



CET - 009M
C.P. - P.L. 41
Vente de l'essence et du
carburant diesel

REÇU APRÈS
LES AUDITIONS

MÉMOIRE

DANS LE CADRE DES CONSULTATIONS PARTICULIÈRES SUR LE PROJET
DE LOI N° 41

**LOI FAVORISANT LA TRANSPARENCE DANS LA VENTE DE L'ESSENCE
ET DU CARBURANT DIESEL**

PRÉSENTÉ À
LA COMMISSION DE L'ÉCONOMIE ET DU TRAVAIL

PAR
PIERRE RIEL
VICE-PRÉSIDENT PRINCIPAL ET
DIRECTEUR GÉNÉRAL, EST DU CANADA
COSTCO WHOLESALE CANADA LTD.

QUÉBEC, LE 7 DÉCEMBRE 2007

TRANSPARENCE DANS LA VENTE DE L'ESSENCE ET DU CARBURANT DIESEL

COSTCO WHOLESALE CANADA LTD

Au Québec, c'est sous la dénomination « Les entrepôts Costco Wholesale » (ci-après « Costco ») que notre société fait affaire. Chaque jour, Costco se donne une mission très simple à remplir : travailler à ce que nos membres obtiennent les meilleurs prix possibles. C'est la raison pour laquelle ils renouvellent sans cesse leur adhésion.

Notre entreprise est établie au Québec depuis 1986 et emploie plus de 4 500 personnes dans cette province, dont plus de la moitié à temps plein. Le salaire moyen de nos employés se chiffre à 21,17 dollars (\$) de l'heure. Notre société achète chaque année pour plus de 1,1 milliard de dollars (\$) des fournisseurs québécois par le biais de ses 75 entrepôts au Canada (18 au Québec) ainsi que pour ses 453 entrepôts à travers le monde.

LA VENTE D'ESSENCE AU DÉTAIL

Costco opère présentement deux (2) essenceries au Québec, soit à Saint-Jérôme et à Longueuil (arrondissement de Brossard). Tel que le veut l'usage de l'entreprise, seuls nos membres ont la possibilité de se ravitailler à nos stations d'essence. La mission dont s'est dotée notre entreprise s'applique de la même façon au commerce de l'essence : obtenir le meilleur prix possible à la pompe pour le consommateur. Au fait, ne comptant seulement que deux (2) stations d'essence, Costco est un détaillant indépendant dans le marché de la vente d'essence au Québec.

En pratique, Costco arrive à vendre son essence moins cher que ses concurrents pour diverses raisons. Fidèle à son modèle corporatif d'efficacité, la société cherche continuellement à éliminer les coûts d'exploitation qui sont imputés aux consommateurs d'essence. Premièrement, nos essenceries ne proposent que deux types d'essence, occasionnant une diminution des coûts d'exploitation. Deuxièmement, nos essenceries n'acceptent pas les pièces de monnaie courantes ou les cartes de crédit *Visa* et *MasterCard*, mais seulement les cartes de débit et la carte de crédit *American Express*. De plus, elles sont aménagées sur de grandes surfaces de façon à faciliter les entrées et sorties pour les automobilistes.

Finalement, nous n'affichons pas nos prix sur des « piliers » et n'offrons aucun autre produit ou service. Ce faisant, nos essenceries sont dessinées avec l'objectif de desservir tous les jours une clientèle plus importante que la plupart des autres détaillants.

Enfin, il importe de rappeler la culture de notre entreprise en regard du commerce au détail. Notre façon de faire est caractérisée par des volumes de vente nettement supérieurs à la moyenne. Cela dit, la stratégie d'exploitation de nos essenceries est la même, soit de générer un volume de ventes supérieur au « volume efficace » déterminé par la Régie de l'énergie (ci-après « Régie »). Par conséquent, Costco impute donc ses coûts d'exploitation sur des volumes supérieurs, ce qui explique en partie pourquoi l'entreprise est en mesure d'abaisser son prix de vente par litre d'essence.

En dépit de ses bonnes intentions dirigées vers ses membres, Costco n'a pu faire profiter ceux-ci de prix nettement plus avantageux à la pompe dans la région de Saint-Jérôme depuis 2003 dû au fait que la Régie a imposé à deux reprises, et ce pour des périodes de temps significatives, un « coût d'inclusion » au prix minimum estimé qu'elle évalue à 0.03 cents le litre. Selon cette dernière, ce montant représenterait les « coûts d'exploitation nécessaires » qui incombent aux détaillants d'essence. Aujourd'hui, Costco a la possibilité de vendre son essence à Saint-Jérôme sans la contrainte du coût d'exploitation (0.03 cents le litre) tout en respectant le prix minimum estimé de la Régie et ce, dans le meilleur intérêt du consommateur. À ce titre, le secteur de la vente d'essence au détail dans cette région ne semble nullement affecté par cette concurrence que propose Costco.

LE PROJET DE LOI 41

Costco appuie le projet de loi n° 41 présenté par le ministre des Ressources naturelles et de la Faune, monsieur Claude Béchard.

Costco s'engage pour sa part à respecter toutes les conditions qui sont prévues au projet de loi, notamment en ce qui concerne l'affichage de notre prix de vente d'essence et du prix minimum estimé afin de promouvoir l'objectif souhaité de la transparence dans la vente d'essence et du carburant diesel.

Cette transparence aura certainement des effets dissuasifs sur les « joueurs » qui voudront augmenter le prix de vente au détail pour des motifs injustifiés. Le consommateur, et ainsi les membres de Costco, seront cette fois-ci les grands gagnants d'une telle initiative gouvernementale.

UN FACTEUR DÉFLATIONNISTE

La vente d'essence au détail est un marché caractérisé par la volatilité et ce, sur une base quotidienne. Cela étant, Costco est d'avis que le projet de loi 41 est intéressant du point de vue de la transparence mais qu'au surplus, il devrait également renfermer des dispositions révisant à tout le moins la notion de prix minimum estimé (PME) qui est manifestement inadaptée à la réalité actuelle du marché.

En effet, la mise en place récente d'un Indicateur quotidien du PME prouve hors de tout doute qu'il existe de nombreuses opportunités de réduire les coûts de vente à la pompe. De plus, cet indicateur démontre clairement que la notion de PME calculé sur une fréquence hebdomadaire est aujourd'hui désuète et le consommateur défraie donc plus souvent qu'à son tour les coûts reliés à ce mécanisme dépassé.

La publication d'un « prix plancher » à une fréquence quotidienne plutôt qu'hebdomadaire permettrait aux détaillants de favoriser la concurrence et de faire profiter le consommateur du meilleur prix disponible sur le marché.

Par ailleurs, nous vous soumettons qu'une entreprise telle que Costco agit comme « facteur déflationniste » dans un système de concurrence de la vente d'essence au détail puisque sa mission, voire même sa « raison d'être », est d'offrir le meilleur prix au consommateur tout en faisant un profit raisonnable. Cependant, nous sommes d'avis que la législation actuelle ne favorise pas pleinement l'établissement et le maintien d'un régime de saine concurrence.

PROPOSITION DE BONIFICATION DU PROJET DE LOI

Non seulement le marché profite d'un manque de transparence, mais au surplus, son fonctionnement est grevé à l'occasion de la protection de la Régie qui dispose d'un pouvoir réglementaire qui lui permet d'inclure un coût additionnel au PME garantissant ainsi des marges bénéficiaires aux détaillants d'essence artificiellement gonflées au détriment de tous les Québécois et Québécoises.

Costco réitère la position qu'elle maintient depuis plusieurs années à cet égard, soit d'encourager le gouvernement ainsi que les détaillants d'essence du Québec, dans la mesure du possible, à agir en posant des actions concrètes par des moyens à leur disposition qui permettront de réduire les prix à la pompe pour le bénéfice de tous les consommateurs.

À ce titre, Costco est d'avis que la Régie ne devrait plus être l'arbitre, ou à tout le moins le seul arbitre, dans les situations où il est allégué qu'il existe un marché non concurrentiel justifiant une intervention gouvernementale de type « prix d'inclusion ». Cette responsabilité pourrait, par exemple, être transférée au Conseil des ministres. Néanmoins, nous vous soumettons, une fois de plus, que le gouvernement devrait revoir le concept de « prix plancher » et abolir celui du « prix d'inclusion » afin d'adapter la vente d'essence aux réalités du marché.

Le marché de la vente d'essence au détail devrait être fondé sur le principe du libre marché que seul le gouvernement pourrait être en mesure de limiter pour des motifs justifiés d'intérêt public.

CONCLUSION

Tel qu'indiqué, Costco est en accord avec les grands principes du projet de loi 41 fondé sur la volonté du gouvernement de protéger les intérêts du consommateur en favorisant la transparence d'un marché.

En terminant, Costco rappelle qu'à son avis, ce projet de loi s'inscrirait d'autant plus dans le meilleur intérêt des consommateurs du Québec s'il était jumelé à la mise à jour de la notion de « prix minimum estimé » ainsi qu'à l'abolition de celle de « prix d'inclusion ».