



Commission de l'économie et du travail
Le 6 décembre 2007

Allocution

Commentaires sur le projet de loi 41 :
Loi favorisant la transparence dans la vente de l'essence et du carburant diesel

Madame la Présidente, monsieur le ministre, mesdames, messieurs les députés, nous vous remercions de nous donner l'occasion de vous faire part de nos observations sur les enjeux et les préoccupations des consommateurs eu égard au Projet de loi n°41 favorisant la transparence dans la vente de l'essence et du carburant diesel.

Option consommateurs

Option consommateurs existe depuis près de 25 ans. Nous avons pour mission de promouvoir et de défendre les droits et les intérêts des consommateurs et de veiller à ce qu'ils soient respectés. Chaque année, nous rejoignons directement près de 10 000 consommateurs, notamment en leur fournissant de l'information et des conseils budgétaires et en visitant des centaines de ménages dans le cadre d'un programme de réduction de la facture d'énergie soutenu principalement par l'Agence de l'efficacité énergétique du Québec. En plus d'intervenir directement auprès des consommateurs, notre équipe d'une trentaine d'employés réalise de nombreuses entrevues dans

les médias, siège sur plusieurs comités de travail et conseils d'administration, réalise des projets d'intervention d'envergure avec d'importants partenaires, produit des rapports de recherche, des mémoires et des guides d'achat dont le Guide Jouets produit annuellement en collaboration avec le magazine *Protégez-Vous*.

Nous nous intéressons activement et depuis plusieurs années aux questions relatives à l'énergie. Depuis 1995, nous avons participé à deux projets pilote avec Hydro-Québec, qui visaient à trouver des solutions aux problèmes de paiement de leur facture par les consommateurs à faible revenu. Nous participons aussi régulièrement aux travaux menés devant la Régie de l'énergie depuis sa création, y compris aux instances relatives à la fixation du prix plancher des produits pétroliers.

Option consommateurs représente d'autre part les intérêts des consommateurs auprès des autorités gouvernementales et des entreprises dans de nombreux domaines, dont les services financiers, la protection des renseignements personnels, les questions reliées à la concurrence et aux pratiques commerciales et le secteur agroalimentaire.

Les prix du pétrole

Le coût moyen de production d'un baril de pétrole dans le monde, et le prix du brut, fixé sur les marchés internationaux, sont complètement dissociés. Il est de connaissance publique qu'au moins la moitié du prix du brut est le résultat d'opérations purement spéculatives.

Au Canada, le raffinage et la distribution constituent des marchés de plus en plus concentrés, ce qui ouvre la porte à des pratiques oligopolistiques légales, mais inefficaces. D'autre part, le

marché de l'Est du Canada est tributaire des importations de pétrole en provenance d'Europe et d'Afrique du Nord, notamment.

Comme l'affirme le gouvernement lui-même dans sa Stratégie énergétique du Québec 2006-2015, le pétrole représente 99,7 % de la consommation en énergie du secteur des transports.¹ Pour le consommateur automobiliste, la hausse des prix de l'essence se traduit par une ponction supplémentaire de plusieurs dizaines de dollars par mois dans son budget. Et il ne comprend toujours pas pourquoi les prix sont si élevés et fluctuent avec autant d'amplitude.

Les consommateurs attendent donc du gouvernement qu'il propose des stratégies et des solutions qui sont en mesure d'assurer leur confiance dans le domaine de la vente au détail de produits pétroliers.

Jusqu'où montera le prix de l'essence ? Depuis plusieurs mois maintenant, le prix du litre d'essence au Québec se maintient autour du dollar et encore davantage. Les appels que nous recevons régulièrement nous démontrent que les consommateurs québécois sont inquiets et se sentent pris au piège. Ils soupçonnent l'industrie de pratiques déloyales. Ils se sentent impuissants, et ils attendent beaucoup des pouvoirs publics. Il est donc d'autant plus important de choisir les bonnes stratégies et les bons outils pour rétablir la confiance des consommateurs québécois envers l'industrie pétrolière.

¹ Gouvernement du Québec. « L'énergie pour construire le Québec de demain : Stratégie énergétique du Québec 2006-2015 ». 2006. p. 80

Des informations utiles

Nul ne peut être contre la vertu. Certes, le projet de loi 41, et ses articles qui font référence à l'affichage du coût de l'essence sur le site de la station-service, applique un droit fondamental des consommateurs, reconnu par les Nations Unies, le droit à l'information. Cependant, ce droit va de pair avec un autre droit, celui de faire un choix éclairé. Et, malheureusement, nous avons des raisons de croire que ce droit de choisir est inexistant, au Québec, en matière de vente au détail de produits pétroliers.

Pour paraphraser un slogan publicitaire, le droit à l'information, c'est bien, mais le droit de choisir, c'est mieux...

Vouloir une plus grande transparence dans les prix de l'essence au point de vente peut être une idée attrayante à première vue, et nous saluons l'initiative du ministre de vouloir procurer cette information aux consommateurs. Cependant, la transparence ne doit pas constituer une fin en soi, mais doit plutôt être mise en place afin de venir répondre à certaines préoccupations telles que celles exprimées par les consommateurs face aux variations des prix du carburant.

En matière de vente au détail de carburant, les consommateurs ont besoin d'informations utiles pour prendre leur décision d'achat. Nous croyons que l'affichage proposé à l'intérieur du projet de loi n°41 propose peu ou pas de nouvelles informations susceptibles d'être utiles pour les consommateurs québécois et ainsi répondre à leurs préoccupations.

En effet, comment pouvons-nous imaginer que de doter les consommateurs d'informations concernant les différentes composantes du prix du carburant leur permettrait, à la pompe, de

prendre des décisions plus éclairées. Selon nous, en aucune façon, des informations en matière de coût de production, de raffinage, ou de transport, permettrait aux consommateurs de prendre de meilleures décisions d'achat, et ainsi se sentir moins impuissants face aux pétrolières. Toutes ces informations constituent bel et bien des éléments du prix du carburant. Par contre, la valeur ajoutée pour les consommateurs nous semble bien mince.

Comment le consommateur moyen pourrait-il déterminer s'il est préférable d'acheter maintenant ou plus tard son carburant? Quelle composante du prix risque d'augmenter ou même diminuer à court terme? Quel est le prix normal de chacune de ces composantes? Etc.

Bref, selon nous, l'affichage des constituants du prix du carburant à lui seul, bien qu'il fournisse davantage d'information, reste une méthode non conviviale et peu utile pour les consommateurs. Par contre, si cet affichage comportait une interprétation de ces mêmes constituants, pouvant servir d'outil aux consommateurs dans leurs décisions d'achats, notre position vis-à-vis un tel projet de loi serait probablement différente.

Par exemple, un outil tel que Info-Essence de CAA-Québec, est utile aux consommateurs afin de déterminer si le moment est propice ou non à l'achat de carburant. À l'opposé, les variations du coût d'approvisionnement pour le détaillant, par exemple, constitue une information bien difficile à intégrer dans la chaîne décisionnelle du consommateur quand vient le temps de faire le plein.

Ainsi, une trop grande quantité d'informations superflues nuit à la prise de décision dite éclairée, surtout dans un domaine aussi complexe que les produits du pétrole, où il existe une panoplie de coûts intégrés aux prix à la pompe. Nous croyons qu'il est très difficile pour les consommateurs

de déterminer quelles sont les composantes du prix de vente du carburant qui influent le plus sur le prix à la pompe. En déclinant le prix de ces mêmes composantes aux consommateurs, nous augmentons certes la quantité d'information disponible, mais nous complexifions encore davantage la compréhension de la fixation des prix de l'essence et du carburant diesel.

D'autre part, une nouvelle réglementation pourrait entraîner des coûts supplémentaires à l'industrie qui seraient immanquablement refilés aux consommateurs. Si cette réglementation est jugée inefficace, et ne permet pas aux consommateurs de mieux jouer leur rôle économique, les coûts supplémentaires qui découlent de sa mise en œuvre seraient difficilement justifiés, et pourraient même devenir une nouvelle source de frustration.

En conclusion, on peut se demander si les résultantes escomptées par le projet de loi répondent à la définition de transparence en matière d'administration publique? Permettez-moi de vous en donner la définition selon le Grand dictionnaire terminologique de l'Office de la langue française du Québec.²

Transparence : « Qualité d'une organisation qui informe sur son fonctionnement, ses pratiques, ses intentions, ses objectifs et ses résultats. » Qui plus est, une note apparaît sous la définition et se lit comme suit : « La transparence renforce le lien de confiance avec les citoyens en leur permettant, entre autres, de comprendre la logique qui commande les gestes administratifs. »

² http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index1024_1.asp Site Internet du Grand dictionnaire terminologique de l'Office québécois de la langue française. Consulté le 4 décembre 2007.

À la lumière de cette définition, selon nous, le projet de loi n°41 tel que proposé, ne semble pas fournir d'informations nouvelles et significatives tant sur le fonctionnement, les pratiques, les intentions, les objectifs, que sur les résultats du commerce au détails de produits pétroliers. De plus, il ne semble également pas offrir les outils nécessaires pour renforcer le lien de confiance entre les consommateurs et cette même industrie.

En conséquence, une révision du projet de loi afin que l'affichage proposé à la station-service contienne une interprétation des constituants, destinés spécifiquement à éclairer les choix des consommateurs, et qui pourrait s'inspirer fortement de l'outil Info-Essence de CAA-Québec, nous semble davantage répondre aux besoins des consommateurs.

Je vous remercie de votre attention.