dans les terminaux. Habituellement, de trois à cinq sociétés différentes affichent leur prix à la rampe à chaque terminal. Les prix à la rampe sont examinés chaque jour au terminal, et des changements sont apportés en règle générale de deux à trois fois par semaine. Les raffineurs fournissent de l'information concernant la fixation du prix à la rampe à leurs clients soit directement, soit par l'entremise d'une publication le Bloomberg Oil Buyers' Guide, l'OPIS (Oil Price Information Service) de l'agence Reuters ainsi que d'autres services de l'industrie.

Les sociétés pétrolières intégrées donnent à leurs plus gros clients — les indépendants associés à une marque ou les détaillants sans marque et les grossistes et exploitants de grandes surfaces — des escomptes sur le prix à la rampe. Ces escomptes sont établis en fonction des volumes des clients ainsi que des ententes d'approvisionnement à long terme. La valeur des escomptes peut également être influencée par d'autres facteurs. Par exemple, si le fournisseur a un trop gros stock dans un terminal donné et qu'il risque d'avoir un problème de confinement, l'escompte pourra être augmenté afin d'écouler le produit plus rapidement et de réduire les niveaux de stock. L'inverse peut également se produire dans le cas d'une pénurie. Durant une guerre des prix, les escomptes accordés aux détaillants affichant une marque peuvent être augmentés afin de garantir au détaillant une marge minimale qui lui permet de rester concurrentiel. Les escomptes ne sont pas divulgués et font l'objet d'une négociation entre le grossiste et son client.

### **Figure 5** ***Prix à la rampe***

Le prix à la rampe est utilisé à titre d'approximation pour établir le prix de gros de l'essence tout au long du présent rapport. Il convient toutefois de reconnaître la faiblesse de cette hypothèse. En effet, 82 p. 100 de l'essence vendue au Canada l'est par l'entremise de postes d'essence associés à une marque dont le prix d'acquisition est vraisemblablement différent du prix à la rampe. De plus, comme nous l'avons déjà souligné, les indépendants ayant un fort volume peuvent également bénéficier d'un escompte par rapport au prix à la rampe. Par conséquent, le prix à la rampe s'applique seulement à une petite partie de l'essence vendue en gros au Canada. Néanmoins, les prix à la rampe sont les seules données facilement accessibles sur les prix de gros et les tendances dans les prix à la rampe représentent les mouvements dans les prix de gros.

Les sociétés pétrolières intégrées fournissent à un grand nombre de leurs propres stations-service un produit qui demeure leur propriété tant qu'il n'est pas acheté à la rampe par un client. Il est par conséquent difficile de déterminer quelle est la valeur réelle à la rampe de ce produit étant donné que le prix à la rampe ne s'applique pas. Les grandes sociétés pétrolières intégrées utilisent un prix d'acquisition sur le marché intérieur pour ce produit, qui a un certain rapport avec le prix à la rampe ainsi qu'avec les escomptes consentis sur le volume. Toutefois, cette information leur appartient exclusivement et n'est pas divulguée.

Tous les jours, chaque fournisseur d'essence en gros détermine quel devrait être le prix à la rampe de l'essence dans ses terminaux. Les facteurs pris en considération dans la fixation de leur prix à la rampe sont notamment :

- Pétrole brut—Le prix du pétrole brut est normalement fixé au port de New York. Les variations possibles à la tendance sous-jacente dans le brut font l'objet d'une surveillance étroite par les grandes sociétés.
- Marge du raffineur—La marge du raffineur est l'écart entre le prix de gros de l'essence et le prix du pétrole brut. Aussi l'appelle-t-on marge de craquage. Une marge élevée ou faible pour les raffineurs constitue un bon indicateur de la situation de l'offre dans les divers marchés du pays. Par exemple, une marge du raffineur élevée pourrait indiquer que l'offre est limitée dans un marché particulier. Ce facteur est un élément important permettant de déterminer quel sera le prix à la rampe quotidien. Les marges moyennes des raffineurs

au Canada sont illustrées sur le graphique 1. Une bonne part des fluctuations subies par les marges des raffineurs sont imputables à des facteurs saisonniers, selon la technologie utilisée pour produire l'essence. La demande pour l'essence est beaucoup plus importante durant les mois d'été. Les stocks d'essence sont souvent excédentaires en automne et en hiver alors qu'on se retrouve avec de grandes quantités d'essence à titre de sous-produit des raffineries qui se concentrent sur la production de mazout domestique.

- Prix à la rampe par la concurrence—Les grandes sociétés pétrolières considèrent également les prix à la rampe de leurs concurrents pour déterminer le prix qui convient. Ces prix sont communiqués par l'entre-mise de nombreux services auxquels les grossistes sont abonnés. Les prix à la rampe des concurrents diffèrent parfois en raison de la situation particulière qu'ils doivent affronter dans leur marché ou encore en raison de leur interprétation de l'orientation des forces du marché. Toutefois, étant donné que la demande d'essence est très sensible aux fluctuations de prix, les prix affichés à la rampe sont en général très homogènes.
- Emplacement des terminaux américains—Pour les terminaux situés dans l'est du Canada et dans les basses terres continentales de la Colombie-Britannique, le prix à la rampe américain est probablement le plus important facteur dans la détermination de leurs propres prix à la rampe. La demande pour l'essence en gros est extrêmement sensible aux prix et, par conséquent, si les prix à la rampe au Canada ne sont pas concurrentiels, les consommateurs peuvent importer de l'essence des établissements de vente en gros situés à la frontière des États-Unis. Dans le cas de l'Ontario, les terminaux de vente en gros frontaliers, comme Buffalo, Detroit et Duluth, sont des solutions de rechange valables pour obtenir de l'essence. Au Québec et dans le Canada Atlantique, le prix à la rampe du port de New York fait l'objet d'une surveillance constante. La possibilité d'avoir recours à l'importation n'est pas un facteur aussi important dans les trois provinces des Prairies en raison des grandes distances à parcourir. Par conséquent, les facteurs comme les coûts du pétrole brut et les marges de craquage sont plus importants pour déterminer les prix de gros. Cependant, Vancouver, où

les produits importés sont une solution de rechange valable, le prix à la rampe américain de Seattle doit faire l'objet d'une surveillance quotidienne.

En règle générale, les prix à la rampe américains sont la plus importante considération qui détermine les prix à la rampe canadiens. Les produits de l'essence peuvent s'exporter et s'importer librement entre le Canada et les États-Unis, et c'est la raison pour laquelle le marché de gros considère les produits américains et les raffineries américaines comme de la concurrence. Par exemple, au début de 2000, la côte du nord-est des États-Unis a connu des températures plus froides que la moyenne, ce qui a entraîné un accroissement de la demande pour le mazout domestique et une réduction des approvisionnements offerts en essence. Cette situation a eu pour effet de faire grimper rapidement les prix à la rampe de l'essence dans le Nord-Est américain. Même si le centre du Canada a connu un hiver beaucoup moins rigoureux, les prix de l'essence sont restés néanmoins à la hausse par suite de l'augmentation des prix américains.

Le résultat de cette concurrence continentale, du point de vue du consommateur, est que les prix à la rampe sont aussi influencés par le marché, beaucoup plus important, des États-Unis, et pas seulement par le nombre limité d'acteurs qui évoluent dans l'industrie canadienne du raffinage.

La décision de changer les prix à la rampe est fondée sur les tendances dans les prix à la rampe aux États-Unis, dans le pétrole brut et les marges de craquage. Il arrive parfois que les indicateurs se déplacent tous dans la même direction et, en conséquence, la fixation du nouveau prix à la rampe est relativement simple. Toutefois, dans bien des cas, les indicateurs empruntent diverses directions et il faut une bonne dose de réflexion avant de pouvoir établir un prix à la rampe concurrentiel.

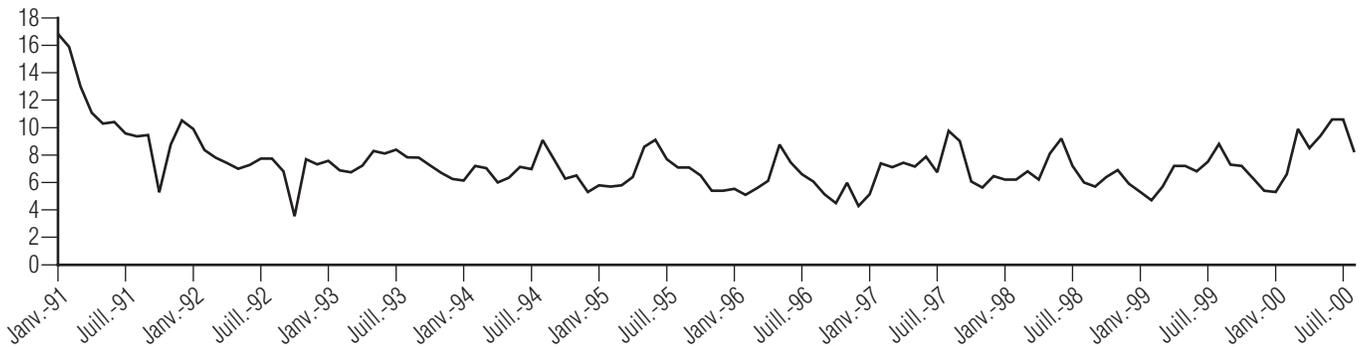
### ***Marges des raffineurs***

Les marges des raffineurs ont diminué au Canada au début des années 1990, pour se stabiliser entre 1993 et 1999 en moyenne autour des 7 cents par litre, et ont remonté depuis le début de 2000 (voir graphique 1). On a pu maintenir la rentabilité par la rationalisation et la

## Graphique 1

### Marge moyenne des raffineurs au Canada

(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

réduction draconienne des frais d'exploitation plutôt que par l'augmentation des prix des produits. Étant donné que les prix à la rampe au Canada sont dans une large mesure influencés par les prix à la rampe américains, et que les prix du pétrole brut sont déterminés sur les marchés mondiaux, la marge du raffineur au Canada est fortement tributaire de facteurs externes plutôt que de coûts internes.

Le graphique 2 compare les marges des raffineurs canadiens et celles des raffineurs américains. La relation qui existe entre les deux est clairement visible, et la différence entre les marges est due au coût du transport lorsque l'on a opté pour le produit d'importation. L'augmentation des marges américaines vers le milieu de 2000 reflète l'introduction de l'essence reformulée dans certains marchés sélectionnés des États-Unis. L'essence reformulée est un terme général pour décrire l'essence mandatée par l'administration fédérale américaine, une essence qui subit un traitement spécial et qui est mélangée de manière à réduire les émissions de matières polluantes comme les hydrocarbures, les substances toxiques et les oxydes d'azote. Lorsqu'on la compare à l'essence classique, l'essence reformulée réduit les émissions d'hydrocarbures d'au moins 15 p. 100, selon les estimations de la U.S. Environmental Protection Agency.

### Analyse empirique des prix de gros

L'analyse empirique a confirmé la constatation selon laquelle les variations dans les prix à la rampe américains

sont étroitement liées aux changements dans les prix à la rampe canadiens (voir Annexe B). Les changements dans les prix à la rampe dans onze villes canadiennes ont été établies par régression en fonction du prix à la rampe à New York. Les résultats indiquent que le prix à la rampe

### Figure 6 L'importation, une option

Il est bien connu que le Canada est à la fois importateur et exportateur de pétrole brut. Les produits raffinés, comme l'essence, franchissent aussi la frontière librement entre le Canada et les États-Unis.

En 1999, le Canada a exporté près de 6 milliards de litres d'essence, tandis qu'il en importait plus de 2 milliards de litres. La majeure partie du commerce de l'essence du Canada se fait avec les États-Unis. Les exportations sont particulièrement importantes durant les mois d'hiver alors qu'on dispose d'un excédent d'essence à titre de sous-produit de la production accélérée de mazout domestique. Les importations tendent à être plus importantes en été lorsque la demande canadienne est à son plus fort.

Le fait que le Canada et les États-Unis échangent de l'essence aide les raffineurs canadiens à demeurer concurrentiels par rapport à leurs homologues américains. Si les prix à la rampe pour l'essence canadienne étaient considérablement supérieurs à ceux des marchés américains avoisinants, les raffineries canadiennes risqueraient de perdre une bonne part de leurs clients au profit des importations et pourraient mettre en péril leur rentabilité.

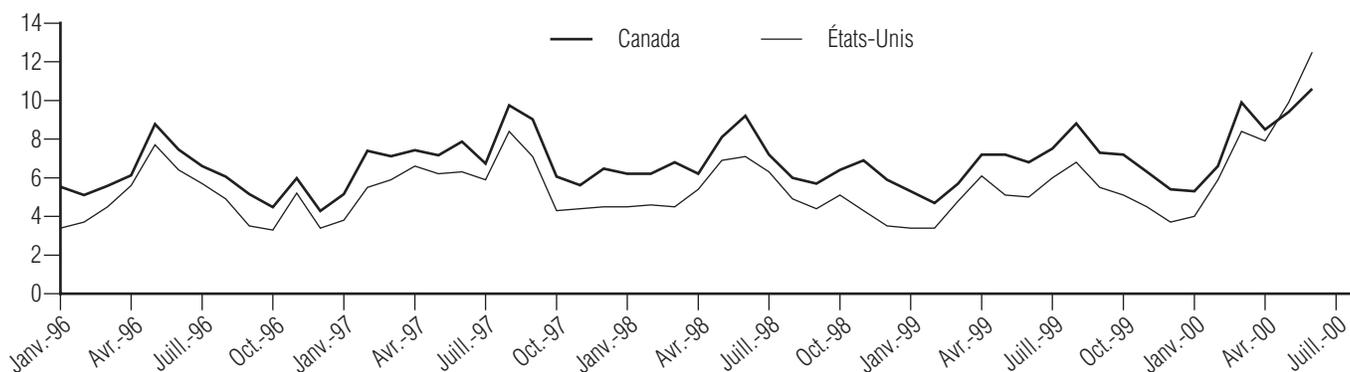
Pour les distributeurs d'essence indépendants au Canada, le fait de pouvoir recourir à l'importation leur donne une certaine marge de manœuvre et une option de rechange par rapport à celle que représente l'industrie du raffinage canadienne relativement concentrée.

Pour les consommateurs, l'option de l'importation auprès des États-Unis et le fait que l'industrie du gros canadienne soit forcée de demeurer concurrentielle à l'échelle continentale se traduisent par des prix concurrentiels au niveau du dépôt, ce qui contribue à faire diminuer les prix à la rampe.

## Graphique 2

### Comparaison des marges des raffineurs au Canada et aux États-Unis

(en cents (CAN) par litre)



Sources : M.J. Ervin et U.S. Energy Information Administration.

américain, à la fois le prix actuel et celui retardé d'un mois, jouent un rôle important dans l'explication du mouvement des prix à la rampe dans les onze villes. Dans la majorité des villes, les résultats ont révélé qu'une augmentation de un cent (canadien) le litre dans les prix à la rampe aux États-Unis avait entraîné une augmentation correspondante de un cent le litre dans les prix à la rampe canadiens. La relation étroite qui existe entre les prix à la rampe au Canada et aux États-Unis n'est pas surprenante. Les grandes sociétés pétrolières du Canada surveillent étroitement les prix à la rampe américains et fixent leurs prix de manière à tenter de rester concurrentielles par rapport à l'essence importée. Si les prix à la rampe canadiens n'étaient pas concurrentiels avec les prix américains, les produits importés submergeraient le marché canadien et nuiraient aux raffineries du Canada.

### Préoccupations des intervenants

#### Répercussions d'un marché de gros continental

Les indépendants, en particulier, s'inquiètent de ce qu'ils perçoivent comme une absence de concurrence dans le marché de gros de l'essence dans ce pays. En règle générale, leurs plaintes portent sur deux aspects précis : la fixation du prix et l'accès à l'offre.

Dans l'est du Canada, les grandes sociétés pétrolières fixent leurs prix à la rampe à un niveau conçu pour demeurer concurrentiel par rapport au produit importé.

Certains indépendants ont signalé que le prix à la rampe fixé selon cette formule les met dans une situation défavorable sur le plan concurrentiel. Les indépendants font valoir que les prix à la rampe au Canada devraient être plus élevés qu'aux États-Unis si les prix à la rampe fixés par les grandes sociétés étaient fondés sur leurs coûts. Ils supposent que toutes les raffineries canadiennes ont des coûts unitaires plus élevés que leurs contreparties américaines, une hypothèse qui ne peut être soutenue. En conséquence, ils contestent l'idée selon laquelle les prix de détail dans les stations-service exploitées par les grandes sociétés seraient plus élevés. Cela permettrait aux indépendants d'importer le produit des États-Unis à un prix à la rampe inférieur et leur conférerait un léger avantage par rapport aux grandes sociétés au niveau de la vente au détail.

Si les grandes sociétés fondaient leur prix à la rampe sur les coûts plutôt que sur l'éventualité de l'importation, il serait possible pour les indépendants d'en tirer un avantage concurrentiel selon les conditions du marché. Toutefois, du point de vue des grandes sociétés, le fait de fixer les prix de manière à empêcher le produit importé d'envahir leur marché se justifie pleinement sur le plan économique. Les importations réduisent la demande pour le produit en provenance de leurs raffineries et pourraient tôt ou tard nuire à leurs activités globales.

Le fait que le prix à la rampe au Canada soit fortement influencé par la conjoncture économique américaine

conduit à prendre certaines décisions concernant la fixation des prix qui, à première vue, semblent causer un désavantage à l'industrie canadienne. En mars 2000, par exemple, les prix à la rampe ont augmenté aux États-Unis à cause des stocks limités. Les stocks canadiens sont restés à un niveau raisonnable durant la même période, d'où l'inutilité d'augmenter les prix. Pourtant, en raison de l'intégration des deux marchés, les prix à la rampe ont également augmenté au Canada. Mais si les prix à la rampe canadiens n'avaient pas augmenté, les négociants américains auraient été incités à acheter le produit au Canada. Cette décision aurait eu pour effet de réduire les stocks et aurait entraîné finalement une augmentation des prix à la rampe tant que l'écart de prix à l'exclusion des frais de transport entre les deux pays n'aurait pas été éliminé. À court terme, toutefois, les détaillants et les consommateurs canadiens ont payé un prix plus élevé pour leur essence. Il faut noter que ce mode de fixation des prix profite également aux détaillants et aux consommateurs canadiens lorsque l'inverse se produit et que les stocks américains sont élevés. En effet, lorsque cette situation se produit, les détaillants canadiens paient des prix à la rampe inférieurs qui peuvent être le résultat de la conjoncture au Canada.

L'observation selon laquelle les prix à la rampe sont parfois artificiellement bas afin d'endiguer les importations est également une arme à double tranchant pour les indépendants et les automobilistes. En effet, même si cette situation empêche les indépendants d'importer un produit meilleur marché, elle leur permet d'utiliser une essence raffinée au pays à un prix moindre. Bref, cette situation empêche peut-être les indépendants d'obtenir un avantage concurrentiel, mais elle permet en règle générale aux Canadiens de bénéficier de prix plus bas pour l'essence que si les raffineurs canadiens n'avaient pas à tenir compte de la concurrence éventuelle des Américains.

### ***Uniformité des prix à la rampe***

L'autre plainte la plus répandue concernant les prix à la rampe au Canada tient au fait que ceux-ci semblent être sensiblement les mêmes d'un terminal à l'autre et qu'ils changent uniformément. Certains intervenants affirment que cette rigidité indique que la concurrence

est moins forte au Canada qu'aux États-Unis. Ils soutiennent également qu'il est beaucoup plus difficile d'obtenir des escomptes au Canada, et particulièrement lorsque le détaillant indépendant n'achète pas l'essence en grande quantité.

Dans une certaine mesure, les écarts entre les prix à la rampe au Canada et aux États-Unis sont le reflet de la plus grande taille du marché américain et de la présence d'un plus grand nombre de concurrents. Toutefois, selon la perspective des grandes sociétés et des raffineurs régionaux au Canada, l'uniformité des prix à la rampe dans les marchés de tout le pays est le reflet des formules utilisées pour fixer les prix de gros. Toutes les grandes sociétés et les sociétés régionales affichent leurs prix à la rampe en fonction d'une certaine relation avec le même prix de référence américain et, étant donné que l'essence est un produit homogène, il n'est pas surprenant que ce prix soit semblable. Les conditions du marché local sous-entendent qu'un prix à la rampe qui est beaucoup plus élevé que celui de la concurrence entraînera la perte de nombreux clients.

La transition à l'affichage des prix à la rampe vers le milieu des années 1990 a considérablement modifié le marché et il est devenu beaucoup plus difficile pour les détaillants indépendants d'obtenir des escomptes, même si de nombreux exploitants continuent d'obtenir un escompte limité. Avant l'affichage des prix de gros, il était possible pour un indépendant d'obtenir un prix de la part d'une grande société pour un produit puis d'aller vers une autre grande société en vue de négocier un meilleur escompte. L'affichage au dépôt de tous les prix à la rampe a empêché les indépendants de bénéficier d'un levier éventuel qui leur permettait de négocier un meilleur prix.

### ***Escomptes***

Les escomptes par rapport au prix à la rampe ainsi que l'approvisionnement en essence à un prix n'étant pas imposé aux détaillants dont les points de vente sont la propriété des raffineurs sont des sujets litigieux pour bon nombre d'indépendants. Ils croient que, même si le prix à la rampe détermine le coût de leur approvisionnement, les détaillants affichant une marque ont accès à des arrangements qui ne sont pas soumis aux mêmes règles de

transparence que leur propre mécanisme de fixation des prix et que, à ce titre, les prix à la rampe ne représentent pas nécessairement les coûts réels que doivent affronter les détaillants concurrents. On pourrait en déduire que les détaillants associés à une marque ainsi que ceux qui obtiennent des escomptes, à l'exclusion des indépendants, bénéficient de marges de détail plus élevées que celles qui sont estimées aux fins de statistique et d'analyse.

### ***Prix à l'exportation***

Les raffineries exportent des produits à destination des États-Unis lorsque les stocks sont élevés. Afin de pouvoir vendre leur produit au sud de la frontière, les raffineries doivent absorber une partie des frais de transport afin de s'assurer que le produit demeure concurrentiel sur le marché américain. Par conséquent, selon les conditions du marché, le prix à l'exportation est souvent inférieur au prix sur le marché intérieur. Certains indépendants soutiennent que, en toute justice, le prix à la rampe intérieur devrait être le même que le prix à l'exportation. Toutefois, si le prix sur le marché intérieur correspondait au prix à l'exportation, les raffineries risqueraient de perdre de l'argent.

### ***Offre du produit***

De nombreux intervenants chez les indépendants soutiennent que l'un de leurs plus gros problèmes consiste à s'approvisionner régulièrement en produit auprès des terminaux de tout le Canada à un prix concurrentiel. Ce problème est considéré comme encore plus sérieux dans l'ouest du pays. Les Prairies jouissent de possibilités limitées d'importer du produit à destination de Winnipeg et l'importation vers cette région est plus coûteuse que vers les autres régions du pays. Dans cette région en effet, les détaillants indépendants considèrent comme une nécessité commerciale d'avoir des contrats à long terme avec les grandes sociétés pétrolières ou les raffineurs régionaux pour rester dans la course. Un autre commentaire entendu fréquemment était que, même si les indépendants n'ont pas encore éprouvé de difficulté sérieuse d'approvisionnement, s'il survenait une crise, les grandes sociétés verraient à leurs propres intérêts et laisseraient tomber leurs clients indépendants. Cependant, cette déclaration n'a pas été justifiée par le comportement passé des raffineurs-négociants.

Même dans l'est du Canada, où l'importation est possible, les indépendants ont déclaré éprouver des difficultés à s'approvisionner à l'extérieur du pays. Detroit est une excellente source de produit importé parce que ce marché est jugé très concurrentiel. Toutefois, la seule possibilité pour les indépendants d'obtenir leur approvisionnement sur ce marché est par camion, étant donné qu'il n'y a pas de pipeline qui transporte de l'essence entre Detroit et Sarnia. Puisque le transport par camion vers le centre de l'Ontario est plus coûteux que l'approvisionnement par pipeline, les grandes sociétés peuvent compter sur ce facteur lorsqu'elles déterminent leur prix de gros. On a signalé qu'un pipeline public à partir de Detroit et à destination du Canada contribuerait à aplanir les difficultés que certains indépendants éprouvent pour se procurer leur produit. Buffalo, un autre marché d'approvisionnement pour le produit importé, n'était pas jugé pratique par certains indépendants parce qu'il s'agit d'un marché non concurrentiel dominé par un seul fournisseur.

Les difficultés à se procurer le produit importé des États-Unis risquent de s'intensifier en raison des lois canadiennes sur l'environnement. Les restrictions imposées sur la teneur en benzène dans l'essence rendent les choses plus difficiles pour les détaillants indépendants ontariens qui ne peuvent importer leur produit du Michigan parce que ce dernier ne satisfait pas aux normes du gouvernement fédéral. Par ailleurs, les modifications apportées à la réglementation sur la teneur en soufre, qui ne sont pas harmonisées avec le calendrier de la réglementation américaine, risquent aussi de nuire sérieusement à l'approvisionnement en provenance des États-Unis.

### ***Perception fiscale***

Les grands raffineurs et les raffineurs régionaux jouissent d'un avantage sur les indépendants au niveau de la perception fiscale. Les indépendants doivent en effet acquitter les taxes d'accise (fédérale et provinciale) sur l'essence immédiatement après la livraison du produit en gros. Par contre, les détaillants associés à une marque ne paient les taxes d'accise qu'une fois que le produit est vendu au détail. Cette situation confère aux détaillants affichant une marque un avantage sur le plan des liquidités par rapport aux indépendants.

## **Raffineurs — Interface avec les détaillants indépendants**

Lors des consultations avec les intervenants, il est devenu évident que de sérieux problèmes semblent exister entre les raffineurs et les détaillants indépendants.

Le Canada dispose d'un nombre limité de raffineurs qui vendent leur produit en gros. Tous ces raffineurs participent également à des activités de vente au détail qui sont en concurrence directe avec leurs clients indépendants. Cette situation diffère énormément de ce qui se passe aux États-Unis où il existe beaucoup de fournisseurs, dont bon nombre exercent leurs activités uniquement au niveau du commerce de gros.

Les indépendants pensent que les raffineurs canadiens n'exercent pas activement leur concurrence pour rester dans la course, mais qu'ils fixent les prix à la rampe de manière à empêcher les indépendants de se procurer une autre source d'approvisionnement. De plus, ils affirment que les détaillants associés à une marque bénéficient régulièrement de prix de faveur pour leur approvisionnement ou encore de marges garanties, ce qui leur confère un avantage déloyal dans le commerce. Vu que les contrats négociés sont confidentiels, il est impossible de connaître le vrai prix d'acquisition payé par les détaillants.

### **Vente au détail**

#### **Structure de l'industrie — Points de vente au détail**

Il existe actuellement près de 13 250 points de vente au détail d'essence au Canada, ce qui représente une baisse par rapport au chiffre de 22 000 enregistré en 1989. Il s'agit d'une diminution d'un peu moins de 40 p. 100. Cette baisse correspond à celle qui a été constatée aux États-Unis, où le nombre de points de vente d'essence a diminué de près de 45 p. 100, passant de 279 000 en 1972 à 155 000 en 1992.

Les concurrents sur le marché de la vente au détail d'essence sont nombreux et très diversifiés. Voici la composition actuelle des détaillants :

- Deux raffineurs-négociants intégrés d'envergure multi-nationale — Esso et Shell. Ces sociétés font également à divers degrés de l'exploration et de la production

pétrolières, même si elles sont des acheteurs nets de pétrole brut;

- Un raffineur-négociant intégré d'envergure nationale — Petro-Canada. Petro-Canada est également un producteur de pétrole, mais sa production ne suffit pas à répondre aux besoins de ses raffineries. Aussi la société doit s'approvisionner en pétrole brut auprès d'autres sources;
- Au moins un raffineur-négociant intégré dans chacune des grandes régions du Canada — Ultramar, Irving, Sunoco, Chevron, Arco, Husky, Federated Co-op et Parkland. Ces sociétés, à l'exception d'Irving, de Federated Co-op et de Parkland, comptent parmi les grandes sociétés intégrées qui font également de l'exploration de la production pétrolières dans le monde entier. Husky, toutefois, est la seule société dont la production pétrolière au Canada soit suffisante pour répondre à ses besoins;
- Un certain nombre de détaillants de grande surface — Canadian Tire, Real Canadian Superstore, Save-on Foods et Costco;
- Un grand nombre de petits détaillants indépendants;
- Un certain nombre de réseaux de distributeurs affichant une marque privée — Wilson's Fuel, Mr. Gas et Domo.

Selon les données par ville réunies par Kent Marketing, la diminution du nombre de points de vente au détail durant les années 1990 a surtout été le fait des grandes sociétés, en baisse de 36 p. 100, suivies par les sociétés régionales, en baisse de 25 p. 100, tandis que le nombre d'indépendants diminuait de 10 p. 100. La proportion d'établissements pour les indépendants est passée de 26 p. 100 à 32 p. 100 entre 1990 et 1999, tandis que la proportion des sociétés régionales et nationales a diminué ou est restée stable. Les facteurs qui expliquent l'augmentation en proportion du nombre d'établissements pour les indépendants sont notamment :

- Le fait que les dépanneurs s'intéressent de plus en plus à la commercialisation de l'essence, allant souvent jusqu'à créer leur propre marque;
- Le fait que de plus en plus de grandes chaînes d'épicerie et d'autres types de négociants offrent de l'essence.

Plusieurs chaînes d'établissements indépendants ont affiché une solide croissance dans les ventes vers la fin

### **Figure 7** **Indépendants associés à une marque**

Quarante-six pour cent des points de vente d'essence au Canada sont exploités par des indépendants, dont 70 p. 100 n'ont aucune affiliation avec une installation de raffinage. Par conséquent, 14 p. 100 des détaillants sont des indépendants affiliés à une grande société pétrolière ou à un raffineur régional.

La situation de ces indépendants associés à une marque est à la fois semblable et différente de celle des autres détaillants d'essence canadiens. En effet, à l'instar des autres indépendants, ceux qui sont associés à une marque sont propriétaires de leurs installations et achètent l'essence de leur fournisseur de marque et la revendent ensuite à un prix qu'ils semblent déterminer eux-mêmes, mais qui en réalité est établi par les conditions du marché. Les indépendants associés à une marque ont habituellement des contrats d'une durée qui varie de trois à cinq ans avec une certaine bannière. Toutefois, le fournisseur peut résilier ces contrats à court préavis, souvent de moins de 30 jours. Avec la rationalisation draconienne que les grandes sociétés pétrolières imposent aux points de vente depuis une vingtaine d'années, nombre d'indépendants associés à une marque se sont retrouvés sans contrat et réduits à se démener pour trouver un autre fournisseur ou tout simplement fermer boutique. Cette pratique qui consiste à résilier les contrats peut s'intensifier lorsque leur fournisseur décide de moderniser une installation voisine qui est la propriété de la société pour en faire une super-station capable de vendre de forts volumes tout en maintenant une faible marge.

Depuis une décennie, les indépendants associés à une marque subissent les changements qui leur sont imposés par leurs fournisseurs. Leur prix d'acquisition est établi en fonction d'un prix à la rampe de la marque qui est supérieur au prix de base (quoique des escomptes peuvent s'appliquer). Les charges qui étaient traditionnellement absorbées par le fournisseur sont désormais assumées par le détaillant, y compris les frais associés aux cartes de crédit et les dépenses liées aux programmes de fidélisation des clients sur lesquels les détaillants eux-mêmes n'ont aucun contrôle. Par ailleurs, étant donné la concurrence féroce sur le marché et les pratiques de commercialisation comme le prix par zone, les indépendants associés à une marque affirment qu'ils sont rarement en mesure de déterminer leurs prix ou encore de retirer un rendement suffisant pour leurs efforts et leur investissement.

des années 1990 en faisant l'acquisition de plus petites chaînes d'indépendants. Par ailleurs, les chaînes d'indépendants ont mis plus de temps à fermer des stations d'essence que les grandes sociétés. Même si la proportion de stations dont elles sont propriétaires a augmenté dans certains marchés, il reste que leur volume de ventes par poste d'essence est beaucoup moindre que celui des raffineurs-négociants.

#### **Modes d'exploitation des points de vente au détail**

L'infrastructure de la vente au détail de l'essence comporte deux principaux intervenants : le fournisseur et le détaillant. Le fournisseur détient les droits sur les produits lorsqu'ils quittent le terminal et peut également être propriétaire de la marque de commerce affichée au

point de vente, tandis que le détaillant gère les activités quotidiennes du point de vente. Il existe plusieurs types de relations entre les détaillants et leurs fournisseurs. En voici quelques-unes :

- **Exploitation par une compagnie** — Le fournisseur est propriétaire du point de vente au détail et le détaillant et les préposés sont des employés salariés du fournisseur. Le fournisseur détermine le prix à la pompe. (Seulement 10 p. 100 de tous les points de vente canadiens sont dans cette catégorie);
- **Exploitation à commission** — Les installations et les stocks de produits appartiennent au fournisseur, mais le détaillant reçoit une commission, celle-ci étant habituellement calculée en fonction du volume d'essence vendu. Dans ce cas aussi, c'est le fournisseur qui détermine le prix. (Trente-deux pour cent des postes d'essence canadiens sont exploités de cette façon);
- **Exploitation par un locataire** — Le fournisseur est propriétaire des installations du point de vente, lesquelles sont données à bail au détaillant. Le locataire (détaillant) achète l'essence du fournisseur puis la revend au client au prix établi par le locataire. (Seulement 12 p. 100 des points de vente d'essence au Canada appartiennent à cette catégorie);
- **Détaillant indépendant** — Le détaillant est propriétaire des installations du point de vente et achète l'essence d'un fournisseur, puis il la revend au prix fixé par le détaillant. (Les détaillants indépendants représentent près de 46 p. 100 du marché de la vente au détail de l'essence au Canada.)

Dans les deux premiers cas, il est important de souligner que l'essence appartient au fournisseur jusqu'au moment où elle est vendue. Cette situation a d'importantes répercussions sur la valeur réelle des marges de détail pour ce type de postes d'essence. Dans le cas où un détaillant achète l'essence, le prix d'achat est clairement établi à ce point. Habituellement, il s'agit du prix à la rampe ou d'un prix assorti d'un escompte calculé en fonction de volumes prédéterminés ou encore d'une entente d'approvisionnement à long terme qui a été négociée. Cette méthode facilite le calcul de la marge de détail qui est l'écart entre le prix de vente et le prix de gros. Dans le cas des arrangements d'exploitation par le propriétaire ou des ventes en consignation, le prix réel payé pour l'essence

est plus difficile à déterminer et risque d'entraîner une distorsion de la marge réelle qu'obtient le détaillant. Il faut également tenir compte de l'incidence des taxes dans ces rapports. Les détaillants indépendants paient effectivement des taxes lorsqu'ils reçoivent leurs produits. Les consignataires n'ont à assumer la taxe qu'au moment où ils vendent le produit au client.

Même si la relation qui existe entre le fournisseur et le détaillant — ainsi que la propriété des produits — peut varier d'une station à l'autre, il est important de souligner que tous les détaillants exploitent leur commerce dans le même marché. En conséquence, les actions d'un détaillant peuvent avoir une incidence majeure sur les décisions de fixation des prix de tous les concurrents, quelle que soit la structure du capital social.

Techniquement, 58 p. 100 des détaillants sont en mesure de fixer eux-mêmes leurs prix. Toutefois, ils se doivent de tenir compte des activités de fixation des prix exercées par les autres points de vente, soit 42 p. 100, pour lesquels les fournisseurs fixent les prix.

### ***Volumes des ventes par point de vente***

Même si les indépendants ont augmenté leur nombre d'établissements de vente au détail en proportion durant les années 1990, une image différente émerge lorsqu'on examine les volumes de ventes moyens par station-service ou le débit. La part de marché en volume pour les indépendants a chuté de 23 p. 100 en 1990 à 18 p. 100 en 1999.

Durant la période intermédiaire de 1995 à 1999, la part de marché des grandes sociétés a légèrement augmenté de

56,5 p. 100 à 58,6 p. 100, tandis que les sociétés régionales passaient à 23,4 p. 100 en hausse par rapport à 19,7 p. 100. L'augmentation de la part de marché des sociétés régionales s'explique, en partie, par l'acquisition de chaînes indépendantes. En raison de cette situation, la part de marché des indépendants a diminué de 23,7 p. 100 à 18 p. 100. Toutefois, certains des plus grands indépendants, y compris Pioneer, ont réussi à conserver leur part de marché durant la période de 1995 à 1999, tandis que d'autres ont perdu une partie de la leur. Pioneer, cependant, est un cas à part. Même si ses actions et ses politiques de fixation des prix sont harmonisées avec celles des indépendants, il reste qu'elle est la propriété à 50 p. 100 de Sunoco, un raffineur régional, avec lequel l'entreprise a une entente en matière d'approvisionnement.

L'évolution du rôle des indépendants peut également être observée en fonction du changement dans le volume des ventes par station-service durant les années 1990. Le tableau 2 montre les chiffres sur le débit moyen enregistré à la fois à l'échelle nationale et régionale. Le graphique 3 montre le changement dans le débit moyen pour les grandes sociétés, les raffineurs régionaux et les indépendants entre 1990 et 1999.

La diminution du nombre de points de vente d'essence durant les années 1990, conjuguée à une augmentation de 16 p. 100 des volumes de vente, a naturellement entraîné un gain important dans le débit moyen par point de vente. À l'échelle nationale, le débit moyen a augmenté d'environ 65 p. 100, passant de 1,95 à 3,2 millions de litres. Toutes les régions du Canada ont connu une augmentation du débit moyen dans les années 1990, le Québec et le Canada Atlantique affichant la plus faible hausse avec 47 p. 100, et l'Ontario la plus élevée avec environ 80 p. 100. La majorité des grandes sociétés et des raffineurs régionaux ont réussi à vendre davantage d'essence durant les années 1990, et ce, même si certaines ont réduit le nombre de points de vente de près de 40 p. 100. En moyenne, les indépendants traditionnels ont des débits considérablement inférieurs à ceux des raffineurs-négociants. (Voir « Comparaison entre les centres canadiens ».)

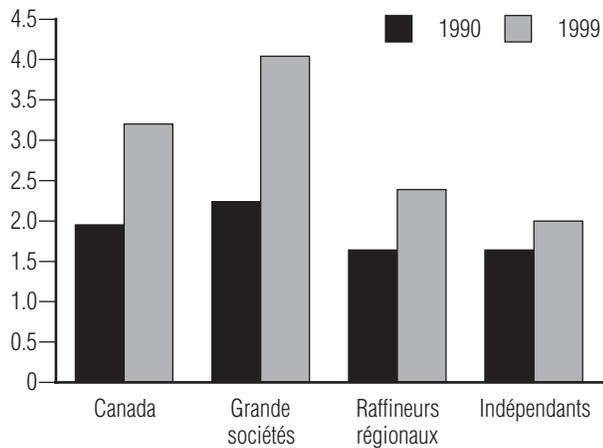
Le graphique 3 montre comment les grandes sociétés ont été les initiatrices de la rationalisation des points de vente et indique l'incidence importante que cette rationalisation

**Tableau 2**  
***Débit moyen des points de vente par région***  
(en millions de litres)

Région	1990	1995	1999
Atlantique	1,64	1,98	2,41
Québec	1,59	1,97	2,36
Ontario	2,36	3,32	4,25
Prairies	1,83	2,36	2,85
Colombie-Britannique	1,96	2,73	3,31
<b>Canada</b>	<b>1,95</b>	<b>2,58</b>	<b>3,20</b>

Source : Kent Marketing.

**Graphique 3**  
**Débit moyen par poste d'essence**  
 (en millions de litres)



Source : Kent Marketing.

a eue sur leur débit moyen par point de vente entre 1990 et 1999. Ni les raffineurs régionaux ni les indépendants n'ont réussi à tenir le rythme de l'augmentation avec celui des grandes sociétés. Par conséquent, le débit moyen d'une grande société par comparaison avec celui d'un détaillant indépendant a augmenté de 36 p. 100 de plus en 1990 à 102 p. 100 de plus en 1999.

Aux États-Unis, le volume de ventes moyen pour toutes les stations-service, y compris celles des grandes sociétés pétrolières, des sociétés régionales, des dépanneurs et des revendeurs, a été de 4,02 millions de litres en 1998 (Source : U.S. Energy Information Administration). Les chiffres comparables au Canada sont de 3,20 millions de litres. Les points de vente les plus efficaces du sud de l'Ontario fonctionnent sur le même pied que leurs vis-à-vis américains et vendent environ 6 millions de litres par année. Le fait que le débit soit inférieur dans la plupart des autres régions au Canada s'explique par des variantes sur le plan de la densité démographique et de la géographie.

### **Revenus complémentaires**

Parmi les grands changements structurels survenus dans l'industrie au cours des dix dernières années, on note l'importance croissante des revenus complémentaires provenant des dépanneurs, comptoirs de restauration rapide et lave-autos. Petro-Canada, par exemple, a déclaré

que les ventes de produits non pétroliers ont augmenté de près de 40 p. 100 depuis 1992. Les postes d'essence ont évolué avec les années et sont devenus des points de vente offrant de nombreux produits et services. Les dépanneurs dans de nombreuses grandes stations-service offrent un éventail de produits d'épicerie et, dans certains établissements, une boulangerie, la location de vidéos et les guichets automatiques ainsi que d'autres produits et services. La prolifération des dépanneurs est conçue pour créer des revenus provenant d'activités non pétrolières étant donné qu'il est nécessaire d'accroître les ventes des autres produits et services pour compenser la diminution des marges de l'essence et pour aider à couvrir les frais fixes. L'importance de la vente des produits complémentaires devient évidente lorsqu'on tient compte des caractéristiques économiques de l'établissement.

### **Caractéristiques économiques de l'établissement**

Le débit n'est pas le seul moyen de mesurer la rentabilité d'un point de vente d'essence. L'efficacité de l'installation, le rôle des activités et des revenus complémentaires et un rendement des investissements équitable sont aussi des facteurs importants. L'une des principales préoccupations des indépendants visait la rentabilité de leurs points de vente à titre d'installations autonomes. Le tableau 3 montre un état des résultats d'exploitation type pour trois différents genres d'installations.

L'établissement A représente un point de vente en milieu urbain à fort volume dans un centre dont la population dépasse les 150 000 habitants et dont le débit moyen d'essence est de 8,5 millions de litres par année. L'établissement A est doté d'un dépanneur dont le chiffre des ventes est élevé, mais dont la marge est relativement faible (9,2 p. 100).

L'établissement B est situé dans un marché secondaire de petite ville situé à une faible distance d'un centre urbain dont la population est de moins de 75 000 habitants et dont le débit d'essence est de 4,9 millions de litres. L'établissement B possède à la fois un dépanneur et un comptoir de restauration rapide. La marge du dépanneur est de 13 p. 100 des ventes, tandis que le volume des ventes n'atteint pas 40 p. 100 de celui de l'établissement A.

**Tableau 3****Poste d'essence réels dans l'est du Canada**

	ÉTABLISSEMENT A	ÉTABLISSEMENT B	ÉTABLISSEMENT C
Volume annuel (litres)	8 467 610,00	4 945 795,00	2 812 902,00
Marge de détail (c.p.l.)	6,29	6,05	6,43
Marge brute sur l'essence	532 613,00\$	299 221,00\$	180 870,00\$
Ventes du dépanneur	1 258 703,00\$	475 003,00\$	749 572,00\$
Marge brute du dépanneur	116 159,00\$	63 999,00\$	167 971,00\$
Location du comptoir de repas-minute		53 371,00\$	
Marge brute totale	648 772,00\$	416 591,00\$	348 841,00\$
<b>Coûts d'exploitation de l'établissement</b>			
Salaires	112 884,00\$	97 782,00\$	85 415,00\$
Profits	11 500,00\$	10 794,00\$	6 733,00\$
Chauffage, éclairage et taxes	13 232,00\$	18 860,00\$	29 981,00\$
Publicité et promotion	37 312,00\$	19 849,00\$	722,00\$
Différence de caisse	4 624,00\$	4 142,00\$	(3 428,00\$)
Frais de carte de crédit	36 369,00\$	23 968,00\$	14 943,00\$
Dépenses des véhicules	4 688,00\$	1 322,00\$	2 707,00\$
Autre	18 058,00\$	9 353,00\$	9 169,00\$
Entretien	25 730,00\$	18 361,00\$	9 179,00\$
Bénéfice d'exploitation brut	384 375,00\$	212 160,00\$	193 420,00\$
S.G. et A. (Moy. corp.)	101 611,00\$	59 350,00\$	33 755,00\$
Bénéfice d'exploitation (net)	282 764,00\$	152 810,00\$	159 665,00\$
<b>Capital</b>			
Terrain	265 000,00\$	220 000,00\$	100 000,00\$
Bâtiments	430 000,00\$	655 000,00\$	475 000,00\$
Équipement	325 000,00\$	240 000,00\$	85 000,00\$
Roulement	73 500,00\$	68 325,00\$	72 300,00\$
TOTAL	1 093 500,00\$	1 183 325,00\$	732 300,00\$
Simple rendement avant taxes	25,9 %	12,9 %	21,8 %
Si la marge de détail était de 4,5 c.p.l.	12,0 %	6,4 %	14,4 %
Si la marge de détail était de 3,5 c.p.l.	0,4 %	0,2 %	8,6 %

Source : IRGMA.

L'établissement C est un point de vente en milieu rural situé dans une région dont la population oscille entre 10 000 et 25 000 habitants, et dont le débit relativement faible est de 2,8 millions de litres. L'établissement C possède également un dépanneur de taille moyenne dont la marge sur les produits complémentaires touche plus de 22 p. 100 des ventes. Les établissements B et C sont situés dans un rayon qui les place en concurrence avec l'établissement A, et les marges de celui-ci sont par conséquent semblables, se situant dans la fourchette de 6 à 6,4 cents par litre.

Ces tableaux illustrent les types de coûts fixes et variables auxquels les exploitants doivent faire face. Ils montrent aussi l'importance croissante des ventes de produits complémentaires, particulièrement dans un contexte où

les marges sur l'essence sont faibles. Tous les établissements comptent dans une plus ou moins grande mesure sur les ventes de produits complémentaires pour soutenir les coûts fixes.

Le tableau ne montre que trois exploitants indépendants, mais les coûts pour les grandes sociétés et les raffineurs-négociants régionaux seraient probablement semblables, avec des coûts plus élevés pour la publicité et la promotion et, probablement, des coûts d'entreprise plus élevés.

Il est clair que les marges de détail ont une incidence sur la rentabilité. Les états des résultats d'exploitation seraient différents si les marges de détail sur l'essence devaient chuter.

Avec une marge se situant juste au-dessus de 6 cents par litre, les trois établissements sont rentables, produisant des bénéfices avant taxes qui oscillent entre 13 et 26 p. 100 sur le capital investi. Si la marge est réduite à 4,5 cents par litre, les établissements A et C continuent de donner un rendement sur l'investissement supérieur à 10 p. 100. L'établissement B, dont le volume est plus faible, engendre des profits liés à la vente de produits complémentaires plus bas et ne donne qu'un rendement de 6 p. 100. Avec une faible marge de 3 cents par litre, le rendement du capital investi demeure positif, mais suffit à peine à faire les frais pour les établissements A et B. Seul l'établissement C, malgré ses faibles volumes, mais, grâce à la rentabilité de son dépanneur, continue de donner un rendement viable de presque 9 p. 100.

### ***Nouveaux venus sur le marché canadien***

Avant les années 1990, Canadian Tire était le principal magasin de grande surface offrant de l'essence dans certains de ses points de vente. Au début des années 1990, la situation a changé et d'autres détaillants comme Costco et diverses chaînes d'épicerie sont entrés dans la course. La pénétration du marché dans l'ouest du pays a été importante : plus de 40 magasins de grande surface vendent de l'essence dans divers endroits.

Ces nouveaux venus ont du succès parce qu'ils fournissent une gamme étendue de produits et de services ainsi qu'une manière différente de fixer les prix par comparaison aux grands négociants traditionnels de l'essence. Nombre de grandes surfaces réussissent à s'accaparer une part de marché en pratiquant des prix plus bas que ceux qui prévalent sur le marché ou encore en offrant des escomptes sur le prix sous la forme de coupons remboursables dans un magasin voisin.

Le principal produit des points de vente traditionnels est l'essence. Les grandes surfaces offrent une gamme de produits de consommation, et l'essence n'est qu'un produit complémentaire. Les grandes surfaces pratiquent des prix concurrentiels afin de renforcer leur image de détaillant à bas prix, étant donné que l'essence est considérée comme un produit de premier plan. Le pétrole est en effet le produit idéal pour augmenter l'achalandage du fait qu'il est utilisé par pratiquement tous les clients et

qu'il est acheté à une fréquence qui permet de soutenir les autres produits offerts par la grande surface. La commercialisation de produits associés incite les clients à entrer dans le magasin et vice versa.

Le phénomène des grandes surfaces n'est pas réservé au marché canadien : il existe à l'échelle mondiale. Les grandes surfaces ont accru leur importance aux États-Unis et elles ont accaparé d'importantes parts du marché en Europe. Au Royaume-Uni, les épicerie et autres grandes surfaces ont atteint un sommet en frôlant les 40 p. 100 du marché vers le milieu des années 1990. Leur part a régressé lorsque les points de vente traditionnels sont redevenus plus concurrentiels. Néanmoins, les grandes surfaces contrôlent toujours environ 25 p. 100 du marché du Royaume-Uni.

Il y a toujours une différence importante entre le Canada et les États-Unis pour ce qui est de la pénétration des supermarchés et des grandes surfaces dans la commercialisation de l'essence. Les grandes surfaces augmentent le nombre de leurs points de vente d'essence et les chaînes d'épicerie ayant commencé à vendre de l'essence sont de plus en plus nombreuses aux États-Unis. Les chaînes de grands magasins ont grugé 5 p. 100 du marché américain et on s'attend à ce qu'elles croissent de 15 p. 100 d'ici aux dix prochaines années.

Les grandes surfaces peuvent aussi réaliser d'importantes percées au Canada grâce à l'introduction d'une nouvelle technologie. La distribution d'essence sans personnel n'est pas encore un fait accompli au Canada en raison des exigences liées au zonage et à la sécurité. Ce service existe déjà dans certaines régions des États-Unis et il finira tôt ou tard par faire son entrée au Canada. Les exploitants de grandes surfaces se situent généralement à la fine pointe de la technologie et pourraient bénéficier d'un avantage sur le marché en introduisant de nouvelles technologies plus efficaces.

### ***Obstacles à l'entrée et à la sortie***

Dans les années 1990, l'industrie a également connu un autre changement structurel — une augmentation des coûts inhérents à l'entrée comme à la sortie du marché de détail. En effet, les nouvelles réglementations de

l'environnement ont contribué à accroître les coûts d'ouverture d'un point de vente au détail parce que les réservoirs souterrains doivent respecter des lignes directrices sévères. Par ailleurs, certains indépendants soutiennent qu'il en coûtait plus cher dans les années 1990 pour obtenir du crédit car les banques ont commencé à exiger une évaluation environnementale des sites existants avant d'accorder un prêt pour le développement de nouveaux points de vente. Des évaluations environnementales coûteuses sont nécessaires parce que les banques doivent s'assurer que les sites existants ne représentent pas un passif financier dans l'éventualité où l'emprunteur déciderait de fermer son entreprise. Il peut coûter jusqu'à 1 million de dollars pour faire enlever un réservoir souterrain d'un emplacement si de l'essence s'est répandue dans le sol. Cette contrainte représente un problème surtout pour les points de vente ayant été construits dans les années 1960 et 1970 en raison des risques de corrosion que subissent les réservoirs sur une période de 20 à 30 années.

Faire son entrée dans le marché de détail est également plus difficile en raison des faibles marges de détail qui ont été la réalité durant la presque totalité des années 1990. De faibles marges signifient qu'il faut nécessairement compter sur un débit élevé pour atteindre un rendement raisonnable sur l'investissement. Pour obtenir des débits importants, il faut jouir d'un excellent emplacement et offrir des produits complémentaires, et les deux exigent de plus gros investissements. Dans les années 1980, lorsque les marges étaient beaucoup plus élevées, il était possible d'entrer dans le marché de détail ou de s'y maintenir sans faire un énorme investissement de capitaux.

Les besoins en capitaux sont importants au début : les installations fixes peuvent coûter jusqu'à 2 millions de dollars par emplacement, sans compter le coût du terrain. De plus, les stocks, les frais de démarrage et le crédit des clients nécessitent aussi un investissement important.

Il existe plusieurs autres obstacles à l'entrée qui peuvent dissuader les nouveaux venus dans le marché de détail. Les économies d'échelle qui existent actuellement dans l'industrie pourraient forcer un nouveau participant à faire son entrée sur une large échelle ou alors à affronter

des désavantages sérieux sur le plan des prix. Ces économies sont valables dans tous les secteurs de l'industrie, y compris la production, la distribution, la recherche, le marketing, les ressources humaines et le financement. L'identification à la marque et la loyauté de la clientèle sont d'autres facteurs qui risquent de jouer contre les nouveaux arrivants.

Est-il vraisemblable que les facteurs que nous venons d'énumérer dissuadent l'investissement dans de nouveaux points de vente? Pour les grandes sociétés pétrolières et les grandes surfaces, il semble que la réponse soit non. Elles disposent d'une base de revenus suffisante pour pouvoir répartir les coûts supplémentaires requis pour ouvrir un nouveau point de vente. Même certains des plus gros indépendants ne se laisseront pas décourager. Quelques indépendants prévoient investir dans de nouvelles propriétés à court terme. Toutefois, les coûts plus élevés à l'entrée et à la sortie risquent vraisemblablement de décourager les plus petits exploitants qui pourraient éprouver des difficultés à obtenir le crédit nécessaire pour faire leur entrée dans ce secteur commercial.

### ***Milieu de la réglementation***

Au cours de la dernière décennie, les administrations fédérale et provinciales du Canada ont introduit un certain nombre de règlements en matière d'environnement. Ces règlements comprennent notamment les dispositions relatives à l'essence à faible pression de vapeur du début des années 1990 et celles relatives au carburant diesel à faible teneur en soufre du milieu des années 1990. Comme nous l'avons mentionné auparavant, la législation la plus récente est entrée en vigueur en 1999. Elle exigeait que la teneur en benzène de l'essence soit limitée à 1 p. 100. En 1999, le gouvernement fédéral a également adopté une loi qui restreignait la teneur en soufre permise dans l'essence en deux étapes distinctes. La première étape restreint la teneur en soufre dans l'essence à une moyenne de 150 parties par million durant la période entre juillet 2002 et décembre 2004. La deuxième étape exige une réduction de la teneur en soufre à une moyenne de 30 parties par million d'ici à janvier 2005.

Certaines compétences américaines réglementent l'industrie de l'essence. Dans certains cas, leurs lois sont beaucoup plus rigoureuses que les lois comparables au Canada, même

si dans d'autres cas l'inverse est aussi vrai. Le Canada n'exige pas encore l'essence reformulée, comme c'est le cas dans de nombreux centres urbains des États-Unis, y compris en Californie. L'essence reformulée a été introduite dans un quart du marché américain dans le but de réduire l'ozone des basses couches de l'atmosphère ou le smog.

Au Canada, deux provinces réglementent le marché de l'essence. L'Île-du-Prince-Édouard contrôle le prix de l'essence, en gros et au détail. Au Québec, la Régie de l'énergie surveille et réglemente le prix minimum de l'essence afin de s'assurer qu'il n'est pas inférieur au prix de revient. Par ailleurs, la Régie a le pouvoir de déterminer et de mettre en œuvre une marge de détail minimale pour couvrir les frais d'exploitation des points de vente. Jusqu'ici, cette disposition de la loi n'a jamais été appliquée. D'autres instances ont tenté auparavant de réglementer les prix, mais elles ont depuis abandonné ces tentatives.

En 1993, neuf États américains disposaient de lois interdisant la vente à perte de l'essence. Aujourd'hui, 23 États américains se sont dotés de ce type de lois. Une étude réalisée en 1999 sur les pratiques déloyales de fixation de prix et sur les lois interdisant la vente à perte de l'essence réalisée par Terry Calvani pour le Bureau de la concurrence du Canada résume ainsi la situation :

« La documentation économique en arrive à la conclusion que les lois de l'État sur l'interdiction de la vente à perte de l'essence avaient entraîné une augmentation des coûts pour les consommateurs. Il est intéressant de noter que cette législation ne semble pas avoir permis aux indépendants de réaliser de plus importants bénéfices ou d'obtenir une plus grande stabilité. Donc, ces lois semblent entraîner des coûts sans pour autant générer les avantages qui normalement devaient en découler pour la chaîne de distribution qu'elles visaient à protéger. »

Une étude réalisée en 1998 a montré que les prix de l'essence étaient de 2 cents (U.S.) par gallon plus élevés dans les États dotés de lois visant à interdire la vente à perte de l'essence (Anderson et Johnson, *Antitrust and Sales-Below-Cost Laws : The Case of Retail Gasoline*).

L'une des différences fondamentales entre les États-Unis et le Canada est l'existence chez nos voisins de lois sur

### Figure 8 Changement dans les normes environnementales

La majorité des Canadiens sont très favorables aux mesures visant à protéger notre environnement à long terme. Toutefois, les changements apportés aux normes relatives à l'essence en ce qui concerne la teneur en benzène et en soufre qui ne sont pas jumelées à des mesures similaires chez nos voisins du Sud risquent d'avoir une incidence importante sur l'industrie de l'essence au Canada ainsi que sur les prix que doivent payer les automobilistes canadiens pour l'essence.

Actuellement, la norme canadienne en matière de benzène est plus rigoureuse que celle des Américains. Très prochainement, le Canada a l'intention de mettre en œuvre des normes relatives à la teneur en soufre qui sont en avance de près de deux ans sur les normes similaires aux États-Unis. Quelles seront les conséquences pour les Canadiens?

Le manque d'uniformité entre les normes fera en sorte que Canadiens et Américains achèteront deux types d'essence différents. À moins que certaines raffineries américaines ne décident d'entreprendre le processus coûteux devant leur permettre d'ajuster leur production en fonction du marché canadien, les importations deviendront une menace moins importante pour les raffineurs canadiens jusqu'à ce que les normes américaines rejoignent les normes canadiennes. Lorsque la Californie a mis en place ses normes relatives aux émissions, plus rigoureuses que celles en vigueur dans les autres États américains, les raffineurs californiens ont été en mesure d'exercer un meilleur contrôle sur les prix et il en est résulté que les automobilistes de l'État ont dû payer des prix plus élevés à la rampe. En 2000, l'introduction de l'essence reformulée a aussi entraîné une flambée des prix de l'essence dans le Midwest américain. Si le Canada décide de rendre ses normes environnementales encore plus rigoureuses que celles des États-Unis, voici quelles pourraient être les conséquences :

- Une augmentation des coûts de raffinage au Canada afin de respecter ces nouvelles normes;
- Une diminution des possibilités d'importation pour les grossistes indépendants;
- Une concurrence moins forte au profit des raffineurs canadiens;
- Une augmentation probable des prix à la rampe au Canada, qui sera transmise au consommateur canadien.

le principe du divorce ou de la séparation des activités. Ces lois empêchent en effet les raffineurs d'être à la fois propriétaires et exploitants de stations-service. À l'heure actuelle, les États-Unis ont des lois sur le divorce dans cinq États : le Connecticut, le Delaware, le Maryland, le Nevada et le District of Columbia. Ni le Canada ni les provinces n'ont adopté de lois sur la séparation des activités (qui seraient de compétence provinciale). Des études réalisées aux États-Unis ont montré que les consommateurs ne tirent aucun avantage de ces lois. De plus, elles ne sont pas à l'origine de la diminution du nombre de points de vente et n'ont pas non plus eu d'incidence sur la composition des établissements de vente au détail.

### ***Pourquoi le marché de l'essence a-t-il changé au Canada?***

Durant les années 1990, le marché de la vente au détail de l'essence a connu une réduction du nombre des points de vente. Ce phénomène est à l'origine d'une augmentation du débit moyen et d'une dépendance plus grande à l'égard des revenus provenant des produits complémentaires ou non pétroliers des établissements.

Vingt ans auparavant, la station-service type avait des rampes et un poste de travail qui offraient des services d'entretien et de réparation des automobiles. Ce modèle a commencé à changer en partie à cause du repli économique occasionné par la montée en flèche des prix de l'essence déclenchée par l'OPEP au début des années 1970. De plus, le segment de la réparation des automobiles est devenu beaucoup moins intéressant pour les grandes sociétés pétrolières en raison de la concurrence offerte par les ateliers de réparation spécialisés comme ceux de Canadian Tire, ainsi que par les garanties prolongées données par les fabricants d'automobiles. Les grandes sociétés pétrolières et les sociétés régionales ont commencé à investir dans les stations libre service afin de réduire les coûts moyens à chaque point de vente. En 1973, l'industrie exploitait seulement 93 stations libre service. En 1980, leur nombre atteignait les 2 758. Le nombre total de points de vente a commencé à chuter durant les années 1970 lorsque les grandes sociétés ont fermé cinq stations traditionnelles pour chaque nouvelle station libre service ouverte ou transformée. Aujourd'hui, la vaste majorité des stations-service au Canada et dans toute l'Amérique du Nord sont des stations libre service.

La récession du début de 1980 et l'augmentation des ventes d'automobiles éco-énergétiques ont entraîné une baisse importante de la consommation d'essence. Celle-ci a en effet chuté de 18 p. 100 entre 1980 et 1987. Il a fallu attendre 1999 pour que le volume d'essence vendu revienne au niveau de 1981. Les grandes sociétés ont continué de rationaliser leurs activités en réduisant le nombre de leurs points de vente de 10 p. 100 entre 1985 et 1990. Leur part des points de vente au détail est passée de 61 p. 100 en 1985 à moins de 50 p. 100 en 1990, tandis que leur part du marché passait de 68 à 54 p. 100. Les sociétés régionales et les indépendants, en revanche, ont augmenté le nombre de leurs points de

vente qui est passé à 25 et à 18 p. 100 du marché, respectivement. Dans certains cas, ils ont même réussi à récupérer des stations d'essence qui avaient été fermées par les grandes sociétés pétrolières.

L'augmentation du nombre de points de vente a permis aux indépendants d'accroître leur part du marché en volume de 21 p. 100 en 1985 à 26 p. 100 au début des années 1990. Le volume moyen d'essence vendu dans les points de vente des indépendants a augmenté aussi, même s'il tirait toujours de l'arrière par rapport à la moyenne des débits des points de vente exploités par les grandes sociétés. Durant cette période, pendant que les indépendants accroissaient leur part du marché au détriment des grandes sociétés, ils commençaient également à devenir relativement moins efficaces. Ils ont en effet mis plus de temps à moderniser leurs installations et leur planification générale ne semble pas avoir tenu compte de l'éventualité de devoir fonctionner avec des marges plus minces. La capacité de reporter les économies s'est renforcée dans la dernière partie des années 1980 avec le retour à des marges de détail saines. Comme on pouvait s'y attendre, avec l'amélioration de la rentabilité, on a assisté à l'arrivée de nouveaux venus sur le marché, notamment les grandes surfaces qui vendaient de l'essence près de leurs magasins.

Dans les années 1990, le mouvement vers une efficacité accrue s'est poursuivi grâce à l'amélioration des débits. Les grandes sociétés ont récupéré la part du marché qu'elles avaient perdue entre 1985 et 1993 en rationalisant leurs points de vente et en faisant d'importants investissements visant à améliorer le débit dans leurs stations existantes ou nouvelles. Ces mesures incluaient la construction de dépanneurs et de lave-autos. Elles étaient très combatives sur le plan de la fixation des prix et, par conséquent, en raison de la souplesse acquise grâce à l'augmentation du volume des ventes par station-service, leurs marges de détail ont commencé à diminuer. Les indépendants ont aussi commencé à rationaliser leurs activités et à investir dans les dépanneurs. Toutefois, la majorité des indépendants ne disposaient pas de ressources suffisantes pour construire des super stations-service de 2 millions de dollars dans la lignée des nouvelles offres de services. Dans bien des cas, les indépendants avaient attendu trop longtemps avant de rationaliser, et bon nombre ne pouvaient pas obtenir les

ressources nécessaires pour apporter des améliorations ou pour surmonter les obstacles à l'entrée ou à la sortie du marché. En conséquence, leur part du marché a commencé à diminuer vers le milieu des années 1990.

### ***La relation entre les concurrents***

Nombre de consommateurs canadiens ont exprimé des inquiétudes au sujet de la relation qui pourrait exister entre les sociétés pétrolières canadiennes. Ils pensent que l'uniformité avec laquelle les prix de l'essence montent pourrait être un sous-produit de cette relation. Il est, par conséquent, important d'examiner l'interaction qui existe entre les compagnies pétrolières.

Il n'existe aucune preuve que les sociétés pétrolières, qu'il s'agisse des grandes sociétés intégrées de raffineurs-négociants, des sociétés régionales ou des détaillants indépendants, considèrent leurs concurrents autrement que comme des rivaux sur le marché. Cela étant établi, un intérêt commun très marqué existe entre les raffineurs-négociants, tout comme chez les indépendants.

Les raffineurs-négociants se livrent une compétition acharnée pour s'accaparer leur part du marché. Toutefois, les développements survenus dans les années 1990 ont créé des circonstances favorables à la collaboration dans un certain nombre de domaines. Notons, par exemple, les permutations d'essence aux raffineries, le contrôle commun de certains pipelines de produits ainsi que la mise en commun d'exercices de relations publiques et de lobbying par l'entremise des associations de l'industrie.

Les permutations de produits aux raffineries sont le résultat direct de la fermeture des raffineries durant les années 1980 et au début des années 1990 ainsi que des lacunes que les grandes sociétés pétrolières éprouvaient sur le plan des raffineries dans toutes les régions du pays. Essentiellement, les sociétés pétrolières et les raffineurs régionaux s'arrangeaient pour recevoir leur approvisionnement à la raffinerie de leur rival en contrepartie d'une quantité similaire de produit à livrer à leur concurrent à leurs propres raffineries. Par exemple, Ultramar pouvait fournir des produits à Petro-Canada à sa raffinerie de Saint-Romuald afin de pouvoir fournir le produit aux stations-service de Petro-Canada dans la ville

de Québec. En contrepartie, Petro-Canada fournissait le même volume à Ultramar pour son marché de Montréal, à sa raffinerie de Montréal. Les compagnies ajoutaient leurs propres additifs au produit avant de l'acheminer dans leurs propres stations-service. Les permutations sont avantageuses pour les raffineries, elles ont permis de préserver la compétitivité des grandes sociétés dans les régions où elles ne disposaient pas de raffineries et ont peut-être bénéficié aux consommateurs en réduisant les frais de transport.

Les grandes sociétés collaborent également au chapitre du contrôle sur les pipelines de produits. Dans ce cas, les grandes sociétés sont souvent partenaires dans le pipeline en contrepartie de la garantie de pouvoir utiliser le pipeline. Ces arrangements peuvent se conclure au détriment des indépendants qui ne sont pas en mesure d'utiliser le pipeline, ou ne se voient offrir qu'une très faible priorité pour pouvoir l'utiliser. Par exemple, le pipeline de produits entre Montréal et Ottawa est effectivement contrôlé par Shell et Petro-Canada. Les indépendants du marché d'Ottawa sont donc forcés d'acheter auprès des grandes sociétés ou encore de transporter par camion un produit importé à partir de Montréal.

Les grandes sociétés pétrolières ainsi que les raffineurs-négociants régionaux reconnaissent qu'ils ont de nombreux intérêts en commun, en particulier au chapitre des pressions auprès des politiciens et du grand public canadien au sujet de leurs préoccupations. Ils ont formé des associations qui font valoir leurs préoccupations et produisent de l'information de relations publiques à l'intention du public canadien. L'Institut canadien des produits pétroliers (ICPP) en est un exemple. L'association en vue de faire en commun des pressions est monnaie courante dans l'industrie canadienne. Les détaillants d'essence indépendants ont formé leurs propres associations afin de faire connaître leurs préoccupations. L'Independent Retail Gasoline Marketers Association (IRGMA) ainsi que l'Association Québécoise des Indépendants du Pétrole (AQUIP) en sont un exemple.

La relation qui existe entre les grandes sociétés pétrolières, les raffineurs régionaux et les détaillants indépendants est complexe. Malgré la concurrence féroce qui existe entre ces segments de l'industrie pétrolière, un

rapport de dépendance prévaut également. Même si les indépendants sont, de toute évidence, des rivaux, ils sont également de très importants clients, qui achètent la majorité de leurs produits auprès des grandes raffineries ou des terminaux. Les grandes sociétés et les raffineurs-négociants régionaux sont en concurrence entre eux pour obtenir la clientèle des indépendants et, traditionnellement, la relation est axée sur les affaires et, en règle générale, très coopérative.

Alors même que le rapport est toujours positif, plusieurs nouveaux facteurs viennent l'influencer. La fermeture de nombreuses raffineries dans les années 1980 et au début des années 1990 a eu pour effet que la majorité des raffineries sous-utilisées au Canada ont disparu. Cette situation a entamé le pouvoir de négociation des indépendants par rapport à ce qu'il était il y a 15 ans. La publication des prix à la rampe a également contribué à affaiblir la capacité des indépendants de faire jouer un fournisseur contre l'autre afin d'obtenir de meilleurs escomptes. Des politiques de fixation des prix plus dynamiques pratiquées par les grandes sociétés et les sociétés régionales ont également privé bon nombre d'indépendants de l'écart de prix qui était la pierre angulaire de leur commerce dans les années 1980.

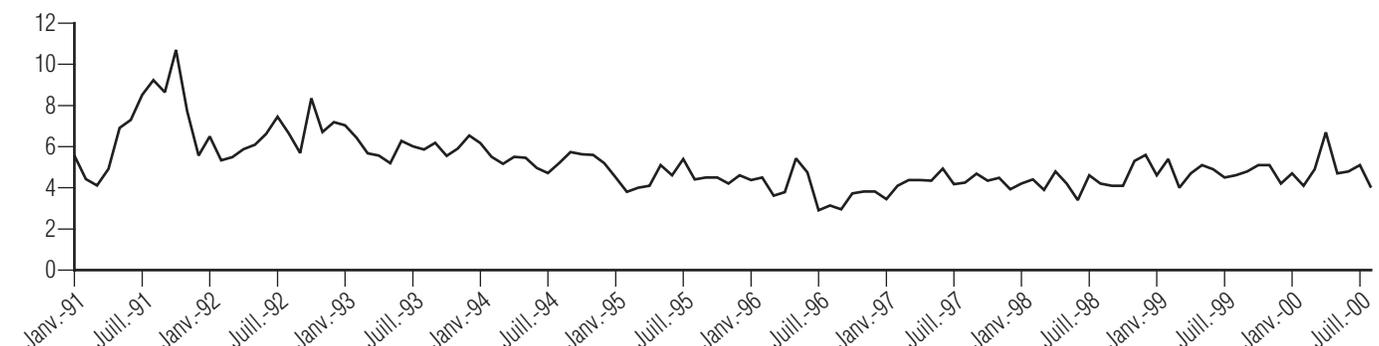
### **Marges de détail**

Les marges de détail pour les villes examinées dans le présent rapport ont diminué graduellement depuis le début des années 1990. Après avoir atteint un sommet à

plus de 10 cents par litre au début des années 1990 durant le conflit du golfe Persique, les marges ont atteint en moyenne de 4 à 5 cents par litre dans la dernière partie de la décennie (voir graphique 4). Habituellement, les marges sont plus élevées dans le Nord, au Québec et dans le Canada Atlantique et plus basses dans le sud de l'Ontario et à Vancouver, se situant quelque part entre ces deux extrêmes dans les Prairies et le reste de la Colombie-Britannique. Les marges diffèrent d'une ville à l'autre et à divers moments, selon les conditions locales de la concurrence comme les guerres des prix et les changements dans les volumes des ventes par point de vente. Dans l'industrie, une concurrence plus forte sur le terrain est le principal facteur à l'origine de cette diminution des marges de détail.

Le graphique 5 montre que, depuis le milieu des années 1990, les marges de détail aux États-Unis ont été légèrement supérieures à celles du Canada. Depuis 1994, les marges de détail américaines sont demeurées au-dessus de 5 cents par litre (tous les chiffres sont en dollars canadiens) et ont monté en flèche au-dessus de 8 cents par litre à la fin de l'hiver 1999 et au début du printemps 2000. À quelques exceptions près, les marges de détail canadiennes ont emboîté le pas à un niveau légèrement inférieur à celui des Américains. Comme ce fut le cas aux États-Unis, les marges ont rebondi dans la première partie de 2000 et ont atteint brièvement les 7 cents par litre en avril avant de reprendre leur descente. En août 2000, la marge de détail moyenne au

**Graphique 4**  
**Marge de détail moyenne canadienne**  
(en cents par litre)

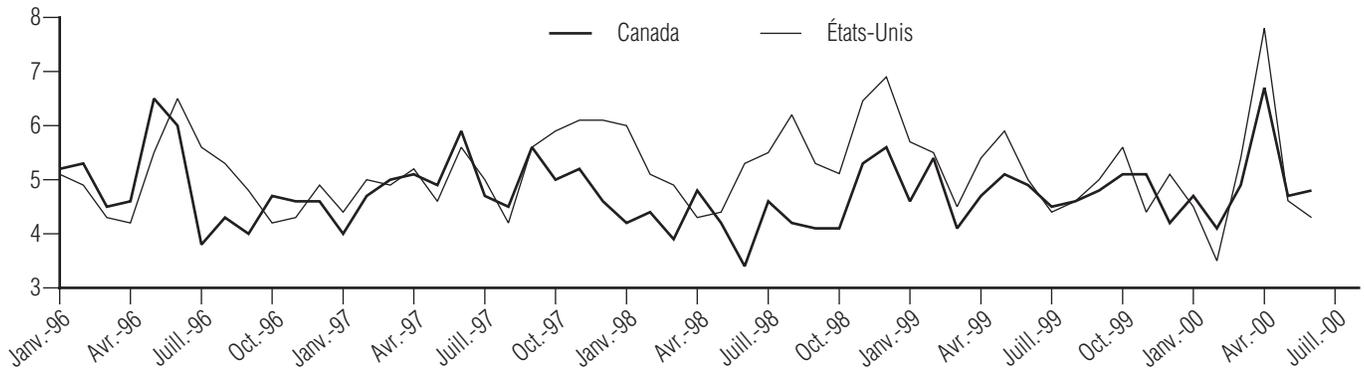


Source : M.J. Ervin.

## Graphique 5

### Comparaison des marges de détail au Canada et aux États-Unis

(en cents par litre, canadiens)



Nota : La marge de détail moyenne canadienne est établie en fonction des données mensuelles d'Ervin pour 10 villes — St. John's, Charlottetown, Halifax, Saint John, Montréal, Toronto, Winnipeg, Regina, Calgary et Vancouver. La marge de détail moyenne américaine est établie en fonction des données mensuelles d'Ervin pour cinq villes situées à proximité des marchés canadiens — Bangor, Maine; Plattsburgh, N.Y.; Buffalo, N.Y.; Minneapolis, Minnesota; et Seattle, Washington.

Source : M.J. Ervin.

Canada était de 4,4 cents par litre par comparaison avec les 6,6 cents par litre aux États-Unis. La structure de prix différente ainsi que l'incidence plus forte des guerres de prix pourraient expliquer les marges plus basses pratiquées au Canada.

### Prix de détail de l'essence

#### Quelles sont les principales composantes des prix de détail de l'essence?

Les prix de détail de l'essence consistent en trois composantes principales : les taxes, le brut et une composante de raffinage et de commercialisation. Les composantes, y compris la marge du raffineur et la marge de détail en date du mois de novembre 2000, sont illustrées au graphique 6. Toutes les références faites dans le présent document aux prix de l'essence visent l'essence ordinaire sans plomb vendue dans les stations libre service. Le graphique 7 montre comment les composantes de prix sont additionnées pour donner le prix de détail final que les consommateurs voient affiché lorsqu'ils vont faire le plein.

#### Taxes

Les taxes sont l'élément unique le plus important du prix à la pompe de l'essence au Canada, comptant pour près

de 42 p. 100 du prix en moyenne. Les taxes se subdivisent en trois composantes : la taxe d'accise fédérale, la taxe sur la consommation provinciale et la taxe sur les produits et services (TPS) ainsi que les taxes de vente provinciales (TVP) le cas échéant.

Lorsqu'elles ont fait leur apparition pour la première fois, les taxes sur l'essence devaient d'abord financer les coûts de construction des infrastructures de transport. Le gouvernement fédéral a commencé à soutenir la construction des autoroutes dès 1919. Avec la mise en œuvre de la *Loi sur la route transcanadienne* de 1949, le gouvernement fédéral a confirmé son engagement à l'égard de l'infrastructure nationale.

En 1996, une étude de Statistique Canada a évalué que les taxes sur l'essence totalisaient environ 3 cents par litre en 1957. Le gouvernement de l'Ontario a imposé une taxe de 0,75 cent par litre (3,0 cents par gallon) sur l'essence dès 1925.

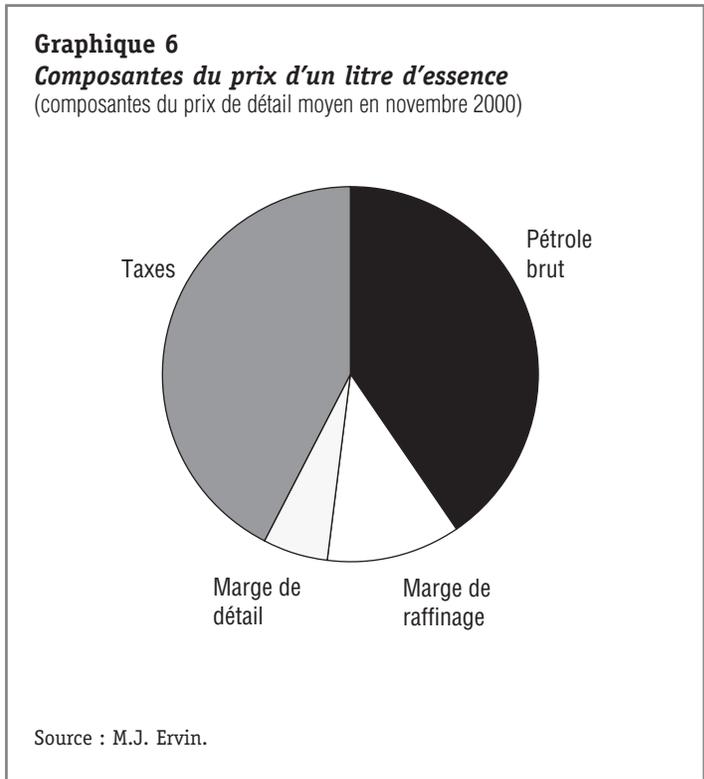
La taxe d'accise fédérale sur l'essence a vu le jour en 1975 et se chiffrait à 1,5 cent par litre. Cette taxe visait initialement à réduire la demande pour l'essence à la suite de la crise du pétrole des années 1970. La taxe d'accise fédérale a augmenté à 3,5 cents par litre en 1986; à 5,5 cents en 1987; à 6,5 cents en 1988; et à 7,5 cents en

1989. Au début des années 1990, la taxe d'accise fédérale a été portée à 8,5 cents par litre et en 1995 elle a atteint son niveau actuel de 10,0 cents par litre. La taxe d'accise fédérale est une taxe fixe et elle est imposée à la grandeur du pays. Cette taxe s'ajoute aux autres composantes du prix de l'essence (pétrole brut, marge du raffineur et marge de détail).

Les gouvernements provinciaux imposent aussi une taxe sur la consommation de l'essence qui varie d'une province à l'autre. En 1971, la taxe provinciale moyenne dans les 10 provinces était de 4,4 cents par litre, Terre-Neuve venant en tête avec une taxe de 5,9 cents par litre et la Colombie-Britannique fermant la marche avec une taxe de 3,0 cents par litre. En 1999, cette taxe provinciale moyenne avait atteint 12,9 cents par litre. Terre-Neuve menait toujours le peloton avec une taxe de 16,5 cents par litre, tandis que le Yukon venait en dernier avec une taxe de 6,2 cents par litre.

Durant les années 1970, la taxe sur la consommation dans sept provinces sur dix est demeurée, sauf en Alberta. De 1978 à 1988, le gouvernement de l'Alberta a en effet éliminé complètement la taxe sur la consommation provinciale. Dans l'intervalle, les automobilistes de la Colombie-Britannique et de Terre-Neuve ont dû absorber une légère augmentation.

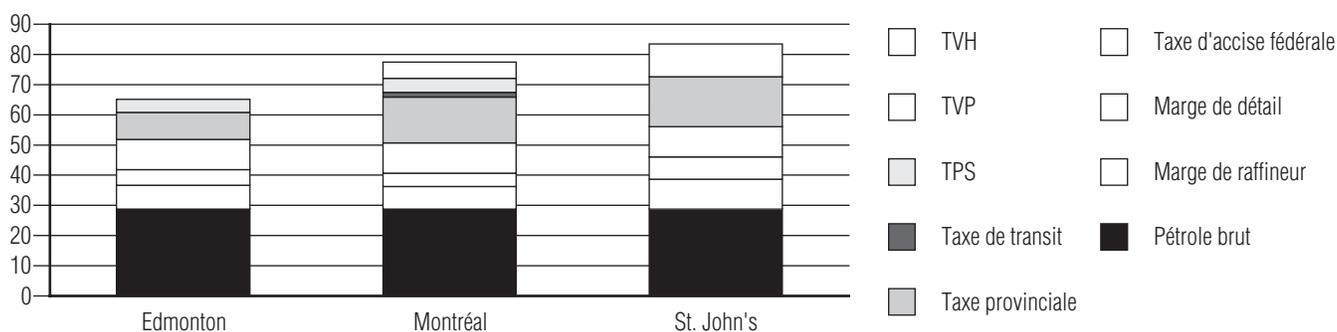
Durant les années 1980 et au tout début des années 1990, la tendance était à la hausse des taxes sur la consommation dans les provinces. La Saskatchewan était l'exception;



elle a aboli cette taxe entre 1983 et 1988. Depuis le milieu des années 1990, les taxes sur la consommation provinciales n'ont pas bougé. Tout comme la taxe d'accise fédérale, la taxe sur la consommation provinciale est une taxe fixe, mais elle varie d'une province à l'autre (voir tableau 4). La taxe sur la consommation provinciale s'ajoute aux autres composantes du prix.

Depuis l'entrée en vigueur de la taxe sur les produits et services (TPS) en 1990, cette taxe ad valorem de 7 p. 100

**Graphique 7**  
**Composantes du prix de détail de l'essence en novembre 2000**  
(en cents par litre)



**Tableau 4**  
**Taxes appliquées à l'essence en 2000**

Provinces	Taxe d'accise fédérale (c.p.l.)	Taxe de consommation provinciale (c.p.l.)	TPS (%)	TVP (%)	TVH (%)
Colombie-Britannique	10,0	11,0	7,0	0	0
Alberta	10,0	9,0	7,0	0	0
Saskatchewan	10,0	15,0	7,0	0	0
Manitoba	10,0	11,5	7,0	0	0
Ontario	10,0	14,7	7,0	0	0
Québec	10,0	15,2	7,0	7,5	0
Nouveau-Brunswick	10,0	10,7	0	0	15,0
Nouvelle-Écosse	10,0	13,5	0	0	15,0
Île-du-Prince-Édouard	10,0	13,0	7,0	0	0
Terre-Neuve	10,0	16,5	0	0	15,0
Yukon	10,0	6,2	7,0	0	0
Territoires-du-Nord-Ouest	10,0	10,7	7,0	0	0

Source : M.J. Ervin.

s'est ajoutée au coût de l'essence. La TPS avait été introduite à l'origine pour remplacer les taxes de fabrication, imposées sur l'essence. Ces taxes ont atteint 12,0 p. 100 en 1971 et ont chuté jusqu'à 0,5 cent par litre en 1973. La TPS est imposée sur toutes les composantes du prix de l'essence, y compris sur la taxe d'accise fédérale et sur la taxe sur la consommation provinciale. Toutes les provinces canadiennes paient la TPS, sauf qu'au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse et à Terre-Neuve, elle fait partie de la Taxe de vente harmonisée (TVH) de 15,0 p. 100. La TPS s'applique au coût total de l'essence, y compris la taxe d'accise fédérale et les taxes sur la consommation provinciales. Le Québec est la seule province au Canada à exiger explicitement une taxe de vente provinciale (TVP) de 7,5 p. 100. La TVP est aussi une taxe ad valorem et elle est calculée sur le coût total de l'essence, lequel inclut le prix hors taxes de l'essence, la taxe d'accise fédérale, la taxe sur la consommation provinciale et la TPS. Le Québec a réduit sa taxe sur la consommation provinciale de divers montants dans certaines régions éloignées et à une distance de 20 km des frontières provinciales et des États-Unis. La Saskatchewan a également réduit ses taxes sur la consommation à Lloydminster parce que la ville se trouve sur la frontière entre la Saskatchewan et l'Alberta.

Étant donné qu'une taxe ad valorem s'exprime en un pourcentage du prix total, le revenu produit augmente lorsque le coût total du produit augmente. Par exemple,

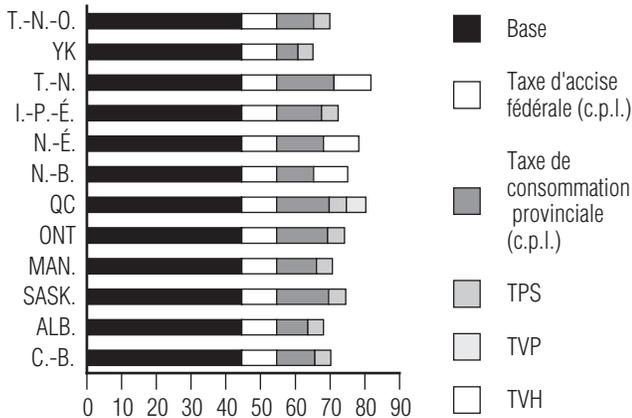
si le prix hors taxes de l'essence augmente de un cent par litre seulement, le prix de détail augmentera de 1,07 cent par litre (1,0 cent par litre + 7,0 p. 100 = 1,07 cent par litre) dans la plupart des provinces. En raison des taxes de vente provinciales explicites ou implicites, le prix de détail augmentera de 1,15 cent par litre au Québec, en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve.

Finalement, certaines villes canadiennes ont également une taxe de transit qui est elle aussi une taxe fixe sur la vente au détail de l'essence. Vancouver, Victoria et Montréal ont instauré des taxes de transit de 4,0 cents par litre, 2,5 cents par litre et 1,5 cent par litre respectivement. La TPS et la TVP (pour Montréal) s'ajoutent après que la taxe de transit a été imposée.

Les différences de taxes entre les provinces expliquent en bonne partie les variantes régionales du prix à la pompe. Si l'on suppose que le prix hors taxes est le même dans chaque province (soit environ 45,0 cents par litre), le graphique 8 montre comment les prix à la pompe pourraient varier d'une province à l'autre.

Les détaillants autochtones dans les réserves ne paient pas de TPS au Canada ou de TVH au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse et à Terre-Neuve. Les détaillants avoisinants qui ne bénéficient pas de cette exemption peuvent se trouver désavantagés lorsqu'ils doivent concurrencer avec des détaillants situés dans une réserve.

**Graphique 8**  
**Composante du prix d'un litre d'essence**  
 (en cents per litre)



Source : M.J. Ervin.

À un prix de 80,0 cents par litre, par exemple, le fait d'enlever la TVH diminue le prix d'environ 10,0 cents par litre. Dans les provinces où seule la TPS s'applique, la différence est d'environ 5,0 cents par litre. Les détaillants qui sont en concurrence avec ces points de vente peuvent se voir forcés de réduire leur prix et, par conséquent, leur marge de détail pour demeurer dans la course.

Le graphique 9 montre que, dans les nations industrialisées, le Canada se situe dans la zone la plus basse de l'échelle pour ce qui est des taxes sur l'essence en pourcentage du prix de détail.

Mais la figure sur les taxes en pourcentage ne décrit qu'un aspect de la question. En août, les Canadiens ont payé en moyenne 30 cents de taxe sur chaque litre d'essence acheté. Les Britanniques, par comparaison, ont payé 1,54 \$ sur chaque litre (ce qui permet de supposer un pourcentage de près de 77 p. 100 du coût de 2 \$ par litre) ou cinq fois le montant de taxe par litre payé par un automobiliste canadien.

Les sommes produites par les taxes sur l'essence constituent une importante source de revenu pour les gouvernements fédéral et provinciaux. En 1996-1997, les revenus de la taxe d'accise fédérale sur l'essence ont été de 4,02 milliards de dollars. Ce chiffre n'a cessé de croître étant donné que la demande pour l'essence est en constante progression. Les provinces ont elles aussi bénéficié

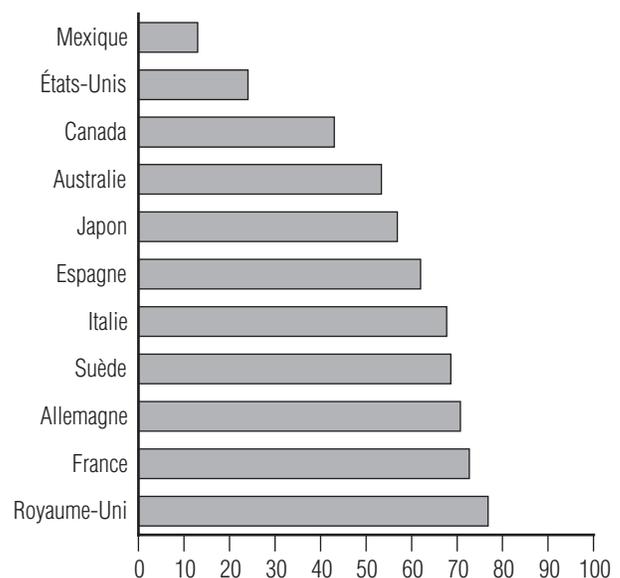
de leurs taxes sur la consommation. En 1996-1997, les revenus produits par toutes les provinces à l'aide de la taxe provinciale sur la consommation se sont chiffrés à 5,64 milliards de dollars. L'Ontario est la province ayant reçu le montant le plus élevé, environ 44 p. 100 du montant total (2,49 milliards de dollars). La TPS, la TVH et la taxe de vente du Québec ne peuvent être estimées étant donné que les revenus provenant de ces taxes sont totalisés.

Au départ, les taxes sur la consommation d'essence étaient destinées à compenser pour les coûts d'entretien et de construction de l'infrastructure routière. Aujourd'hui, elles représentent une importante source de revenus pour les gouvernements. Selon le bureau national de l'Association canadienne des automobilistes, seulement 4 p. 100 du montant estimé de 5 milliards de dollars sur le montant total des taxes sur l'essence recueillies par le gouvernement fédéral sont réinvestis dans l'infrastructure routière.

#### Pétrole brut

Le pétrole brut est la matière première utilisée pour obtenir l'essence raffinée. Il représentait près du tiers du

**Graphique 9**  
**Taxes sur l'essence en pourcentage du prix de détail**  
 (1999)



Source : Agence internationale de l'énergie.

prix de détail d'un litre d'essence en 1999 avant d'atteindre 40 p. 100 cette année suivant l'augmentation des prix du pétrole brut. Comme nous l'avons déjà mentionné, la volatilité des prix de l'essence que nous avons connue au printemps et à l'été 2000 est surtout le résultat des fortes fluctuations subies par les prix du pétrole brut. Les prix du brut ont en effet presque triplé depuis 1998 et, étant donné que le coût du brut compte pour près de 40 p. 100 du prix à la pompe, il n'est pas surprenant que les prix à la pompe aient augmenté de façon significative au Canada.

### Raffinage et commercialisation

La dernière composante du prix de détail de l'essence est la part du raffinage et de la commercialisation. Cette composante sert à couvrir les frais d'exploitation. Elle comprend la transformation du brut en essence, les frais de transport et de distribution ainsi que les dépenses d'exploitation et de commercialisation au niveau du marché de détail. Cette partie du prix devrait également permettre d'obtenir un rendement raisonnable sur l'investissement consenti pour le raffineur et le détaillant.

Il s'agit de la seule composante du prix de détail final de l'essence sur lequel l'industrie ait de l'influence. En novembre 2000, quand le prix moyen pour l'essence était de 75,9 cents par litre, cette partie comptait pour 11,9 cents par litre ou pour 16 p. 100 du prix à la pompe

de l'essence. La marge du raffineur était de 7,7 cents par litre et la marge de commercialisation de 4,2 cents par litre. Comme le montre le graphique 10, les marges de raffinage et de commercialisation pour le Canada et les États-Unis sont semblables.

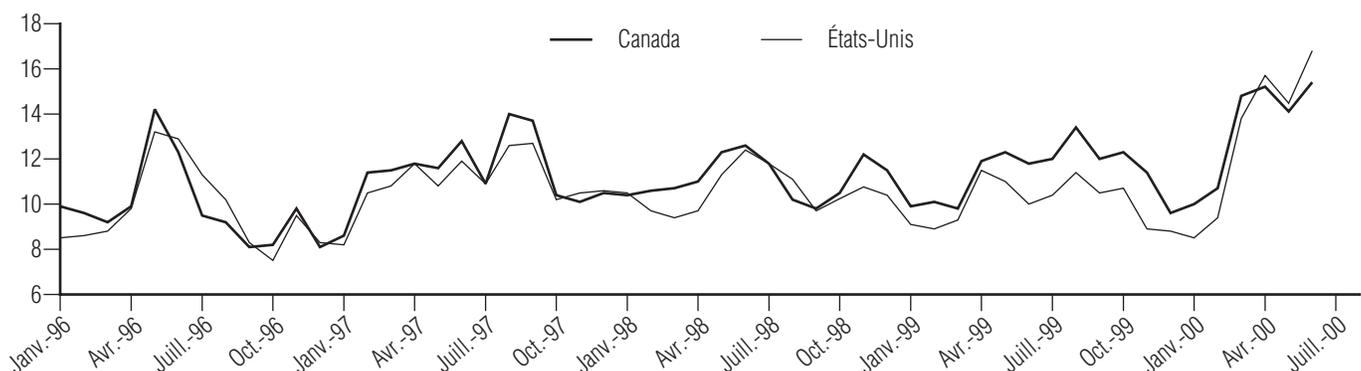
### Comment les prix sont-ils fixés?

Sur une grande échelle, les prix de détail sont déterminés par des facteurs comme le pétrole brut et le transport. Si on décidait de prendre un prix de détail moyen pour de l'essence ordinaire sans plomb dans le pays en entier, ce prix suivrait les changements survenus dans le prix mondial du brut de très près (voir graphique 11).

Toutefois, les prix à l'échelle nationale et même régionale masquent le processus complexe qui sert à déterminer les prix affichés dans le grand public partout au pays. Chaque marché possède sa propre dynamique, ce qui sous-entend que les prix sont déterminés par les conditions locales, qui, dans certains cas, s'écartent du prix à la rampe de l'essence. De plus, les formules et les stratégies utilisées pour déterminer les prix de détail au niveau local varient d'une région à l'autre.

Un autre facteur contribuant à la complexité du processus de fixation du prix de détail de l'essence est le fait que les prix sont affichés sur de grands panneaux à l'extérieur de chaque point de vente. Aucun autre bien de consommation n'est soumis à une telle diffusion du prix. En affichant les prix de

**Graphique 10**  
**Comparaison de la marge totale au Canada et aux États-Unis**  
(en cents par litre)



Sources : M.J. Ervin et U.S. Energy Information Administration.

cette manière, on s'assure que consommateurs et concurrents sont informés presque instantanément des changements de prix dans leur région. Les points de vente doivent garder un œil sur les agissements de la concurrence parce que la demande pourrait diminuer radicalement si leurs prix s'écartaient trop de ceux des concurrents qui se trouvent dans un grand rayon d'action. Les prix peuvent donc changer trois à quatre fois par jour durant les périodes de forte volatilité.

#### Grandes sociétés pétrolières et raffineurs régionaux

La plupart des grandes sociétés pétrolières et des raffineurs-négociants régionaux font appel à un arsenal de tactiques afin de s'assurer que chacun de leurs points de vente reste dans la course au sein du marché local. Voici les étapes qui sont habituellement suivies avant d'amorcer un changement de prix :

- Chaque point de vente identifie quels sont ses principaux concurrents dans un marché donné (habituellement de deux à trois), puis il établit les rapports de prix en fonction de ces concurrents. Les rapports dépendent des caractéristiques des principaux concurrents. Par exemple, dans un site où une grande station-service complète est en concurrence avec un point de vente similaire, la tactique de prix consisterait à reprendre systématiquement les réductions de prix amorcées par le concurrent. Si, toutefois, une grande station-service complète est en concurrence avec une station libre service affichant une marque ou encore avec un indépendant sans marque, la tactique

#### Figure 9 Volatilité et uniformité des prix

La volatilité des prix fait référence à la fréquence avec laquelle les prix de l'essence changent. L'uniformité des prix fait référence aux observations des automobilistes canadiens qui constatent que les prix de l'essence affichés dans certaines régions sont identiques ou similaires dans tous les points de vente.

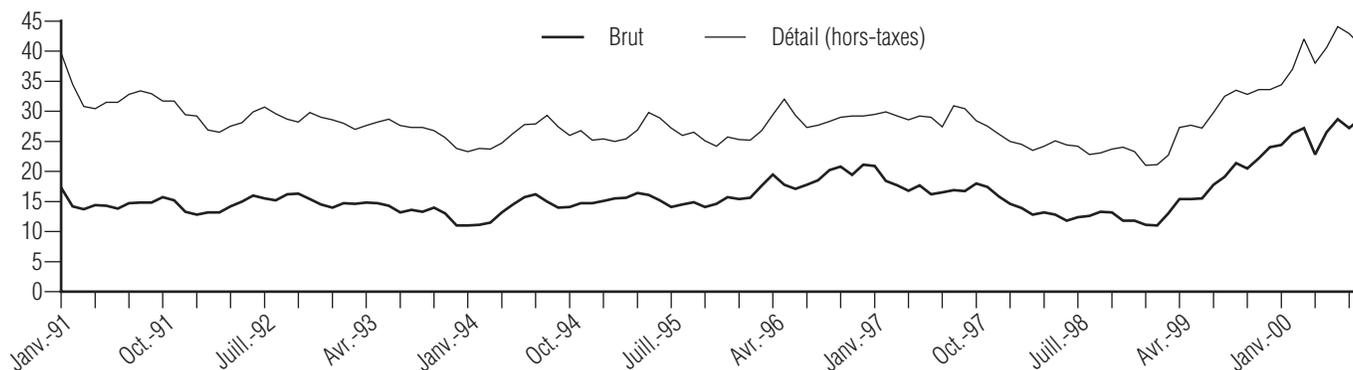
Les changements dans les prix de l'essence peuvent être attribués en partie aux fluctuations fréquentes dans le prix du pétrole brut, lequel est la principale matière première de l'essence. Même s'il faut compter un mois pour que les prix du pétrole brut se traduisent dans les prix exigés des automobilistes, les changements fréquents dans les prix du pétrole à l'échelle mondiale sont un facteur qui explique les mouvements des prix de l'essence. L'autre important facteur est la nature extrêmement concurrentielle de l'industrie de l'essence au niveau des commerçants.

Dans notre société, l'essence est la seule marchandise dont le prix est affiché sur de grands panneaux qu'on peut lire en roulant à 60 km à l'heure. Les automobilistes et les exploitants des autres postes d'essence connaissent presque immédiatement les changements qui surviennent dans les prix de leurs concurrents.

Les automobilistes canadiens sont perçus comme très sensibles aux prix de l'essence et cette sensibilité se traduit dans leur comportement sur le marché. Les Canadiens vont changer de poste d'essence pour des écarts de prix qui représentent des fractions d'un cent, même si l'incidence des écarts ne représentera au bout du compte qu'une différence de cinq à dix cents sur un plein moyen. Les détaillants sont très conscients de cette sensibilité des consommateurs et soucieux de ne pas perdre de ventes. Ils réduisent leurs prix presque immédiatement afin de ne pas être en reste par rapport à leurs concurrents. C'est ce qui explique les fréquents changements de prix et l'uniformité des prix de l'essence dans une région où les postes d'essence sont en concurrence.

pourrait différer en ce que la grande société pourrait permettre au concurrent de maintenir un prix légèrement inférieur (de 0,2 à 0,3 cent par litre). L'écart

**Graphique 11**  
**Prix de détail moyen et prix brut au Canada**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

entre la grande société pétrolière et l'indépendant tiendrait compte de la valeur de la marque et de la qualité de l'essence ainsi que de facteurs comme la disponibilité des cartes de débit à la rampe et des produits complémentaires (p. ex., dépanneurs, lave-autos). Dans les marchés à prix unique, toutefois, même une différence légère peut ne pas être autorisée dans le cadre d'une stratégie de prix;

- Les tactiques de fixation des prix sont consignées dans un programme informatique au bureau central ou régional;
- Les détaillants ont la responsabilité de surveiller les prix des concurrents et d'avertir le bureau central de tout changement.

Un changement de prix sera approuvé au moyen de la tactique prédéterminée pour le site dans cet emplacement. Cette approbation ne sera donnée que si le prix désiré se situe à l'intérieur de certaines limites qui tiennent compte de ce qui suit :

- L'ordre de grandeur du changement de prix;
- Le nombre de concurrents dans le secteur ayant demandé un changement de prix;
- Le nombre de changements de prix à l'intérieur d'une certaine période de temps;
- La relation entre le changement de prix et le prix à la rampe.

### Indépendants

Les indépendants font appel aux mêmes principes que les grandes sociétés lorsqu'ils procèdent à des changements de prix, même si les systèmes qu'ils utilisent ne sont peut-être pas aussi avancés sur le plan de la technologie. Les petits indépendants n'ont souvent pas accès à des systèmes de suivi des prix sophistiqués. Selon la taille et le nombre de stations-service dans une région qu'ils contrôlent, les gros indépendants peuvent avoir un certain nombre de représentants assignés à chaque région de leur marché. Ces personnes effectuent quotidiennement une enquête sur les prix affichés par la concurrence et autorisent les changements de prix en se fondant sur le calcul des marges. Chaque exploitant peut en règle générale procéder à de légers changements de prix sans autorisation, mais il doit par contre demander la permission pour faire des

changements de plus de 2 à 3 cents par litre. Les petits indépendants doivent surveiller la concurrence eux-mêmes, parfois heure par heure, selon le degré de volatilité dans un marché donné.

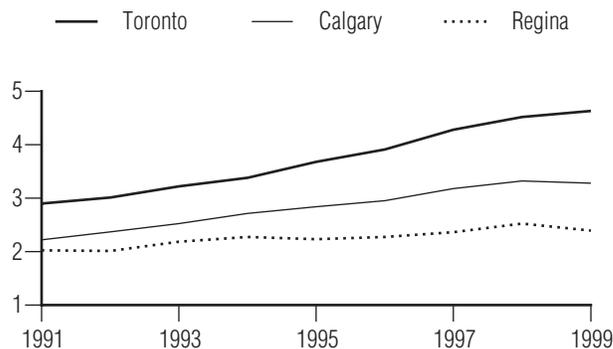
### Divers marchés de prix

#### Marchés à prix multiples

La plupart des grandes villes ontariennes ont ce qu'on appelle des marchés à prix multiples. Les indépendants de ces marchés affichent des prix légèrement inférieurs (de 0,2 à 0,3 cent le litre) aux prix affichés par les grandes sociétés. L'écart de prix correspond au fait que les points de vente affichant une marque peuvent offrir des services supérieurs, avoir un meilleur emplacement et bénéficier d'une renommée bien établie par rapport aux points de vente des indépendants, et, à ce titre, ils peuvent afficher des prix légèrement plus élevés sans pour autant perdre de clients. Toutefois, l'écart toléré est minime et si un indépendant tentait d'afficher un prix dont l'écart inférieur dépasserait 0,3 cent le litre, les grandes sociétés réagiraient immédiatement en affichant le même prix que l'indépendant et en éliminant l'écart en question.

Les marchés à prix multiples sont moins répandus à l'extérieur de l'Ontario. C'est sans doute dû au niveau d'efficacité différent qui existe dans les villes plus peuplées de l'Ontario que dans les autres régions du Canada.

**Graphique 12**  
**Débit moyen par point de vente**  
(en million de litres)



Source : Kent Marketing.

La population plus nombreuse d'une ville comme Toronto et l'important volume de ventes par point de vente sous-entendent que ces stations ont un mode d'exploitation plus efficace que celles des régions ayant une population moindre (voir graphique 12). L'efficacité dans ce cas est mesurée comme le volume de vente moyen ou le « débit » par point de vente.

Le fait que la plupart des points de vente situés dans l'ouest du Canada ont des débits inférieurs à ceux de l'Ontario signifie que les grandes sociétés vont afficher les mêmes prix que les indépendants. Elles ne peuvent tout simplement pas se permettre de laisser leurs concurrents afficher un prix plus bas de crainte de perdre une part importante de leur volume de ventes relativement plus petit.

Aux États-Unis, toutefois, il existe un marché à prix multiples qui met davantage l'accent sur la différenciation des produits. Il n'est pas rare de voir quatre points de vente à une intersection afficher des prix différents pour leurs produits. L'un des points de vente peut afficher un prix inférieur pour l'essence ordinaire sans plomb, tandis qu'un autre affichera un prix plus bas pour le supercarburant. Par ailleurs, un point de vente ayant un emplacement de premier choix peut se permettre d'afficher un prix plus élevé sans pour autant perdre une part de marché.

#### *Marchés à prix unique et prix par zone*

En raison des guerres des prix et de la concurrence féroce, la plupart des marchés à l'extérieur de l'Ontario sont désormais des marchés à prix unique. Cela signifie qu'un seul prix sera facturé sur le marché, peu importe le type de service, l'existence de services complémentaires ou le fait qu'un détaillant soit un exploitant d'une grande société ou un indépendant. Les stations avec pompiste exigent le même prix le litre que les stations libre-service. Avec les stations mixtes, c'est-à-dire celles qui offrent à la fois les services de pompiste et le libre-service, une prime peut être payée pour le service. Au Québec, bon nombre de détaillants exercent leurs activités dans un marché à prix unique. En effet, le principal raffineur-négociant régional, Ultramar, a annoncé son programme Valeur Plus avec lequel il promet d'offrir le même prix que le plus bas qui existe dans la zone pertinente. Ce programme empêche les indépendants de se démarquer des concurrents en

offrant des prix plus bas. La différenciation peut prendre la forme de coupons d'escompte, de rabais ou de jeux permettant de gagner des prix. Ce type de prix se répand de plus en plus dans tout le Canada. Les caractéristiques régionales des prix sont étudiées plus loin, ainsi que le cas de chaque ville considérée séparément.

Une autre variante du marché à prix unique est le prix par zone — c'est-à-dire que les détaillants d'une région donnée affichent le même prix. La superficie de la zone en question peut varier selon le marché — une grande ville peut comporter 50 zones, une petite ville et ses environs peut être considérée comme une seule zone. La superficie de la zone est déterminée par chaque société individuellement et elle est fondée sur la composition du marché ainsi que sur les conditions de la concurrence dans la région.

Bien des indépendants pensent que le prix par zone, tout comme les marchés à prix unique, nuisent à leur compétitivité dans la mesure où ils découragent le recours à l'efficacité pour différencier le produit par le prix. Toute réduction de prix que peut consentir un détaillant aux consommateurs en vue d'augmenter sa part du marché sera immédiatement suivie d'une réduction similaire par les autres détaillants de la zone, qu'ils soient plus efficaces ou non. Les détaillants associés à une marque, avance-t-on, peuvent absorber ces prix grâce à l'appui de leurs sources d'approvisionnement afin de maintenir leur compétitivité.

On affirme également que, dans une même zone, les détaillants associés à une marque peuvent tenter d'accroître leur part de marché en reportant le plus tard possible les changements et en tentant de maintenir le prix au niveau le plus bas possible. Avec le prix par zone, les détaillants sont censés être capables de maintenir des prix plus bas parce que leur fournisseur devrait réduire leur prix de gros, ce qui contribue effectivement à protéger leur marge. Cette situation serait déloyale pour les détaillants indépendants qui ne jouissent peut-être pas du même système de soutien et qui verraient ainsi leur marge réduite.

En théorie, le marché unique et le prix par zone sont censés être avantageux pour les consommateurs en forçant tous les détaillants à afficher le prix de l'exploitant le plus

efficace. En réalité, toutefois, les choses peuvent être différentes. Si un détaillant est réticent à consentir une baisse de prix afin de faire profiter ses clients d'une économie, parce qu'il n'en tire aucun avantage sur le plan des ventes, les prix ne seront pas réduits à leur niveau le plus bas.

Lorsqu'un prix de zone est appliqué au-delà d'une région urbaine, la pratique risque de porter un préjudice sérieux aux détaillants indépendants qui n'affichent pas de marque parce que ces derniers n'ont peut-être pas le débit élevé de leurs concurrents en milieu urbain. Même si une marge plus faible peut être tolérée lorsque le débit est élevé, le détaillant rural ne peut pas profiter de la situation. Dans ce cas aussi, les détaillants de marque peuvent profiter d'une certaine protection grâce à leurs fournisseurs, mais cette protection ne s'étend pas à la plupart des détaillants indépendants.

### ***Augmentations de prix***

La décision d'augmenter les prix est surveillée de très près par les grandes sociétés pétrolières et les raffineurs-négociants régionaux. Habituellement, l'initiative d'augmenter les prix sera prise par l'un de ces intervenants plutôt que par un indépendant. Dans l'industrie, une augmentation de prix s'appelle un « redressement » de prix. Le terme signifie que les prix et les marges de détail sont jugés trop bas et qu'il est nécessaire de prendre des mesures pour ramener les marges à des niveaux plus acceptables pour l'industrie. Les facteurs suivants sont

pris en considération avant d'envisager une augmentation de prix :

- **Écarts de prix** — La différence entre le prix moyen à la rampe et le prix de gros et la marge de cette différence permettent à l'exploitant de faire des profits;
- **Perceptions du client** — Si les clients ont l'impression qu'une grande société est toujours à l'origine de l'initiative des augmentations de prix dans un marché, ils peuvent en conclure que les prix sont plus élevés dans ces établissements. Cette situation pourrait nuire à long terme à la fidélité de la clientèle et entraîner la perte de clients;
- **La réaction des concurrents** — Une augmentation qui n'est pas suivie par la concurrence entraîne inévitablement une baisse de prix imposée. Les concurrents peuvent décider de ne pas changer leurs prix tout dépendant du coût de leurs stocks souterrains. Si, par exemple, un détaillant d'un point de vente dispose d'un gros stock acheté à un prix de gros très intéressant, ce détaillant peut décider de ne pas suivre le prix affiché par la grande société dans l'espoir de s'accaparer une part du marché. Pour qu'une augmentation de prix soit réussie, il faut par conséquent être parfaitement au courant du comportement et de la réaction éventuelle des concurrents sur le marché local. Ce processus est par nature affaire de jugement.

Il est rare que les indépendants soient à l'origine d'un redressement des prix étant donné qu'ils sont en général des vendeurs au prix du marché. Même certains des plus gros détaillants du pays évitent de prendre l'initiative

### **Figure 10** ***Restauration de prix***

Pratiquement toutes les semaines, les Canadiens voient les prix de l'essence changer subitement dans leur ville. Ces augmentations de prix sont appelées dans l'industrie de l'essence des « redressements » de prix et elles se produisent lorsque les marges de détail tombent au-dessous des niveaux jugés nécessaires pour offrir un taux de rendement raisonnable sur l'investissement des exploitants de poste d'essence.

Le marché de détail canadien est extrêmement concurrentiel et les détaillants sont inquiets à l'idée de perdre une part de leur marché lorsque leurs prix à la pompe affichés sont plus élevés que ceux de leurs concurrents.

Afin de réduire les risques de perdre une part de marché, un détaillant tentera de remonter ses prix durant une journée de la semaine où les volumes de ventes sont bas, généralement vers le milieu de la semaine, après l'heure de pointe du matin. Le détaillant sera autorisé à relever son prix et il surveillera ensuite les réactions de ses concurrents. Si tous les concurrents suivent le mouvement dans leurs propres postes d'essence, l'augmentation restera en vigueur. Si certains détaillants refusent d'augmenter leur prix ou s'ils augmentent leur prix, mais d'un montant inférieur, l'augmentation de prix sera abandonnée ou rajustée en général avant l'heure de pointe du soir.

Ce sont presque toujours les grandes sociétés ou les raffineurs régionaux qui sont à l'origine des redressements de prix.

d'une hausse de prix parce que cela risque de nuire à leurs objectifs stratégiques ou à l'image qu'ils veulent donner au grand public. Par exemple, le programme Valeur Plus d'Ulramar qui consiste à suivre le plus bas prix à la pompe dans la zone délimitée est en quelque sorte une assurance de ne jamais avoir à prendre l'initiative d'une hausse.

Si l'on considère que les marges sont faibles dans un marché, on tentera généralement de les améliorer une fois par semaine, même si les conditions du marché pourraient justifier de le faire deux fois par semaine. Choisir le bon moment a également une importance essentielle. Les grandes sociétés pétrolières et les raffineurs régionaux tenteront habituellement de faire remonter le prix sur un marché local à l'heure du midi, et normalement au début ou au milieu de la semaine lorsque les ventes moyennes sont à leur plus bas. Ensuite, elles vont attendre pour voir quelle sera la réaction de leurs concurrents. À 15 heures 30, on doit décider si l'augmentation a été une bonne ou une mauvaise idée. Si l'amélioration de prix ne fonctionne pas, il faut rapidement ramener le prix afin de s'assurer que le prix affiché n'est pas plus élevé que celui des concurrents lorsque l'heure de pointe commence vers 17 heures.

### ***Que se passe-t-il durant une guerre des prix?***

Bon nombre de caractéristiques de la stratégie de fixation des prix de l'essence inquiètent les consommateurs, mais une de ces caractéristiques qui ne les gêne pas du tout est la guerre des prix qui se produit à l'occasion dans une région ou l'autre du pays. Les guerres des prix sont la conséquence directe de la concurrence féroce qui existe dans une localité et de l'habitude qui a été prise d'afficher les prix sur des panneaux à chaque point de vente. Les guerres se déclenchent lorsque les concurrents continuent de se couper l'herbe sous le pied et forcent un resserrement de la marge de détail à un point tel que le prix réduit est parfois insuffisant pour couvrir les frais d'exploitation. Les guerres des prix peuvent être déclarées par de grandes sociétés, des raffineurs régionaux ou même des indépendants.

Les guerres des prix cessent habituellement lorsque les marges de détail atteignent un point où elles ne sont

plus rentables pour la majorité des concurrents sur un marché local. C'est alors qu'un exploitant prend la décision difficile de relever ses prix en espérant que la concurrence va lui emboîter le pas. Habituellement, les concurrents vont suivre la hausse du moment qu'elle les conduit à une marge de détail qui correspond à la rançon des affaires. L'augmentation uniforme des prix de vente au détail après une guerre des prix est souvent vue par les consommateurs comme une preuve de collusion. Il est peu vraisemblable que ce soit le cas, étant donné que l'augmentation uniforme traduit généralement le fait que les participants à la guerre des prix doivent améliorer leurs marges et éviter de mettre leur commerce en difficulté.

Il arrive parfois que les tentatives en vue de recouvrer une marge déterminée échouent et qu'une guerre s'éternise. C'est le cas à Vancouver, où une guerre des prix traîne en longueur depuis 1998. Jusqu'à la fin de 1999, les prix dans cette ville étaient plus bas qu'ils ne l'avaient été vers le milieu des années 1990, et beaucoup plus bas que dans la plupart des autres marchés du Canada. La guerre des prix a été le résultat direct de la concurrence accrue suscitée par l'entrée sur le marché de deux nouveaux arrivants — un raffineur régional américain qui opère dans un rayon facilement accessible des basses terres continentales et un exploitant de grande surface. Tous deux ont réduit considérablement leurs prix afin d'accaparer une part du marché. Les concurrents ont été forcés de suivre le prix à la baisse afin de conserver leur clientèle. La durée de la guerre des prix a forcé certains indépendants à quitter le marché et ceux qui sont restés ont dû accepter des marges négatives ou des améliorations de prix qui ont rarement réussi à ramener la marge au-dessus des 2 cents par litre. Tous les détaillants du marché des basses terres continentales ont sans doute eu à subir des pertes financières. Et il est probable que les raffineurs-négociants ont eu à financer les pertes de leurs détaillants durant cette période.

Au début des années 1990, une première série de guerres des prix a vu le jour au Canada. Les grandes sociétés pétrolières ont vu leur part du marché grignotée par les indépendants durant toutes les années 1980 étant donné qu'elles n'avaient pas réagi aux baisses de prix des indépendants. Devant affronter d'importantes pertes sur le marché de détail en raison de la perte d'une part de leur marché,

les grandes sociétés ont combattu féroce­ment pour récupérer leurs clients en coupant les prix des indépendants.

Même si les guerres des prix peuvent profiter aux automobilistes de la ville touchée par le conflit, il se peut que les consommateurs d'une autre ville soient pénalisés. On a avancé que des sociétés pétrolières pourraient augmenter leurs prix dans les villes où la concurrence est moins forte afin de compenser pour les pertes de revenu subies dans la ville où la guerre bat son plein. Il est toutefois impossible de prouver ces affirmations.

Il semble que les guerres des prix continueront de faire partie des caractéristiques de l'industrie de l'essence. En réalité, la

prolifération des dépanneurs et d'autres sources complémentaires de revenus dans les points de vente sont des indications que le nombre et la durée des guerres des prix pourraient bien en fait s'intensifier. Les revenus tirés d'un dépanneur, par exemple, permettent à un exploitant de resserrer ses marges de détail sur l'essence encore plus au beau milieu d'une guerre des prix et de rester dans la course.

### Analyse empirique des prix de détail

Certaines caractéristiques particulières des prix de l'essence au détail ont été confirmées par l'analyse empirique qui a été effectuée dans onze villes de partout au pays (voir Annexe B). Il n'est pas surprenant que la

**Figure 11**  
**Marge découlant des conditions du marché**

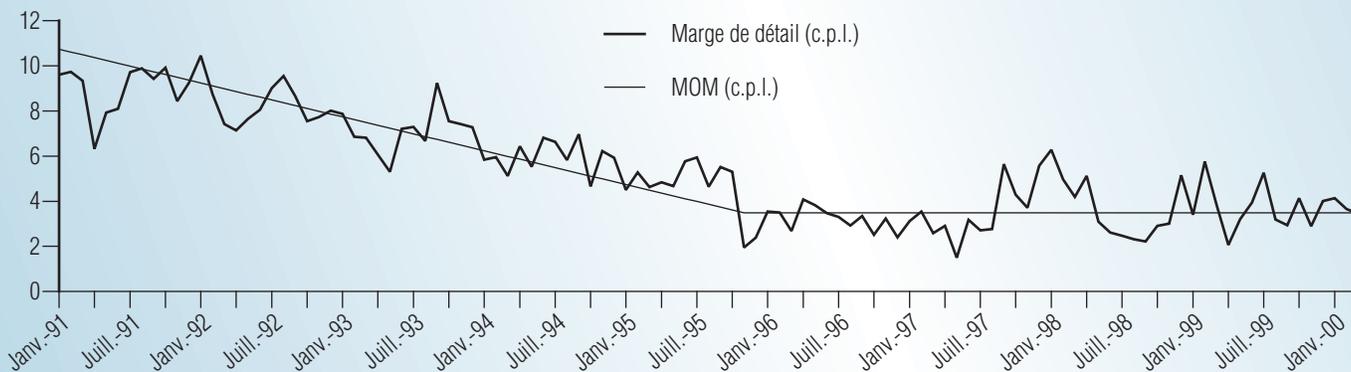
La marge découlant des conditions du marché (MOM) est un outil d'analyse mis au point par Le Conference Board du Canada pour mieux comprendre pourquoi les prix de détail changent et les variations dans l'ampleur de ces changements. La marge découlant des conditions du marché reflète les conditions du marché local dont les détaillants d'essence doivent tenir compte lorsqu'ils rajustent leurs prix en fonction d'un changement survenu dans leur coût de l'essence. Cet outil permet également d'expliquer pourquoi les augmentations du prix de l'essence sont supérieures au changement dans les coûts lorsque les marges de détail sont basses, et inférieures lorsque les marges de détail sont élevées. L'inverse est vrai pour les diminutions de coût.

La marge découlant des conditions du marché n'est PAS le résultat de la collusion, mais reflète plutôt les conditions de la concurrence au niveau des commerçants dans un marché donné. La marge de détail dans un marché en particulier a tendance à suivre les mouvements de la marge découlant des conditions du marché. Cette marge ne traduit pas toujours un équilibre durable parce qu'elle peut résulter de l'existence d'une guerre des prix. Par exemple, il y a eu une guerre des prix à Vancouver en 1999 au cours de laquelle la marge découlant des conditions du marché se situait autour de moins deux (-2,0) cents par litre. Cela signifie que les points de vente vendaient l'essence à un prix inférieur à leur coût réel. De toute évidence, ce n'est pas une situation qui permet aux détaillants de rester en affaires.

Le Conference Board du Canada a calculé la marge découlant des conditions du marché en insérant une ligne de tendance dans les marges observées dans chaque ville. Lorsqu'il se produit des affaissements de la structure dans les marges observées, on calcule une deuxième tendance.

Le graphique montre la marge découlant des conditions du marché pour Ottawa. Depuis le début des années 1990, la marge découlant des conditions du marché a reculé de 10 cents à 4 cents par litre. Depuis 1996, elle semble être constante à environ 4 cents par litre, même s'il subsiste une volatilité autour de la marge découlant des conditions du marché qui reflète la concurrence locale lorsque les entreprises essaient d'accaparer une part de marché en misant sur la sensibilité aux prix des automobilistes.

D'après notre marge découlant des conditions du marché, si la marge réelle se situe au-dessus de 4 cents par litre, une augmentation de un cent dans les coûts se traduirait par une augmentation du prix à la pompe de moins de un cent étant donné la concurrence qui se joue entre les commerçants. Si le marché concurrentiel à Ottawa fonctionne sous la barre des 4 cents par litre, alors l'augmentation du prix à la pompe sera supérieure à un cent parce que les détaillants essaieront de rétablir la marge découlant des conditions du marché.



plus importante composante du prix à la pompe soit le prix de gros de l'essence dans une ville donnée. Toutefois, une augmentation de un cent le litre du prix de gros n'entraîne pas automatiquement une hausse identique du prix de détail de l'essence. Les conditions sur les marchés locaux ont une incidence importante.

L'analyse empirique a montré que dans n'importe quel marché donné, durant une certaine période, il existe une marge découlant des conditions du marché qui devient la base pour fixer les prix dans ce marché. Cette marge découlant des conditions du marché n'est pas un chiffre absolu — mais plutôt le reflet des conditions de la concurrence locale à un certain moment dans le temps. Si, par exemple, un détaillant accepte une marge qui est inférieure à la marge découlant des conditions du marché, une augmentation de un cent dans les prix du gros pourrait faire grimper le prix de vente au détail de plus de un cent. Dans cette situation, le détaillant tente de retrouver une marge qui lui offre un rendement plus raisonnable. En revanche, le prix de gros ne se refléterait pas complètement dans le prix de détail si le détaillant acceptait une marge supérieure à la marge découlant des conditions du marché.

Les prix de détail et les marges diffèrent d'une ville à l'autre en grande partie en raison des volumes de ventes différents selon les points de vente et en fonction des taxes. Étant donné que la majorité des frais d'exploitation pour une station-service sont fixes, le détaillant exploitant un point de vente dans une ville ayant un débit élevé n'a pas besoin d'une marge aussi grande qu'un détaillant dans une ville dont les ventes sont relativement plus faibles en moyenne par point de vente. Dans le dernier cas, l'exploitant a besoin d'une marge plus élevée pour compenser le fait que le point de vente a un volume moins élevé.

L'autre facteur expliquant les différences de prix selon les diverses régions du pays est la densité démographique par point de vente. Dans une ville où il y a une forte densité de population, il est vraisemblable que les consommateurs feront plusieurs fois le trajet au point de vente pour y acheter non seulement de l'essence, mais aussi des produits et services complémentaires, par comparaison avec les villes ayant une plus faible densité de

population. Par conséquent, les villes ayant une densité de population élevée par point de vente devraient avoir des marges de détail et des prix plus bas.

Comme il fallait s'y attendre, le revenu moyen n'était pas un facteur important pour expliquer les prix de détail. Cette constatation suggère que l'essence est un produit que les consommateurs achètent peu importe leur revenu, en fonction de leurs besoins. Par ailleurs, le nombre absolu de points de vente au détail ne semble pas avoir une incidence sur les prix à la pompe pourvu qu'il y ait un nombre minimum de concurrents sur le marché. Dans les villes où seulement quelques compagnies dominent le marché, les prix ne sont pas nécessairement plus élevés que dans les villes où de nombreuses compagnies, y compris les grandes sociétés, les sociétés régionales et les indépendants, vendent de l'essence. On peut en déduire que le marché de détail de l'essence est un marché où un joueur unique ou un nouvel arrivant peut avoir une influence importante, même si le marché est très concentré. C'est très certainement ce qui s'est produit à Vancouver, où le principal acteur du marché a été forcé de réduire considérablement ses prix lorsqu'un autre joueur relativement plus petit a fait son entrée pour essayer de s'accaparer une part du marché en déclenchant une guerre des prix.

### *Préoccupations des intervenants*

#### **Volatilité**

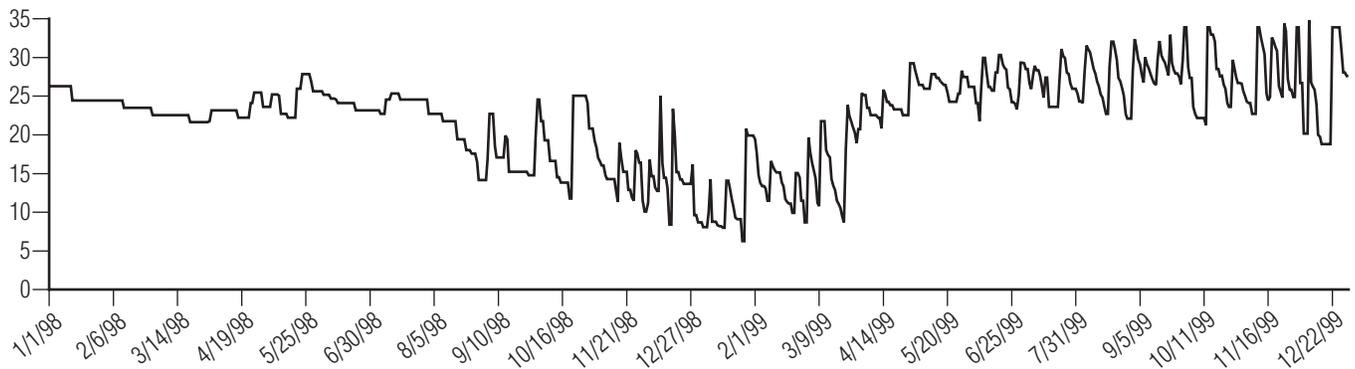
S'il est évident que les consommateurs bénéficient des prix plus bas à la rampe résultant d'une guerre des prix, ceux-ci sont importunés et exaspérés par la fréquence avec laquelle les prix changent. Il n'est pas inhabituel que sur certains marchés locaux les prix chutent de 5 à 6 cents par litre, pour remonter en flèche le jour suivant. Le graphique 13 montre bien ce phénomène survenu à Vancouver durant la guerre des prix, et au cours de laquelle les prix de détail grimpaient et descendaient jusqu'à 10 cents par litre d'une journée à l'autre.

La volatilité est une autre conséquence de l'affichage des prix sur des panneaux à l'extérieur de chaque point de vente, et témoigne de la réaction rapide des concurrents aux réductions de prix afin de pouvoir conserver leur

### Graphique 13

#### Prix de détail quotidien à Vancouver (hors taxes)

(en cents par litre)



Source : IRGMA.

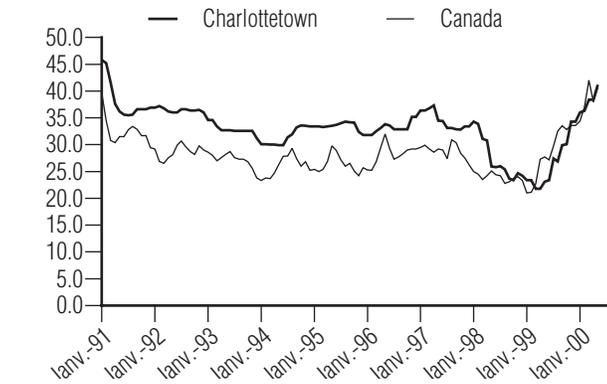
clientèle et leur part du marché. Même si la volatilité a toujours été une caractéristique du marché de l'essence, elle s'est intensifiée durant les années 1990. Voici certains des facteurs expliquant la volatilité des prix :

- **Volatilité des prix du pétrole brut** — L'année dernière, les marchés mondiaux du pétrole brut ont été encore plus volatiles en raison de la décision de l'OPEP de réduire sa production. La volatilité des prix du brut a naturellement une incidence sur le marché de détail étant donné que le brut représente près de 40 p. 100 du prix à la pompe de l'essence;
- **Technologie** — Avant que ne se répande l'usage des ordinateurs, un point de vente exploité par une compagnie devait appeler le siège social pour obtenir qu'un directeur l'autorise à changer un prix. Sans les ordinateurs, ce processus pouvait prendre passablement de temps puisqu'il fallait faire les calculs nécessaires et obtenir l'approbation du changement de prix. Dans les années 1990, les progrès technologiques ont permis aux exploitants d'obtenir rapidement l'autorisation de procéder à un changement de prix. Par conséquent, il est possible pour les exploitants de procéder à plusieurs changements de prix au cours d'une même journée, selon les conditions du marché local. Naturellement, cette situation contribue à accroître la volatilité;
- **Rémunération en fonction du volume de ventes** — La volatilité plus forte qu'on note les fins de semaine est parfois due à la relation que certaines sociétés pétrolières entretiennent avec leurs exploitants.

Certains détaillants sont rémunérés en fonction du volume d'essence vendu à leur point de vente, soit par l'entremise du versement d'une commission, soit par des marges garanties. Durant la fin de semaine, lorsque le siège social des petites sociétés est fermé et que les exploitants n'ont pas besoin de demander l'approbation pour effectuer un changement de prix, la tentation est forte d'engager une guerre des prix. Dans cette situation, il serait difficile de déterminer qui a véritablement ouvert les hostilités. Par conséquent, l'exploitant a la tentation de « tricher » en diminuant le prix sans l'approbation du siège social, puisqu'il y a peu de chances qu'il se fasse prendre et que les retombées soient avantageuses tant sur le plan du débit que sur celui du revenu.

La volatilité continuera d'être une importante caractéristique des prix de vente au détail de l'essence. La volatilité des prix ne semble pas indiquer une collusion venant de l'industrie. Il semblerait plutôt qu'il s'agisse d'une indication de la présence d'un fort degré de concurrence sur le marché. Elle serait donc le reflet du milieu particulier dans lequel l'industrie évolue. L'élimination de la volatilité des prix serait possible si les autres provinces décidaient d'emboîter le pas à l'Île-du-Prince-Édouard et réglementaient le prix de l'essence. Toutefois, il ne semble pas que les consommateurs soient mieux desservis dans un marché réglementé étant donné que les prix de détail hors taxes ayant cours à l'Île-du-Prince-Édouard ne sont pas plus bas, au contraire, que dans d'autres régions

**Graphique 14**  
**Prix de détail moyen à Charlottetown et au Canada**  
**(hors taxes)**  
 (en millions de litres)



Source : M.J. Ervin.

du pays et que la moyenne canadienne durant de longues périodes (voir graphique 14).

### Interfinancement

Certains indépendants sont convaincus qu'ils souffrent d'un désavantage sur le plan de la concurrence par rapport aux grandes sociétés et aux raffineurs-négociants régionaux parce que les grands pourraient utiliser la partie en amont de leurs activités et le raffinage pour interfinancer leurs commerces de détail. Ils font valoir que la conjoncture économique actuelle permet aux grandes sociétés de réaliser d'énormes profits dans leurs opérations en amont alors que les prix du pétrole brut se situent à plus de 44 \$ CAN (30 \$ US) le baril. Cette situation met à leur disposition des fonds internes leur permettant de financer des améliorations à leurs stations-service. Mais, encore plus important, les indépendants s'opposent à ce que, grâce à leurs activités en amont, les grandes sociétés disposent des revenus nécessaires pour resserrer les marges au niveau du marché de détail, accroître le débit de leurs propres stations et mettre les indépendants en mauvaise posture.

Les grandes sociétés soutiennent ne pas avoir recours à l'interfinancement parce que les trois segments de leurs activités — l'exploration et la production, le raffinage et la vente au détail — doivent tous trois donner un rendement positif et ont des objectifs à atteindre à ce titre

établis en fonction des attentes des investisseurs. Elles signalent également que la majorité des raffineries achètent une bonne part de leur pétrole brut aux prix mondiaux auprès d'autres sources canadiennes ou internationales. Elles affirment que les revenus ne circulent pas d'une partie des activités à l'autre durant les périodes où un segment des affaires globales éprouve des difficultés. Elles indiquent également qu'en 1998, les prix du brut sont tombés à presque 14 \$ CAN (10 \$ US) le baril et que le segment en amont de leurs activités n'a pas donné le rendement prévu. Étant donné la manière dont les grandes sociétés produisent leurs rapports financiers, il est impossible de confirmer si les accusations d'interfinancement sont fondées.

L'analyse empirique (voir Annexe B) n'a pas permis de trouver des preuves sérieuses d'interfinancement entre le secteur en amont et les marges de détail ou entre le raffinage et les marges de détail. Les résultats confirmaient l'interfinancement, mais ils étaient insignifiants sur le plan statistique ou alors négligeables. Toutefois, les données agrégées pourraient parfois masquer des activités qui se déroulent à l'échelle du marché local. Les exploitants indépendants soutiennent que, durant une guerre des prix, les grandes sociétés réduisent tout simplement le prix de gros temporairement afin de permettre à leurs détaillants de conserver une marge positive. Certaines grandes sociétés et des raffineurs régionaux soutiennent effectivement les prix de leurs détaillants aux

**Figure 12**  
**Les prix augmentent-ils avant les longues fins de semaine ?**

Les travaux empiriques ont montré que les prix de l'essence n'augmentent pas nécessairement avant les longues fins de semaine en été, comme le soupçonnent bon nombre de Canadiens (voir Annexe B). Même s'il est vrai que parfois les prix montent en flèche juste avant une longue fin de semaine, ils peuvent tout aussi bien le faire avant n'importe quelle autre fin de semaine durant toute l'année. Le fait est que les détaillants tentent de majorer leurs prix au milieu de la semaine afin de se ménager une marge plus élevée. Si le redressement échoue, les prix ont tendance à redescendre le vendredi et la fin de semaine. Cette situation peut se produire dans n'importe quelle saison tout autant qu'en été. Mais elle a plus de chances de se produire en été parce que la demande est plus forte et que les stocks sont bas par comparaison avec les mois d'hiver. Les augmentations qui surviennent juste avant les longues fins de semaine ont plus de chances d'être tolérées par les concurrents parce qu'ils anticipent une demande plus forte en raison du congé, mais cela reste à prouver empiriquement.

prises avec une guerre des prix qui se prolonge, même s'ils affirment que cela se produit assez rarement.

Il est certain que l'utilisation d'un mécanisme de soutien des prix pourrait conférer aux détaillants associés à une marque un avantage par rapport à bon nombre d'indépendants. Les indépendants doivent en effet acheter leurs produits dans des terminaux aux prix à la rampe ou avec des escomptes minimaux et sont, par

conséquent, en mauvaise position pour offrir une aide financière à l'un ou l'autre de leurs détaillants aux prises avec une guerre des prix prolongée. Le prix payé par les détaillants associés à des raffineurs-négociants est plus difficile à établir, étant donné qu'il arrive souvent que l'essence est en consignation auprès du raffineur ou qu'elle appartient directement au raffineur jusqu'au moment de la vente et que, par conséquent, elle ne peut être associée à un prix à la rampe transparent.

Dans cette section, nous examinerons l'industrie de la vente au détail de l'essence dans seize villes du Canada. Le tableau 5 décrit les caractéristiques de marché pour chaque ville.

Un éventail de facteurs sont à l'origine des variations dans les prix de détail selon les diverses régions. Comme nous l'avons déjà vu au graphique 8, les taxes varient selon la province ou le territoire et peuvent entraîner des écarts aussi importants que 16,7 cents par litre, tous les autres facteurs (coût du pétrole brut et marges) demeurant égaux.

Le débit est un autre important facteur ayant une incidence sur les prix. Si les conditions de la concurrence sont les mêmes, les débits deviennent un facteur déterminant sur la marge de détail à l'intérieur d'un marché donné. Le graphique 15 montre la relation qui existe entre les débits moyens et les marges de détail

moyennes dans quatre villes. Comme nous l'avons déjà expliqué, la relation entre le débit et le prix est claire. Tous les points de vente ont certains frais fixes qui doivent être couverts, peu importe le débit du poste d'essence. Plus le volume des ventes est élevé, plus l'incidence de ces coûts sur la marge de détail est faible. Une population plus nombreuse et une densité de population plus élevée par point de vente conduisent généralement à des débits moyens plus élevés.

En faisant l'analyse des débits des villes, lorsque les données existaient, nous avons aussi examiné les changements qui survenaient dans les débits parmi les principaux intervenants sur le marché de détail — grandes sociétés pétrolières, raffineurs-négociants et indépendants. Nous avons comparé le nombre de postes d'essence ainsi que le débit pour chaque catégorie de détaillant pour 1991 et 1999 et nous avons fait des commentaires pour décrire comment ces évolutions peuvent être utilisées pour expliquer certaines des caractéristiques de la fixation des prix de chaque marché.

L'analyse des villes se penche également sur la densité de population par point de vente. Une densité plus élevée suggère qu'un plus grand nombre de personnes risque de circuler au point de vente au cours d'une journée en particulier. Plus l'achalandage est important au point de vente, plus les chances sont grandes d'y effectuer des ventes de produits complémentaires, p. ex., des cigarettes, du lait, des services et autres produits non pétroliers. Plus cette densité est grande et plus on améliore ses chances de pouvoir soutenir des marges de détail plus basses, en étant moins dépendant des ventes d'essence pour couvrir les frais fixes. Dans notre analyse empirique, on a montré que le débit et l'achalandage du point de vente influent statistiquement sur les marges de détail (voir Annexe B).

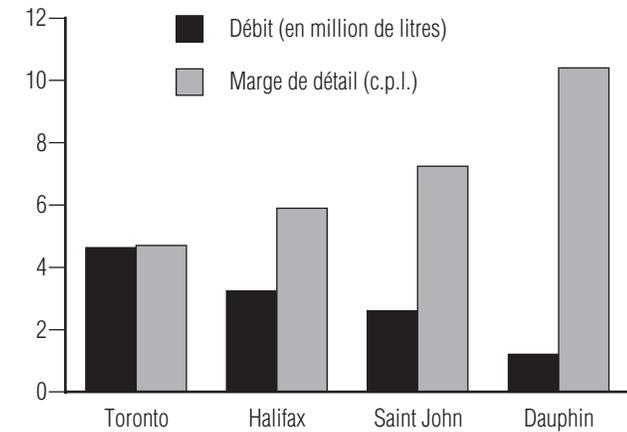
**Tableau 5**  
**Caractéristiques des marchés en 1999**

Ville	Stations	Débit moyen (en million de litres)	Population	Densité par station
St. John's	51	2,30	175 000	3 400
Charlottetown	21	2,00	33 520	1 600
Saint John	44	2,60	127 211	2 900
Halifax	94	3,24	352 594	3 750
Ville de Québec	296	2,10	688 025	2 324
Montréal	1021	2,60	1 810 619	1 722
Ottawa	179	3,70	809 034	4 519
Toronto (Métro)	449	4,63	2 500 000	5 620
Winnipeg	237	2,60	677 625	2 859
Regina	81	2,48	199 163	2 459
Calgary	298	3,28	933 748	3 133
Vancouver	350	3,92	2 016 643	5 762
Whitehorse	17	1,43	18 792	1 105
Sault Ste, Marie	23	3,07	79 899	3 474
Dauphin	12	1,21	11 128	927
Smithers	5	2,22	6 104	1 221

Sources : Kent Marketing M.J. Ervin et Statistique Canada.

**Graphique 15**  
**Comparaison de diverses villes selon le débit et la marge de détail**

(en millions de litres ; en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

Les conditions de la concurrence dans chaque marché accentuent les différences entre les villes. La ville de Québec, par exemple, a de faibles débits et aussi de faibles marges. Ces éléments peuvent être influencés par un certain nombre de facteurs, notamment les activités audacieuses de fixation des prix des indépendants, les politiques régionales de concurrence comme les bas prix garantis, les politiques de prix par zone ainsi que l'historique de la concurrence de ces marchés (p. ex., les guerres de prix soutenues). La possibilité d'avoir recours à l'importation et la proximité de marchés concurrentiels peuvent également contribuer à susciter des différences.

Le graphique 16 montre les volumes et les marges pour plusieurs villes où les conditions de la concurrence jouent un rôle prépondérant dans la détermination des marges de détail.

### St. John's, Terre-Neuve

St. John's est le plus grand centre de Terre-Neuve et du Labrador, avec une population de 175 000 (estimation de 1999). En 1999, la ville comptait 56 stations-service, dont cinq ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 3 400 habitants. La situation se compare à 70 stations en 1991, soit une réduction de 27 p. 100. Terre-Neuve et le Labrador représentent l'un des plus petits marchés au Canada. Pour

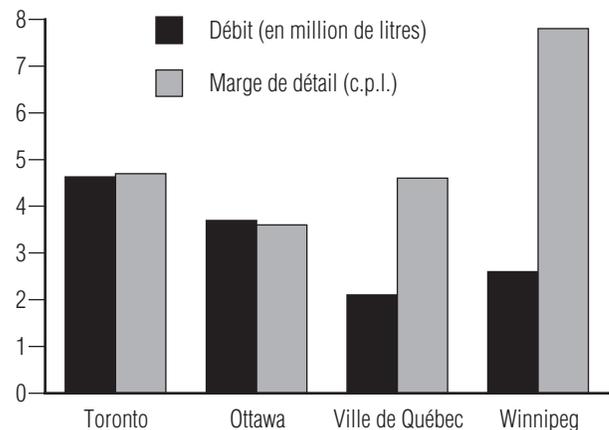
ce qui est des ventes d'essence, il compte pour seulement 2 p. 100 du marché national.

Sur les 51 stations restantes, 20 (en baisse par rapport à 23 en 1991) sont exploitées par de grandes sociétés pétrolières, et 26 (en baisse par rapport à 37) par des raffineurs régionaux. Même s'il n'y a que cinq points de vente indépendants, ceux-ci sont responsables d'une proportion importante des ventes d'essence, soit 19 p. 100.

En 1999, le volume moyen des ventes par station pour St. John's a été de 2,3 millions de litres par année, ce qui se situe bien en deçà de la moyenne canadienne de 3,2 millions et à environ 6 p. 100 au-dessous de la moyenne du Canada Atlantique de 2,41 millions. Ces chiffres se comparent à un débit moyen de 1,8 million de litres en 1991, soit une augmentation de 28 p. 100. Le débit moyen pour les grandes sociétés se situait juste au-dessous de 2,4 millions de litres (en hausse par rapport à 2,1 millions en 1991); tandis que pour les raffineurs régionaux il se situait à 1,8 million (en hausse par rapport à 1,6 million) et pour les indépendants il atteignait presque les 4,7 millions de litres (par comparaison avec 1,5 million en 1991). Cette situation s'explique par le fait que trois des indépendants sont des points de vente appartenant à de grandes surfaces et ayant des débits moyens élevés. La part de marché des

**Graphique 16**  
**Comparaison de diverses villes selon le débit et la marge de détail**

(en millions de litres; en cents par litre)

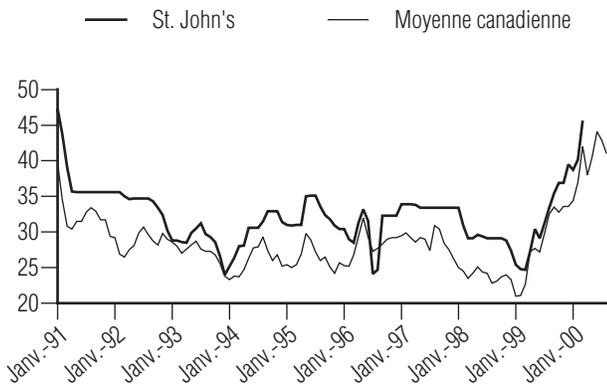


Sources : M.J. Ervin et Kent Marketing.

### Graphique 17

#### Prix de détail pour St. John's (hors taxes)

(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

raffineurs régionaux a chuté à 41,7 p. 100 en 1999 par rapport à 48,5 en 1991.

La plus grande partie de l'essence de St. John's provient de la raffinerie Irving de Saint John, au Nouveau-Brunswick, de la raffinerie Imperial Oil de Dartmouth, en Nouvelle-Écosse, ou encore de produits importés d'Europe. Les produits sont expédiés à St. John's par de gros porteurs et stockés dans des terminaux ou des dépôts de stockage avant d'être transportés par des camions-citernes chez le détaillant. La raffinerie de l'Atlantique Nord située à Come By Chance réserve sa production à ses propres stations de marque (St. John's n'en comptait aucune en 1999) ainsi qu'à l'exportation d'essence reformulée à destination des marchés américains.

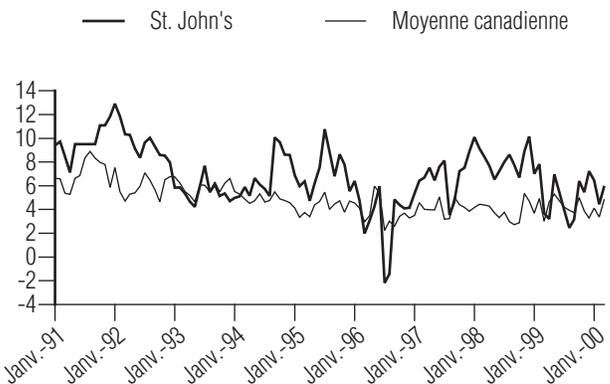
Le prix à la rampe de l'essence à St. John's est en étroite corrélation avec celui du port de New York et par conséquent n'est pas influencé à prime abord par les caractéristiques de l'offre et de la demande du marché de gros de St. John's.

St. John's affiche certains des prix les plus élevés au Canada pour de l'essence, et cette situation s'explique en partie par une composante de taxe plus élevée. En effet, les taxes à St. John's représentaient plus de 43 p. 100 du prix à la pompe (38 cents par litre). Durant une moyenne de quatre semaines jusqu'au 14 novembre 2000, le prix hors taxes à St. John's a été supérieur de 5,3 cents par litre à la moyenne canadienne et supérieur aux prix de Saint John,

### Graphique 18

#### Marge de détail pour St. John's

(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

au Nouveau-Brunswick, de Charlottetown et de Halifax. Les prix plus élevés de St. John's sont le reflet d'un débit moindre par point de vente, de l'isolement relatif de la ville par rapport aux autres marchés concurrentiels ainsi que des coûts de transport.

Les marges de détail de St. John's sont au-dessus de la moyenne. Même si elles ont diminué au début des années 1990 en raison de la rationalisation de l'industrie et de l'amélioration de l'efficacité, elles se sont établies en moyenne à juste au-dessus de 6,0 cents par litre pour la période de janvier 1993 à janvier 2000. St. John's a connu plusieurs périodes durant lesquelles les marges étaient faibles, particulièrement vers le milieu de 1996 et le milieu de 1999, mais règle générale, elle ne profite pas des guerres des prix ou des politiques de fixation des prix dynamiques. Les marges sont restées juste au-dessus des moyennes canadiennes. Encore une fois, la situation s'explique par les faibles débits.

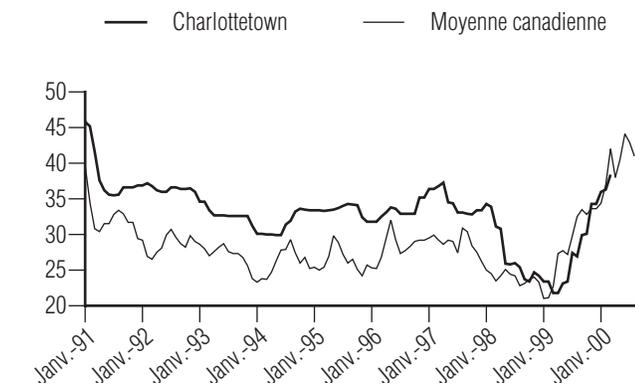
### Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard

Charlottetown compte 33 520 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle avait 22 stations-service, dont l'une a fermé ses portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 1 600 habitants. Ce chiffre représente une réduction de 19 p. 100 par rapport à 1988, alors qu'il y avait 26 points de vente. Cette réduction s'est effectuée presque entièrement au sein des stations qui appartenaient aux grands raffineurs-négociants.

### Graphique 19

#### Prix de détail pour Charlottetown (hors taxes)

(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

Sur les 21 stations restantes, neuf sont exploitées par de grandes sociétés et 12 par des raffineurs régionaux. Il n'y a pas de stations indépendantes à Charlottetown.

Le débit moyen pour Charlottetown était de 2,0 millions de litres par année en 1999, bien au-dessous de la moyenne canadienne, qui se situe à 3,2 millions ainsi que de la moyenne de la région de l'Atlantique qui est de 2,41 millions de litres. En 1991, le volume de ventes moyen était de 1,7 million de litres. Ce faible débit reflète la faible densité de population par point de vente. Par comparaison avec d'autres centres canadiens, il se peut que Charlottetown compte un trop grand nombre de stations-service. En 1999, le débit moyen pour les grandes sociétés était d'environ 3,0 millions de litres (en hausse par rapport à 1,8 million de litres en 1991) et celui des raffineurs régionaux était de 1,4 million de litres (en baisse par rapport à 1,6 million, ce qui est logique étant donné l'absence de rationalisation). Les grandes sociétés pétrolières, grâce à la rationalisation et à l'amélioration des débits ont augmenté leur part de marché (en volume) et l'ont fait passer de 47,4 p. 100 en 1991 à 60,4 p. 100 en 1999.

Traditionnellement, l'essence est livrée à Charlottetown par des navires-citernes — en provenance de Halifax, mais également de Saint John, de Québec ou de Montréal.

Les taxes à l'Île-du-Prince-Édouard sont relativement moindres que dans les autres régions des Maritimes. En novembre 2000, les taxes comptaient pour 28 cents par

litre ou 37 p. 100 du prix de détail moyen de 76,4 cents pour un litre d'essence. Néanmoins, à Charlottetown, les prix sont généralement supérieurs à la moyenne nationale.

Actuellement, l'Île-du-Prince-Édouard est la seule province canadienne où les prix de l'essence sont activement réglementés. La Commission d'utilité publique supervise tous les grossistes et les détaillants en ce qui concerne l'établissement des prix des produits pétroliers destinés aux automobilistes et au chauffage domestique. La Commission exerce ses pouvoirs de réglementer le moment et la fréquence des changements de prix et détermine l'écart de majoration minimum et maximum entre le prix de gros au détaillant ainsi que le prix de détail au consommateur. Ceux qui demandent une hausse de prix assument le fardeau de démontrer que le prix proposé est juste et raisonnable.

Même s'il subsiste une certaine concurrence sur le marché de l'Île-du-Prince-Édouard, étant donné qu'il est toujours possible de fixer un prix de détail minimum et maximum, en règle générale, il ne semble pas que la réglementation des prix de l'essence ait entraîné une baisse de prix pour les consommateurs. Toutefois, avec l'augmentation rapide des prix du pétrole brut et de l'essence depuis janvier 1999, les hausses ont été plus lentes à se faire sentir à l'Île-du-Prince-Édouard que dans les autres provinces de l'Atlantique. L'Île-du-Prince-Édouard n'a pas profité des guerres des prix, qui ont créé des périodes pendant lesquelles les prix ont été bas dans les autres provinces. Par ailleurs, les faibles débits ne justifieraient pas les faibles marges (et les faibles prix qui en résultent). La réglementation a probablement protégé la rentabilité de plusieurs points de vente à Charlottetown, en plus de maintenir des prix plus hauts sans pour autant encourager l'efficacité par les rationalisations. Néanmoins, les automobilistes de l'Île-du-Prince-Édouard sont probablement convaincus qu'ils ont un meilleur contrôle sur les prix de l'essence et qu'ils sont protégés contre les augmentations arbitraires.

Même si les prix de gros existent pour Charlottetown, ils sont fixés par la réglementation. Une analyse différentielle n'a donc pas été effectuée du fait qu'elle ne fournirait pas d'indication sur les conditions du marché.

## Saint John, Nouveau-Brunswick

Saint John compte 127 211 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle avait 47 stations-service, dont trois ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 2 900 habitants. La situation se compare à 68 stations en 1990, soit une réduction de plus de 35 p. 100.

Sur les 44 stations restantes, 13 sont exploitées par de grandes sociétés ou affiliées à des marques privées (en baisse par rapport à 21 en 1991) et 18 sont exploitées par des raffineurs régionaux (en baisse par rapport à 36). Il y a 13 stations indépendantes (en hausse par rapport à 9), qui sont responsables d'environ 23,8 p. 100 des ventes d'essence en volume, soit l'un des plus forts volumes pour des indépendants au Canada. Irving, le raffineur régional établi à Saint John, contrôle presque 40 p. 100 du marché, soit la plus forte concentration pour une marque individuelle dans les centres à l'étude.

Le débit moyen pour Saint John est de 2,6 millions de litres par année en 1999. Il se situe donc sous la moyenne canadienne de 3,2 millions. Ce chiffre se compare à la moyenne de 1,7 million de litres pour Saint John en 1999. Il convient de noter qu'en 1999, le débit moyen pour les grandes sociétés était de 2,8 millions de litres (en hausse par rapport à 1,7), de 2,6 millions pour

les raffineurs régionaux (en hausse par rapport à 1,6) et de 2,1 millions de litres (en hausse par rapport à 1,9) pour les indépendants.

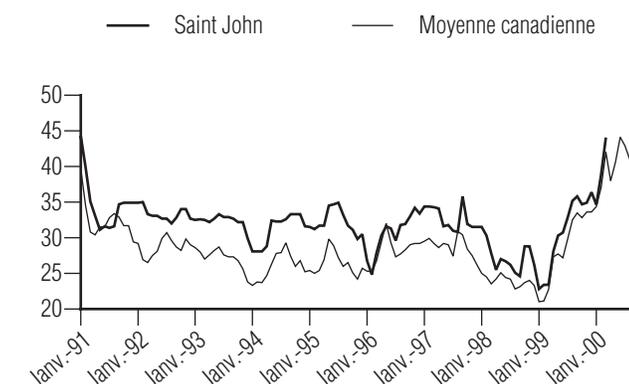
À Saint John, les taxes comptaient pour 31,2 cents par litre (novembre 2000), ou 39 p. 100 du prix de détail pour un litre d'essence.

Même si une grande partie de l'essence de Saint John provient de la raffinerie locale, la ville est également un point d'expédition et de réception pour les chargements maritimes. Le pétrole brut à destination de la raffinerie de Saint John arrive par transport maritime.

Même s'il y a une grande raffinerie à Saint John, la localité ne bénéficie pas des prix de gros. Comme dans tous les autres centres situés dans l'est et le centre du Canada, le prix à la rampe est étroitement lié aux prix à la rampe continentaux qui se reflètent dans le prix du port de New York. La raffinerie de Saint John n'affiche pas ses prix à la rampe au dépôt étant donné qu'elle approvisionne uniquement ses propres stations.

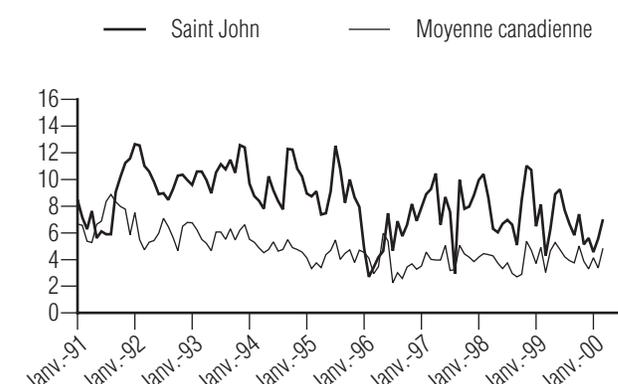
Les marges pour Saint John sont considérablement plus élevées que dans l'ensemble du Canada, se situant en moyenne à 9,5 cents par litre entre 1991 et la fin de 1995 et oscillant autour des 7,25 cents par litre depuis 1996. Par conséquent, les prix sont légèrement au-dessus de la moyenne nationale.

**Graphique 20**  
**Prix de détail pour Saint John (hors taxes)**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

**Graphique 21**  
**Marge de détail pour Saint John**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

## Halifax, Nouvelle-Écosse

Halifax a 352 594 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle comptait 100 stations-service, dont six ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 3 750 habitants. La situation se compare à 138 stations en 1990, soit une réduction de presque 32 p. 100.

Sur les 94 stations restantes, 44 sont exploitées par de grandes sociétés ou affiliées à des marques privées (en baisse par rapport à 64 en 1991) et 42 sont exploitées par des raffineurs régionaux (en baisse par rapport à 67). Il y a 8 stations indépendantes (en hausse par rapport à 5), lesquelles sont responsables de seulement 5,7 p. 100 des ventes d'essence en volume.

Le débit moyen pour Halifax a été de 3,24 millions de litres par année en 1999, soit environ la moyenne canadienne et un débit supérieur à la moyenne de la région de l'Atlantique qui se situe à 2,41 millions de litres. En 1991, le volume des ventes moyen était de 2,05 millions de litres. Le débit moyen pour les grandes sociétés en 1999 a été de 4,2 millions de litres (en hausse par rapport à 2,5 en 1991), de 2,5 millions de litres pour les raffineurs régionaux (en hausse par rapport à 1,7) et de 2,3 millions de litres pour les indépendants (en hausse par rapport à 1,5). Les grandes sociétés ont augmenté leur débit moyen de 68 p. 100 entre 1991 et 1999, par comparaison avec

47 p. 100 pour les raffineurs régionaux, et 53 p. 100 pour les indépendants.

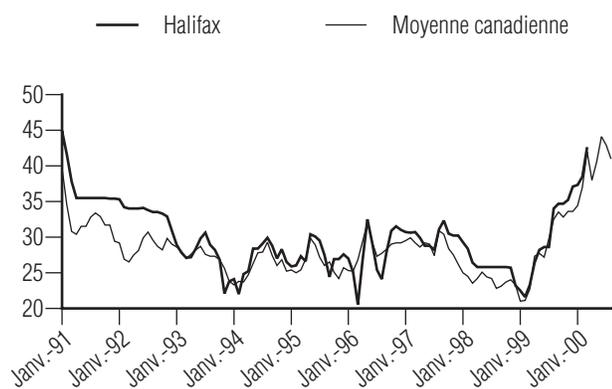
Halifax s'approvisionne en essence auprès de la raffinerie locale. Elle possède également un port maritime qui donne à cette localité la possibilité d'envisager l'importation d'essence soit de la côte est américaine ou de l'Europe.

En novembre 2000, les taxes comptaient pour près de 34,2 cents par litre ou près de 42 p. 100 du prix à la pompe d'un litre d'essence ordinaire sans plomb.

À Halifax, les prix ont été réglementés jusque vers le milieu de 1991. Depuis cette époque, les prix ont suivi de près la moyenne nationale, à l'exception d'une guerre des prix en 1996, au cours de laquelle les prix ont chuté en deçà des prix de gros. Les prix à la rampe à Halifax sont habituellement assez étroitement liés à ceux de Boston, lesquels suivent de près ceux du port de New York.

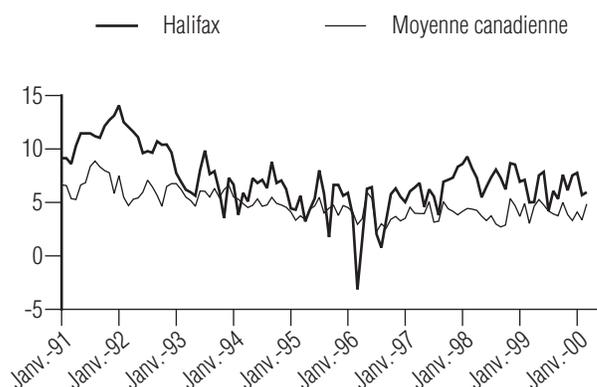
Les marges à Halifax sont au-dessus de la moyenne canadienne, mais normales pour une ville ayant ce débit. Ses marges sont parmi les plus basses des Maritimes. La marge moyenne entre 1995 et 2000 a été approximativement de 5,9 cents par litre. Les débits relativement importants des grandes sociétés pétrolières intégrées sont peut-être une des causes de ces faibles marges, celles-ci étant vraisemblablement les entreprises

**Graphique 22**  
**Prix de détail pour Halifax (hors taxes)**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

**Graphique 23**  
**Marge de détail pour Halifax**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

dominantes au niveau des prix, particulièrement étant donné le rôle relativement effacé des indépendants et leur petit volume moyen (55 p. 100 de celui des grandes sociétés). Les débits élevés seraient la conséquence directe de la rationalisation qui s'opère sur le marché depuis 1990. Le débit pour les grandes sociétés dans les Maritimes a fait un bond de plus de 68 p. 100 entre 1990 et 1999. Il semble que les consommateurs de Halifax aient profité de l'efficacité améliorée implicite ayant résulté de la rationalisation des grandes sociétés.

### Ville de Québec, Québec

La ville de Québec a 688 025 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle comptait 303 stations-service, dont sept ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 2 324 habitants. La situation se compare à 385 points de vente en 1992, soit une diminution de 23 p. 100.

Sur les 296 stations restantes, 103 sont exploitées par de grandes sociétés ou affiliées à des marques privées (en baisse par rapport à 188 en 1991) et 92 sont exploitées par des raffineurs régionaux ou affiliées à des marques privées (en baisse par rapport à 104). Il y a 101 stations indépendantes (en baisse par rapport à 106), lesquelles sont responsables de tout près de 23 p. 100 des ventes d'essence en volume.

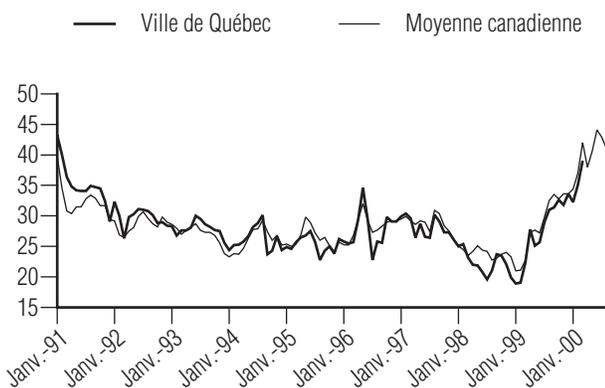
Le débit moyen pour Québec est de 2,1 millions de litres par année, bien en deçà de la moyenne canadienne de 3,2 millions. En 1991, le débit au Québec était de 1,4 million de litres. Il faut souligner que le débit moyen a été de 2,6 millions de litres (en hausse par rapport à 1,4 en 1991) pour les grandes sociétés, de 2,3 millions (en hausse par rapport à 1,5) pour les raffineurs régionaux et leurs marques et de 1,4 million de litres (en hausse par rapport à 1,2) pour les indépendants. Si l'on exclut les exploitants de grandes surfaces, le débit moyen pour les indépendants serait seulement de 1,1 million de litres.

En novembre 2000, les taxes comptaient en moyenne pour 35,2 cents par litre ou près de 46 p. 100 du prix de détail moyen de l'essence.

La ville de Québec compte une raffinerie régionale à proximité qui est la source d'approvisionnement en essence pour bon nombre de grandes sociétés et d'indépendants. À titre de port maritime, Québec a également accès à des produits importés.

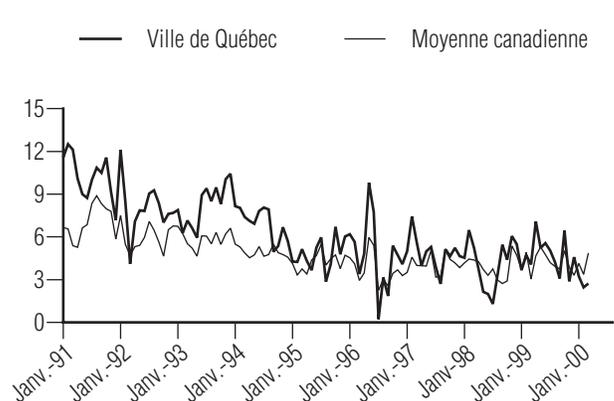
Les indépendants jouent un rôle important sur le marché de Québec, même si leur débit par station (à l'exclusion des exploitants de grandes surfaces) est juste au-dessus de 43 p. 100 des volumes vendus dans une station type d'un grand raffineur-négociant. Les débits de Québec sont relativement faibles et on pourrait s'attendre à ce que les prix hors taxes dans cette ville soient quelque peu plus élevés

**Graphique 24**  
**Prix de détail pour la ville de Québec (hors taxes)**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

**Graphique 25**  
**Marge de détail pour la ville de Québec**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

que la moyenne canadienne. Pourtant, les prix de Québec suivent de près la moyenne nationale, même si la ville a bénéficié de plusieurs guerres des prix ces dix dernières années. Durant l'été 2000, les prix à Québec étaient beaucoup plus bas qu'à Montréal étant donné que les consommateurs pouvaient profiter d'une autre guerre des prix et que les marges ont chuté à environ 2 cents par litre.

Grâce au programme Valeur Plus d'Ultramar, qui consiste à suivre le plus bas prix affiché, quel que soit le service offert, Québec a tendance à être un marché « à prix unique », étant donné qu'indépendants, grandes sociétés et raffineurs régionaux affichent des prix similaires.

Les marges moyennes à Québec sont d'environ 4,6 cents par litre depuis 1995. Ces marges peuvent chuter radicalement durant une guerre des prix.

### Montréal, Québec

Montréal a 1 810 619 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle comptait 1 071 stations-service, dont 50 ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 1 722 habitants. La situation se compare à 1 419 points de vente en 1991, soit une réduction de 32 p. 100.

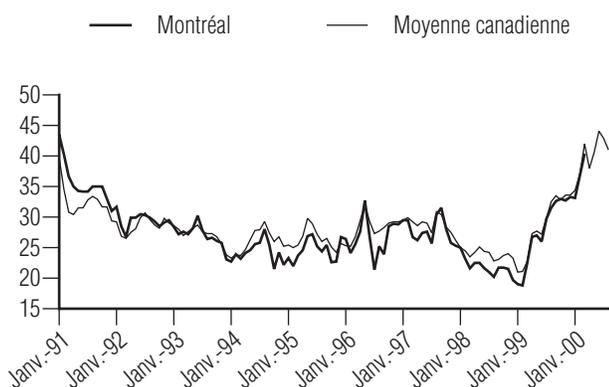
Sur les 1 021 stations restantes, 420 sont exploitées par de grandes sociétés ou affiliées à leurs marques privées

(en baisse par rapport à 701 en 1991) et 274 sont exploitées par des raffineurs régionaux ou affiliées à leurs marques privées (en baisse par rapport à 327). Il y a 327 stations indépendantes (en hausse par rapport à 142), lesquelles sont responsables de 15,3 p. 100 des ventes d'essence en volume. Les indépendants ont repris bon nombre de stations qui avaient été fermées par les grandes sociétés et les raffineurs régionaux.

Le débit moyen pour Montréal est de 2,6 millions de litres par année en 1999, soit 19 p. 100 sous la moyenne canadienne de 3,2 millions. En 1991, le débit moyen était de 1,7 million de litres. Le débit moyen a été de 3,6 millions de litres (en hausse par rapport à 2,0 millions en 1991) pour les grandes sociétés, de 2,6 millions de litres pour les raffineurs régionaux et leurs marques affiliées (en hausse par rapport à 1,5) et de 1,23 million de litres (en baisse par rapport à 1,3 million) pour les indépendants. Si l'on exclut les exploitants de grandes surfaces, le débit moyen pour les indépendants a été légèrement inférieur à un million de litres par point de vente par année en 1999.

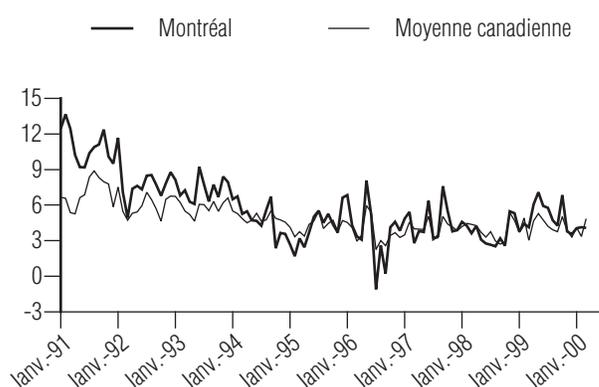
Montréal est dotée d'une capacité de raffinage locale, en plus d'être relativement près des sources d'approvisionnement en gros des États-Unis. Elle dispose également des installations maritimes nécessaires pour recevoir des chargements de produits internationaux. Le marché de gros à Montréal est donc très concurrentiel. Montréal

**Graphique 26**  
**Prix de détail pour Montréal (hors taxes)**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

**Graphique 27**  
**Marge de détail pour Montréal**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

compte beaucoup de stations indépendantes, même si leur part de marché est moins importante que leur nombre. Elles représentent en effet 32 p. 100 des points de vente, mais ne comptent que pour 15,3 p. 100 des ventes d'essence.

Les prix à la pompe à Montréal comportent le pourcentage le plus élevé de composante de taxe de tous les grands centres. En novembre 2000, les taxes comptaient pour 37,2 cents par litre ou environ 46 p. 100 du prix à la pompe. Les prix hors taxes, en revanche, suivent de très près la moyenne nationale.

Malgré le nombre de fermetures de stations depuis 1990, la densité de population par station est faible à Montréal si on la compare à celle d'autres villes canadiennes ayant une population supérieure à un million d'habitants. La densité par station à Montréal représente un tiers de moins que celle de Toronto ou de Vancouver. Cette situation se reflète dans les débits moyens qui sont par comparaison beaucoup plus petits et par les prix plus élevés à Montréal.

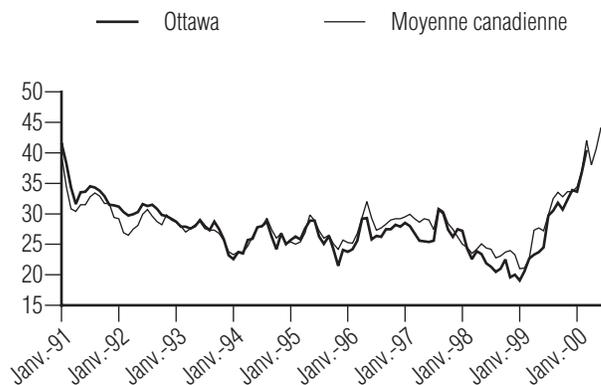
Le marché de Montréal est volatile, suivant de près les prix de gros. Par ailleurs, les guerres des prix y sont moins nombreuses et moins intenses. Malgré tout, Montréal a affiché en moyenne des marges légèrement supérieures à la norme au Canada dans son ensemble avec 4,16 cents par litre depuis 1994.

### Ottawa, Ontario

Ottawa a 809 034 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle comptait 184 stations-service, dont cinq ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 4 519 habitants. Il s'agit d'une réduction d'environ 27 p. 100 depuis 1991 alors qu'il y avait 244 stations.

Sur les 179 stations restantes, 82 sont exploitées par de grandes sociétés (en baisse par rapport à 126 en 1991) et 21 par des raffineurs régionaux (en baisse par rapport à 27). Il y a 76 stations indépendantes (en baisse par rapport à 91), lesquelles sont responsables de 26,2 p. 100 des ventes d'essence en volume. Parmi ces indépendants figure Pioneer Petroleums, qui occupe 6,5 p. 100 du

**Graphique 28**  
**Prix de détail pour Ottawa (hors taxes)**  
(en cents par litre)

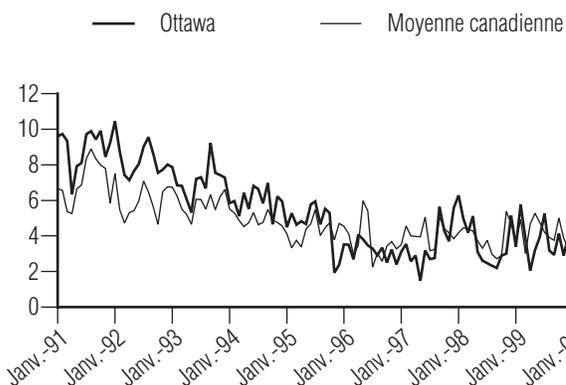


Source : M.J. Ervin.

marché. Même si Sunoco, un raffineur régional, a fait l'acquisition de 50 p. 100 de Pioneer, le comportement de ce dernier et sa politique de fixation des prix correspondent davantage à ceux d'un détaillant indépendant. Si l'on exclut Pioneer, les indépendants occuperaient 19,7 p. 100 du marché d'Ottawa.

Le volume des ventes moyen par point de vente pour Ottawa a été de 3,7 millions de litres par année en 1999. Le débit moyen des grandes sociétés a été de 5,1 millions de litres (il a plus que doublé par rapport à 2,5 millions en 1991), celui des raffineurs régionaux a été de 3,8 millions (en hausse par rapport à 1,7) et celui

**Graphique 29**  
**Marge de détail pour Ottawa**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

des indépendants a été de 2,27 millions (en hausse par rapport à 1,7). Si l'on exclut les exploitants de grandes surfaces et Pioneer, le débit moyen des indépendants est seulement de 1,64 million de litres (1,4 million en 1991).

Les taxes comptent pour 29,6 cents par litre (novembre 2000), ce qui représente 40 p. 100 du prix de détail moyen d'un litre d'essence ordinaire sans plomb.

Normalement, l'essence raffinée par les grandes sociétés pétrolières est acheminée à Ottawa par pipeline depuis Montréal. Les conditions d'approvisionnement devraient donc être semblables à celles de Montréal. Les produits importés par des indépendants n'ont pas accès au pipeline — ils doivent être transportés par camion depuis Montréal ou d'autres points d'entrée.

Les marges de détail à Ottawa sont relativement faibles par comparaison avec d'autres centres de même importance. Depuis la période de rationalisation qu'a traversée le marché au début des années 1990, les marges se situent en moyenne, depuis 1996, à 3,5 cents par litre. Ce résultat s'explique par les débits relativement élevés, particulièrement pour les grandes sociétés, ainsi que par la présence d'un grand nombre d'indépendants. La présence d'indépendants forts a probablement suscité une série de guerres des prix, lesquelles ont à l'occasion contribué à faire chuter les prix et les marges sous la moyenne nationale à Ottawa.

### Toronto, Ontario

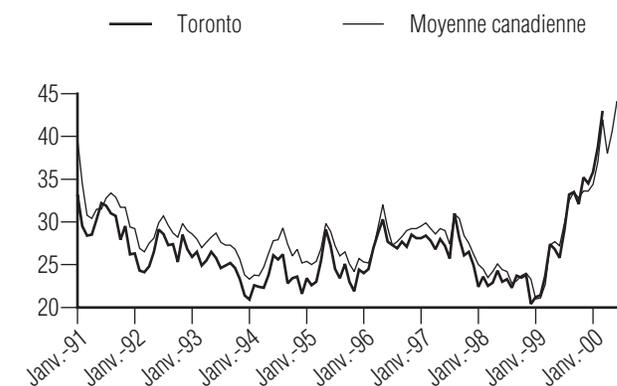
L'agglomération torontoise a 2,5 millions d'habitants (estimation de 1999), tandis que la grande agglomération urbaine de Toronto compte 4 680 250 habitants. Toronto est de loin le marché le plus important du Canada. En 1999, le Grand Toronto avait 461 stations-service, dont 12 ont fermé leurs portes durant l'année, ce qui a créé une densité d'environ une station pour 5 620 habitants, un chiffre bien supérieur à toute autre ville du pays. Depuis 1991, le nombre de stations a chuté d'environ 34 p. 100, par rapport aux 695 stations qui étaient en exploitation cette année-là. La réduction dans le nombre de stations de grands raffineurs-négociants a été encore plus prononcée. Entre 1991 et 1999, les grandes sociétés ont diminué le nombre de leurs points

de vente à Toronto qui est passé de 475 à 263, soit une réduction de près de 45 p. 100. La réduction du nombre de stations-service ayant résulté des rationalisations effectuées durant les années 1980 et 1990 est particulièrement évidente à Toronto en raison de sa densité élevée.

Sur les 449 stations qui restent à Toronto, 263 sont exploitées par de grandes sociétés ou par leurs marques privées et 48 par des raffineurs régionaux (en baisse par rapport à 67 en 1991). Il y a 138 stations indépendantes (en baisse par rapport à 153), lesquelles sont responsables de 17,2 p. 100 des ventes d'essence en volume (21,5 p. 100 en 1991). Si l'on exclut Pioneer du groupe, la part des indépendants chuterait à 15,6 p. 100.

Le volume des ventes par station pour Toronto est de 4,63 millions de litres par année, soit 45 p. 100 au-dessus de la moyenne canadienne qui se situe à 3,2 millions. En 1991, le débit moyen à Toronto était de 2,9 millions de litres. En 1999, le débit moyen pour les grandes sociétés et leurs marques privées a été de 5,72 millions de litres (en hausse par rapport à 2,9 millions en 1991); pour les raffineurs régionaux, il a été de 4,99 millions de litres (en hausse par rapport à 3,0 millions) et pour les indépendants, il a été de 2,52 millions de litres (en baisse par rapport à 2,8). Si l'on exclut les exploitants de grandes surfaces et Pioneer, le volume des ventes moyen pour les indépendants est de 1,93 million de litres (en baisse par rapport à 2,3 en 1991).

**Graphique 30**  
**Prix de détail pour Toronto (hors taxes)**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

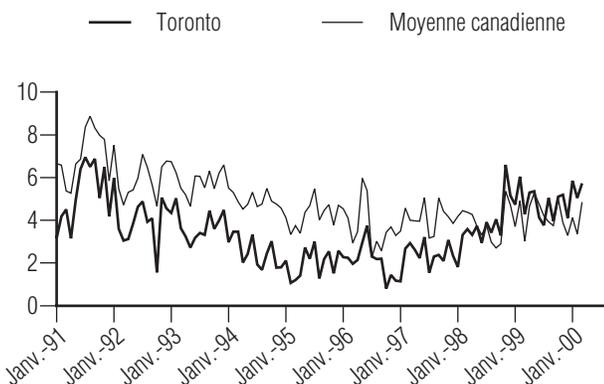
Les taxes comptent pour 29,5 cents par litre du prix moyen d'un litre d'essence à Toronto (novembre 2000) ou 40 p. 100.

Il y a des raffineries près de Toronto, notamment une située dans l'agglomération urbaine. La ville est reliée au pipeline de produits en provenance de Sarnia et se trouve à proximité des marchés de gros américains. L'importation est donc un facteur important à Toronto, et les prix à la rampe tiennent étroitement compte de cette concurrence potentielle.

En raison de ses débits élevés, Toronto est un marché convoité. Cette situation a déclenché des guerres des prix prolongées et une concurrence féroce sur le marché. Les indépendants en particulier ont été durement touchés par cette concurrence : il arrive souvent qu'ils n'aient pas les ressources financières suffisantes qui leur permettraient de vendre avec les faibles marges de détail qu'on retrouvait habituellement à Toronto durant la période entre 1994 et 1998. En effet, à cette époque, les marges oscillaient autour de 2,2 cents par litre.

Malgré la guerre des prix, Toronto est l'un des rares marchés à prix multiples du Canada. Les écarts entre les grandes sociétés et les indépendants sont relativement minces (habituellement, pas plus de 0,3 cent par litre), mais ils continuent d'exister.

**Graphique 31**  
**Marge de détail pour Toronto**  
(en cents par litre)



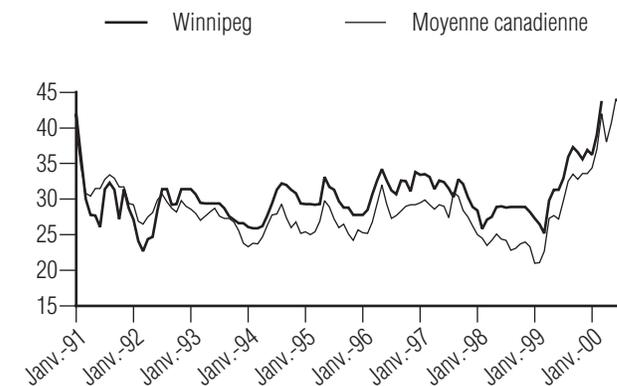
Source : M.J. Ervin.

Ces derniers mois, les marges ont augmenté de façon importante à Toronto, ce qui s'explique probablement par l'épuisement des détaillants qui tentent de maintenir de faibles marges et par une attitude moins audacieuse des indépendants à l'égard des prix. Depuis la fin de 1998, les marges moyennes ont grimpé jusqu'à 5 cents par litre. La question est de savoir combien de temps Toronto pourra soutenir des marges relativement élevées.

### Winnipeg, Manitoba

Winnipeg a 677 625 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle comptait 243 stations-service, dont six ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 2 859 habitants.

**Graphique 32**  
**Prix de détail pour Winnipeg (hors taxes)**  
(en cents par litre)



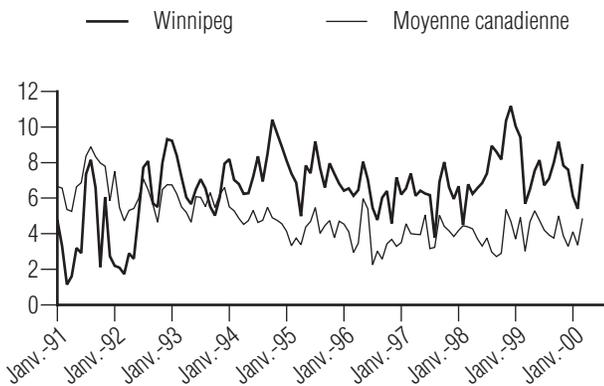
Source : M.J. Ervin.

Le nombre de stations a chuté d'environ 22 p. 100 depuis 1991, alors qu'elles s'élevaient à 312.

Sur les 237 stations restantes, 122 sont exploitées par de grandes sociétés ou affiliées à leurs marques privées (en baisse par rapport à 165 en 1991) et 65 par des raffineurs régionaux ou leurs marques privées (en hausse par rapport à 35 en 1991). Il y a 50 stations indépendantes (en baisse par rapport à 112 en 1991), lesquelles sont responsables de 19,4 p. 100 des ventes d'essence en volume (en baisse par rapport à 33,1 p. 100 en 1991).

Le volume des ventes moyen par station pour Winnipeg en 1999 est de 2,6 millions de litres par année, soit

**Graphique 33**  
**Marge de détail pour Winnipeg**  
 (en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

19 p. 100 de moins que la moyenne canadienne de 3,2 millions. En 1991, le volume moyen était de 1,9 million de litres. Le débit moyen pour les grandes sociétés et leurs marques privées a été de 2,73 millions de litres (en hausse par rapport à 2,1 millions en 1991), celui des raffineurs régionaux et de leurs marques a été de 2,4 millions (en hausse par rapport à 1,6 million en 1991) et celui des indépendants a été de 2,43 millions de litres (en hausse par rapport à 1,8 million en 1991). Si l'on exclut les exploitants de grandes surfaces, le débit moyen pour les indépendants est de 2,07 millions de litre par station par année en 1999. Même si les ventes en volume des indépendants sont inférieures à celles des grandes sociétés à Winnipeg, il reste que les volumes des indépendants y sont considérablement supérieurs à ceux des autres centres canadiens.

En novembre, les taxes comptaient pour 26,1 cents par litre ou 37 p. 100 du prix à la pompe de Winnipeg.

Winnipeg n'a aucune capacité de raffinage dans sa région immédiate, mais elle est desservie par un pipeline de produits en provenance d'Edmonton. Il existe certaines possibilités d'importation, mais elles sont limitées.

Les prix à Winnipeg sont relativement stables, même si les guerres des prix ont profité aux consommateurs au début de 1990. Les indépendants ont volé une part importante du marché des grandes sociétés durant les années 1980. Au début des années 1990, les grandes

sociétés pétrolières intégrées ont pris des mesures draconiennes pour la récupérer, ce qui a déclenché des guerres des prix.

La présence massive des indépendants à Winnipeg ne semble pas avoir contribué à diminuer les marges. Depuis 1994, à plus de 7 cents par litres, les marges ont tendance à être considérablement plus élevées à Winnipeg que la moyenne canadienne. Une explication possible serait les débits relativement faibles, particulièrement chez les grandes sociétés. En août 2000, Winnipeg a connu une autre guerre des prix, ce qui a ramené les marges à un mince 0,5 cent par litre et contribué à fixer des prix qui comptent parmi les plus bas dans toutes les grandes villes canadiennes.

Comme bien des villes des Prairies, Winnipeg est devenue une ville à prix unique ne ménageant aucun écart entre les indépendants et les grandes sociétés ou entre les stations avec pompiste et les libre-service.

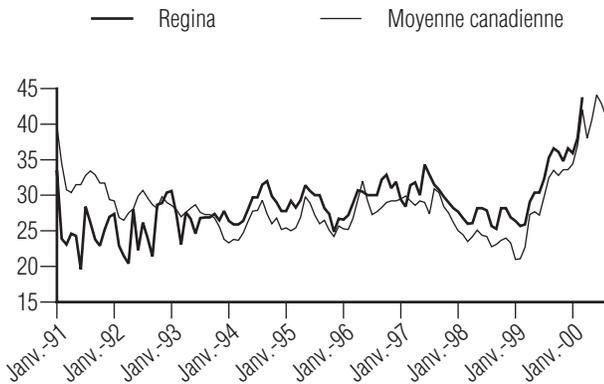
### Regina, Saskatchewan

Regina a une population de 199 163 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle comptait 84 stations-service, dont trois ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 2 459 habitants. En 1991, il y avait 106 stations. Leur nombre a donc chuté de près de 24 p. 100.

Sur les 81 stations restantes, 48 sont exploitées par de grandes sociétés ou leurs marques privées (en baisse par rapport à 59 en 1991) et 22 par des raffineurs régionaux ou leurs marques privées (le même nombre qu'en 1991). Il y a onze stations indépendantes (en baisse par rapport à 25), lesquelles sont responsables de 6 p. 100 des ventes d'essence en volume (trois points de vente n'ont pas déclaré leurs volumes).

Le volume des ventes par station d'essence pour Regina est de 2,48 millions de litres par année en 1999, ce qui est inférieur à la moyenne canadienne de 3,2 millions et légèrement en deçà de la moyenne pour les Prairies qui est de 2,85 millions. Le volume des ventes moyen en 1991 était de 2,0 millions de litres. Le débit moyen était de 3,02 millions de litres (en hausse par rapport à 2,1 millions en 1991) pour les grandes sociétés et leurs

**Graphique 34**  
**Prix de détail pour Regina (hors taxes)**  
 (en cents par litre)

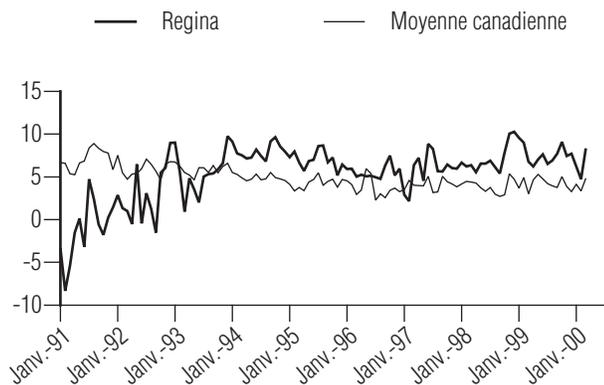


Source : M.J. Ervin.

marques privées, de 1,69 million (en baisse par rapport à 2,5 millions en 1991) pour les raffineurs régionaux et leurs marques et de 1,51 million de litres (pratiquement le même chiffre qu'en 1991) pour les indépendants. La part de marché en volume des grandes sociétés a augmenté à 73,7 p. 100 en 1999 par rapport à 57,2 p. 100 en 1991 grâce à la rationalisation que ces dernières ont effectuée et au fait que les raffineurs régionaux et les indépendants se sont montrés incapables d'accroître leur débit.

En novembre 2000, les taxes comptaient pour 29,9 cents par litre, ou 40 p. 100 du prix de détail d'un litre d'essence ordinaire sans plomb.

**Graphique 35**  
**Marge de détail pour Regina**  
 (en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

Regina possède ses propres raffineries et reçoit également des produits à même le pipeline d'Edmonton.

Sauf durant la guerre des prix du début de 1990, les prix hors taxes à Regina ont été supérieurs à la moyenne canadienne. Depuis 1994, la marge de détail moyenne est de 6,9 cents par litre. Les marges et les débits à Regina ont tendance à être uniformes sur un marché de cette envergure. Les prix à la pompe tendent également à être plus élevés que dans les autres centres des Prairies en raison des taxes plus élevées en Saskatchewan. Toutefois, le prix à la pompe était supérieurs, dans une proportion de plus de 10 cents par litre à celui des autres villes des Prairies en août 2000, ce qui semble refléter des marges plus élevées ainsi que les conditions de la concurrence locale (p. ex., les guerres des prix à Winnipeg).

À l'instar de nombreux autres marchés des Prairies, Regina est un marché à prix unique dans lequel les stations ne peuvent se démarquer par le niveau de service.

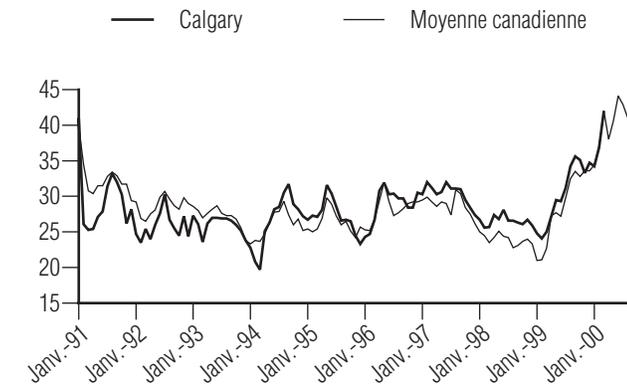
### Calgary, Alberta

Calgary a une population de 933 748 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle comptait 304 stations-service, dont six ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 3 133 habitants. Le nombre de stations a diminué par rapport au chiffre de 361 en 1991, ce qui se traduit par une réduction d'environ 17,5 p. 100.

Sur les 298 stations restantes, 165 sont exploitées par de grandes sociétés ou affiliées à leurs marques privées (en baisse par rapport à 201 en 1991) et 73 sont exploitées par des raffineurs régionaux ou affiliées à leurs marques privées (en hausse par rapport à 67). Il y a 60 stations indépendantes (en baisse par rapport à 93), lesquelles sont responsables de 9,9 p. 100 des ventes d'essence en volume.

Le volume des ventes moyen pour Calgary est de 3,28 millions de litres par année en 1999, ce qui correspond à peu près à la moyenne canadienne. En 1991, le volume des ventes moyen était de 2,2 millions de litres. En 1999, le débit moyen a été de 3,92 millions de litres (en hausse par rapport à 2,2 millions en 1991) pour les

**Graphique 36**  
**Prix de détail pour Calgary (hors taxes)**  
 (en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

grandes sociétés et leurs marques, de 3,12 millions (en hausse par rapport à 3,0) pour les raffineurs régionaux et leurs marques et de 1,65 million de litres (en hausse par rapport à 1,60) pour les indépendants. Si l'on exclut les exploitants de grandes surfaces, le débit moyen pour les indépendants a été de 1,26 million de litres par station par année en 1999. Les grandes sociétés pétrolières grâce à leur rationalisation et à l'augmentation de leur débit ont accru leur part de marché en volume de 55,6 p. 100 en 1991 à 66,6 p. 100 en 1999.

Traditionnellement, les prix de Calgary comptent parmi les plus bas au Canada. Cette situation s'explique en partie

parce que les taxes sur l'essence en Alberta sont les moins élevées des 10 provinces. En novembre 2000, les taxes comptaient seulement pour 23,4 cents par litre ou un peu moins de 34 p. 100 du prix à la pompe. Les prix hors taxes toutefois sont très près de la moyenne canadienne.

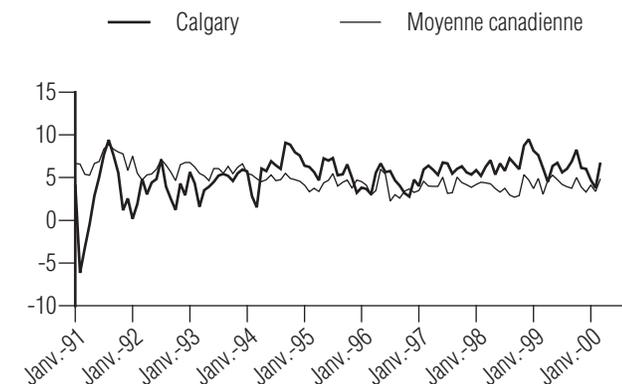
Une fois que le marché s'est ajusté après les guerres des prix du début de 1990, les marges se sont stabilisées à une moyenne de 6 cents par litre à Calgary, soit légèrement au-dessus de la moyenne canadienne. Comme pour les autres marchés des Prairies, à Calgary, les prix affichent très peu ou pas d'écart du tout entre les stations de marque et celles qui n'en ont pas ou encore celles avec pompiste et les stations libre-service.

### Vancouver, Colombie-Britannique

Vancouver a une population de 2 016 643 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle comptait 394 stations-service, dont 44 ont fermé leurs portes durant l'année, pour une densité d'environ une station pour 5 762 habitants. Par comparaison, il y avait 483 stations en 1995, soit une réduction de 28 p. 100. Le nombre de stations continue de diminuer à Vancouver, particulièrement par suite de la rude guerre des prix ayant sévi en 1998-1999.

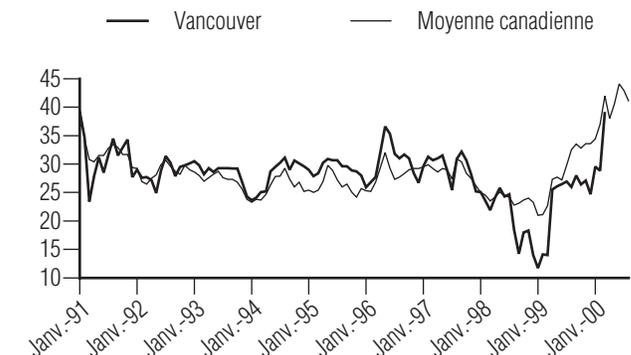
Sur les 350 stations restantes, 175 sont exploitées par de grandes sociétés ou affiliées à leurs marques privées (en baisse par rapport à 286 en 1991) et 154 sont exploitées par des raffineurs régionaux ou leurs marques privées (en

**Graphique 37**  
**Marge de détail pour Calgary**  
 (en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

**Graphique 38**  
**Prix de détail pour Vancouver (hors taxes)**  
 (en cents par litre)

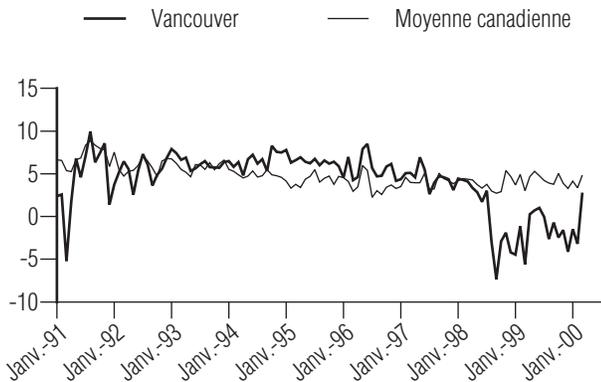


Source : M.J. Ervin.

### Graphique 39

#### Marge de détail pour Vancouver

(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

hausse par rapport à 115). Il y a 21 stations indépendantes, lesquelles comptent pour au moins 1,9 p. 100 des ventes d'essence en volume. Il s'agit d'une réduction marquée par rapport à 1991 puisqu'il y avait à cette époque 96 indépendants. La part de marché est probablement plus élevée étant donné que les exploitants de grandes surfaces n'ont pas déclaré leurs volumes.

Le volume des ventes moyen par station pour Vancouver a été de 3,92 millions de litres par année en 1999, au-dessus des moyennes canadienne et de la Colombie-Britannique. Le débit moyen a été de 4,02 millions de litres (en hausse par rapport à 2,4 millions en 1991) pour les grandes sociétés et leurs marques privées, de 4,16 millions (en hausse par rapport à 2,8) pour les raffineurs régionaux et leurs marques privées et de 1,28 million de litres (en baisse par rapport à 1,65) et pour les indépendants. Le joueur dominant sur le marché est Chevron, un raffineur régional, qui détient environ un tiers de la part du marché et dont le débit moyen par station est supérieur de 50 p. 100 à la moyenne de Vancouver.

En novembre 2000, les taxes comptaient pour près de 40 p. 100 du prix à la pompe à Vancouver, ou 29,9 cents par litre.

De 1993 à 1998, les stations de Vancouver ont acquis une marge de détail moyenne de plus de 6 cents par litre. Les consommateurs de Vancouver ont profité d'une guerre des

prix prolongée en 1998-1999, durant laquelle les prix ont fréquemment plongé sous le coût de revient. La marge moyenne durant cette période se situait à moins 2,1 cents par litre. Cette guerre a été amorcée par deux nouveaux venus sur le marché — un raffineur régional américain doté d'une capacité de raffinage juste de l'autre côté de la frontière et un exploitant de grande surface. (Les détails de cette guerre des prix ont été exposés plus tôt dans le présent document.) La guerre des prix est probablement à l'origine de la fermeture de plusieurs stations et du retrait de quelques exploitants indépendants du marché de Vancouver. Les prix de Vancouver ont commencé à se rétablir. Ils se rapprochent en effet de la moyenne canadienne et les marges de détail reviennent à des niveaux positifs. Toutefois, les marges de détail sont toujours inférieures à celles des autres centres de la Colombie-Britannique. Cette situation demeure toutefois compatible avec les plus gros débits que l'on retrouve à Vancouver, particulièrement chez les acteurs dominants. Les hausses de prix sont également devenues plus fréquentes à Vancouver.

#### Petits centres

La présente étude visait en partie les villes non étudiées dans les rapports précédents et qui représentaient tout aussi bien la composante du Nord canadien que les régions rurales. Dans cette optique, nous avons donc ajouté quatre autres villes — Whitehorse, au Yukon, Sault Ste. Marie, en Ontario, Dauphin, au Manitoba, et Smithers, en Colombie-Britannique.

L'étude de ces centres est limitée à la quantité de données disponibles ainsi qu'aux séries chronologiques relativement courtes dont nous disposons. Afin de faciliter l'analyse, les trois centres ruraux sont comparés aux grands centres urbains les plus proches examinés dans la présente étude.

Les quatre centres connaissent des prix plus élevés et des marges plus hautes que les grands centres du Sud. Cette situation s'explique par leurs faibles volumes et leurs frais de transport élevés.

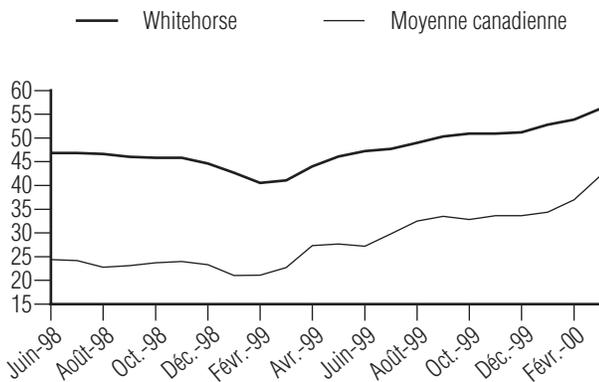
#### Whitehorse, Yukon

Whitehorse a une population de 18 792 habitants (estimation de 1999), c'est la plus grande ville du Yukon. Le

#### Graphique 40

##### Prix de détail pour Whitehorse (hors taxes)

(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

gouvernement est la principale activité économique de Whitehorse — il occupe près d'un quart de la population active. En 1999, Whitehorse comptait 19 stations-service, dont deux ont fermé leurs portes durant l'année créant une densité d'environ une station pour 1 105 habitants.

Sur les 17 stations restantes, 10 sont exploitées par de grandes sociétés et 5 sont exploitées par des raffineurs régionaux ou leurs marques privées. Il y a deux stations indépendantes, lesquelles comptent pour 6,8 p. 100 des ventes d'essence en volume.

Le Yukon a les taxes sur l'essence les moins élevées de toutes les administrations du Canada.

Comme nous l'avons signalé, l'analyse du marché de Whitehorse est limitée par le manque de données ainsi que par les séries chronologiques relativement courtes dont nous disposons. Les volumes des ventes moyens par station pour Whitehorse sont des estimations, tout comme les volumes qui ne sont disponibles que pour les 181 derniers jours de 1999. Le débit moyen estimé est de 1,43 million de litres par année. Le débit moyen pour les grandes sociétés est de 1,7 million de litres, pour les raffineurs régionaux et leurs marques privées, il est de 1,01 million et pour les indépendants, il est de 0,93 million de litres.

Il existe quatre voies d'acheminement de l'essence à destination de Whitehorse. Le plus gros de l'essence y est

expédié de Vancouver à Skagway, en Alaska, d'où il est transporté par camion. De plus petites quantités d'essence arrivent de Fairbanks, en Alaska, par la route, puis par mer vers Haines, et ensuite sont transportées par camion sur l'autoroute de l'Alaska.

Malgré les taxes assez basses, les prix hors taxes à Whitehorse sont parmi les plus élevés du Canada. Cette situation est causée par le fait que les marges de détail moyennes correspondent à six fois la moyenne canadienne. Les marges de détail moyennes (calculées en fonction du prix à la rampe de Vancouver) pour la période de juillet 1998 à mars 2000 étaient de 24,8 cents par litre. Ce résultat s'explique par l'isolement relatif dans lequel se trouve Whitehorse et par sa distance d'avec les autres sources d'approvisionnement, les frais élevés du transport et les très faibles débits, de même que par le nombre limité de stations.

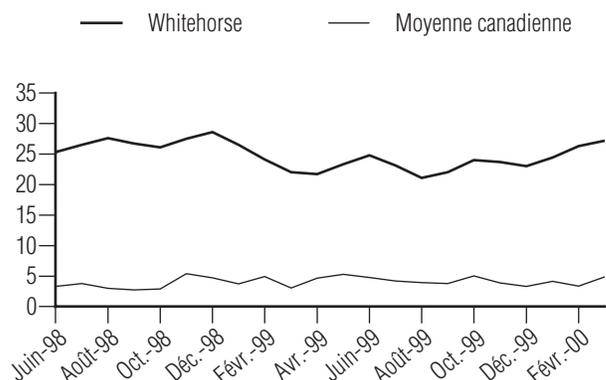
Les frais de transport représentent près de 10,0 cents par litre, soit près de dix fois ceux d'une ville du sud du pays. De plus, les faibles débits moyens indiquent aussi que les revenus provenant de la vente de produits complémentaires sont limités. Les exploitants seraient par conséquent davantage tributaires de la vente de l'essence pour couvrir leurs frais fixes.

La situation à Whitehorse est semblable à celle des autres villes des régions nordiques. Ces villes doivent également subir des prix élevés. Les stations de Whitehorse et celles

#### Graphique 41

##### Marge de détail pour Whitehorse

(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

des autres collectivités des territoires ont besoin de marges excessivement élevées pour survivre et pour absorber leurs frais de transport élevés par rapport à leurs faibles volumes de ventes.

### Sault Ste. Marie, Ontario

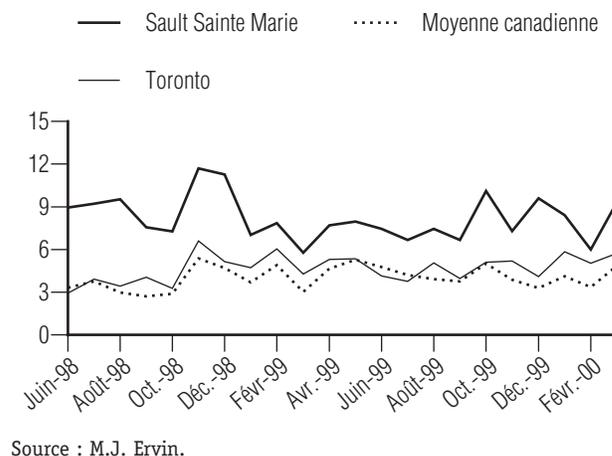
Sault Ste. Marie a une population de 79 899 habitants (estimation de 1999). En 1999, elle comptait 23 stations-service, pour une densité d'environ une station pour 3 474 habitants.

Sur les 23 stations, 14 sont exploitées par de grandes sociétés ou leurs marques privées et trois sont exploitées par des raffineurs régionaux. Il y a six stations indépendantes, lesquelles sont responsables de 18,9 p. 100 des ventes d'essence en volume.

Le débit moyen pour Sault Ste. Marie a été de 3,07 millions de litres par année en 1999. Le débit moyen pour les grandes sociétés et leurs marques privées a été de 3,78 millions de litres, pour les raffineurs régionaux, de 1,47 million et pour les indépendants, de 2,22 millions de litres. Toutefois, si l'on exclut les exploitants de grandes surfaces de la catégorie des indépendants, leur débit moyen chute à 1,28 million de litres par année.

Toronto est la principale source d'approvisionnement en essence de Sault Ste. Marie. Les prix de Sault Ste. Marie suivent de près ceux de Toronto, mais à la hausse. Cette

**Graphique 43**  
**Marge de détail pour Sault Ste. Marie**  
(en cents par litre)



situation s'explique sans doute par les coûts de transport supplémentaires ainsi que les volumes de ventes moyens plus bas. Ces facteurs sont probablement aussi responsables de la marge de détail élevée de Sault Ste. Marie. Au cours de la période de 1998 à 2000, les marges de détail ont oscillé autour de 7,7 cents par litre. Même si cette marge est plus élevée que dans la plupart des grandes villes, elle est normale pour une ville ayant la taille et le volume des ventes de Sault Ste. Marie ainsi que ses coûts supplémentaires de transport. Les marges sont plus basses que celles des petits centres que nous avons également examinés.

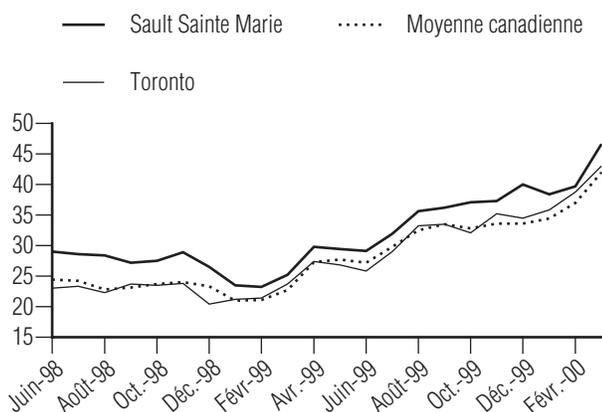
Pour un centre ayant la taille et la densité de population par station de Sault Ste. Marie, les volumes de ventes moyens semblent légèrement plus bas que prévu. Ce résultat s'explique sans doute par la proximité de la frontière américaine et la concurrence offerte par ce marché de détail.

### Dauphin, Manitoba

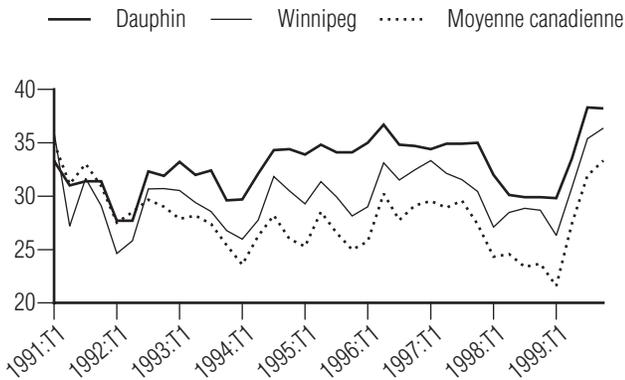
Dauphin a une population d'environ 11 128 habitants. Cette ville, qui a une assise manufacturière mixte, est la plus grande de la région nord-ouest du Manitoba. Elle se trouve pour ainsi dire à égale distance de Winnipeg et de Regina (325 km). En 1999, elle comptait 12 stations-service, pour une densité d'environ une station pour 927 habitants.

Sur les 12 stations, huit sont exploitées par de grandes sociétés et trois par des raffineurs régionaux ou leurs

**Graphique 42**  
**Prix de détail pour Sault Ste. Marie (hors taxes)**  
(en cents par litre)



**Graphique 44**  
**Prix de détail pour Dauphin (hors taxes)**  
 (en cents par litre)



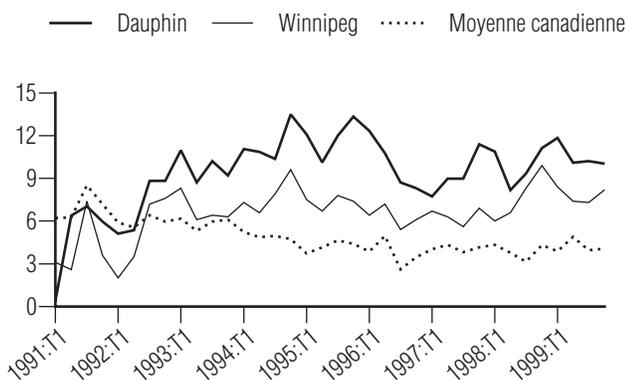
Sources : Kent Marketing et M.J. Ervin.

marques privées. Il y a un seul indépendant qui a ouvert ses portes durant le quatrième trimestre de 1999. Par conséquent, nous ne disposons pas encore de données sur ses volumes ou sur sa part du marché.

Le débit moyen estimé pour Dauphin est de 1,21 million de litres par année en 1999. Le débit moyen pour les grandes sociétés est de 1,13 million de litres et pour les raffineurs régionaux et leurs marques, de 1,43 million de litres.

L'essence est acheminée à Dauphin par camion à partir de Winnipeg.

**Graphique 45**  
**Marge de détail pour Dauphin**  
 (en cents par litre)



Sources : Kent Marketing et M.J. Ervin.

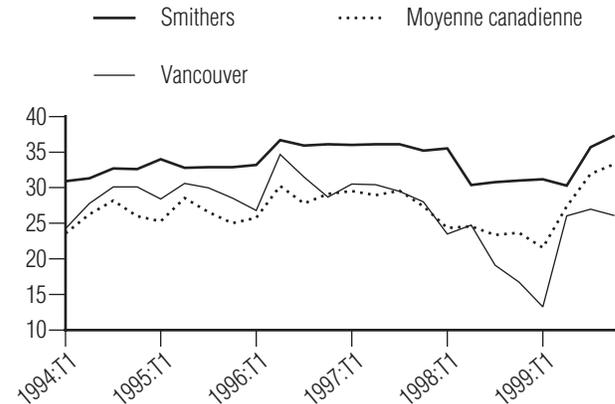
Dauphin possède un grand nombre de stations-service pour une population aussi réduite, et cette situation se reflète dans le très faible débit moyen. Comme dans bien des collectivités rurales, il est vraisemblable que les points de vente améliorent leur rentabilité au moyen d'autres activités de vente au détail et que l'essence ne représente qu'une partie de leurs revenus. Autrement, il serait difficile de justifier l'existence d'un si grand nombre de stations-service.

Dauphin a bénéficié au début de 1990 des guerres des prix qui faisaient rage sur les marchés de l'essence dans l'Ouest, alors que les grandes sociétés tentaient de récupérer leur part du marché dans toute la région. Les marges ont rapidement monté en flèche jusqu'en 1993. Elles ont varié depuis ce temps en affichant en moyenne 10,4 cents par litre. Comme dans tous les autres petits centres, ces marges reflètent les faibles volumes et les coûts de transport élevés. Comme on pouvait s'y attendre, les prix de Dauphin suivent à la hausse, mais en tandem, ceux qu'on affiche à Winnipeg.

### Smithers, Colombie-Britannique

Smithers a une population de 6 104 habitants (estimation de 1999). Elle se trouve à 1 150 km de Vancouver, à 353 km de Prince Rupert et à 371 km de Prince George. Son économie repose sur l'industrie primaire, l'industrie laitière, la fonction publique régionale et le tourisme.

**Graphique 46**  
**Prix de détail pour Smithers (hors taxes)**  
 (en cents par litre)



Sources : Kent Marketing et M.J. Ervin.

En 1999, elle comptait cinq stations-service, pour une densité d'environ une station pour 1 221 habitants.

Sur les cinq stations, trois sont exploitées par de grandes sociétés et deux sont exploitées par des raffineurs

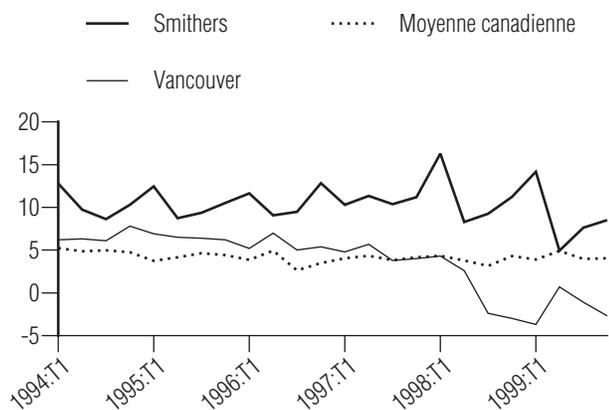
régionaux ou leurs marques privées. Il n'y a aucune station indépendante.

Le débit moyen estimé pour Smithers à été de 2,22 millions de litres par année en 1999. Le débit moyen à été de 2,35 millions de litres pour les grandes sociétés et de 2,03 millions de litres pour les raffineurs régionaux et leurs marques.

Le gros de l'essence de Smithers est acheminé par camion depuis Prince George ou expédié de Vancouver à Prince Rupert, puis de là par camion à Smithers.

Comme l'on pouvait s'y attendre pour une région relativement isolée ayant des frais de transport élevés, la marge de détail de Smithers est plus grande que celle des centres urbains situés plus au Sud. Si l'on se fonde sur les prix à la rampe de Vancouver, Smithers affiche une marge de détail moyenne de plus de 10 cents par litre pour la période de 1994 à 1999. Elle a bien montré une diminution de la marge en 1999, qui pourrait s'expliquer indirectement par la guerre des prix à Vancouver et dans les basses terres continentales.

**Graphique 47**  
**Marge de détail pour Smithers**  
(en cents par litre)



Sources : Kent Marketing et M.J. Ervin.

Le présent document présente un profil à jour de l'industrie de l'essence canadienne et tente d'aborder certaines des préoccupations des intervenants de l'industrie et des perceptions des automobilistes canadiens.

L'industrie de l'essence au Canada suit les règles économiques de l'offre et de la demande sur lesquelles elle exerce bien peu de contrôle. Le prix du principal facteur de production de l'essence, le pétrole brut, est déterminé à l'extérieur des frontières canadiennes. Par ailleurs, même le prix à la rampe de l'essence au Canada est presque autant déterminé par la conjoncture américaine qu'il l'est par les coûts, l'offre ou la demande à l'intérieur de nos propres frontières.

Les augmentations rapides des prix de détail durant la période 1999-2000 s'expliquent par le fait que le prix du pétrole brut a pratiquement triplé sur les marchés mondiaux et par la volatilité quotidienne des prix du pétrole brut et des contrats à terme. Les Canadiens ont pu constater les effets de cette situation sur les prix à la pompe les plus élevés jamais atteints.

Les prix à la pompe varient d'une ville à l'autre. Cependant, une fois les taxes enlevées du prix de détail, nous sommes en face d'un produit dont les prix sont sensiblement les mêmes dans tout le Canada, qui se différencie surtout par les conditions locales de la concurrence, les volumes de ventes moyens et les frais de transport.

L'industrie de l'essence au Canada possède un nombre limité d'intervenants, lesquels, de par leur intégration verticale et leur taille propre, sont souvent soupçonnés par le grand public de faire usage d'une influence indue sur le marché. Par ailleurs, nous pouvons constater la vulnérabilité de ces Goliaths face aux Davids que sont les indépendants et les nouveaux venus sur le marché, qui, au moyen de politiques de fixation

des prix dynamiques, déclenchent des guerres ayant des répercussions sur l'ensemble de l'industrie, à l'échelle du pays.

Il est important de se rappeler que le pétrole brut et les taxes représentent près de 84 p. 100 du prix moyen d'un litre d'essence ordinaire sans plomb. Il ne reste donc que 16 p. 100 pour couvrir le raffinage, les coûts de la commercialisation, les frais d'exploitation et les frais fixes du détaillant. Cela sous-entend qu'en moyenne, à la mi-novembre 2000, l'industrie de l'essence d'aval (raffinage, commercialisation et vente au détail) n'avait d'influence que sur 11,9 cents des 75,9 cents du litre d'essence. Les détaillants en avaient encore moins, puisqu'ils n'avaient d'incidence que sur 4,5 cents du prix à la pompe de l'essence.

Nous allons maintenant résumer les problèmes qui ont été soulevés lors de nos discussions avec les intervenants et vous faire part de nos découvertes sur ces questions.

### Perceptions des Canadiens

#### Consommateurs

##### *Ce que veulent les consommateurs*

Les consommateurs veulent payer le prix le plus bas possible par rapport aux stocks d'essence offerts lorsqu'ils font le plein d'essence. Ils ne veulent pas sortir de la station-service avec l'impression de s'être « fait avoir ». Les consommateurs veulent l'assurance qu'ils ne sont pas exploités par les compagnies pétrolières simplement parce qu'ils achètent de l'essence durant la fin de semaine ou dans une région différente du pays (p. ex., les collectivités rurales). Ils veulent être sûrs que les sociétés pétrolières ne tirent pas avantage des prix mondiaux élevés pour faire des profits excessifs avec leurs installations de vente au détail.

### ***Perceptions des consommateurs***

La majorité des consommateurs voient la volatilité des prix de l'essence et le fait que les prix augmentent tous en même temps comme des signes de collusion. Lorsque les prix grimpent soudain de 6 à 7 cents par litre en un seul jour, pour redescendre presque aussi rapidement le jour suivant, et remonter ensuite un peu plus tard dans la semaine, ils ont le sentiment que les sociétés pétrolières profitent d'eux et font d'énormes profits à leurs dépens. Si les prix de l'essence augmentent parfois avant une longue fin de semaine, les consommateurs pensent que le système qui sert à déterminer les prix de l'essence est truqué.

### ***Nos conclusions***

La réalité dans ce cas est très différente des perceptions du consommateur type. En effet, les consommateurs de tout le pays sont bien desservis par l'actuel système de marché qui détermine les prix de l'essence. Par « bien desservis » nous voulons dire que les prix au Canada sont parmi les plus bas possibles étant donné les coûts des facteurs de production. Par ailleurs, les prix sont conséquents par rapport au stock d'essence offert à la rampe.

La diminution des marges de détail durant les années 1990 (voir graphique 4) est la preuve que les consommateurs bénéficient de l'efficacité accrue de l'industrie. La volatilité des prix de l'essence est le reflet du marché instable du pétrole brut et le résultat direct de la nature concurrentielle de ce commerce. La façon unique dont les prix sont affichés à l'extérieur de chaque point de vente dans tout le pays contribue également à la volatilité des prix. Durant une guerre des prix, les détaillants doivent suivre le mouvement à la baisse dans leur secteur, sinon ils risquent de perdre leurs clients. Lorsqu'un détaillant constate qu'il n'est plus en mesure de vendre son produit à perte et qu'il décide de majorer son prix, les autres concurrents lui emboîtent souvent (mais pas toujours) le pas afin de gagner une marge plus raisonnable et de payer les factures. Cette augmentation uniforme des prix peut sembler de la collusion et de l'exploitation, mais, en réalité, elle est tout simplement le résultat d'une tentative par les détaillants d'exploiter leur commerce,

d'obtenir un rendement équitable pour leurs efforts et leur investissement et de rester dans la course.

L'écart des prix entre les collectivités rurales et urbaines, vu comme disproportionné, dans certains cas, même une fois que l'on a pris en compte les coûts de transport, démontre l'importance des volumes des ventes dans la fixation des prix de détail. Dans les localités rurales, le débit moyen à chaque station est considérablement inférieur à celui des collectivités urbaines. Les débits plus faibles signifient qu'un détaillant doit avoir une marge plus élevée pour couvrir ses frais fixes. À Toronto, il est peut-être possible de faire du profit dans un emplacement achalandé du centre-ville avec une marge de seulement 1 à 2 cents par litre et des volumes suffisamment élevés. En revanche, un détaillant d'une localité rurale pourra avoir besoin de 10 cents par litre, uniquement pour survivre.

Il arrive parfois que les prix de détail varient entre les collectivités d'une manière qui n'est pas directement évidente. Par exemple, les prix pourraient, durant un certain temps, être plus bas dans une ville qui est située à une plus grande distance du terminal qu'une autre ville ayant des installations de terminal et une population semblables. Cette situation peut semer la confusion chez les consommateurs, mais il est vraisemblable que les conditions du marché qui existent dans chaque localité du Canada soit les vraies responsables et que celles-ci peuvent pousser les prix de l'essence dans des directions qui s'écartent de la norme durant de courtes périodes. Il suffit qu'un détaillant déterminé accroître sa part du marché aux dépens de ses concurrents passe à l'action pour créer un déséquilibre et enclencher une situation où les prix de détail s'éloignent de la norme et ne reflètent pas des facteurs comme les frais de transport ou les prix de gros.

En réponse aux plaintes formulées par les décideurs politiques et les groupes de consommateurs, certaines provinces ont adopté des lois visant à contrôler les prix de l'essence. Même si cette réglementation élimine la volatilité que les consommateurs détestent, il semble qu'elle ne débouche pas sur des prix plus bas. L'Île-du-Prince-Édouard réglemente les prix de l'essence et, comme nous en avons déjà parlé, ses prix hors taxes sont

pourtant, en règle générale, parmi les plus élevés du pays. Néanmoins, la réglementation donne aux consommateurs le sentiment d'avoir un certain contrôle sur les prix et les porte à croire que les augmentations sont justifiées, et non arbitraires.

Les sociétés pétrolières sont rentables, mais est-ce que leurs profits sont démesurés pour une industrie où les investissements se chiffrent en milliards de dollars et où les activités en amont, comme l'exploration, comportent d'immenses risques? Le tableau 6 montre le ratio de rentabilité des capitaux propres pour les activités en aval des grandes sociétés pétrolières. Même si l'on s'attend à ce que les profits soient élevés en 2000 dans la mesure où les marges de raffinage sont plus élevées, à l'exception de 1997-1998, le ratio de rentabilité a été relativement modeste (moins de 10 p. 100). Même si la valeur nominale peut sembler élevée en raison des fortes sommes en cause, le ratio devrait être considéré plutôt comme un pourcentage des capitaux utilisés.

Il n'existe aucune preuve empirique indiquant que les prix de l'essence grimpent tout juste avant une longue fin de semaine. Même s'il est vrai que les prix montent parfois en flèche à ce moment, ils pourraient tout aussi bien le faire avant n'importe quelle autre fin de semaine de l'année. En fait, les détaillants tentent de hausser leurs prix au milieu de la semaine afin d'acquiescer une marge plus élevée si cette marge s'est trouvée amputée auparavant par la concurrence entre les commerçants. Si le redressement ne se produit pas, les prix ont tendance à redescendre le vendredi et durant la fin de semaine.

Cette situation peut se produire dans n'importe quelle saison. Toutefois, elle risque davantage de survenir en été parce que la demande est plus forte et que les stocks sont plus bas qu'en hiver. Les augmentations avant les longues fins de semaine risquent d'être plus facilement acceptées par les concurrents parce qu'ils anticipent une demande plus forte en raison du congé, mais nous ne sommes pas en mesure de prouver ces affirmations statistiquement.

### *Grandes sociétés pétrolières intégrées et raffineurs régionaux*

#### *Que veulent les grandes sociétés et les raffineurs régionaux*

Les grandes sociétés et les raffineurs régionaux veulent obtenir un rendement raisonnable pour leurs actionnaires. Ils veulent s'assurer que chaque segment de leur marché — en amont, raffinage et vente au détail — produit un bénéfice. Ils veulent également que le public canadien les voit comme des sociétés qui assument leurs responsabilités sociales et qui apportent leur contribution à leur collectivité.

#### *Perceptions des grandes sociétés et des raffineurs régionaux*

Les grandes sociétés pétrolières et les raffineurs régionaux sont convaincus d'offrir aux consommateurs un produit dont le prix est très concurrentiel, étant donné les augmentations et la volatilité des prix mondiaux du brut. Ils signalent le fait que le prix hors taxes de l'essence au Canada et aux États-Unis est très semblable, même si les grandes sociétés canadiennes doivent évoluer dans un marché qui est beaucoup moins efficace que le marché américain. Les Canadiens peuvent acheter leur essence à des prix parmi les plus bas du monde (voir le tableau 7) malgré le fait que le Canada a de plus petites raffineries, une plus grande superficie géographique à couvrir pour une plus petite population et des coûts plus élevés par comparaison avec d'autres pays.

La concurrence féroce qui a permis aux consommateurs de bénéficier de ces prix relativement bas a généré des gains insatisfaisants en aval pour les raffineurs intégrés. Le taux de rendement de ces gains est inférieur à 10 p. 100. Les grandes sociétés et les raffineurs sont convaincus que la plus grande menace pour leur future part du marché réside

**Tableau 6**  
**Ratio de rentabilité des capitaux propres pour le secteur d'aval**  
(pour cent)

Année	Petro-Canada	Shell	Imperial Oil
1993	7,1	1,7	9,0
1994	8,1	5,6	8,5
1995	9,0	9,4	7,8
1996	6,8	4,3	6,4
1997	11,1	14,7	12,4
1998	8,5	15,7	11,3
1999	5,2	8,2	2,2

Source : Rapports annuels publiés.

**Tableau 7****Prix mondiaux de l'essence en juin 2000**

(en cents CAN par litre)

Pays	Prix de détail	Prix de détail hors taxes
Canada	74,0	43,6
États-Unis	64,0	48,9
Italie	155,1	56,1
France	158,8	48,7
Royaume-Uni	183,9	51,1
Espagne	118,0	49,5
Allemagne	152,7	52,7
Japon	147,0	65,4

Source : M.J. Ervin.

dans l'éventuelle augmentation du nombre de magasins de grande surface qui vendent de l'essence. Elles se préoccupent également de la liste croissante des règlements sur l'environnement qui les forceront à investir des millions de dollars afin de moderniser leurs raffineries et leurs stations-service. Il se peut que ces coûts s'avèrent difficiles à récupérer à la rampe et qu'elles doivent recourir à d'autres rationalisations et mesures de correction nécessaires.

Malgré leur conviction de fournir aux consommateurs un produit concurrentiel sur un marché où il devient de plus en plus difficile de compétitionner, les grandes sociétés pétrolières et les raffineurs régionaux ont l'impression d'être vus par le grand public et les indépendants comme les « méchants ». Lorsque les prix de détail de l'essence augmentent, on les accuse d'exploiter le public même si la principale composante de l'augmentation du prix est la montée des prix du pétrole brut. En 2000, plus de 84 p. 100 du prix de détail à la rampe est constitué du prix du brut plus les taxes. On accuse les grandes sociétés d'essayer de mettre les indépendants sur la paille lorsque les prix chutent. Lorsque les prix sont stables, on les accuse de collusion. Pourtant, aucune étude menée dans le passé par n'importe quel palier de gouvernement n'a pu trouver de preuve d'un comportement illicite ou anti-concurrentiel au sein de l'industrie de l'essence.

Les grandes sociétés sont persuadées d'être pénalisées par la perception que se fait le public. Très peu de consommateurs comprennent comment se fixent les prix de

l'essence. La majorité d'entre eux voient les achats d'essence comme une corvée ennuyeuse comportant peu de gratification ou pas du tout.

**Nos conclusions**

Il est vrai que les grandes sociétés pétrolières s'unissent pour faire la promotion de leurs intérêts communs. Elles échangent de l'essence à la raffinerie, investissent dans des pipelines et tiennent des activités de relations publiques communes au sein de leurs associations industrielles. Néanmoins, l'industrie est très prudente lorsqu'il s'agit de communiquer des données exclusives et ses politiques de fixation des prix afin d'éviter de donner une impression de collusion et de ne pas s'en faire accuser. Les pratiques communes de l'industrie se justifient amplement sur le plan des affaires et n'enfreignent aucune loi ni aucun règlement.

Les prix de détail changent souvent de concert. Nous pensons que cette situation est le reflet d'une concurrence très forte sur le terrain et qu'elle traduit plus un désir de protéger sa part du marché plutôt qu'une conspiration entre les sociétés. Il en va de même de la fixation des prix à la rampe qui tient compte des mêmes facteurs pour tous les raffineurs. Il est donc naturel que les prix fluctuent de concert. Tous les intervenants de l'industrie sont motivés par leurs propres intérêts, et il arrive souvent que ces intérêts coïncident. L'extorsion, la collusion, les pratiques déloyales de fixation des prix ne serviraient pas les intérêts à long terme des participants.

**Indépendants****Ce que veulent les indépendants**

Les indépendants veulent se disputer les faveurs du consommateur et obtenir un taux de rendement raisonnable sur un marché équitable, où tous les participants de l'industrie suivent les mêmes règles.

**Perception**

Bon nombre des indépendants (mais pas tous) consultés pour les fins de la présente étude sont d'avis que les grandes sociétés disposent d'un avantage déloyal sur le marché, du fait qu'ils sont propriétaires des raffineries et

aussi en raison de leur taille. Cet avantage fait en sorte qu'il est très difficile pour les indépendants de les concurrencer et même, pour certains, de rester dans la course. Au niveau du gros, il est difficile pour certains indépendants de se garantir un approvisionnement fiable de produit à un prix concurrentiel. La pratique utilisée par les grandes sociétés de fixer les prix du gros à un niveau concurrentiel avec les importations les prive d'un avantage qui serait possible si les prix à la rampe étaient établis en fonction des coûts du raffinage. La difficulté de s'approvisionner en important le produit des États-Unis à meilleur prix est exacerbée par l'impossibilité d'avoir accès à un pipeline et les nouvelles lois sur l'environnement visant la teneur en benzène de l'essence, ainsi que les futures normes canadiennes sur la teneur en soufre qui dérogent du calendrier retenu par les Américains pour la mise en œuvre de cette réglementation. Les indépendants pensent que le nombre limité de raffineurs au Canada conduit à des pratiques de fixation des prix oligopolistiques et que les raffineurs canadiens ne mènent pas une concurrence active pour obtenir la clientèle des indépendants.

Au niveau de la vente au détail, bon nombre d'indépendants soutiennent que les grandes sociétés interfinancent leurs activités de détail afin d'accroître la pression sur leurs points de vente. À l'heure actuelle, avec des prix du pétrole brut au-dessus de 44 \$ CAN (30 \$ US) le baril, les grandes sociétés récoltent un taux de rendement anormalement élevé du segment en amont de leurs activités. On allègue qu'elles utilisent une partie de ces gains pour financer leurs opérations de vente au détail en abaissant le prix de gros exigé des détaillants qui affichent leur marque de commerce. Ce procédé permet aux détaillants de marque de demander un prix de détail plus bas, et les indépendants sont forcés de leur emboîter le pas. Étant donné que les indépendants n'ont pas de revenus en amont pour soutenir leurs activités, les prix de vente au détail plus bas en ont forcé quelques-uns à fermer leurs portes ou à envisager de se retirer des affaires.

Par ailleurs, les indépendants croient que les détaillants associés à une marque des grandes sociétés pétrolières ou des raffineurs régionaux reçoivent un soutien financier. Ils pensent que les détaillants associés à une marque bénéficient de prix considérablement plus bas lorsqu'ils achètent leur essence que ceux qui sont offerts aux

indépendants grâce aux prix de gros qui visent à les aider à protéger leurs marges durant les guerres de prix ou dans les régions où l'on pratique le prix par zone.

Certains indépendants soutiennent que l'objectif à long terme des grandes sociétés est de financer leurs activités de vente au détail jusqu'au point où les marges seront tellement minces qu'elles forceront tous les indépendants à se retirer du marché. Une fois qu'elles y seront arrivées, les grandes sociétés occuperont une bonne position pour augmenter leurs marges au niveau qui existait déjà dans les années 1980, étant donné qu'il y aura beaucoup moins de concurrents à affronter. Les indépendants pensent que les grandes sociétés exagèrent la menace que représentent les grandes surfaces. Ils avancent que la difficulté d'obtenir un zonage municipal pour les stations d'essence (processus qui peut parfois prendre jusqu'à deux ans) conjuguée aux maigres marges qui existent actuellement dans l'industrie rendent peu vraisemblable le risque que les magasins de grande surface offrant de l'essence se répandent rapidement dans tout le Canada.

### ***Nos conclusions***

En fait, il deviendra de plus en plus difficile pour la plupart des indépendants de s'approvisionner à partir des États-Unis lorsque les nouvelles lois sur l'environnement entreront en vigueur. Même si l'industrie du raffinage canadienne est fortement concentrée, elle doit, par nécessité, demeurer concurrentielle par rapport aux raffineries américaines. Les prix à la rampe qui sont concurrentiels avec les marchés américains créent un désavantage pour les indépendants au niveau des importations, mais il est vrai qu'ils leur permettent d'avoir accès à un approvisionnement sur le marché intérieur à un coût moindre que celui fixé normalement. Néanmoins, la fixation des prix à la rampe en fonction des marchés de gros américains est une décision judicieuse sur le plan économique pour les grandes sociétés, compte tenu des énormes investissements qu'exigent les raffineries. Le résultat final pour les automobilistes canadiens est qu'ils paient un prix de détail moindre pour l'essence.

À notre avis, il existe une certaine forme d'interfinancement entre les diverses activités de l'industrie de l'essence. Toutefois, l'interfinancement des activités n'est

ni illégal ni inhabituel en tant que pratique commerciale dans l'économie canadienne. De plus, nos travaux empiriques n'ont pas permis de trouver des preuves concluantes de l'ampleur ou de la portée de l'interfinancement, d'après les données dont nous disposons. Le manque d'information concernant les prix réels payés par la plupart des détaillants pour s'approvisionner rend pratiquement impossible de tirer des conclusions définitives sur cette question.

L'argument invoqué par les grandes sociétés selon lequel chaque segment de leurs activités (en amont, raffinage et vente au détail) doit afficher un taux de rendement du capital raisonnable semble réaliste. Toutefois, il ne fait aucun doute que, durant une guerre des prix, les grandes sociétés soutiennent leurs détaillants en leur concédant temporairement un prix de gros inférieur. Cette concession confère à leurs détaillants un avantage important parce que les concurrents indépendants ne se trouvent pas en position de négocier en vue d'obtenir un escompte suffisant sur le prix de gros pour leur permettre de tenir le coup durant une guerre prolongée. La mesure dans laquelle cette pratique prévaut dans l'industrie est une source de conflit : les grandes sociétés affirment que ce procédé n'intervient que peu fréquemment, tandis que les indépendants soutiennent qu'il est largement répandu. En raison du manque de transparence au sujet du coût réel de l'approvisionnement des stations affiliées aux grandes sociétés pétrolières et aux raffineurs régionaux, il est impossible d'en arriver à une conclusion sur l'ampleur de cette pratique.

Les indépendants sont également désavantagés par le fait que leurs marges sont établies en fonction du prix à la rampe. Les stations appartenant aux grandes sociétés et aux raffineurs régionaux utilisent un prix d'acquisition interne, lequel cache leur marge réelle.

Les grandes sociétés et les raffineurs régionaux disposent d'un avantage sur les indépendants pour ce qui est de la perception des taxes. En effet, les indépendants doivent payer les taxes d'accise (fédérale et provinciale) sur l'essence dès la livraison du produit en gros. En revanche, les détaillants associés à une marque de commerce ne paient les taxes d'accise qu'une fois le produit vendu au détail. Cette différence donne aux détaillants

de marque un avantage sur le plan des liquidités par rapport aux indépendants.

L'entrée éventuelle sur le marché des magasins de grande surface est une autre source de conflit. Ce segment de l'industrie s'est développé durant les années 1990, et il est pourtant difficile de prévoir ce qui se produira d'ici dix ans. Les grandes sociétés et certains indépendants soutiennent que la vente d'essence par les grandes surfaces continuera de croître parce qu'il s'agit d'un marché relativement peu coûteux à partir du moment où le magasin est déjà construit. De plus, étant donné les gros débits qu'il est possible d'atteindre avec ce type de point de vente, il est possible d'obtenir un taux de rendement raisonnable tout en conservant une marge relativement mince (2 à 3 cents par litre). Les coupons remis aux clients par le magasin de vente au détail pour que ceux-ci les utilisent dans les stations-service ou inversement constituent une option intéressante pour les grandes surfaces.

Certains indépendants avancent que les faibles marges de l'industrie et la réglementation sur le zonage vont ralentir la croissance de ce segment de l'industrie; cet argument mérite que l'on s'y arrête. Par contre, certains indépendants ont tendance à sous-évaluer la menace que représentent les grandes surfaces. Ce n'est pas parce que le taux de rendement de l'essence dans ce segment de leurs activités est inférieur à celui des produits non pétroliers que décider d'investir dans une nouvelle station d'essence serait manquer de jugement économique. Un commerçant peut décider d'ouvrir une station-service, même si les marges sont faibles, parce que l'achalandage ainsi créé peut l'amener à augmenter ses ventes dans d'autres secteurs d'activité. Les exploitants de grandes surfaces peuvent aussi tirer avantage du marché en introduisant une technologie de pointe qui leur permettra d'améliorer encore davantage leur efficacité. En se fondant sur les expériences d'autres pays, on peut penser que le phénomène des magasins de grande surface poursuivra son expansion au Canada.

Mais les indépendants ne peuvent nier une réalité inéluctable qui veut que la rationalisation et les restrictions de coûts ayant prévalu dans les années 1990 vont se poursuivre dans la présente décennie. Pour survivre, ils devront

améliorer encore leur efficacité, dans une grande mesure en accroissant leur débit. Dans les années 1990, les grandes sociétés pétrolières ont tiré profit des leçons que leur ont données les indépendants avec la vente de produits et de

services complémentaires, et elles ont même renchéri sur ce chapitre. S'ils veulent survivre au XXI<sup>e</sup> siècle, les indépendants traditionnels devront continuer de chercher d'autres moyens d'innover afin de demeurer concurrentiels.



### Sources des données

Kent Marketing, par l'entremise d'Industrie Canada, a fourni au Conference Board des données sur les débits, le nombre de points de vente et la classification de ces points de vente (p. ex., exploités par les grandes sociétés, les raffineurs régionaux ou les indépendants) dans chaque ville. Les données de Kent comprenaient notamment les volumes d'essence vendus par les indépendants et par les grandes sociétés et les raffineurs régionaux. La principale source de données sur les prix de détail a été M.J. Ervin. Les données sur les prix à la rampe ont été fournies par Bloomberg, l'une des nombreuses sources disponibles. Statistique Canada a fourni les données démographiques.

### Uniformité des prix

Les données de Kent Marketing portant sur les débits ont été recueillies sur une base bimensuelle pour les grandes villes analysées dans la présente étude. Toutefois, pour certains petits centres, les données ont été recueillies trimestriellement. Les données sur les prix de détail de M.J. Ervin pour les petits centres ont également été recueillies chaque trimestre. On n'a donc pas effectué d'analyse de régression dans les petites villes, puisque les données trimestrielles ne permettent pas de saisir la fréquence avec laquelle les prix de détail changent et que cette information est essentielle pour effectuer une analyse significative.

### Volatilité des prix

Le marché de la vente au détail de l'essence se caractérise par une extraordinaire volatilité des prix. Il n'est pas rare que des points de vente modifient leurs prix deux ou trois fois dans la même journée, particulièrement au beau milieu d'une guerre des prix. L'industrie se caractérise

également par les augmentations de prix qui ont tendance à se produire dans certaines villes le même jour de la semaine et dans d'autres villes, un autre jour. Pour cette raison, certains intervenants ont recommandé que nous utilisions des données quotidiennes dans notre analyse empirique. Cependant, il y a d'importants compromis à faire, parce que les données quotidiennes dans cette industrie sont tellement volatiles qu'elles rendent pratiquement impossible d'en tirer des conclusions significatives à partir d'une analyse de régression, l'outil conçu pour expliquer les changements de prix. L'utilisation des données mensuelles a donc été le choix optimal afin de permettre l'utilisation des régressions pour le marché de gros et de détail. Nous sommes persuadés que l'analyse empirique des données mensuelles nous a permis d'en arriver à des conclusions significatives qui concordent avec ce qui se produit réellement tous les jours dans l'industrie.

### Marges

L'examen des fluctuations des marges de détail dans le temps est un excellent moyen pour analyser le marché de la vente au détail de l'essence. La marge de détail est l'écart entre le prix hors taxes de l'essence exigé à la rampe et le prix à la pompe. Dans cette étude, les résultats obtenus ont montré que les marges de détail ont reculé dans la plupart des villes au début des années 1990, pour se stabiliser vers le milieu et la dernière partie de la décennie. Les marges de détail mentionnées dans cette étude sont sous-estimées dans une proportion qu'il est impossible de quantifier. Cette situation est le résultat de la pratique largement répandue dans l'industrie d'offrir des escomptes sur le prix à la rampe ou encore d'utiliser des prix d'acquisition sur le marché interne pour l'essence en consignation ou l'essence qui appartient au fournisseur. Pour exécuter des régressions, le fait que les marges

de détail soient sous-estimées ne pose pas de problème important, pourvu que le prix d'escompte soit établi en fonction du prix à la rampe. En conséquence, les variations dans les données devraient s'équilibrer.

## Indépendants

La définition d'un indépendant est aussi une question litigieuse dans l'industrie. Les données de Kent Marketing utilisées dans la présente étude classaient tout exploitant de l'industrie n'ayant pas de capacité de raffinage dans la catégorie des indépendants. Toutes les autres compagnies ont été classées soit à titre de grandes sociétés pétrolières, ou de raffineurs régionaux, selon le type d'installations de raffinage dont elles étaient propriétaires. Par exemple, Irving est classée à titre de raffineur régional parce que sa capacité de raffinage est limitée à une région du pays. Petro-Canada et Imperial Oil, en revanche, sont classées dans la catégorie des grandes sociétés parce qu'elles possèdent leurs propres raffineries dans diverses régions du pays. L'IRGMA soutient que la classification utilisée par Kent crée une distorsion des données parce qu'elle ne tient pas compte de certaines des relations uniques de l'industrie.

Pioneer, par exemple, est classée dans la catégorie des exploitants indépendants parce qu'elle ne dispose pas d'une installation de raffinage. Mais Sunoco est propriétaire à 50 p. 100 de cette compagnie. L'IRGMA rétorque que même si Pioneer ne possède pas de raffinerie, sa relation avec Sunoco lui donne un accès sûr à une source d'approvisionnement et à des escomptes qui ne sont pas offerts aux autres indépendants. Que Kent classe Pioneer dans les indépendants est une erreur, selon l'IRGMA, et les données sur les parts du marché détenues par les

indépendants sont trompeuses en raison précisément de son inclusion dans cette catégorie. Si Pioneer n'était pas incluse dans les indépendants, l'IRGMA soutient qu'on obtiendrait une image plus juste des changements survenus dans la part de marché détenue par les indépendants durant la dernière décennie.

Durant les discussions tenues avec les intervenants, le Conference Board a également entendu des arguments favorables au classement de Pioneer à titre d'indépendant. Des représentants de Pioneer et de Sunoco ont indiqué que le fait que cette dernière société soit propriétaire à 50 p. 100 de Pioneer ne lui conférait pas de statut particulier pour ce qui est d'obtenir des escomptes sur les prix. On a également souligné que les politiques de fixation des prix dynamiques de Pioneer s'apparentaient davantage au mode de fonctionnement des détaillants indépendants qu'à celui d'un raffineur-négociant.

Dans cette étude, Pioneer est considérée comme un indépendant surtout en raison de ses politiques de fixation des prix dynamiques. Toutefois, étant donné sa relation unique avec Sunoco, les données qui portent sur la part du marché des indépendants dans les villes où Pioneer est active sont présentées avec et sans les volumes de cette compagnie.

Kent classe également les grandes surfaces dans les indépendants, étant donné qu'elles n'ont pas d'installations de raffinage. Toutefois, les énormes débits, qui sont le résultat de leur achalandage, les situent dans un segment différent du marché par comparaison avec la majorité des indépendants. En conséquence, dans l'analyse ville par ville, les données sur les débits moyens des indépendants sont fournis avec et sans les volumes de ventes des grandes surfaces.

La présente étude sur l'industrie de l'essence au Canada représente l'aboutissement de plus de six mois de recherches intensives entreprises par Le Conference Board du Canada. Durant la phase initiale, qui a débuté en avril 2000, celui-ci a tenu des discussions avec de nombreux intervenants de l'industrie dans toutes les régions du pays. Ces réunions ont touché de grandes sociétés pétrolières, des raffineurs-négociants régionaux et des exploitants indépendants de petite et de grande envergure. On a également communiqué avec les associations qui représentent les consommateurs, les indépendants et les raffineurs-négociants ainsi qu'avec les exploitants de stations-service, les employés et les consommateurs canadiens ayant montré leur intérêt.

Par suite de ces consultations préalables à la recherche, on a pu isoler sept questions de recherche précises :

1. Quelle est la relation entre les prix à la rampe et les changements de prix du pétrole brut?
2. Quelle est la relation entre les prix à la rampe au Canada et aux États-Unis?
3. Quelle est la relation entre les prix à la rampe et de détail de l'essence?
4. Est-ce que les prix de détail changent de façon asymétrique par rapport aux augmentations dans les prix de gros?
5. Quelle est l'incidence des volumes de vente moyens sur les marges de détail de l'essence?
6. Est-ce que les prix de l'essence montent avant les longues fins de semaine?
7. L'interfinancement existe-t-il entre les secteurs d'amont et du raffinage et les activités de vente au détail des raffineurs-négociants intégrés?

### Régressions des prix à la rampe

**Question 1. Quelle est la relation entre les prix à la rampe et les changements de prix du pétrole brut?**

*Relation entre les prix à la rampe américains et les prix du pétrole brut*

Avant d'examiner les facteurs ayant une incidence sur les prix à la rampe de l'essence au Canada, il était important d'établir la relation entre les prix à la rampe américains et les prix du brut. Comme nous le verrons, les prix à la rampe canadiens sont fortement influencés par les prix à la rampe américains, lesquels sont à leur tour directement liés aux fluctuations des prix du pétrole brut.

$$\Delta W_i^{NY} = \beta_1(\Delta WTI),$$

Où :

$\Delta WNY$  est le changement dans les prix à la rampe américains à New York sur une période d'un mois, et

$\Delta WTI$  est le changement dans le prix du brut West Texas Intermediate sur une période d'un mois.

Une relation positive entre le prix à la rampe et le prix du pétrole brut serait à prévoir étant donné que le brut est le principal facteur de production de l'essence. L'équation a été estimée à l'aide de la méthode des moindres carrés avec les données mensuelles pour la période de février 1993 à avril 1999.

### Résultats

Les résultats sont illustrés au tableau 8. Les statistiques t figurent entre parenthèses, sous le coefficient estimé.

Les résultats montrent que le prix à la rampe de l'essence est en étroite corrélation avec les prix du pétrole brut. Le  $R^2$  de 0,463 est élevé pour une équation de première différence. Le coefficient de 1,124 suggère qu'une augmentation (diminution) de un cent par litre dans le prix du

**Tableau 8**  
**Résultats de la régression des prix à la rampe**

Variable	Coefficient estimé
Pétrole brut ( $\Delta WTI$ )	1,124 (7,982)
R <sup>2</sup> corrigé	0,463
Durbin-Watson	2,365

Source : Le Conference Board du Canada.

pétrole brut (un baril de pétrole brut équivaut à 159 litres) entraîne une augmentation (diminution) légèrement supérieure à un cent par litre dans le prix à la rampe américain de l'essence.

### Prix à la rampe canadiens

#### Question 2. Quelle est la relation entre les prix à la rampe au Canada et aux États-Unis?

Durant les discussions avec les intervenants, on a souligné que les prix à la rampe au Canada étaient étroitement liés aux prix à la rampe américains étant donné qu'il y a des échanges commerciaux d'essence entre les frontières canadiennes et américaines. Afin de tester cette relation, l'équation suivante a été élaborée :

$$\Delta W_t = \beta_1(\Delta W_t^{NY}) + \beta_2(\Delta W_{t-1}^{NY}),$$

Où :

$\Delta W$  est le changement dans le prix à la rampe canadien sur une période d'un mois, et

$\Delta WNY$  est le changement dans le prix américain sur une période d'un mois.

Tous les prix sont en dollars canadiens.

On a choisi le prix à la rampe dans la ville de New York parce que les prix dans tous les autres marchés de gros des États-Unis sont étroitement harmonisés avec ce dernier. Ces estimations ont été effectuées au moyen de la méthode des moindres carrés, ville par ville, en utilisant les données mensuelles pour la période entre mars 1993 et avril 1999. On a introduit un retard dans le prix à la rampe de New York afin de tenir compte de la

possibilité que les prix à la rampe américains du mois précédent aient pu avoir une incidence sur les prix à la rampe canadiens en vigueur. On pourrait s'attendre à ce que les signes des deux coefficients soient positifs étant donné que des prix à la rampe plus élevés (plus bas) aux États-Unis devraient entraîner des prix à la rampe plus élevés (plus bas) au Canada.

On pourrait avancer que les prix du pétrole brut devraient être inclus dans l'équation à titre de variable indépendante plutôt que les prix à la rampe américains. Le Canada est un preneur de prix sur les marchés internationaux et, par conséquent, les prix du brut devraient avoir autant d'influence sur les prix à la rampe canadiens qu'ils en ont sur les prix à la rampe américains. Toutefois, on a pensé que les prix à la rampe américains seraient un meilleur indicateur étant donné qu'avec le temps ils sont responsables de gains d'efficacité dans l'industrie des raffineries américaines qui ne seraient pas nécessairement saisis avec le prix du pétrole brut.

#### Résultats

Les résultats de la régression sont illustrés au tableau 9 (les statistiques t sont entre parenthèses).

Les résultats indiquent que le prix à la rampe américain, à la fois le prix présent et avec un décalage d'un mois, est significatif pour expliquer la fluctuation des prix à la rampe canadiens dans les onze villes. La somme des coefficients est proche de un pour la plupart des villes, à l'exception de Calgary, Regina et Winnipeg. Ce résultat sous-entend qu'une augmentation (diminution) de un cent par litre dans les prix à la rampe américains entraîne au bout d'un mois une augmentation (diminution) de un cent par litre dans les prix à la rampe canadiens. Le fait que la somme des coefficients pour les trois villes des Prairies n'ait pas donné un total de un pourrait s'expliquer par la plus grande difficulté que ces villes éprouvent à obtenir de l'essence en gros importée des États-Unis par rapport aux autres villes de l'est du Canada et à Vancouver.

La relation étroite qui existe entre les prix à la rampe canadiens et américains n'est pas surprenante. Les grandes sociétés au Canada surveillent de près les prix à

la rampe américains et doivent fixer leurs prix de manière à demeurer concurrentielles avec l'essence importée. Si les prix à la rampe canadiens n'étaient pas concurrentiels avec les prix américains, les produits importés inonderaient le marché canadien et nuiraient à l'industrie du raffinage canadienne.

### Régressions des prix de détail

#### Question 3. Quelle est la relation entre les prix à la rampe et de détail de l'essence?

Le prix de détail hors taxes au Canada devrait fortement subir l'influence des changements survenus dans les prix de gros. La marge de détail est l'autre facteur qui devrait influencer les prix de détail. Si un détaillant fonctionne avec une faible marge, probablement à cause d'une guerre des prix, le changement dans le prix de détail résultant d'un changement dans le prix à la rampe peut varier par

comparaison avec la correction qui se produirait normalement si la marge de détail était plus élevée.

Voici l'équation qui a été utilisée pour tester cette hypothèse :

$$\Delta R_t = \beta_1(\Delta W_t) + \beta_2(\Delta W_{t-1}) + \beta_3(\Delta W_{t-2}) + \beta_4[(R_{t-1} - W_{t-1}) - (R - W)^*],$$

Où :

$\Delta R$  est le changement dans le prix de détail sur une période d'un mois,

$\Delta W$  est le changement dans le prix à la rampe sur une période d'un mois, et

$[(R - W) - (R - W)^*]$  est le terme de correction des erreurs.

On pourrait s'attendre à ce que le signe du prix à la rampe présent et du prix avec retard soit positif,

**Tableau 9**  
**Résultats des régressions des prix à la rampe canadiens**

Ville	Coefficients estimés				R <sup>2</sup> corrigé
	Périod t	Périod t-1	Somme		
Calgary	0,465 (10,196)	0,317 (6,811)	0,782	0,666	
Halifax	0,808 (19,539)	0,256 (6,136)	1,064	0,850	
Montréal	0,810 (19,375)	0,103 (2,409)	0,913	0,838	
Ottawa	0,829 (19,320)	0,137 (3,126)	0,966	0,839	
Ville de Québec	0,828 (18,886)	0,099 (2,203)	0,927	0,831	
Regina	0,466 10,294)	0,316 (6,837)	0,782	0,670	
Saint John	0,803 (19,273)	0,237 (5,579)	1,040	0,844	
St. John's	0,809 (18,804)	0,285 (6,488)	1,094	0,844	
Toronto	0,871 (20,707)	0,203 (4,717)	1,074	0,859	
Vancouver	0,500 (6,060)	0,497 (5,902)	0,997	0,485	
Winnipeg	0,470 (10,563)	0,317 (6,986)	0,787	0,681	

Source : Le Conference Board du Canada.

indiquant que des prix à la rampe plus élevés sont associés à des prix de détail plus élevés. Le terme de correction des erreurs exprime la différence entre le retard d'une période de la marge de détail et ce qu'on appelle la marge découlant des conditions du marché. La marge découlant des conditions du marché peut être vue comme la marge, déterminée par les conditions locales de la concurrence, qui existe mais qui n'est pas suffisante pour encourager les détaillants soit à entrer ou à sortir de l'industrie. Il s'agit d'une marge de détail qui, dans un sens, est acceptable pour les intervenants actuels dans un marché qui leur offre un rendement « juste ou décent » pour leurs efforts et leur investissement. Dans la plupart des villes, les marges ont reculé au tout début de la décennie, pour se stabiliser ensuite. Les marges moyennes ont été calculées sur des périodes au cours desquelles les marges évoluaient généralement dans la même direction (c.-à-d., augmentation, diminution ou stabilité). On les a ensuite qualifiées de marges découlant des conditions du marché.

La marge découlant des conditions du marché vise à saisir l'effet de ce que les détaillants considèrent comme la marge qui existe sur un marché donné et dont ils doivent tenir compte lorsque vient le moment de rajuster les prix de détail en fonction d'un changement survenu

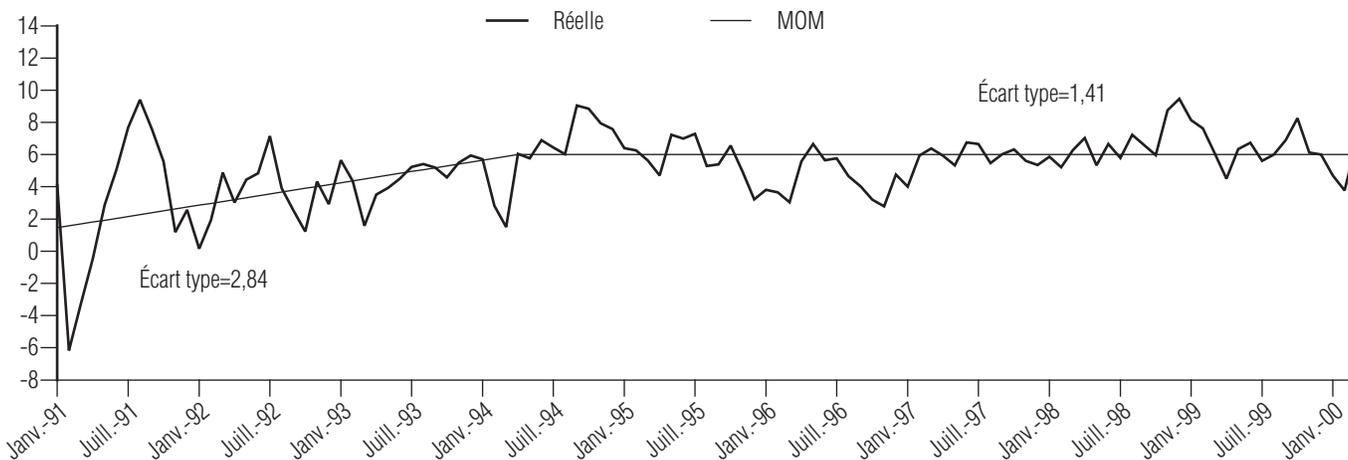
dans les prix de gros. Par exemple, si le prix à la rampe augmente de un cent et si la marge de détail courante se situe au-dessus de la marge découlant des conditions du marché, dans ce cas, le détaillant peut rajuster le prix de détail de moins de un cent, étant donné que la marge de détail est élevée. Réciproquement, le détaillant peut augmenter le prix de détail de plus de un cent si la marge de détail est inférieure à la marge découlant des conditions du marché. En conséquence, le signe du terme de correction des erreurs devrait être négatif.

Les estimations sont faites à l'aide de la méthode des moindres carrés, ville par ville, avec les données mensuelles pour la période de janvier 1991 à mars 2000.

### Marges découlant des conditions du marché

Les marges découlant des conditions du marché (MOM) utilisées dans les estimations sont montrées ville par ville dans les graphiques suivants. Les graphiques montrent également les écarts types pour la marge réelle pour chacune des périodes à l'étude. Ces écarts types sont une mesure de la volatilité. Il est clair que dans huit villes, la volatilité est moindre à la fin des années 1990 qu'au début de celles-ci.

**Graphique 48**  
**Marge de détail découlant des conditions du marché pour Calgary**  
 (en cents par litre)

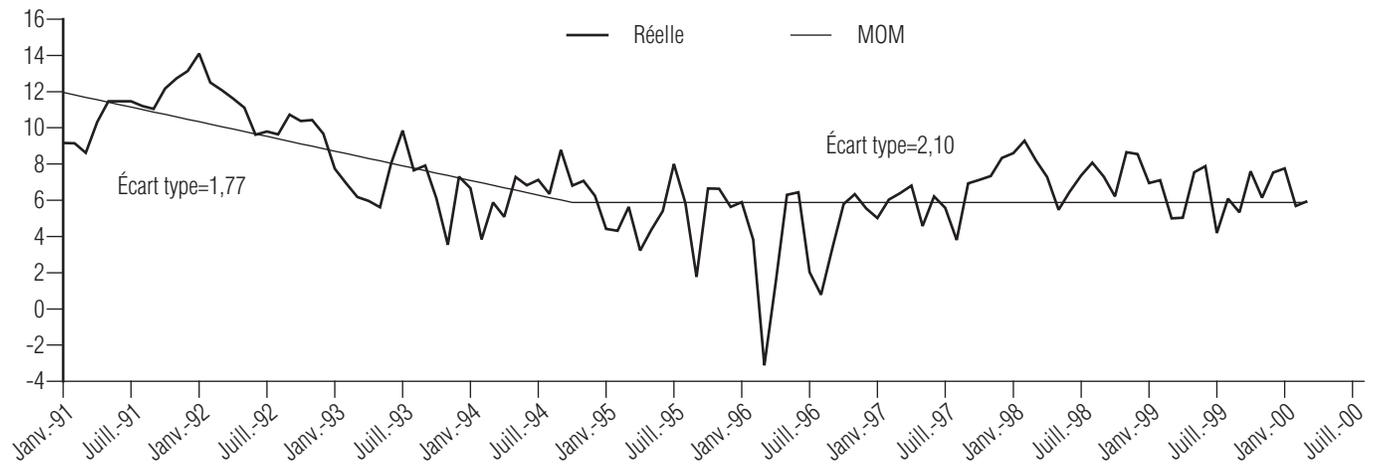


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 49

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour Halifax

(en cents par litre)

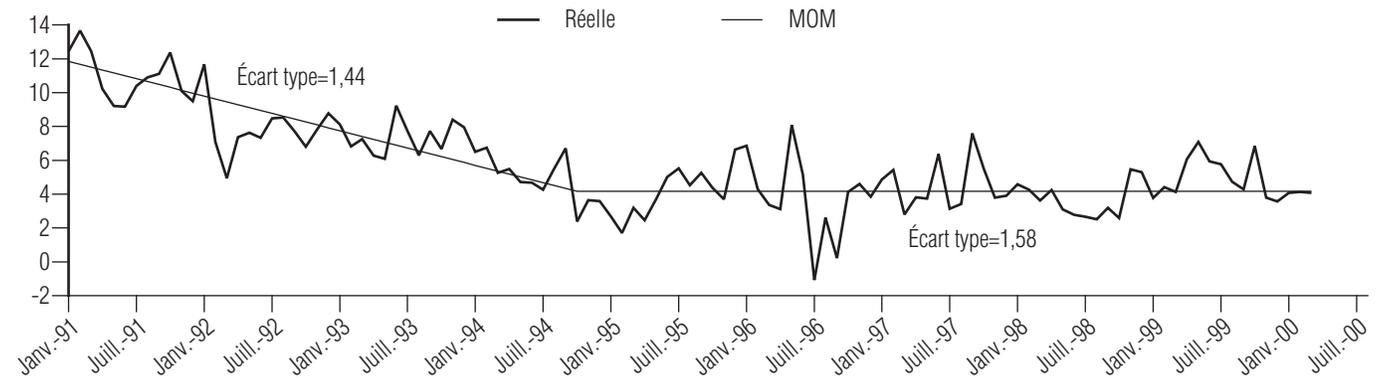


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 50

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour Montréal

(en cents par litre)

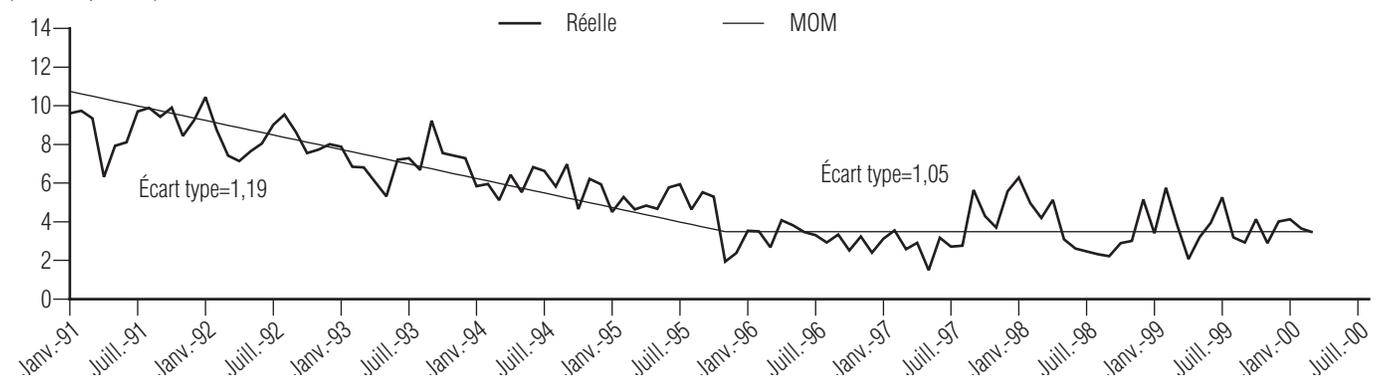


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 51

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour Ottawa

(en cents par litre)

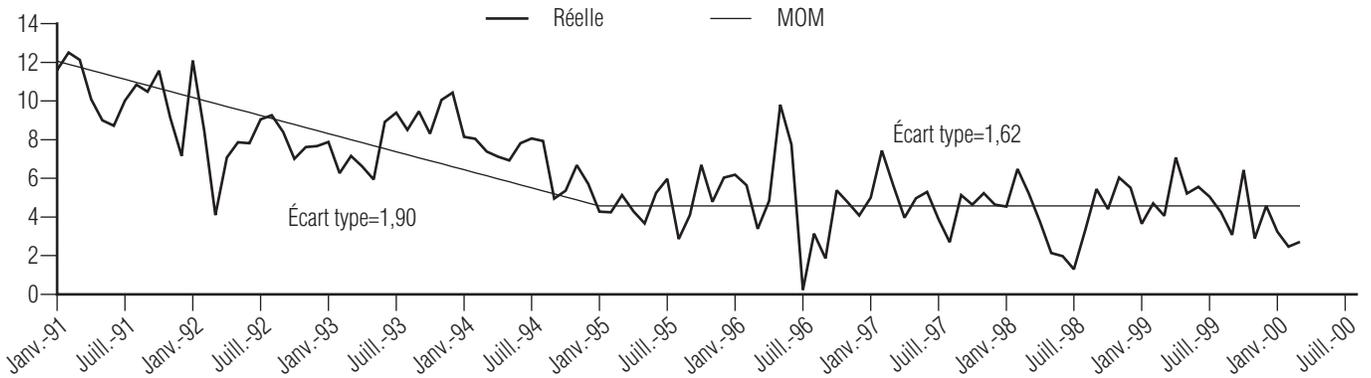


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 52

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour la ville de Québec

(en cents par litre)

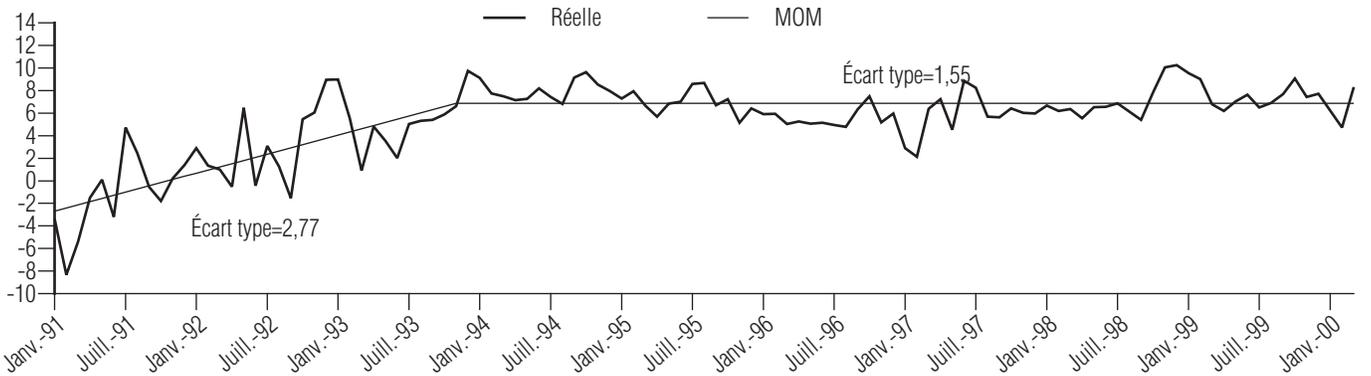


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 53

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour Regina

(en cents par litre)

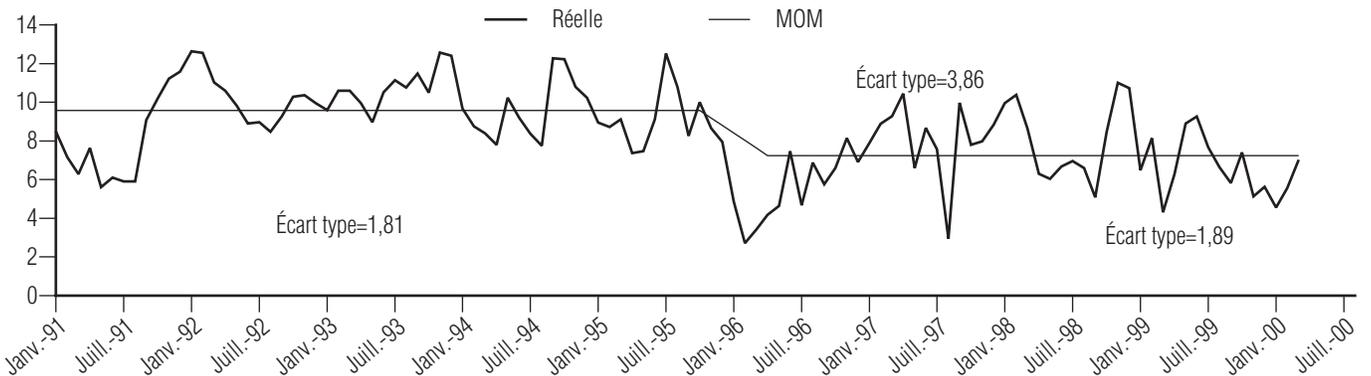


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 54

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour Saint John

(en cents par litre)

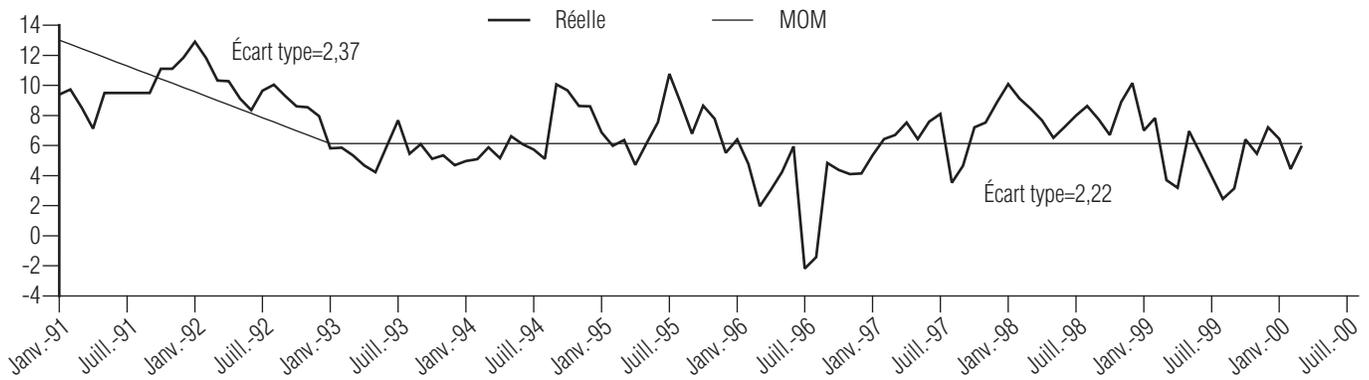


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 55

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour St. John's

(en cents par litre)

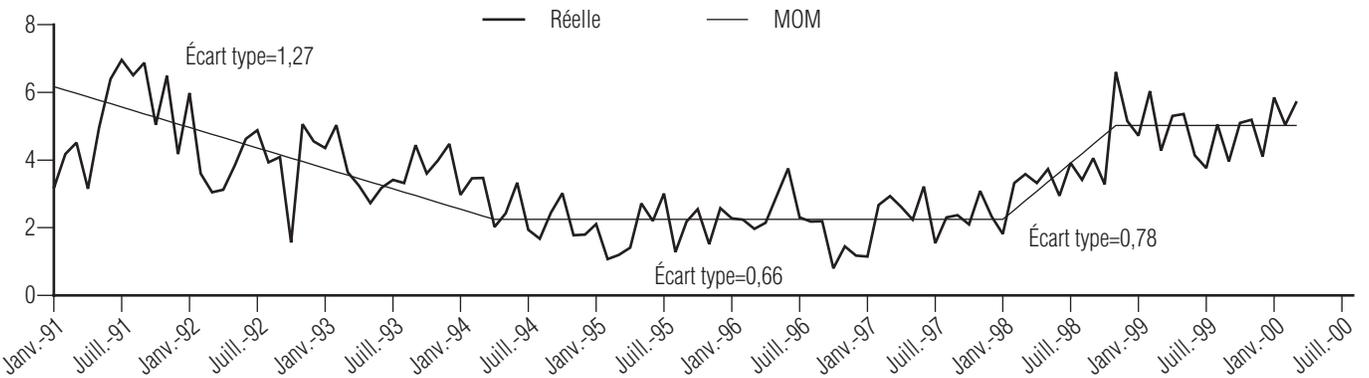


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 56

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour Toronto

(en cents par litre)

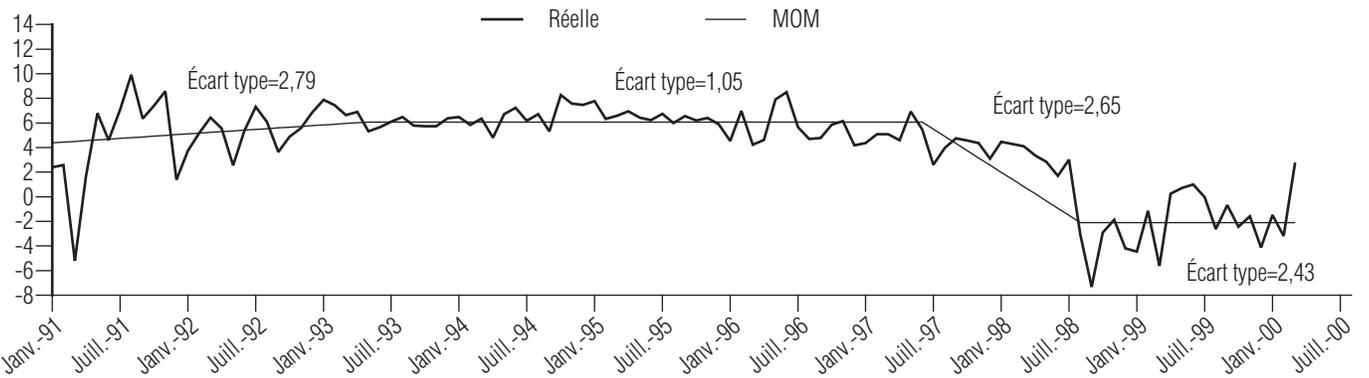


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 57

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour Vancouver

(en cents par litre)

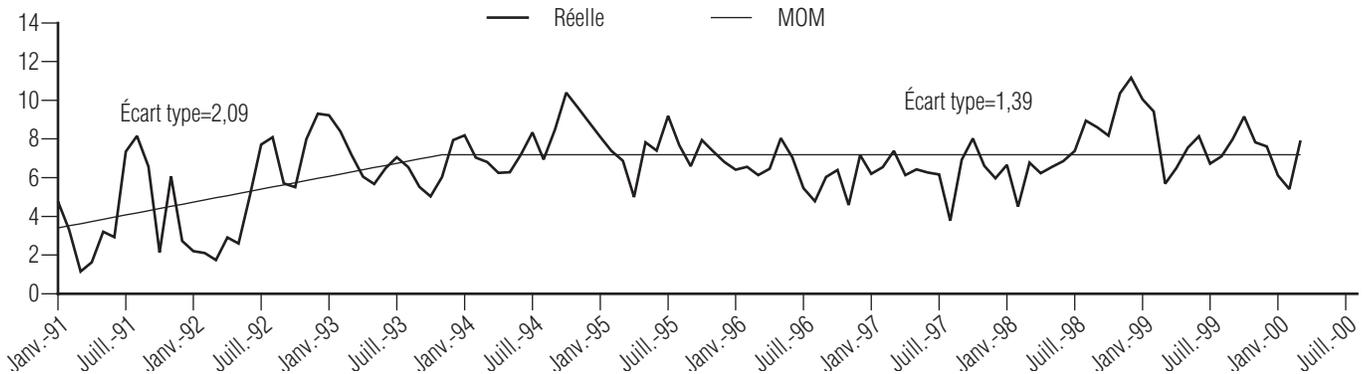


Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Graphique 58

#### Marge de détail découlant des conditions du marché pour Winnipeg

(en cents par litre)



Sources : M.J. Ervin et Le Conference Board du Canada.

### Tableau 10

#### Résultats des régressions des prix de détail

Ville	Périod t	Périod t-1	Périod t-2	Coefficients estimés		R <sup>2</sup> corrigé
				Somme	Marge cible	
Calgary	0,947 (8,064)	—	—	0,947	-0,447 (-5,625)	0,457
Halifax	0,463 (5,561)	0,278 (3,026)	0,144 (1,718)	0,885	-0,372 (-5,173)	0,479
Montréal	0,626 (8,534)	0,410 (5,086)	—	1,036	-0,520 (-6,302)	0,647
Ottawa	0,753 (13,973)	0,213 (3,798)	—	0,996	-0,428 (-5,439)	0,703
Ville de Québec	0,652 (7,400)	0,269 (2,927)	—	0,921	-0,497 (-5,938)	0,525
Regina	0,835 (6,399)	—	—	0,835	-0,624 (-6,975)	0,433
Saint John	0,406 (5,498)	0,453 (5,335)	—	0,859	-0,254 (-3,755)	0,528
St. John's	0,362 (4,700)	0,328 (3,859)	0,123 (1,599)	0,813	-0,248 (-4,226)	0,452
Toronto	0,865 (18,293)	0,088 (1,806)	—	0,953	-0,675 (-7,867)	0,797
Vancouver	1,096 (1,056)	—	—	1,096	-0,664 (-7,339)	0,569
Winnipeg	0,570 (5,359)	0,368 (3,575)	—	0,938	-0,364 (-4,874)	0,501

Source : Le Conference Board du Canada.

## Résultats

Les résultats des régressions des prix de détail montrent que les prix à la rampe présents et avec retard, de même que le terme de correction des erreurs, sont significatifs pour expliquer les changements survenus dans les prix de détail pour les onze villes. Tous les coefficients, y compris le terme de correction des erreurs, ont le signe prévu. Les statistiques t sont montrées entre parenthèses.

Le taux de transmission pour la majorité des villes est proche de un. Cela signifie qu'une augmentation (diminution) de un cent par litre dans le prix à la rampe de l'essence conduit à une augmentation (diminution) de un cent par litre dans le prix de détail au cours de la période d'ajustement. Les seules exceptions sont les villes des provinces de l'Atlantique et de Regina, où les taux de transmission sont inférieurs à 0,90. La période d'ajustement varie d'une ville à l'autre. L'ajustement est immédiat à Calgary, à Vancouver et à Regina, mais il prend environ un mois à se faire à Montréal, à Ottawa, à Québec, à Saint John, à Toronto et à Winnipeg. Halifax et St. John's sont les seules villes qui prennent deux mois à s'ajuster.

Pour résumer, une variation dans le prix de détail de l'essence s'explique généralement par une variation dans le prix à la rampe si les détaillants d'une ville donnée exploitent leur commerce en utilisant une marge très proche de la marge découlant des conditions du marché. Toutefois, si la marge est au-dessus de la marge découlant des conditions du marché, l'augmentation dans les prix à la rampe ne se reflète pas entièrement dans les prix de détail. Réciproquement, si la marge est au-dessous de la marge découlant des conditions du marché, l'augmentation des prix de détail peut être plus élevée que le changement initial survenu dans le prix de gros.

### Asymétrie des prix

**Question 4 : Est-ce que les prix de détail changent de façon asymétrique par rapport aux augmentations dans les prix de gros?**

L'asymétrie dans la fixation des prix de détail de l'essence fait référence au phénomène des prix de détail qui réa-

gissent plus fortement aux augmentations des prix du pétrole brut qu'à ses diminutions. Ce phénomène peut s'expliquer par la position dominante sur le marché ou par d'autres raisons comme la gestion des stocks ou la réaction des consommateurs aux changements de prix. Voici le modèle estimé en vue de tester l'asymétrie :

$$\Delta R_t = \beta_1(\Delta W_t) + \beta_2(\Delta W_t \times D1),$$

Où :

$\Delta R$  est la première différence dans le prix de détail, le changement dans le prix de détail sur une période d'un mois,

$\Delta W$  est la première différence dans le prix de gros, le changement dans le prix à la rampe sur une période d'un mois, et

$D1$  est la variable fictive assignée pour tenir compte d'une augmentation dans le prix à la rampe de l'essence. Une variable fictive est égale à un si la variation est positive, et à zéro, dans le cas contraire.

**Tableau 11**  
**Résultats des régressions de l'asymétrie**

Ville	Coefficient estimé	Variable fictive	R <sup>2</sup> corrigé
Calgary	0,946 (5,202)	-0,072 (-0,271)	0,297
Halifax	0,479 (3,377)	0,117 (0,594)	0,213
Montréal	0,646 (4,462)	0,117 (0,580)	0,307
Ottawa	0,736 (7,644)	0,044 (0,335)	0,554
Ville de Québec	0,723 (4,722)	-0,049 (-0,233)	0,281
Regina	0,747 (3,489)	0,075 (0,237)	0,179
Saint John	0,418 (3,081)	0,149 (0,789)	0,198
St. John's	0,426 (3,242)	0,073 (0,402)	0,188
Toronto	0,824 (9,575)	0,138 (1,148)	0,668
Vancouver	0,850 (4,279)	0,322 (1,219)	0,363
Winnipeg	0,771 (5,415)	0,069 (0,331)	0,349

Source : Le Conference Board du Canada.

L'équation permet de calculer la régression de la variation dans le prix de détail en fonction d'une variation dans le prix de gros. On utilise une variable fictive égale à un lorsque les prix à la rampe augmentent, et une valeur de zéro est appliquée lorsque les prix à la rampe diminuent. En présence d'asymétrie, le coefficient pour la variable fictive devrait être significatif. Les estimations utilisent la méthode des moindres carrés, ville par ville, avec les données pour la période de janvier 1991 à mars 2000.

### Résultats

Les résultats sont illustrés au tableau 11, et les statistiques t figurent entre parenthèses.

Aucun des coefficients pour la variable fictive n'est significatif. L'hypothèse d'un schéma de réponse asymétrique est rejetée. Il semble que les détaillants aient ajusté leurs prix de la même manière à la fois pour les augmentations et les diminutions des prix du pétrole brut dans les années 1990.

### Analyse de la marge

#### **Question 5 : Quelle est l'incidence des volumes de vente moyens sur les marges de détail de l'essence?**

L'analyse de la marge vise à expliquer pourquoi certaines villes ont des marges plus faibles que les autres. Les facteurs risquant d'avoir une incidence sur les marges de détail comprennent notamment la marge du mois précédent, le débit moyen, la densité de population par station et le revenu moyen. La marge du mois précédent a de toute évidence une influence sur la période en cours, tandis que le débit moyen est important parce qu'un détaillant peut demeurer dans la course avec une faible marge pourvu que son débit soit plus élevé. La densité de population par station devrait être significative, étant donné qu'une densité plus élevée devrait être associée avec de plus nombreux trajets jusqu'au point de vente. Le revenu devrait aussi être un important indicateur pour les marges de détail.

Les équations ont été testées à l'aide de ces variables pour toutes les villes. On a trouvé que le revenu moyen

n'était pas significatif et, pour y arriver, l'équation suivante a été retenue :

$$MR_{i,t} = \alpha + \beta_1 MR_{i,t-1} + \beta_2 AVGT_{i,t} + \beta_3 DENS_{i,t}$$

Où :

$\alpha$  est la constante,

$MR$  est la marge de détail,

$AVGT$  et le débit moyen par station, et

$DENS$  est la densité de population par station.

Le signe et la marge de détail avec retard devraient être positifs, tandis que le signe sur le débit moyen devrait être négatif. Des marges de détail plus élevées devraient être associées à des débits plus faibles. Le signe sur la variable de la densité moyenne devrait aussi être négatif étant donné qu'une densité plus élevée par station devrait être associée à un plus grand nombre de consommateurs utilisant le point de vente pour acheter des produits complémentaires. En conséquence, le détaillant dans une ville ayant une densité plus élevée peut survivre avec une marge plus faible. Autrement dit, la densité sert d'approximation pour l'existence de revenus provenant de produits et de services non pétroliers.

L'estimation a été faite au moyen de la méthode des moindres carrés avec les données mensuelles totalisées. On a donc fait la moyenne des événements aléatoires qui peuvent être propres à une ville en particulier ou à une période de temps donnée. Par ailleurs, l'estimation a été faite avec et sans la variable de densité afin de faire en sorte qu'elle ne saisisse pas les mêmes effets à titre de volumes par station. Le coefficient sur le débit ne changeait pas que la densité soit incluse ou non. On a donc conclu qu'il correspondait à autre chose qu'aux volumes.

### Résultats

Le tableau 12 contient les résultats obtenus avec la régression. Cette fois aussi, les statistiques t figurent entre parenthèses, au-dessous du coefficient.

**Tableau 12**  
**Résultats de l'analyse de la marge**

Variable	Coefficient estimé
Constante ( $\alpha$ )	2,335 (8,606)
Marge de détail ( $MR(-1)$ )	0,770 (41,555)
Débit moyen ( $AVGT$ )	-3,99E(-6) (-2,549)
Densité par station ( $DENS$ )	-1,14E(-4) (-1,705)
R <sup>2</sup> corrigé	0,668
Durbin-Watson	2,163

Source : Le Conference Board du Canada.

Les coefficients sont tous significatifs et ont tous le signe prévu. Le débit moyen par station et la densité de population sont d'importants facteurs pour expliquer la variation dans les marges d'une ville à l'autre. Le fait que le revenu moyen n'ait pas été significatif suggère que l'essence est un produit que les gens achètent, quel que soit leur revenu.

### Longues fins de semaine

#### Question 6 : Est-ce que les prix de l'essence montent avant les longues fins de semaine?

L'une des pires doléances des consommateurs au sujet des prix de l'essence tire son origine de l'hypothèse selon laquelle les prix grimpent immédiatement avant les longues fins de semaine. Le grand public soupçonne qu'il s'agit d'une manœuvre de l'industrie pour exploiter les consommateurs en augmentant les prix à un moment où les déplacements en voiture sont les plus élevés. Afin de tester ce phénomène, on a effectué des régressions avec les données hebdomadaires pour un certain nombre de villes différentes.

Voici l'équation qui a été utilisée pour tester les augmentations de prix avant les longues fins de semaine :

$$R_{it} = \beta_1 W_{it} + \beta_2 D_{it}$$

Où :

$R$  est le prix de détail,

$W$  est le prix de gros, et

$D$  est une variable fictive assignée pour tenir compte des longues fins de semaine.

On a effectué les régressions à l'aide des données hebdomadaires afin de tenir compte de la période précédant les longues fins de semaine. Une valeur de un a été assignée à la variable fictive dans la semaine qui précède immédiatement la longue fin de semaine en mai, en août, en septembre et en octobre. Si les prix de détail augmentent avant les longues fins de semaine, la variable fictive est significative et a un signe positif. Les six villes retenues pour l'enquête étaient Vancouver, Calgary, Winnipeg, Toronto, Ottawa et Saint John et la période de temps sélectionnée s'étendait de la première semaine de 1997 à la fin de mai 2000. Les données ont été totalisées.

#### Résultats

Tel qu'illustré au tableau 13, les prix à la rampe ont été un facteur significatif pour expliquer les mouvements mensuels des prix de détail. Toutefois, la variable fictive pour les longues fins de semaine n'a pas été significative et elle avait un signe négatif. L'équation incluait un facteur visant à corriger l'autocorrélation. Les statistiques t figurent entre parenthèses, sous les coefficients estimés.

Est-ce que ces résultats signifient que les consommateurs se trompent lorsqu'ils pensent que les prix augmentent avant les longues fins de semaine? La réponse

**Tableau 13**  
**Résultats de l'analyse des longues fins de semaine**

Variable	Coefficient estimé
Prix à la rampe ( $W$ )	0,841 (25,634)
Variable «Dummy» ( $D$ )	-0,140 (-0,749)
Revenu moyen(1)	0,677 (28,972)
R <sup>2</sup> corrigé	0,888
Durbin-Watson	2,432

Source : Le Conference Board du Canada.

est non. Ces résultats montrent que les prix peuvent tout aussi bien monter avant n'importe quelle fin de semaine de l'été, y compris les longues fins de semaine. Cette situation correspond au raisonnement des détaillants qui tentent d'améliorer leurs prix à de nombreuses reprises durant l'année et ces tentatives sont plus probables durant les mois d'été lorsque la demande pour l'essence est forte et que les stocks sont bas.

## Interfinancement

### Question 7 : L'interfinancement existe-t-il entre les secteurs d'amont et les secteurs du raffinage et les activités de vente au détail des raffineurs-négociants intégrés?

Certains détaillants indépendants consultés durant les discussions avec les intervenants ont affirmé que les grandes sociétés utilisaient les profits qu'elles tiraient de leurs activités en amont ou du raffinage pour financer les prix du marché de détail des stations qui affichent leur marque. Les indépendants soutenaient que les prix mondiaux du pétrole brut qui oscillent au-dessus de 44 \$ CAN (30 \$ US) le baril créent une possibilité pour les grandes sociétés pétrolières de détourner une partie des revenus des autres segments de leurs activités au profit de la vente au détail et de resserrer les marges afin d'accroître la pression de la concurrence sur les détaillants indépendants.

Afin de tester l'hypothèse de l'interfinancement, deux séries de régressions ont été exécutées pour onze villes canadiennes. Voici la première équation :

$$MR_{i,t} = \alpha + \beta_1 MR_{i,t-1} + \beta_2 MW_{i,t}$$

Où :

$\alpha$  est la constante,

$MR$  est la marge de détail, et

$MW$  est la marge de gros.

La deuxième équation estimée est la suivante :

$$MR_{i,t} = \alpha + \beta_1 MR_{i,t-1} + \beta_2 CRUDE_{i,t}$$

Où :

$\alpha$  est la constante,

$MR$  est la marge de détail, et

$CRUDE$  est le prix du pétrole brut.

La première équation a permis de calculer la régression de la marge de détail en fonction de la marge de gros et de la marge de détail avec un décalage d'un mois. La deuxième a été incluse afin d'améliorer la capacité d'explication de l'équation globale. Si l'interfinancement s'est produit, il devrait y avoir une relation négative entre les marges de gros et les marges de détail. Ce résultat indiquerait que les grandes sociétés utilisent des revenus provenant des marges élevées du prix à la rampe pour resserrer les marges de détail.

Si les grandes sociétés détournent des revenus provenant des activités en amont au profit du secteur de la vente au détail, il devrait y avoir une relation négative entre les marges du pétrole brut et les marges de détail. Le signe pour le pétrole brut devrait donc être négatif. Cette hypothèse est vérifiée dans la seconde équation. Dans ce cas aussi, on a utilisé une variable dépendante avec retard afin d'améliorer la capacité d'explication de l'équation globale.

### Résultats

Les résultats des régressions sont illustrés dans les tableaux suivants (les statistiques t figurent entre parenthèses, au-dessous des coefficients).

**Tableau 14**  
**Résultats de l'analyse de l'interfinancement**  
(Équation n° 1)

Variable	Coefficient estimé
Constante ( $\alpha$ )	1,288 (6,811)
Marge de gros ( $MW$ )	-0,020 (-0,923)
Marge de détail ( $MR(-1)$ )	0,800 (47,654)
$R^2$ corrigé	0,648
Durbin-Watson	2,176

Source : Le Conference Board du Canada.

Dans la première équation, même si le signe du coefficient est négatif, il n'est pas significatif, ce qui indique qu'on ne peut prouver l'interfinancement dans les villes sélectionnées.

Dans la deuxième équation, le signe sur le pétrole brut était à la fois négatif et significatif, ce qui indique l'existence de l'interfinancement. Toutefois, la taille du coefficient indique que l'interfinancement est négligeable. Le coefficient de 0,004 indique qu'une augmentation de un

cent par litre dans les prix du pétrole brut entraîne une diminution de 0,004 cent dans les marges de détail.

### Volatilité des prix

Le graphique 59 montre les prix moyens du pétrole brut, les prix moyens à la rampe et les prix moyens de détail de l'essence au Canada entre le mois de janvier 1991 et le mois d'août 2000. Les données sont des moyennes men-suelles pour les trois séries. Les écarts types sont calculés et figurent dans le graphique. L'écart type pour le pétrole brut est plus petit que pour les prix de détail et les prix à la rampe, ce qui démontre que le prix du pétrole brut est le moins volatile des trois. Le prix de détail affiche le plus grand écart type et il est donc le plus volatile.

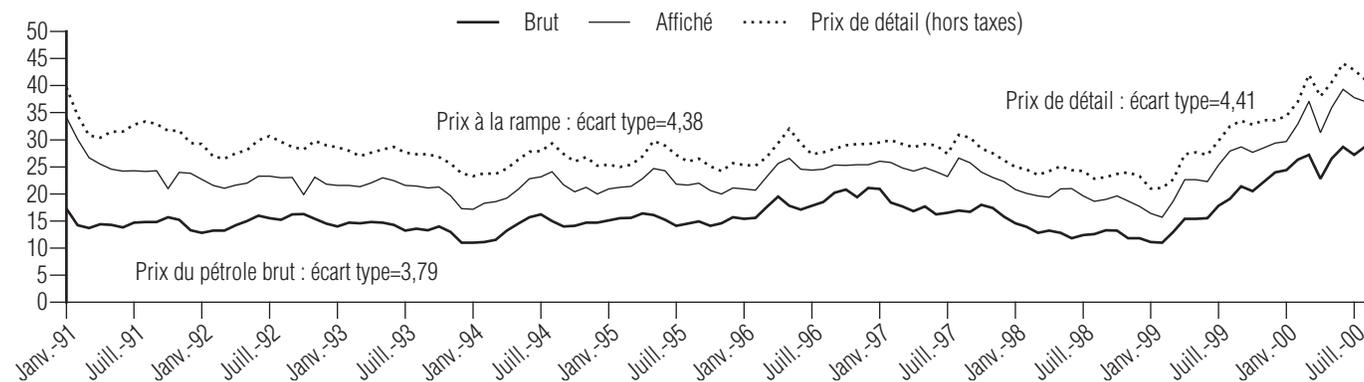
Ce résultat n'est pas surprenant étant donné que le prix de détail est soumis aux variations soudaines du pétrole brut et des prix à la rampe affichés au dépôt, ainsi qu'à celles que subissent les commerçants. Toutefois, les écarts types pour les prix de détail et pour les prix à la rampe sont très semblables, ce qui indique que les variations dans les prix à la rampe sont à la remorque des variations dans les prix de détail.

**Tableau 15**  
**Résultats de l'analyse de l'interfinancement**  
(Équation n° 2)

Variable	Coefficient estimé
Constante ( $\alpha$ )	1,852
Pétrole brut ( <i>CRUDE</i> )	-0,004
Marge de détail ( $MR(-1)$ )	0,794
$R^2$ corrigé	0,650
Durbin-Watson	2,166

Source : Le Conference Board du Canada.

**Graphique 59**  
**Prix moyens du pétrole brut, à la rampe et de détail (hors taxes) de l'essence**  
(en cents par litre)



Source : M.J. Ervin.

Nombre d'études importantes ont été réalisées sur l'industrie pétrolière canadienne et sur certaines questions particulières ayant trait à la fixation des prix de l'essence au Canada et à l'étranger. Nous avons utilisé ces études pour situer le présent rapport et avons examiné les résultats obtenus et les méthodes utilisées afin de nous en inspirer. Vous trouverez dans la présente annexe un sommaire de ces études.

L'annexe se subdivise en quatre sections : études canadiennes, études américaines, études de l'asymétrie et études sur les lois interdisant la vente de l'essence à perte.

### Études canadiennes

#### *Étude des marchés de détail canadiens de produits pétroliers*

M.J. Ervin (1998)

L'étude réalisée par Ervin donne un aperçu complet du secteur d'aval de l'industrie pétrolière au Canada. L'étude comprend également une analyse de dix-neuf marchés dans tout le Canada. Ces analyses de marchés visent à comparer différentes régions et indicateurs clés.

Ervin commence par établir un modèle illustrant les rapports qui existent entre le prix à la pompe et les marges qui sert à décrire les composantes du prix d'un litre d'essence. En 1996, le prix moyen était de 56,8 cents. Les composantes étaient le prix du pétrole brut (19,1 cents), la marge du raffineur (5,3 cents), les coûts de transport (0,3 cent), la marge de détail (3,5 cents) et les taxes (28,6 cents). La marge de détail de 3,5 cents par litre doit couvrir les coûts du point de vente, les revenus du détaillant, les coûts du fournisseur et la rentabilité au niveau du marché de détail. À l'aide de ce modèle, Ervin montre que la concurrence des prix s'effectue à trois niveaux : pétrole

brut, gros et détail. Les prix pour ces produits sont déterminés sur un marché concurrentiel et les marges reflètent la demande et les facteurs d'approvisionnement.

Ervin examine ensuite la structure de l'industrie pétrolière. En 1995, environ 16 000 points de vente étaient en exploitation un peu partout au pays, par comparaison à 22 000 en 1989. Plus de la moitié de ces stations étaient exploitées à titre de locataire-exploitant ou d'indépendant, ce qui signifie que les prix étaient déterminés au niveau du marché de détail. Avec les années, les revenus complémentaires, comme ceux des dépanneurs et des lave-autos sont devenus un important facteur parce qu'ils donnaient aux détaillants une autre source de revenus. Grâce à cette source de revenus, il leur était possible d'abaisser leurs marges et d'offrir un produit à meilleur marché.

L'auteur examine ensuite les tendances historiques dans les prix de l'essence. Il a observé, entre 1986 et 1995, que le prix hors taxes à la rampe avait chuté de 4 cents par litre tandis que le prix « avec taxes » avait augmenté. De 1991 à 1996, la teneur moyenne en taxes a augmenté de 5 cents par litre dans tout le pays. Depuis 1991, les raffineurs et les détaillants rognent sur leurs marges à cause de la concurrence. Cette diminution est le résultat d'une amélioration de l'efficacité des raffineries, de la rationalisation des points de vente au détail et de l'accent mis sur les revenus des produits complémentaires.

Dans son analyse des dix-neuf marchés représentant les diverses régions du Canada, Ervin a trouvé que la concurrence était présente dans tous les marchés. Il a expliqué la différence dans le prix à la pompe entre les grands et les petits centres par l'existence du débit. En effet, les grands centres ont des débits plus élevés par station, ce qui leur permet d'avoir des marges

plus faibles que les petits centres. Une analyse des ventes de produits complémentaires est également incluse dans l'analyse des marchés. Ervin trouve que, en moyenne, en 1995, les points de vente en milieu urbain ont affiché des pertes nettes sans revenus de produits complémentaires et que la vente de l'essence seulement ne permettait pas de couvrir les frais d'exploitation.

À partir de ces résultats, Ervin conclut que la concurrence existe dans le secteur canadien de la vente au détail de l'essence. Il fait remarquer que les marges de détail et de raffinage ont amorcé une tendance à la baisse avec le temps et que les marges plus faibles s'expliquent par des débits plus élevés. Il signale également que les marges sont faibles et que les taxes sont un facteur important dans le prix de l'essence. Finalement, les fluctuations dans le prix à la pompe peuvent indiquer la présence de la concurrence sur le marché.

*Retail Gasoline Market Shares : An Analysis of the Experience of Integrated Companies and Independents over the Decade in Selected Canadian Cities* (Parts du marché de détail de l'essence : une analyse de l'expérience des sociétés intégrées et des indépendants durant la décennie dans une sélection de villes canadiennes)  
Loretta Mahoney (1999)

L'étude de Mahoney analyse les tendances dans les parts du marché des sociétés intégrées à la verticale et non intégrées dans l'industrie de détail de l'essence. L'étude couvre une période de 10 ans de 1988 à 1998 et inclut douze villes canadiennes : St. John's, Halifax, Saint John, Charlottetown, Québec, Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Regina, Calgary et Vancouver. L'étude examine le nombre de points de vente, les débits et les parts du marché de divers types de détaillants et inclut également une analyse de la marge de détail pour la même période.

Mahoney trouve que tous les marchés ont des caractéristiques différentes et qu'il ne se dégage aucune tendance uniforme avec les années. Les sociétés intégrées à la verticale et non intégrées ont essuyé de nombreux revers au cours de la décennie. Par exemple, les parts de marché des indépendants ont fluctué passablement, passant de nulles à Halifax en 1988 à un sommet de 37 p. 100 à

Winnipeg en 1992. Toutes les villes incluses dans l'étude, à l'exception de Montréal, de Toronto et d'Ottawa ont vu les parts de marché des détaillants indépendants grossir.

Au début des années 1990, les sociétés intégrées à la verticale ont rationalisé leurs stations-service, et les quatre villes de l'est du pays ont subi le plus fortement l'incidence de cet exercice. Depuis lors, les sociétés intégrées ont eu un rendement supérieur (mesuré par le débit moyen) à celui des détaillants indépendants, particulièrement dans les villes de l'Est.

On peut expliquer le changement net dans le nombre de stations-service par la réfection d'une station-service, l'ouverture d'une nouvelle station, le changement de la marque affichée par une station existante ou la fermeture d'une station. Durant la rationalisation, les sociétés intégrées se sont départies de leurs points de vente les moins efficaces, dont bon nombre ont été rachetés par des indépendants. On a enregistré également passablement de changements de marque. Seulement 4 p. 100 des changements dans le nombre de stations-service sont le résultat d'une réfection.

Dans son étude, Mahoney examine aussi la marge de détail. L'auteur fait remarquer que Québec, Montréal et Ottawa sont les villes ayant subi les plus fortes compressions de la marge au cours de la décennie. Dans les marchés de l'Ouest, les marges ont été relativement stables au cours de la période de 10 ans, tandis qu'à Vancouver, une guerre des prix ayant éclaté en 1998 a pratiquement réduit les marges à néant.

*Wholesale and Retail Competition in the Canadian Petroleum Industry : An Econometric Analysis* (Concurrence sur les marchés de détail et de gros dans l'industrie pétrolière canadienne : une analyse économétrique)  
Anindya Sen (1999)

Dans cette étude, Sen vérifie si la présence des indépendants est associée à des prix de détail plus bas pour l'essence. Son analyse porte sur une période de sept ans (de 1991 à 1998) et vise douze villes canadiennes (St. John's, Halifax, Saint John, Charlottetown, Montréal, Québec, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Regina, Calgary et

Vancouver). Sen totalise les données afin d'établir une moyenne de tous les événements aléatoires qui pourraient être particuliers à une ville ou à une année.

Dans son analyse, Sen explique deux relations : la relation entre le prix de détail et le prix de gros, et la relation entre le prix de gros et le prix du pétrole brut. Le premier modèle consiste en une régression du prix de détail par rapport au prix de gros, au débit moyen par station, au revenu moyen, à la densité de population, aux indices de concentration pour les divers types de détaillants ainsi que les effets de la ville et les effets saisonniers. L'équation correspond à :

$$R_{i,t} = C_i + \beta_1 W_{i,t} + \beta_2 AVGT_{i,t} + \beta_3 INC_{i,t} + \beta_4 PDENS_{i,t} + \beta_5 HERFM_{i,t} + \beta_6 HERFR_{i,t} + \beta_7 HERFI_{i,t}$$

où  $R$  est le prix de détail,  $W$  est le prix de gros,  $AVGT$  est le débit moyen par station,  $INC$  est le revenu moyen,  $PDENS$  est la densité de population,  $HERF$  est l'indice Herfindahl pour les divers types de détaillants ( $M$  : grandes sociétés,  $R$  : raffineurs régionaux et  $I$  : indépendants) et  $C$  est la constante, qui est particulière à la ville (représentant les facteurs de la ville). Des variables fictives («dummy») sont incluses dans l'équation afin de saisir les effets saisonniers.

Le deuxième modèle consiste en une régression du prix de gros par rapport au prix du pétrole brut, au nombre de grossistes, au nombre de raffineries, aux facteurs liés aux villes et aux facteurs saisonniers. L'équation correspond à :

$$W_{i,t} = C_i + \beta_1 CO_{i,t} + \beta_2 CO_{i,t-1} + \beta_3 CO_{i,t-2} + \beta_4 NWHOL_{i,t} + \beta_5 NREF_{i,t}$$

où  $W$  est le prix de gros,  $CO$  est le prix du pétrole brut,  $NWHOL$  est le nombre de grossistes,  $NREF$  est le nombre de raffineries et  $C$  est la constante, qui est particulière à la ville (représentant les facteurs de la ville). Dans ce cas aussi, des variables fictives sont incluses afin de modéliser les facteurs saisonniers.

Avec cette analyse, Sen trouve une corrélation positive entre les indices de concentration du marché et le prix de détail de l'essence. À partir de ce résultat, il conclut que les indépendants n'ont pas une incidence significative sur les prix de détail. Par ailleurs, il trouve également une

corrélation positive entre le prix de gros et le prix de détail, mais le coefficient est inférieur à un. Ce résultat suggère qu'une augmentation du prix de gros de l'essence n'est pas entièrement passée aux consommateurs. Sen conclut également que le débit moyen par station a une incidence négative sur le prix de détail. Finalement, à partir de son deuxième modèle, Sen relie les prix du pétrole brut aux prix de gros et fait remarquer qu'une augmentation de un cent par litre est entièrement passée dans le prix de gros.

*Evaluation of the Six Residents' Allegation of Price-Fixing in the Canadian Petroleum Industry* (Évaluation des allégations de six résidents relativement à la fixation des prix dans l'industrie pétrolière canadienne)

Dr. George Lerner (1996)

L'étude Lerner est une réponse aux allégations faites par six résidents concernant la fixation des prix dans l'industrie de l'essence en avril 1996. Après avoir analysé en détail la relation entre les prix de détail et les prix de gros ainsi que les prix du pétrole brut de même que la rentabilité des raffineurs-négociants, Lerner n'a pu confirmer la présence d'un comportement anticoncurrentiel.

Lerner analyse les comptes financiers segmentés en aval de trois grands raffineurs-négociants. À partir de cette analyse, il a conclu que les niveaux de profits supplémentaires sont le résultat de la réduction des frais d'exploitation et de l'expansion des ventes de mazout domestique au cours de l'hiver précédent. La montée en flèche des prix de détail de l'essence — et aussi des marges — en avril 1996 a été remarquée dans presque tous les centres urbains canadiens, mais elle suit le mouvement des années précédentes.

Les six résidents ayant déposé la plainte décrivaient également la réponse asymétrique du prix de détail de l'essence à une variation dans le coût du pétrole brut. Lerner vérifie cette hypothèse en appliquant d'abord un modèle symétrique pour relier le prix de détail et le prix de gros au prix du pétrole brut. Il trouve que les prix de détail et les prix à la rampe réagissent très rapidement au prix du pétrole brut dans les grands centres comme Toronto, Montréal et Vancouver. Dans les petites localités, comme Regina, Charlottetown, Saint John, St. John's et

Halifax, la réaction est plus lente. L'auteur vérifie ensuite le modèle de réponse asymétrique et trouve une asymétrie modeste, mais l'effet du changement est négligeable. Lerner fait remarquer que le prix à la rampe canadien suit de très près le prix à la rampe américain et en arrive à la conclusion que les raffineurs canadiens n'ont pas une influence significative sur les prix de gros. Par ailleurs, le recul de la marge de détail avec le temps démontre qu'il n'y a pas de présence ou d'influence induite de la position dominante sur le marché au niveau du marché de détail.

Le premier modèle estimé par l'auteur est une régression du prix de détail par rapport à un retard d'une période, au prix du brut et à une tendance temporelle. L'équation de la régression correspond à :

$$REGEXCITY_t = C + \beta_1 REGEXCITY_{t-1} + \beta_2 EDCPARWEDS_t + \beta_3 TREND_t$$

où *REGEXCITY* est le prix à la rampe hors taxes de l'essence ordinaire sans plomb dans une ville donnée, *EDCPARWEDS* est le prix du brut les mercredis à Edmonton, *TREND* est une tendance temporelle et *C* est la constante. L'estimation est effectuée chaque semaine dans les villes suivantes : Vancouver, Edmonton, Calgary, Regina, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montréal, Québec, Saint John, Charlottetown, Halifax et St. John's.

Le deuxième modèle est une régression du prix à la rampe par rapport à un retard d'une période, au prix du pétrole brut et à une tendance temporelle. L'équation correspond à :

$$RACKCITY_t = C + \beta_1 RACKCITY_{t-1} + \beta_2 EDCPAR_t + \beta_3 TREND_t$$

où *RACKCITY* est le prix à la rampe pour une ville en particulier, *EDCPAR* est le prix du pétrole brut à Edmonton, *TREND* est une tendance temporelle et *C* est la constante. Les estimations sont faites pour les mêmes villes que dans le premier modèle.

À partir de ces régressions, Lerner remarque une tendance à la baisse dans le prix de détail et le prix à la rampe de l'essence, et note l'importance pour les consommateurs. Étant donné qu'il n'y a pas de tendance dans le prix du pétrole brut, la marge du raffineur-négociant

diminue avec le temps. Le recul des marges a commencé en 1987 dans les marchés urbains et il a forcé la rationalisation des activités des raffineries et la réduction du nombre de stations-service. Les sources d'approvisionnement américaines concurrentes, le nombre trop élevé de stations-service et l'excédent de capacité des raffineries sont à l'origine de la rationalisation. La tendance à la baisse sur le marché de détail a été examinée pour Vancouver, Edmonton, Calgary, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montréal, Québec, Saint John, Charlottetown, Halifax et St. John's. Regina est la seule exception.

Lerner conclut que les prix à la rampe de l'essence au Canada suivent de près les prix à la rampe américains. Il trouve également que les marges de détail de l'essence par rapport au prix à la rampe sont faibles en raison de la trop grande capacité des raffineries et des stations-service. Une autre conclusion à laquelle il arrive est que la tendance à la baisse dans les marges de détail confirme le fait que l'industrie de l'essence est dans une transition. L'industrie continuera de rationaliser le nombre de stations-service jusqu'à ce qu'elle atteigne un équilibre stable sur le marché. Lorsqu'elle aura atteint cet équilibre, la tendance à la baisse va disparaître.

*Analysis and Opinion on Retail Gas Inquiry* (Analyse et opinion concernant la demande d'enquête sur le marché de détail de l'essence)  
Ken Hendricks (1996)

L'étude de Hendricks est également une réponse aux allégations faites par les six résidents concernant la fixation des prix par les sociétés pétrolières intégrées. Le but de l'étude est d'examiner les trois points suivants :

- Mesurer le schéma de réponse et la période d'ajustement pour qu'une variation dans les prix du pétrole brut soit transmise au prix à la rampe et au prix de détail de l'essence;
- Déterminer si les schémas de réponse sont les mêmes pour une augmentation que pour une diminution des prix du pétrole brut;
- Comparer les schémas de réponse dans diverses villes canadiennes.

Pour examiner ces trois questions, Hendricks utilise deux types de modèles : un modèle ayant un schéma de

réponse symétrique et un modèle comportant la possibilité d'un schéma de réponse asymétrique. Les deux modèles sont fondés sur le modèle de correction des erreurs de Borenstein, Cameron et Gilbert (1997) (cité ci-après). Le premier modèle correspond à :

$$\Delta R_t = \sum_{i=0}^m \beta_i \Delta C_{t-i} + \sum_{i=1}^m \theta_i \Delta R_{t-i} + \gamma (\varepsilon_{t-s}),$$

où  $\Delta R$  est la première différence dans le prix de détail,  $\Delta C$  est la première différence dans le prix du pétrole brut et  $\varepsilon_{t-s}$  est le terme de correction des erreurs. L'estimation a été effectuée avec les données hebdomadaires de la période du 2 avril 1991 au 25 juin 1996. Les villes incluses dans l'étude sont Calgary, Halifax, Montréal, Regina, Toronto et Vancouver.

Hendricks trouve qu'un changement non anticipé dans le prix du pétrole brut est complètement passé dans le prix de détail dans toutes les villes, sauf à Regina. La période d'ajustement varie d'une ville à l'autre. Pour Montréal et Toronto, il faut compter de 5 à 7 semaines pour constater qu'une variation dans le prix du brut est passée dans le prix de détail. Les autres villes prennent plus de temps pour s'ajuster.

Le deuxième modèle vise à vérifier l'asymétrie. L'approche est la même que celle retenue par Borenstein, Cameron et Gilbert (1997). Le modèle estimé est :

$$\Delta R_t = \sum_{i=0}^m (\beta_i^+ \Delta C_{t-i}^+ + \beta_i^- \Delta C_{t-i}^-) + \sum_{i=1}^m (\theta_i^+ \Delta R_{t-i}^+ + \theta_i^- \Delta R_{t-i}^-) + \gamma (\varepsilon_{t-s}),$$

où  $\Delta R$  est la première différence dans le prix de détail,  $\Delta C$  est la première différence dans le coût et  $\varepsilon_{t-s}$  est le terme de correction des erreurs. Si les coefficients  $\beta_i^+$  et  $\beta_i^-$  sont égaux, dans ce cas le schéma d'ajustement est symétrique. Si les coefficients  $\beta_i^+$  et  $\beta_i^-$  ne sont pas égaux, dans ce cas le schéma d'ajustement est asymétrique.

L'auteur trouve que les schémas de réponse sont les mêmes qu'il s'agisse d'une augmentation ou d'une diminution des prix du pétrole brut. L'exception possible est Vancouver, où le taux de transmission semble plus rapide pour une augmentation que pour une diminution.

## Études américaines

*Assessment of Summer 1997 Motor Gasoline Price Increase* (Évaluation de l'augmentation des prix de l'essence auto-

mobile survenue à l'été 1997)  
Energy Information Administration (1998)

Au printemps 1997, les prix de détail de l'essence ont augmenté comme ils le font habituellement au début de la saison par excellence de la conduite automobile. Mais l'année 1997 a été différente des années précédentes. Par exemple, à la même époque l'année précédente, il y a eu une hausse marquée des prix de détail. Cette augmentation était surtout imputable à une augmentation du prix du pétrole brut. Après un an, les prix du brut ont chuté et les prix de détail ont suivi le mouvement.

En août 1997, le prix de détail de l'essence a grimpé de sept cents ou plus le gallon. De nombreuses raisons expliquaient cette hausse, mais surtout une augmentation imprévue de la demande au mois de juillet. Des problèmes de raffinage aux États-Unis et à l'étranger vers la fin de juillet et août ont restreint l'offre et les stocks ont plongé à leur plus bas niveau depuis 1981. En raison de l'augmentation de la demande et des difficultés d'approvisionnement, le prix au comptant du port de New York a augmenté de 20 cents par litre en août par rapport au prix de juillet. Les prix de détail n'ont pas tardé à suivre le mouvement et n'ont pas redescendu avant la Fête du travail, qui marque la fin de la saison de la conduite automobile.

Dans le rapport, les auteurs examinent les mécanismes de l'offre et de la demande ayant joué sur les augmentations des prix de l'essence au cours de l'été 1997. Ils ont aussi analysé les marchés de l'essence sur la côte ouest, la capacité de production aux États-Unis, les importations d'essence, les relations entre les prix à divers niveaux de l'industrie de l'essence et le comportement des marchés à terme.

*Price Changes in the Gasoline Market : Are Midwestern Gasoline Prices Downward Sticky?* (Les changements de prix sur le marché de l'essence : est-ce que la baisse des prix de l'essence se fait au ralenti dans le Midwest?)  
Energy Information Administration (EIA) (1999)

Les auteurs examinent une notion à laquelle on se réfère parfois par « lenteur du mouvement des prix à la baisse ». En se servant des données hebdomadaires pour la période du mois d'octobre 1992 à juin 1998, les

auteurs examinent l'asymétrie des prix dans le Midwest américain.

À l'aide des données de l'EIA, les auteurs montrent que les prix de détail de l'essence semblent asymétriques. Leur examen de l'asymétrie des prix considère la vitesse et le degré d'ajustement du prix de détail de l'essence à une variation dans les prix à la rampe de l'essence et du pétrole brut, ainsi que dans le prix à la rampe par rapport au prix du pétrole brut. Le rapport décrit deux types d'asymétrie : l'asymétrie du montant et l'asymétrie du schéma. L'asymétrie du montant traduit l'ampleur du changement survenu dans le prix de détail et résultant d'une variation dans les prix à la rampe et les prix du pétrole brut. L'asymétrie du schéma s'attache au taux d'ajustement résultant d'une variation dans les coûts.

Les auteurs montrent que les prix à la rampe et de détail dans le Midwest ont une réponse symétrique à une variation dans le pétrole brut. Ils ont également trouvé que les prix de l'essence augmentent souvent plus rapidement qu'ils ne diminuent lorsqu'il se produit une variation dans les prix de gros. Ils concluent à la présence de l'asymétrie de schéma, mais à l'absence de l'asymétrie de montant. La raison invoquée est que la transmission semble être complète, qu'il s'agisse d'une augmentation ou d'une diminution dans le prix de gros. Ils mentionnent que l'asymétrie de schéma pourrait bien n'être qu'un phénomène statistique secondaire parce que les prix de détail continuent de monter même après un recul dans le prix à la rampe de l'essence.

### Études sur l'asymétrie

Cette section se penche sur les recherches portant sur la réponse asymétrique des prix à la variation dans les coûts. Les études examinées sont celles de Bacon (1991); de Borenstein, Cameron et Gilbert (1997); de Karrenbrock (1991); de Kirchgässner et Kübler (1992); de Duffy-Deno (1996); de Godby, Lintner, Stengos et Wandschneider (2000). L'étude de Hendricks (déjà citée auparavant) porte également sur l'asymétrie.

*Rockets and Feathers: The Asymmetric Speed of Adjustment of U.K. Retail Gasoline Prices to Cost Change* (Des fusées et des plumes : la vitesse asymétrique de l'ajustement des

prix de détail de l'essence aux changements de coûts au Royaume-Uni)  
Bacon (1991)

Bacon a étudié le marché de détail de l'essence à Londres, en Angleterre. Le marché de gros situé à Rotterdam fournissait les détaillants. L'étude utilise les données bi-hebdomadaires du 15 juin 1982 au 19 janvier 1990. Pour vérifier le schéma de réponse asymétrique, Bacon utilise le modèle d'ajustement quadratique partiel suivant :

$$R_t = R_{t-1} + \beta(a + b(t) + C_{t-1} - R_{t-1}) + \alpha(a + b(t) + C_{t-1} - R_{t-1})^2,$$

où  $R$  est le prix de détail de l'essence,  $C$  le prix du pétrole brut et  $t$  une tendance temporelle. Si le coefficient  $a$  est égal à zéro, dans ce cas le schéma de réponse pour le prix de détail est symétrique. Si le coefficient est au-dessus de zéro, le prix de détail s'ajuste plus rapidement à une augmentation des coûts. Si le coefficient est au-dessous de zéro, le prix de détail s'ajuste plus rapidement à une diminution des coûts. Bacon trouve que le coefficient  $a$  est au-dessus de zéro, il en conclut donc qu'il existe un schéma de réponse asymétrique à Londres, en Angleterre.

*Do Gasoline Prices Respond Asymmetrically to Crude Oil Price Changes?* (Les prix de l'essence réagissent-ils de façon asymétrique aux changements dans les prix du pétrole brut?)

Borenstein, Cameron et Gilbert (1997)

Borenstein, Cameron et Gilbert vérifient l'asymétrie des prix à trois niveaux différents : entre le prix de détail et le prix du brut, entre le prix de détail et le prix à la rampe ainsi qu'entre le prix à la rampe et le prix du brut. Leur étude porte sur des données mensuelles entre 1986 et 1992 dans l'est des États-Unis. Pour leur estimation, ils utilisent un modèle de correction des erreurs :

$$\Delta R_t = \sum_{i=0}^n (\beta_i^+ \Delta C_{t-i}^+ + \beta_i^- \Delta C_{t-i}^-) + \sum_{i=1}^n (\gamma_i^+ \Delta R_{t-i}^+ + \gamma_i^- \Delta R_{t-i}^-) + \theta_1(R_{t-1} + \varphi_0 - \varphi_1 C_{t-1}),$$

où  $\Delta R$  est la première différence dans les prix,  $\Delta C$  est la première différence dans les coûts et  $(R_{t-1} + \varphi_0 - \varphi_1 C_{t-1})$  est le terme de correction des erreurs. Si les coefficients  $\beta_i^+$  et  $\beta_i^-$  sont égaux, dans ce cas le schéma d'ajustement est symétrique. Si les coefficients  $\beta_i^+$  et  $\beta_i^-$  ne sont pas

égaux, dans ce cas le schéma d'ajustement est asymétrique. Les auteurs trouvent la présence d'asymétrie aux trois niveaux, la relation entre le prix à la rampe et le prix du brut étant la plus importante.

*The Behavior of Retail Gasoline Prices: Symmetric or Not?*  
(Le comportement des prix de détail de l'essence : est-il symétrique ou non?)  
Karrenbrock (1991)

Karrenbrock examine le marché américain durant les années 1980. Il vérifie l'asymétrie des prix entre les marchés de détail et de gros au moyen de données mensuelles. Le modèle utilisé est semblable à celui retenu par Borenstein, Cameron et Gilbert, sauf qu'il n'inclut pas de terme de correction des erreurs. Karrenbrock conclut à l'existence d'un schéma d'ajustement asymétrique entre le prix de détail et le prix à la rampe de l'essence. Le prix de détail réagit plus rapidement à une augmentation qu'à une diminution dans le prix de gros.

*Symmetric or Asymmetric Price Adjustments in the Oil Market: An Empirical Analysis of the Relations Between International and Domestic Prices in the Federal Republic of Germany, 1972-89* (Ajustement symétrique ou asymétrique des prix sur le marché pétrolier : une analyse empirique des relations entre les prix internationaux et les prix sur le marché intérieur dans la République fédérale d'Allemagne, 1972-1989)  
Kirchgässner et Kübler (1992)

Kirchgässner et Kübler vérifient l'asymétrie au moyen d'un modèle de correction des erreurs. Ils analysent la relation entre les prix de détail et de gros en Allemagne. Ils utilisent des données mensuelles et font des tests durant deux sous-périodes : les années 1970 et 1980. Ils ont trouvé que le prix de détail réagit plus rapidement à une diminution du prix à la rampe qu'à une augmentation durant les années 1970. Ils ont trouvé un schéma d'ajustement symétrique pour les années 1980.

*Retail Price Asymmetries in Local Gasoline Markets*  
(Asymétries des prix de détail sur les marchés de l'essence)  
Duffy-Deno (1996)

Duffy-Deno a étudié le marché de détail de l'essence à Salt Lake City entre 1989 et 1993. À l'aide d'un modèle semblable à celui retenu par Karrenbrock, il a vérifié la présence de l'asymétrie avec des données hebdomadaires. Il a trouvé que les prix de détail réagissent plus rapidement à une augmentation qu'à une diminution du prix de gros.

*Testing for Asymmetric Pricing in the Canadian Retail Gasoline Market* (Vérification de la fixation asymétrique des prix sur le marché de détail canadien de l'essence)  
Godby, Lintner, Stengos et Wandschneider (2000)

Godby, Lintner, Stengos et Wandschneider envisagent une approche différente pour vérifier la présence d'une réponse asymétrique. À l'aide de données hebdomadaires, ils vérifient l'asymétrie entre les prix de détail et les prix du pétrole brut entre 1990 et 1996. Ils estiment un modèle de seuil. On peut estimer le niveau du seuil plutôt que de lui attribuer la valeur de zéro. Les équations suivantes sont estimées :

$$\Delta R_{t,i} = \alpha_0 + \alpha_1 Z_{t-1,i} + \sum_{k=0}^n (\beta_k \Delta C_{t-k,i}), q_i < \phi$$

$$\Delta R_{t,i} = \alpha_0 + \alpha_1 Z_{t-1,i} + \sum_{k=0}^n (\beta_k \Delta C_{t-k,i}), q_i \geq \phi,$$

où  $i$  indique la ville,  $t$  le temps et  $Z$  est un terme de correction des erreurs. Plusieurs variables ont été utilisées pour le seuil. Par exemple, que  $q_i = \Delta C$  et que  $\phi$  pourrait ne pas être égal à zéro, qui sont imposés par les autres études. Si les coefficients estimés sont égaux dans les deux équations, dans ce cas le schéma d'ajustement est symétrique, autrement il est asymétrique. Les auteurs n'ont pas trouvé la présence d'un schéma de réponse asymétrique.

### Études sur les lois interdisant la vente de l'essence à perte

*Predatory Pricing and State Below-Cost Sales Statutes in the United States : An Analysis* (Pratiques déloyales de fixation des prix et lois interdisant la vente d'essence à perte aux États-Unis : Une analyse)  
Terry Calvani (1999)

Calvani analyse comment les États-Unis traitent les pratiques déloyales de fixation des prix, y compris les lois interdisant la vente de l'essence à perte, en portant une

attention particulière aux marchés de l'essence. Calvani arrive à la conclusion que les consommateurs paient des prix plus élevés dans les marchés où il existe des lois interdisant la vente de l'essence à perte. L'auteur montre également que les détaillants indépendants ne bénéficient pas de la situation.

*The Impact of Sales-Below-Cost Laws on the U.S. Retail Gasoline Market*

(Incidence des lois interdisant la vente de l'essence à perte sur le marché de détail américain)

Ronald N. Johnson (1999)

Dans cette étude, Johnson examine si les lois interdisant la vente à perte ont eu une incidence significative sur le nombre et la structure des points de vente d'essence dans les États ayant adopté cette législation. L'analyse empirique de Johnson indique que ni les lois générales interdisant la vente à perte ni celles portant spécifiquement sur l'essence automobile n'ont eu une incidence significative et de grande portée sur le nombre ou la composition des points de vente d'essence. Ses résultats montrent également que la politique sur le « divorce » ou la séparation des activités et l'interdiction du libre-service ne sont pas à l'origine de la diminution du nombre de points de vente ou de la modification de la composition de ces points de vente.

## Liste des intervenants consultés

ANNEXE D

### Organisations

**5th Wheel Truck Stops**—John Dunstill

**Alimentation Couche-Tard Inc.**—Stéphane Maher, Directeur des opérations pétrolières

**Association canadienne des automobilistes (nationale)** - Elly Meister, vice-président, Affaires publiques et Communications

**Association canadienne des automobilistes (Québec)** - Claire Roy, directrice, Affaires publiques

Association des consommateurs du Canada - Peter Dyne; Michel Bourassa

**Association Québécoise des Indépendants du Pétrole (AQUIP)** - René Blouin, président-directeur général; Sonia Marcotte, directrice, Affaires économiques et juridiques

**CANGO Inc.** - David Armstrong, président

**Chevron** - Bob Innes

**Consumer Group for Fair Gasoline Prices** - Dennis O'Keefe

**Domo Gasoline Corporation Ltd.** - Bruce Chwantacky

**Federated Co-op Fuels Ltd.** - Al Robinson, premier vice-président, Affaires de la société

**Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (Canada Atlantique)** - Peter O'Brien, responsable du Canada Atlantique

**Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (Québec)** - Sylvie Ratté; Pierre Cléroux

**Gra-Ham Energy** - Rick Hammond

**Husky** - Chulk Sardow

**Imperial Oil** - Jim Hughes, directeur, Planification de la Société, Analyse énergétique; Margaret Kelsch, directrice, Services de marketing, Division de l'automobile

**Independent Retail Gasoline Marketers Association of Canada (IRGMA)** - Manju Sekri, vice-président exécutif; Michael Budd, Donald Green

**Institut canadien des produits pétroliers (ICPP)** - Alain Perez; William Simpkins; Bob Clapp; Ron Harper; Jack Belletrutti

**Irving Oil Limited** - Kyle Logan

**La Société Canadian Tire Limitée** - Eymbert Vaandering, vice-président, Produits pétroliers

**MacEwen Petroleum Inc.** - Allan MacEwen, président

**Mr. Gas** - André Gagnon, directeur

**NORCAN** - Gary Garson

**Nova Scotia Retail Gasoline Dealers Association** - Graham Conrad

**Ontario Fuel Dealers Association** - Randy Turner, président

**Options Consommateurs** - Yannick Vennes

**Parkland Industries** - Jack Donald, président et chef de la direction; Jim Jones, vice-président, Marketing, Fas Gas Oil Ltd.; Bradley Williams, directeur, Race Track Fuels Ltd.; John Schroeder, vice-président, Finances

**PEI Petroleum Marketers Association** - Mike Hennessey, président; Howard Bowie

**Petro-Canada** - Steven Keith, directeur, Relations avec les prix; Tom Lawson, directeur national, Prix; Donna Hildebrant, directrice, Communications en aval; Michel Roy, directeur, Services techniques, raffinerie de Montréal

**Pétroles Crevier Inc.** - Pierre Crevier, président

**Pétroles Therrien Inc.** - Serge Therrien, directeur général

**Pioneer Petroleum** - Tim Hogarth; Jack Theriault

**Robbins Fuels** - Colin Robbins, président

**Shell Canada** - Paul Lapensée, vice-président, Québec et marchés de l'Atlantique

**Sunoco** - Kathy Crooks, directrice, Ventes de produits pétroliers

**Ultramar** - Louis Forget

**United Petroleum Products** - Chuck Husel, président

**Wilson's Fuel** - Dave Collins

## Particuliers

**Glenn Bradbury**, adjoint parlementaire de Dan McTeague

**Dan McTeague**, député, Pickering-Ajax-Uxbridge

**Barry Bower**, ministre de l'Énergie, des Sciences et de la Technologie, gouvernement de l'Ontario

**Spencer Knipping**, ministre de l'Énergie, des Sciences et de la Technologie, gouvernement de l'Ontario

**Barry Lynch**, Office national de l'énergie

**Jean-Thomas Bernard**, professeur, Université Laval

**Joseph Doucet**, professeur, Université Laval

**Mondher BenHassine**, analyste principal, Transport des produits pétroliers, Direction des ressources énergétiques, Ressources naturelles Canada

**Doug Rollins**, ancien propriétaire d'une station-service.

**Giorgio Grappolini**, spécialiste des raffineries, Industrie Canada

L'équipe de recherche tient également à remercier de nombreux exploitants et employés de stations-service de leurs commentaires ainsi que les consommateurs canadiens qui nous ont confié leurs expériences avec l'industrie de l'essence.

Les commentaires de toutes ces personnes ont joué un rôle essentiel dans la production de ce rapport.



Le Conference Board du Canada

255, chemin Smyth, Ottawa (Ontario) K1H 8M7 • Tél. : (613) 526-3280 Téléc. : (613) 526-4857  
Internet <http://www.conferenceboard.ca>