

Étude sur le marché de la vente au détail de l'essence au Québec

Rapport soumis au
ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie

Robert Clark, PhD*

15 mars 2024

*Queen's University, Kingston, ON.

Table des matières

1	Introduction	1
1.1	Mandat et portée	1
1.2	Cadre et méthodologies économiques	2
1.3	Ressources et données	3
1.4	Limites et confidentialité	7
1.5	Organisation de ce rapport	8
2	Aperçu de l'industrie	9
2.1	Profil des acteurs et leurs fonctions dans la chaîne d'approvisionnement du marché de l'essence	9
2.2	Composantes du prix de l'essence	10
2.3	Portrait et définition du marché	11
2.4	Réglementation dans le marché de détail de l'essence au Québec	13
3	Prix et marges dans le marché de la vente au détail de l'essence du Québec	17
3.1	Comparaison des prix et marges au sein de la province et par rapport à d'autres juridictions et au fil du temps	17
3.2	Tendances des prix sur les marchés d'intérêt	25
4	Explication de ces changements/différences de prix	34
4.1	La mesure dans laquelle les chocs de coûts se répercutent sur les prix	34
4.2	La structure des marchés locaux et les contrats verticaux	36
4.3	La réglementation	49
4.4	La taille de la station-service et recouvrement des coûts	52
4.5	La mesure dans laquelle les prix sont cohérents avec une tarification compétitive	53
5	Pistes à considérer pour favoriser un marché de détail de l'essence et du carburant diesel compétitif à long terme	57
5.1	Faut-il envisager l'imposition d'un prix plafond ?	57
5.2	Faut-il envisager l'élimination de l'article relatif à la présomption de pratique abusive dans la vente des carburants ?	62
5.3	Faut-il envisager empêcher davantage de consolidation ?	65
5.4	Faut-il envisager encourager l'entrée et/ou supprimer les barrières à l'entrée?	66

5.5	Faut-il envisager exiger une plus grande transparence des prix?	66
5.6	Faut-il envisager mettre en œuvre un meilleur dépistage de comportements non conformes à la concurrence ?	70
6	Recommandations pour favoriser un marché de détail de l'essence et du carburant diesel compétitif à long terme, libre et dynamique, dans l'intérêt des consommateurs et de l'économie québécoise	73
	Annexes	87
A	Cartes des stations-service des villes de Kalibrate	87
B	Marges dans les villes de Kalibrate	94
C	Prix et marges du carburant diesel et de l'essence super	98
D	Modification de la structure du marché, villes Kalibrate supplémentaires et données Régie sur les stations-service	100

Graphiques

1	Evolution du prix de référence du pétrole brut, des prix moyens (essence ordinaire) et de l'IQCA au Québec, 2014-2023 (Source: Régie)	18
2	Evolution des marges hors taxes moyennes au Québec, essence ordinaire, 2014-2023 (Source: Régie)	20
3	Ajustements de prix Québec (Source: Régie)	31
4	Ajustements de prix Lévis (Source: Régie)	31
5	Ajustements de prix Gaspé (Source: Régie)	31
6	Ajustements de prix Sept-Iles (Source: Régie)	32
7	Ajustements de prix Montréal (Source: Régie)	32
8	Ajustements de prix Terrebonne (Source: Régie)	32
9	Ajustements de prix Boisbriand (Source: Régie)	33
10	Ajustements de prix Lachute (Source: Régie)	33
11	Ajustements de prix Saint-Jérôme (Source: Régie)	33
A1	Carte des stations-service recensées par Kalibrate à Québec et Lévis (2022) .	87
A2	Carte des stations-service recensées par Kalibrate en Gaspésie (2022)	88
A3	Carte des stations-service recensées par Kalibrate sur la Côte-Nord (2022) .	89
A4	Carte des stations-service recensées par Kalibrate à Saguenay (2022)	90
A5	Carte des stations-service recensées par Kalibrate à Sherbrooke (2022)	91
A6	Carte des stations-service recensées par Kalibrate à Trois-Rivières (2022) . .	92
A7	Carte des stations-service recensées par Kalibrate en Gatineau (2022)	93
A8	Evolution des marges, villes Kalibrate au Québec 2012-2023	94
A9	Evolution des marges, villes Kalibrate en Ontario 2012-2023	95
A10	Evolution des marges, villes Kalibrate aux Maritimes 2012-2023	96
A11	Evolution des marges, villes Kalibrate dans l'ouest 2012-2023	97

Tableaux

1	Prix moyens annuels en cents/litre, essence ordinaire, par région administrative, 2014-2023 (Source: Régie)	19
2	Marges hors taxes moyennes annuelles en cents/litre, essence ordinaire, par région administrative, 2014-2023 (Source: Régie)	21
3	Marges hors taxes moyennes annuelles en cents/litre, essence ordinaire, marchés d'intérêt, 2014-2023 (Source: Régie)	21
4	Marges hors taxes moyennes annuelles en cents/litre, essence ordinaire, marchés de comparaison, 2014-2023 (Source: Régie)	21
5	Prix annuels hors taxes en cents/litre, essence ordinaire, par ville, 2014-2023 (Source: Kalibrate)	22
6	Marges annuelles en cents/litre, essence ordinaire, par ville, 2014-2023 (Source: Kalibrate)	23
7	Statistiques de dispersion, essence ordinaire, stations-service libre-service (Source: Kalibrate)	26
8	Statistiques de dispersion à Québec, ventilées par date de lecture et par zone, essence ordinaire, stations-service libre-service (Source: Kalibrate)	27
9	Statistiques de dispersion dans les villes d'intérêt, données de la Régie (essence ordinaire)	29
10	Statistiques de dispersion dans les villes de comparaison, données de la Régie (essence ordinaire)	30
11	Changement dans la structure du marché, Québec, 2014-2022 (Source: Kalibrate)	42
12	Changement dans la structure du marché, Lévis, 2014-2022 (Source: Kalibrate)	43
13	Changement dans la structure du marché, Gaspé, 2014-2022 (Source: Kalibrate)	45
14	Changement dans la structure du marché, Sept-Iles, 2014-2022 (Source: Kalibrate)	46
15	Structure du marché, villes comparaison Kalibrate , 2022	47
16	Règlements au sein des provinces maritimes	61
A1	Prix moyens annuels en cents/litre, essence super, par région administrative, 2015-2023 (Source: Régie)	98
A2	Marges moyennes hors taxes annuelles en cents/litre, essence super, par région administrative, 2015-2023 (Source: Régie)	98

A3	Prix moyens annuels en cents/litre, carburant diesel, par région administrative, 2015-2023 (Source: Régie)	99
A4	Marges moyennes hors taxes annuelles en cents/litre, carburant diesel, par région administrative, 2015-2023 (Source: Régie)	99
A5	Modification de la structure du marché, Baie Comeau, 2014-2022 (Source: Kalibrate)	100
A6	Modification de la structure du marché, Chandler, 2014-2022 (Source: Kalibrate)	101
A7	Modification de la structure du marché, Forestville, 2014-2022 (Source: Kalibrate)	102
A8	Changement dans la structure du marché, niveau bannière, mesuré par la part des stations-service, villes d'intérêt, données Régie des sites, 2013-2022 . . .	103
A9	Changement dans la structure du marché, niveau bannière, mesuré par la part des stations-service, villes compétitives, données Régie des sites, 2013-2022 . .	104
A10	Changement dans la structure du marché, niveau bannière, mesuré par la part des stations-service, villes comparaisons, données Régie des sites, 2013-2022 .	104
A11	Concentration du marché, niveau bannière, mesurée par la part des stations-service, régions administratives, données Régie des sites, 2022	105

1 Introduction

1.1 Mandat et portée

J'ai été mandaté pour réaliser une étude sur le marché de la vente au détail de l'essence et du carburant diesel et, à cet égard, analyser les écarts de prix des carburants et de marge dans la vente de produits pétroliers au Québec et à recommander des pistes de solution pour assurer une saine concurrence dans ce secteur.

Plus précisément, le mandat que l'on m'a confié couvre les éléments suivants:

1. Réaliser une analyse des principaux facteurs pouvant expliquer les écarts de marge observés entre les différentes régions du Québec, en tenant compte notamment des demandes d'avis du ministre à la Régie de l'énergie (la Régie) et de la demande de ce dernier au bureau de la concurrence. Cette analyse devrait inclure notamment des discussions avec les grandes bannières d'essencerie ainsi qu'une évaluation de la façon réelle dont sont établis les prix de vente au détail par rapport à la réglementation en vigueur;
2. Brosser un portrait des bonnes pratiques dans les autres juridictions, en matière d'encadrement des produits pétroliers et de promotion de la concurrence;
3. Formuler des recommandations concrètes et réalisables pour s'attaquer aux écarts de marge et augmenter la concurrence, en s'inscrivant dans la démarche de révision de l'encadrement de l'ensemble du secteur de l'énergie du client;
4. Faire une analyse de marché de détail de l'essence et du carburant diesel actuel en considérant l'article 67 de la Loi sur les produits pétroliers (LPP) relative à la présomption de pratique abusive dans la vente des carburants;
5. Examiner la pertinence de garder ou non de la disposition concernant la présomption de pratique abusive dans la vente de l'essence et du carburant diesel. Rédiger un rapport final présentant les résultats de l'étude, les pistes de solution et les recommandations pour favoriser un marché de détail de l'essence et du carburant diesel compétitif à long terme, libre et dynamique, dans l'intérêt des consommateurs et de l'économie québécoise.

À ces fins, j'ai obtenu un certain nombre d'ensembles de données détaillées que je décrirai en détail ci-dessous. Ces données m'ont permis de réaliser une analyse approfondie de l'industrie québécoise de la vente au détail de l'essence. Dans les pages suivantes, je dresserai un aperçu de l'industrie des carburants, en me concentrant particulièrement sur le marché de la vente au détail de l'essence du Québec. Cela comprend une discussion détaillée de la réglementation actuellement en vigueur. J'expliquerai les facteurs qui influencent les prix de détail de l'essence et notamment pourquoi les prix fluctuent ou peuvent être différents d'un marché à l'autre. Je décrirai des mesures que le gouvernement du Québec pourrait prendre pour encourager la concurrence sur les prix, et considérerai les coûts et les avantages de ces différentes approches pour favoriser un marché de détail compétitif de l'essence dans toute la province.

1.2 Cadre et méthodologies économiques

J'ai examiné diverses sources de données et utilisé des techniques empiriques éprouvées pour évaluer la structure du marché de détail de l'essence au Québec et le niveau de concurrence sur les marchés locaux de la province. J'ai également évalué le rôle du cadre réglementaire actuellement en place, le comparant à la situation d'autres marchés au Canada et ailleurs dans le monde, afin de déterminer son impact possible sur la structure du marché de la vente au détail de l'essence au Québec et le niveau de concurrence au sein de celui-ci.

En septembre 2023, le ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie a écrit au président de la Régie de l'énergie pour lui demander son avis sur les raisons pour lesquelles les marges sur l'essence au détail étaient si élevées dans certaines régions, notamment celles de la Capitale-Nationale et de Chaudière-Appalaches. En réponse, la Régie a produit deux rapports : (i) *Avis au ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie en vertu des articles 42 et 57 de la Loi sur la Régie de l'énergie sur les écarts de prix et des marges de commercialisation entre la région de la Capitale-Nationale et les autres régions du Québec*, et (ii) *Avis au ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie en vertu des articles 42 et 57 de la Loi sur la Régie de l'énergie sur les écarts de prix et des marges de commercialisation entre la région de Chaudière-Appalaches et les autres régions du Québec, ainsi que sur tout écart observé dans d'autres régions du Québec*. Par la suite, la Régie a également produit un rapport sur la tarification en Gaspésie: *Rapport de surveillance des prix de l'essence en Gaspésie*. Ces rapports donnent un excellent aperçu de l'état des prix et des marges dans les marchés concernés et à travers la province. Pour les besoins de mon rapport, j'ai reproduit certains de ces résultats, mais je les examine davantage d'un point de vue

économique dans l'espoir de comprendre quels facteurs déterminent les variations de prix au fil du temps et entre les régions. L'analyse économique empirique effectuée me permet de formuler des suggestions sur les mesures que le gouvernement peut prendre pour encourager la concurrence sur le marché afin d'éventuellement réduire les marges auxquelles sont confrontés les consommateurs d'essence.

1.3 Ressources et données

Dans cette section, j'énumère les documents auxquels j'ai eu accès et les ensembles de données que j'ai utilisés pour rédiger ce rapport. De plus amples détails sur chaque ensemble de données seront fournis dans les sections ultérieures du rapport au fur et à mesure que je les utiliserai dans mon analyse.

1. Kalibrate Canada:

Kalibrate Canada Inc. (ci-après appelé "Kalibrate") est une société de sondage de premier plan pour le marché canadien de l'essence.¹ Kalibrate représente une source fiable de données sur l'industrie pétrolière. Les clients qui utilisent les données sur les volumes de vente de pétrole comprennent les principales sociétés pétrolières, les chaînes de vente au détail et les concessionnaires, ainsi que les ministères fédéraux et provinciaux.²

Pour les besoins de mon analyse, j'ai utilisé deux ensembles de données compilés par Kalibrate :

(a) **Données sur le volume et les prix du pétrole pour certaines villes du Québec :**

Kalibrate inspecte un grand nombre de stations-service à travers la province à la fin de chaque trimestre (ou bimensuellement pour certains grands centres). Pour les besoins de cette étude, le ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie a autorisé l'achat des données de cette enquête pour un certain nombre de marchés au Québec à différents moments dans le temps.

Plus précisément, j'ai accès à des données détaillées sur les volumes au niveau du site, ventilées par grade d'essence et de carburant diesel, pour :

¹Kalibrate a acquis Kent Group Ltd. en 2019. Kent Group est né de la fusion de Kent Marketing et MJ Ervin and Associates en 2009.

²Voir Kalibrate Canada (2024).

- i. Ville de Québec (qui contient également des informations sur les stations-service de Lévis)
- ii. Hull (Gatineau)
- iii. Trois-Rivières
- iv. Sherbrooke
- v. Chicoutimi (Saguenay)
- vi. deux villes en Gaspésie (Chandler, Gaspé)
- vii. trois villes de la Côte-Nord (Sept-Îles, Forestville, Baie Comeau)

J’ai obtenu ces données pour 2014, 2018, 2021 et 2022 pour la ville de Québec (et Lévis) et les villes de la Gaspésie et de la Côte-Nord, et pour 2021 et 2022 pour les quatre autres marchés. Des cartes illustrant les emplacements des stations-service étudiées dans chacun des marchés peuvent être consultées en Annexe A de ce rapport.

Le volume est mesuré en lisant les compteurs des pompes à chaque station-service à la date de l’enquête.³ Kalibrate fournit des informations pour tous les grades d’essence vendues sur chaque site. Le prix de détail affiché le jour de l’enquête est également enregistré et disponible dans l’ensemble de données. J’utilise les prix collectés lors de l’enquête du quatrième trimestre. Enfin, certaines informations sur les caractéristiques des stations-service sont également indiquées, notamment la marque, le distributeur, si le prix est fixé par un centre de prix ou non, l’adresse, et les services auxiliaires offerts par la station. Il est également indiqué si la station-service est indépendante, affiliée à une raffinerie majeure ou affiliée à une raffinerie régionale.

J’utilise les données de volume pour déterminer les parts de marché afin d’avoir une idée de la structure de ces marchés et de leur niveau de concentration. J’utilise également les données de prix de l’enquête pour construire des mesures de dispersion des prix dans chacune des villes à chaque période. Étant donné que les stations-service sont visitées le même jour (ou les mêmes jours) à la fin de chaque trimestre, cela permet de caractériser la distribution transversale complète des prix.

Désormais, j’appellerai les données sur le volume pétrolier “Données Kalibrate sur les volumes” et les données sur les prix “Données Kalibrate sur les prix au niveau

³Le volume des sites qui ne coopèrent pas est estimé sur la base de l’historique des volumes passés.

de la station.”

(b) **Données de prix agrégées:**

Sur son site web, Kalibrate rend publics les résultats d’enquêtes téléphoniques quotidiennes et hebdomadaires sur les prix d’un sous-ensemble de stations-service libre-service dans un grand nombre de villes canadiennes (près de 80 actuellement).⁴ Les prix publiés sont les prix moyens au niveau de la ville. Kalibrate publie également des informations sur le prix de gros (au rack) dans certaines villes, et sur divers prix du pétrole brut.

Je concentre mon attention sur le prix de l’essence ordinaire avant l’ajout de taxes.⁵ Les marges sont calculées en prenant la différence entre le prix de détail et le prix de gros.

Pour le Québec, des stations-service des villes suivantes sont incluses dans l’enquête:

- i. Québec
- ii. Montréal
- iii. Sherbrooke
- iv. Gaspé
- v. Chicoutimi (Saguenay)
- vi. Rimouski
- vii. Trois-Rivières
- viii. Drummondville
- ix. Val D’Or
- x. Gatineau

Pour certaines de ces villes, les prix de gros ne sont pas indiqués. J’associe donc la ville la plus proche pour laquelle un prix de gros est indiqué et j’utilise ce prix. Pour les autres régions du pays, je me concentre sur le sous-ensemble de villes pour lesquelles les prix de gros sont disponibles.

Par la suite, je ferai référence à ces données sur les prix sous le nom de “Données Kalibrate agrégées sur les prix.”

2. Régie de l’énergie du Québec:

⁴Voir Kalibrate Canada (2024).

⁵Voir Kalibrate Canada (2024).

La Régie de l'énergie du Québec (ci-après appelée la "Régie"), l'office de réglementation du marché de l'énergie de la province, m'a fourni les ensembles de données décrits ci-dessous et a répondu à toutes mes questions les concernant. La Régie représente une source fiable de données sur l'industrie pétrolière au Québec.

(a) **Données de prix:**

La Régie effectue des enquêtes de prix quotidiennes et hebdomadaires afin d'administrer une politique de prix plancher et fournir des informations globales sur les prix aux consommateurs. La Régie sonde un échantillon de stations-service partout au Québec afin de surveiller les prix. Les prix pour l'essence ordinaire et super de chacune des stations-service interrogées m'ont été fournis par la Régie ainsi que les prix pour le carburant diesel. Les données couvrent la période de janvier 2012 à janvier 2024. Pour des raisons de confidentialité, le nom et l'adresse de la station-service n'ont pas été fournis, mais il existe des informations sur la ville et le secteur dans lequel se trouve la station, un identifiant de station-service alphanumérique afin que les stations-service puissent être suivi dans le temps.

J'utilise ces données pour étudier les prix partout au Québec, en mettant l'accent sur les prix à Québec, à Lévis, en Gaspésie et sur la Côte-Nord. Comme indiqué dans la section suivante, je combine également ces données avec des informations sur l'indicateur quotidien du coût d'acquisition (IQCA) pour construire une mesure de la marge de détail au niveau de la station.

À ma connaissance, l'enquête de la Régie représente l'ensemble de données sur les prix au Québec le plus complet disponible en termes de fréquence et de portée.⁶ Désormais, j'appellerai ces données les "Données Régie sur les prix."

(b) **Données sur l'IQCA:**

J'ai également obtenu des données sur l'IQCA pour l'essence ordinaire et super, ainsi que le carburant diesel, dans toutes les villes et régions du Québec. Comme expliqué plus en détail ci-dessous, l'IQCA calculé par la Régie est censé se rapprocher du coût d'acquisition de l'essence pour les entreprises et je l'utilise donc en conjonction avec les données de prix décrites ci-dessus pour calculer les marges bénéficiaires des stations-service et pour étudier les tendances de prix dans les stations-service de toute la province.

⁶Les autres données disponibles à partir de Kalibrate sont soit collectées moins fréquemment ou pour un plus petit ensemble de marchés.

Ces tarifs sont directement disponibles sur le site de la Régie, mais m’ont également été fournis par la Régie.

Désormais, j’appellerai ces données les “Données Régie sur l’IQCA.”

(c) **Liste des stations-service:**

De la Régie, j’ai également accès à une liste de sites opérant dans chaque marché de la province pour chaque année au cours de laquelle la Régie a effectué un recensement des marchés de détail. La Régie a produit un recensement tous les trois ans à partir de 2010 (voir Régie (2012), Régie (2015), Régie (2017), Régie (2020) et Régie (2023d)). L’ensemble de données qui m’a été fourni offre les informations suivantes pour chaque site ouvert au Québec pour chacune des années d’enquête : le nom de marque du site, la région administrative dans laquelle il est situé ainsi que la Municipalité régionale de comté (MRC). J’utilise ces informations pour calculer la structure de chaque marché à chaque moment dans le temps.

Désormais, j’appellerai ces données les “Données Régie sur les stations-service.”

Autres documents

J’ai également consulté un certain nombre de documents de l’industrie et du gouvernement, des sites web et des articles académiques. Les documents sont référencés dans la bibliographie à la fin du rapport et des liens vers des sites web sont fournis dans le texte ou dans les notes de bas de page, le cas échéant.

Les deux avis soumis par la Régie de l’énergie au ministre de l’Économie, de l’Innovation et de l’Énergie en vertu des articles 42 et 57 de la Loi sur la Régie de l’énergie (LRÉ) sur les écarts de prix et des marges de commercialisation entre les régions de la Capitale-Nationale (Avis 1) et la région de Chaudière-Appalaches (Avis 2), et les autres régions du Québec sont particulièrement pertinents.⁷ J’ai également lu attentivement le Rapport de la Régie de janvier 2024. *Rapport de surveillance des prix de l’essence en Gaspésie* (Régie (2024)).

1.4 Limites et confidentialité

Comme je viens de l’évoquer, un certain nombre d’ensembles de données m’ont été fournis par la Régie en accord avec le Ministre de l’Économie, de l’Innovation et de l’Énergie. Ces données sont confidentielles et mon analyse et la présentation des résultats respecte le fait qu’elles contiennent des informations commercialement sensibles.

⁷Voir Régie (2023a) et Régie (2023b).

Ce rapport analyse l'état de la concurrence sur le marché de détail de l'essence au Québec d'un point de vue strictement économique. Lorsque j'aborde la dynamique concurrentielle, je ferai parfois allusion à la coordination *tacite*. Par coordination tacite je fais référence à la possibilité que des entreprises qui interagissent de manière répétée puissent coordonner des prix supraconcurrentiels. Voir Ivaldi et al. (2007) et Harrington (2017) pour une discussion. À ma connaissance, aucune enquête officielle n'a été menée sur le comportement anticoncurrentiel sur aucun des marchés du Québec au cours des dernières années, bien que des rapports indiquent que des agents du Bureau de la concurrence ont visité certains marchés.⁸ Je fonde ma compréhension des faits sur les documents et données décrits ci-dessus et référencés dans la bibliographie de ce rapport.

1.5 Organisation de ce rapport

La suite de ce rapport est organisée en cinq sections. Dans la section suivante, je donne un aperçu de l'industrie. Je présente ensuite dans la Section 3 une analyse empirique de l'évolution des prix et des marges dans les différents marchés du Québec, et je compare les changements à ceux qui ont eu lieu dans d'autres régions du Canada. Dans la Section 4, je discute en termes généraux de certaines explications possibles des changements/différences de prix et de marges qui ont été documentées. Sur cette base, je présente dans la Section 5 certaines pistes possibles que le gouvernement du Québec pourrait envisager afin de tenter de favoriser à long terme un marché de détail de l'essence et du carburant diesel plus compétitif. Enfin, dans la Section 6 je formule une série de recommandations sur des mesures à prendre.

⁸Voir Halin (2024).

2 Aperçu de l'industrie

Malgré l'essor important des véhicules électriques, la majorité des Québécois dépendent toujours des véhicules à essence pour se déplacer (plus de quatre nouvelles immatriculations de véhicules sur cinq).⁹ En 2019 au Québec, 1 114 litres d'essence ont été consommés par habitant, ainsi que 574 litres de carburant diesel par habitant.^{10,11} Ainsi, le prix de l'essence a un impact important sur la vie quotidienne des citoyens québécois. Dans ces conditions, veiller à ce que le marché de la vente au détail de l'essence québécois fonctionne de la manière la plus efficace et compétitive possible favoriserait le bien-être économique.

2.1 Profil des acteurs et leurs fonctions dans la chaîne d'approvisionnement du marché de l'essence

L'industrie de l'essence est composée de deux segments intégrés. Le premier concerne la transformation du pétrole brut en essence dans les raffineries. La seconde concerne la distribution et la commercialisation de l'essence au niveau du détail.

Au Québec, le pétrole brut est principalement importé puis raffiné dans l'une des deux raffineries actives. La raffinerie Jean Gaulin est située à Lévis et exploitée par Valero. Sa capacité est de 235 000 barils par jour. L'autre est située à Montréal et exploitée par Suncor, avec une capacité de 137 000 barils par jour. La majeure partie du pétrole brut raffiné dans ces raffineries était vendue au Québec; le reste était exporté hors de la province. Il y a aussi quelques importations de produits raffinés. Une fois le produit raffiné, il est généralement transporté d'abord de la raffinerie aux terminaux de distribution, puis de là aux stations-service de vente au détail, souvent par camion-citerne.

L'industrie de la vente au détail de l'essence est composée de deux types de stations-service : celles qui vendent de l'essence de marque et celles qui vendent de l'essence sans marque. Les marques incluent les grands raffineurs, mais aussi d'autres acteurs comme Canadian Tire. Certains détaillants de marque sont exploités par l'entreprise, le fournisseur (la marque) possédant et exploitant la station. Il est toutefois important de noter que le fait qu'une station-service publie une affiliation à une marque n'implique pas nécessairement que la marque possède ou contrôle le site, ou qu'elle peut déterminer les prix. Un certain nombre d'entreprises différentes qui ne sont pas des raffineurs entretiennent des relations

⁹Voir Statistique Canada (2023).

¹⁰Voir Régie de l'énergie du Canada (2024).

¹¹Notez que ces chiffres étaient tous deux inférieurs aux moyennes pour l'ensemble du Canada de 1 268 et 855 litres par habitant d'essence et de carburant diesel respectivement.

d’approvisionnement avec les marques et commercialisent leurs produits en utilisant l’une des nombreuses relations possibles. Ainsi, par exemple, Shell peut être commercialisée par plusieurs sociétés différentes. Pour certains *distributeurs* comme Parkland, le carburant est le principal secteur d’activité, mais pour d’autres, comme Couche-Tard, Costco et Sobeys, leurs principaux secteurs d’activité sont en dehors du carburant. Les distributeurs peuvent parfois contrôler les prix des stations-service avec lesquelles ils traitent. Plus précisément, les stations-service peuvent être exploitées à commission, auquel cas la marque ou le distributeur est propriétaire de la station-service et contrôle les prix, mais paie au concessionnaire une commission basée sur le volume d’essence vendu. Il peut s’agir de concessionnaires-preneurs (lessee-dealers), ce qui signifie que la marque ou le distributeur est propriétaire de la station, mais la loue à un détaillant qui achète auprès du fournisseur mais fixe les prix et vend l’essence aux clients finaux. Il peut également s’agir de stations-service indépendantes, auquel cas le détaillant est propriétaire de la station-service et signe un contrat avec une marque ou un distributeur pour vendre sa marque d’essence.

L’essence sans marque est vendue chez des détaillants indépendants. Les plus grands détaillants indépendants sans marque auront des contrats avec un raffineur ou un courtier spécifique (parfois même plusieurs fournisseurs). Les petits détaillants achètent au prix affiché à la rampe de chargement (la référence pour le prix de gros de l’essence achetée aux terminaux). Dans les deux cas, le détaillant indépendant vend au prix qu’il souhaite.

De nombreux points de vente au détail offrent des services auxiliaires, tels que des dépanneurs, des lave-autos et des restaurants attenants. Certains sont également rattachés à des magasins plus grands, comme des épiceries (Provigo, Sobeys) et des magasins polyvalents (Costco).

2.2 Composantes du prix de l’essence

À mesure que nous avançons dans la chaîne d’approvisionnement, des marges supplémentaires sont ajoutées. Lorsque les raffineurs vendent leurs produits à des distributeurs/commerçants, ils majorent le prix qu’ils fixent au-dessus de leurs coûts de production (ce qu’ils ont payé pour le pétrole brut), gagnant ainsi une *marge de gros* (ou *des raffineurs*). La *marge de transport/distribution* est généralement faible et ne fluctue pas de manière significative. Enfin, il existe une *marge de détail* qui est égale à la différence entre ce que le détaillant a payé à la raffinerie pour l’essence (net des frais de transport) et le prix auquel il vend l’essence. Cette marge comprend les coûts d’exploitation de la station-service tels que les salaires versés aux employés, la publicité, l’entretien, ainsi que la marge nette réalisée par la station.

A tout cela s'ajoutent les taxes. Au Québec, il s'agit des éléments suivants :

1. Taxe fédérale d'accise: montant fixe de 10 cents/litre.
2. Taxe provinciale sur les carburants: montant fixe de 19,2 cents/litre (réduite dans certaines régions frontalières, périphériques et spécifiques)
3. Taxe perçue par le gouvernement du Québec: montant fixe de 3 cents/litre remise à l'Autorité régionale de transport métropolitain (ARTM)
4. Taxe fédérale sur les produits et services (TPS): de 5 % du montant (incluant les taxes précédentes)
5. Taxe de vente du Québec (TVQ): de 9,5% sur le montant (incluant les taxes précédentes).

Pour plus d'informations sur les composantes de la tarification consultez les informations fournies sur le site internet de la Régie de l'énergie.¹²

2.3 Portrait et définition du marché

Au 31 décembre 2022, il y avait 2 779 stations-service au Québec vendant en moyenne 3 millions de litres de carburant chacune par année (Régie (2023d)). Ces stations-service sont situées dans différents marchés, répartis partout au Québec. Les Tableaux 1 et 10 de Régie (2023d) affichent le nombre de stations-service ainsi que leurs volumes par station-service par région administrative et par MRC, respectivement. Il existe d'énormes variations, certains marchés locaux comportant un grand nombre de stations-service par habitant et d'autres relativement peu. Par exemple, la MRC Antoine-Labelle comptait 31 stations-service en 2022. Mesurée en nombre de stations-service pour 5 000 habitants, cette MRC est raisonnablement bien couverte avec 4,16 stations-service. À l'inverse, certaines MRC ont une faible couverture : la MRC La Jacques-Cartier comptait 15 stations-service en 2022, soit 1,52 pour 5000 habitants.

Dans la Section 4.2, je propose une discussion plus approfondie de la structure des divers marchés locaux au Québec et de leur évolution au fil du temps. Il est donc important de discuter de la définition des marchés et de la manière dont les données dont je dispose influencent la manière dont je procède à mon analyse des marchés locaux.

Les économistes définissent généralement un marché de la manière suivante:

¹²Voir Régie de l'énergie du Québec (2024).

“une zone et ensemble de produits au sein desquels les prix sont liés les uns aux autres par un arbitrage du côté de l’offre ou de la demande et dans lequel ces prix peuvent être traités indépendamment des prix de biens qui ne sont pas sur le marché.”¹³

Cela implique que les marchés de détail de l’essence sont souvent définis géographiquement comme étant des villes ou des villages entiers. Par exemple Houde (2012) déclare:

“L’élasticité de substitution entre stations-service reproduit la répartition du trafic dans les villes, la concurrence par les prix s’étend à des localisations pouvant inclure tous les quartiers d’une zone métropolitaine.”¹⁴

Cela concorde avec la manière dont la Federal Trade Commission des États-Unis décrit les marchés de détail de l’essence :

“En se basant uniquement sur le comportement des consommateurs individuels, on pourrait penser que les marchés géographiques pertinents pour la vente au détail d’essence sont relativement petits. Toutefois, cela ne tient pas compte de la nature des contraintes qui pèsent sur les prix de détail dans une zone métropolitaine. Les prix facturés par une station-service de vente au détail peuvent être limités par les prix facturés par d’autres stations-service distantes d’un ou deux miles, tandis que les prix de ces dernières contraignent les stations-service supplémentaires à un ou deux miles de distance, et ainsi de suite. La nature même du produit implique également la mobilité. Les consommateurs peuvent acheter de l’essence près de leur lieu de travail, près de leur domicile, près de leur magasin ou n’importe où entre ces endroits. En conséquence, le marché géographique pertinent pourrait être relativement vaste, pouvant atteindre la taille d’une zone métropolitaine entière. En revanche, lorsque les stations-service sont relativement isolées, des marchés plus petits peuvent être appropriés.”¹⁵

¹³Traduit à partir de “an area and set of products within which prices are linked to one another by supply- or demand- side arbitrage and in which those prices can be treated independently of prices of goods not in the market.” See Scheffman and Spiller (1987) and also Church and Ware (2000).

¹⁴Traduit à partir de “Since the elasticity of substitution between stations mimics the distribution of traffic in cities, price competition spills over locations that potentially include all the neighbourhoods of a metropolitan area.”

¹⁵Traduit à partir de “Based solely on the behavior of individual consumers, one might think that relevant geographic markets for gasoline retailing are relatively small. However, this overlooks the nature of constraints on retail pricing in a metropolitan area. The prices charged by a retail station may be constrained by prices charged by other stations a mile or two away, while the prices of the latter constrain additional

J'utiliserai cette définition tout au long de ce rapport. Par exemple, si je mentionne le *marché de Sherbrooke*, je ferai référence au marché de la vente au détail de l'essence dans le secteur géographique défini par la ville de Sherbrooke.

Pour certaines analyses, je fournirai des informations au niveau de la région administrative ou de la MRC, puisque certaines des données auxquelles j'ai accès ne présentent que les informations à ce niveau.

2.4 Réglementation dans le marché de détail de l'essence au Québec

Le marché de la vente au détail de l'essence au Québec est réglementé par la Régie de l'énergie conformément à la LRÉ (articles 55 à 59) et à la LPP (articles 67 et 68).

Entre autres responsabilités, la Régie surveille, dans les diverses régions du Québec, les prix des produits pétroliers, elle effectue un recensement des stations-service opérant sur le marché et elle fournit des informations sur les coûts d'exploitation des stations-service.

Réglementations pour prévenir les pratiques abusives: L'article 67 a pour objectif de maintenir la concurrence et d'empêcher la sortie du marché des détaillants, ce qui pourrait à son tour entraîner une augmentation des prix (prix d'éviction). Il instaure une présomption de pratiques abusives pour les stations-service vendant de l'essence à un prix inférieur à ce qu'il leur en a coûté pour l'acquérir.

Pour l'application de l'article 67 de la LPP la référence est l'IQCA. La Régie calcule et publie quotidiennement sur son site Internet un IQCA pour l'essence ordinaire et super et pour le carburant diesel, pour environ 70 villes ou quartiers du Québec.¹⁶ La détermination de l'IQCA est basée sur la règle simple suivante qui mesure le coût marginal moyen de vente de l'essence sur chaque marché local (m) chaque jour (t) :

$$IQCA_{mt} = w_t + \tau_{mt} + T_{mt},$$

où :

- w_t représente le prix minimal à la rampe de chargement indiqué dans le périodique désigné par le ministre dans un avis publié à la Gazette officielle du Québec;

stations another mile or two away, and so on. The very nature of the product also involves mobility. Consumers may purchase gasoline near their place of work, near their home, near where they shop, or anywhere between these locations. As a result, the relevant geographic market might be relatively broad, perhaps as large as an entire metropolitan area. On the other hand, where stations are relatively isolated, smaller markets may be appropriate." Voir la page 226 de FTC (2004).

¹⁶Jusqu'en 2021, elle publiait également un indicateur hebdomadaire appelé prix minimum estimé (PME).

- τ_{mt} est une estimation du coût minimal de transport du produit, lequel comprend ce qu'il en coûte à un détaillant pour acheminer le produit depuis la raffinerie jusqu'à l'essencerie dans le marché m par le moyen de transport le plus économique;
- T_{mt} représente les taxes fédérales et provinciales.

De plus, l'article 59 de la loi sur la LRÉ prescrit que la Régie fixe à tous les trois ans un montant, par litre, au titre des coûts d'exploitation que doit supporter un détaillant en essence ou en carburant diesel afin de remplir ses obligations relatives à l'application de l'article 67 de la LPP.¹⁷

Ce montant, qui peut être considéré comme une marge minimale, n'est pas inclus dans l'IQCA quotidien. L'IQCA sert plutôt de référence pour déterminer si les stations-service se livrent à des *pratiques commerciales excessives et déraisonnables*, auquel cas une entreprise peut poursuivre ses concurrents en justice pour obtenir une compensation financière et demander que la marge minimale supplémentaire soit imposée en plus de l'IQCA. À l'heure actuelle, la Régie fixe le Montant au titre des coûts d'exploitation pour les trois prochaines années à 4,4 cents par litre pour la région de Montréal, à 4,7 cents par litre pour le Québec Central, et à 5,5 cents par litre pour les régions éloignées.

La marge minimale sert à deux fins. Premièrement, elle établit un prix plancher implicite (ou à long terme), en dessous duquel la Régie considère que les stations-service ne couvrent pas leurs coûts fixes d'exploitation. Deuxièmement, cela permet à la Régie de compenser indirectement les stations-service après une guerre des prix.

Les mécanismes de la politique sont essentiellement les suivants. Premièrement, après une période de bas prix suffisamment longue, un détaillant d'essence peut demander à la Régie d'enquêter sur les preuves d'anomalies de prix. La Régie reçoit un grand nombre de demandes de mises en demeure au cours d'une année donnée. La Régie procède ensuite à une consultation formelle de différents groupes (détaillants, groupes de protection des consommateurs), afin d'évaluer la crédibilité de l'accusation d'éviction. Si la Régie est convaincue de l'accusation, elle peut ajouter le Montant au titre des coûts d'exploitation au calcul de l'IQCA pour une certaine période de temps dans une zone géographique spécifique où la guerre des prix a eu lieu. Entre 2001 et 2011, la Régie a rendu quatre décisions par laquelle elle ordonnait l'inclusion du montant fixé au titre des coûts d'exploitation que doit supporter un détaillant en essence ou en carburant diesel: une concernant la région de Québec en 2001 et trois décisions concernant la ville de Saint-Jérôme en 2002, 2003 et 2008.

¹⁷Pour plus d'informations, voir LégisQuébec (2023a) et Régie (2023c).

Après des guerres des prix au Québec au cours de l'été 1996, le Conseil des ministres a rendu une décision autorisant le ministre de l'époque à constituer un Comité spécial auquel il a confié le mandat d'examiner la situation du marché de l'essence au Québec. Parmi les recommandations du rapport du Comité (8 octobre 1996) figuraient les suivantes: (i) préparer un projet de loi modifiant la Loi sur l'utilisation des produits pétroliers, et (ii) confier à la future Régie de l'énergie un mandat d'enquête et de surveillance du marché des produits pétroliers.

Suite aux guerres des prix, la LPP a été mise en place afin de protéger les petits détaillants indépendants contre les stratégies de prix agressives des grandes chaînes et des détaillants à grande surface afin d'assurer qu'il y ait suffisamment de compétiteurs de sorte que les consommateurs bénéficient d'un prix concurrentiel à long terme. Avant l'adoption de la loi, l'Association québécoise des indépendants du pétrole (maintenant l'Association des distributeurs d'énergie du Québec) a mené une opération de lobbying très efficace visant à convaincre le gouvernement provincial que le retrait des détaillants indépendants nuirait à long terme aux consommateurs, en favorisant des prix d'éviction (les nouveaux entrants fixeraient des prix bas pour chasser les indépendants, et augmenteraient ensuite les prix). Plusieurs groupes de protection des consommateurs ont également soutenu cette politique à l'époque.

Tout cela s'est passé pendant durant une période de réorganisation importante des marchés de détail de l'essence (et d'autres marchés de détail également), qui a eu lieu dans les années 1990. Au cours de cette période, la plupart des marchés nord-américains ont subi une réorganisation majeure, caractérisée par une augmentation de la taille et de l'automatisation des stations-service, et la sortie de près de 30 % des stations-service actives au début de la décennie (voir par exemple Eckert and West (2005)).¹⁸ Ces changements ont eu lieu grâce à l'entrée et à la reconfiguration de stations-service plus grandes et plus efficaces, et à la sortie des petites stations-service. Ils ont été causés par des innovations technologiques communes à la plupart des secteurs de vente au détail qui ont augmenté la taille efficace des magasins (par exemple, automatisation du service, meilleurs systèmes de contrôle des stocks, etc.), par des changements dans la valeur de certains équipements (par exemple, diminution de l'utilisation de petits garages de réparation), et par les changements apportés à la réglementation concernant la sécurité environnementale des réservoirs de stockage souterrains (voir Yin, Kunreuther, and White (2007) et Eckert and Eckert (2008)).¹⁹ La plupart

¹⁸Aux États-Unis, le nombre de points de vente vendant la quantité d'essence a diminué d'environ 202 000 à 171 000 entre 1994 et 2001. Yin, Kunreuther, and White (2007) décrit la réorganisation de plusieurs marchés américains de l'essence tout au long des années 1990.

¹⁹Le Code de pratiques environnementales pour les systèmes de stockage souterrains contenant des produits

des changements réglementaires et des innovations technologiques ont eu lieu au début des années 1990, et ont été lentement mis en œuvre sur les marchés canadiens au cours de la décennie.

Comme je l'explique plus en détail ci-dessous, d'autres provinces ont également envisagé de mettre en œuvre des politiques similaires. Au cours de la même période où l'adoption du plancher était débattue au Québec, une loi similaire a été discutée en Ontario, mais a finalement été rejetée. La Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard ont toutes deux adopté des réglementations similaires en 1988 et 2006 respectivement, soit bien avant et bien après cette période. Je discute de ces réglementations plus en détail ci-dessous. Aux États-Unis, un certain nombre d'États ont à plusieurs reprises mis en œuvre des politiques similaires – ce qu'on appelle des réglementations sur les ventes à perte (sales below costs).²⁰

Loi déterminant par décret le prix maximum au Québec : Il n'existe pas de prix plafond sur le marché de la vente au détail de l'essence au Québec et la Régie n'a pas le pouvoir d'en fixer un. Cependant, l'article 68 de la Loi sur les produits pétroliers stipule que si le gouvernement l'estime dans l'intérêt public, il peut décréter un prix maximum auquel l'essence, ou tout produit pétrolier, peut être distribué et vendu.²¹ Le gouvernement n'a imposé par décret un prix maximum qu'une seule fois, en septembre 1987, et l'a alors appliqué sur la Côte-Nord, en Gaspésie-Bas-Saint-Laurent, en Saguenay-Lac-Saint-Jean et en l'Abitibi-Témiscamingue. Dans ces régions, les détaillants n'étaient pas autorisés à vendre à un prix supérieur au seuil fixé par le gouvernement.²²

pétroliers a été publié au Canada en 1988 et a fourni des conseils sur le comportement approprié en matière de mise à niveau et de retrait des réservoirs de stockage. Il appartenait à chaque province d'adopter ces lignes directrices ou d'établir sa propre réglementation. Au Québec, une réglementation est entrée en vigueur vers 1991 concernant l'approbation des réservoirs non protégés. Au Québec, tous les réservoirs ne répondant pas aux normes de protection devaient être retirés dans un délai de deux à sept ans, selon l'âge du réservoir en juillet 1991.

²⁰Un certain nombre d'autres États et pays ont des lois pour des industries ou des produits spécifiques. Les restrictions les plus courantes sont les ventes à perte sur le marché de détail de l'essence, mais d'autres marchés comportent des restrictions similaires. Par exemple, au Tennessee, il existe des prix planchers sur les marchés pour les cigarettes, le lait et les desserts glacés. En Irlande, les ventes inférieures à la facture ont été interdites dans le secteur de l'alimentation au détail jusqu'en 2005. Plus généralement, des politiques similaires ont été adoptées dans d'autres contextes : les salaires sur la plupart des marchés du travail sont soumis à des planchers explicites, tout comme les prix sur de nombreux marchés agricoles, les mesures antidumping les politiques interdisent aux entreprises étrangères de fixer des prix inférieurs aux coûts variables moyens, et l'entrée des grands détaillants est souvent restreinte. Dans chaque cas, les politiques sont conçues pour protéger des groupes particuliers d'entreprises.

²¹Voir LégisQuébec (2023b).

²²Voir Régie (2011) et Régie (2018).

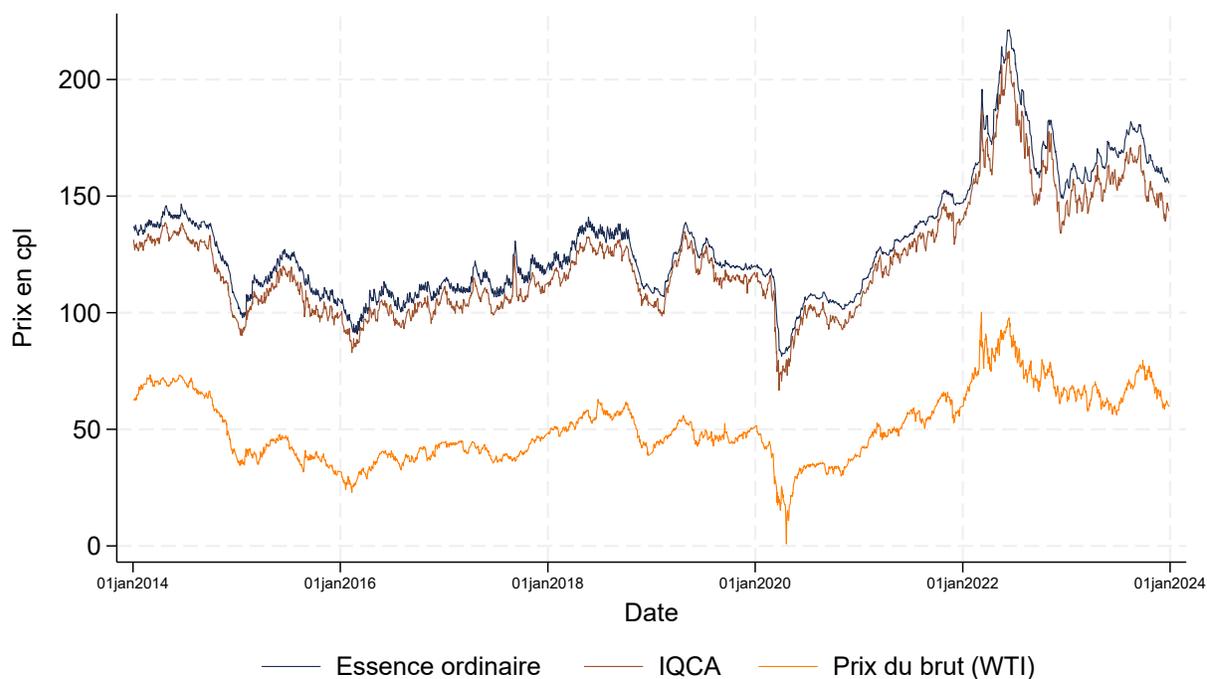
3 Prix et marges dans le marché de la vente au détail de l'essence du Québec

3.1 Comparaison des prix et marges au sein de la province et par rapport à d'autres juridictions et au fil du temps

Comparaison au sein de la province: Le Graphique 1 montre l'évolution des prix sur le marché de la vente au détail de l'essence au Québec. J'utilise les Données Régie sur les prix pour tracer le prix de détail moyen de l'essence ordinaire à travers le Québec, les Données Régie sur l'IQCA pour tracer les coûts et les Données Kalibrate agrégées sur les prix pour tracer le prix de référence du pétrole brut (West Texas Intermediate) de 2014 à 2023. Il y a quelques résultats importants à retenir de ce graphique. Premièrement, les prix ont considérablement augmenté au cours de cette période. Après avoir principalement fluctué entre 100 et 130 cents le litre (cents/litre) jusqu'en 2020, les prix sont tombés à un minimum de 81,35 cents/litre en avril 2020 avant de remonter jusqu'à un maximum de 221,35 cents/litre en juin 2022. Deuxièmement, les prix de détail suivent principalement l'IQCA, qui à son tour suit principalement le prix du pétrole brut. Les augmentations moyennes des prix de ces dernières années peuvent donc être attribuées en grande partie aux chocs subis par le marché mondial du pétrole brut. Cependant, en y regardant de plus près, on peut remarquer que l'écart entre les prix de détail et l'IQCA commence à se creuser à partir de 2021. De plus, le graphique masque une hétérogénéité importante entre les différentes régions et villes. Nous étudions tout cela plus en détail dans ce qui suit.

Le Tableau 1 présente les prix de détail moyens de 2014 à 2023 en cents/litre pour chacune des 17 régions administratives de la province, calculés à partir des Données Régie sur les prix quotidiens. Il présente des tendances similaires à celles observées dans le Tableau 1 de Régie (2023a), mais reculant jusqu'en 2014. Conformément à ce que nous avons vu dans le Graphique 1, il montre que les prix sont beaucoup plus élevés dans toutes les régions au cours des dernières années. Il démontre que les prix ont été extrêmement élevés dans la Capitale-Nationale, dans la région de Chaudière-Appalaches, en Gaspésie et sur la Côte-Nord en 2022-2023. Alors qu'auparavant, les prix dans la Capitale-Nationale et dans la région de Chaudière-Appalaches étaient comparables à ceux de la plupart des autres régions de la province, en 2022-2023, ils étaient parmi les plus élevés. Les prix en Gaspésie et sur la Côte-Nord sont presque toujours parmi les plus élevés.

En Annexe C je présente les prix de l'essence super et du carburant diesel. Le Tableau



Graphique 1: Evolution du prix de référence du pétrole brut, des prix moyens (essence ordinaire) et de l'IQCA au Québec, 2014-2023 (Source: Régie)

A1 présente les prix de l'essence super dans chacune des régions administratives de 2014 à 2023. Comme pour les prix de l'essence ordinaire, les prix de l'essence super augmentent significativement au cours des deux dernières années, s'établissant en moyenne à plus de 200 cents/litre en 2022 dans la plupart des régions avant de baisser légèrement en 2023. Comme pour l'essence ordinaire, les prix de l'essence super sont plus élevés dans la Capitale-Nationale, dans la régions de Chaudière-Appalaches, en Gaspésie et sur la Côte-Nord en 2022-2023 que dans la plupart des autres régions. D'après le Tableau A3, nous pouvons constater que les prix du carburant diesel grimpent également en 2022-2023, mais contrairement à l'essence ordinaire et super, les prix ne semblent pas plus élevés sur les marchés d'intérêt qu'ailleurs dans la province.

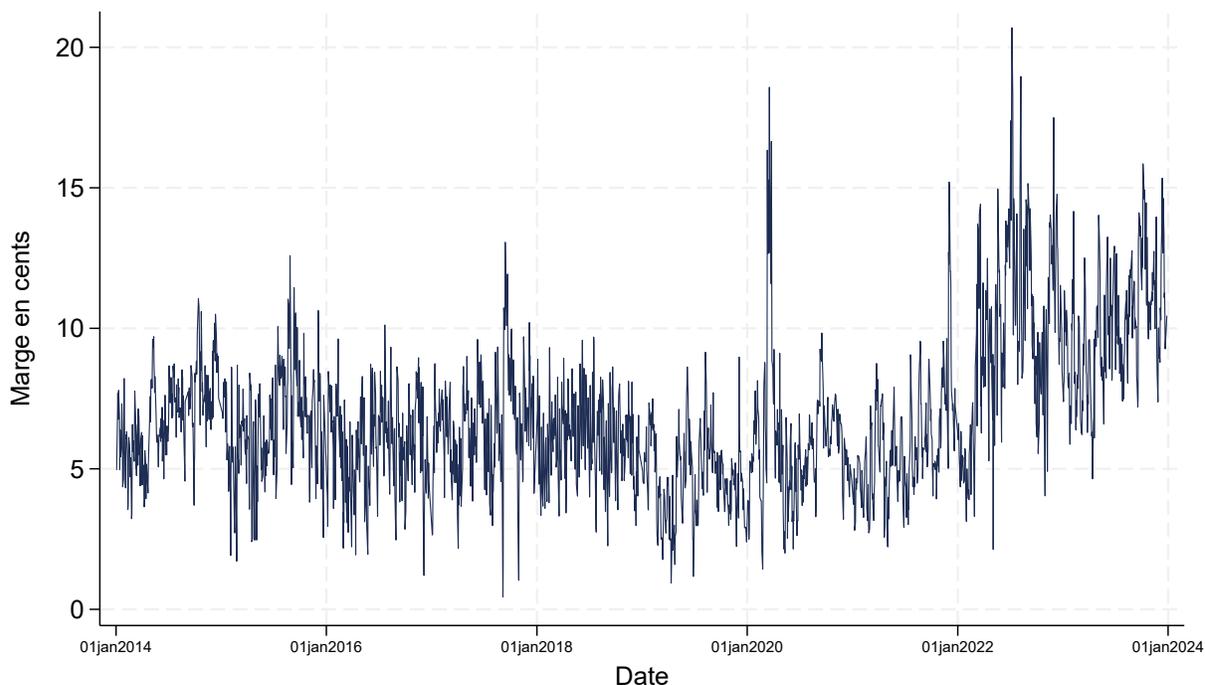
Étant donné que certaines des différences observées entre les régions peuvent s'expliquer par des différences dans les coûts supportés (prix à la rampe de chargement ou coûts de transport), il est important de concentrer davantage notre attention sur les marges. Les marges sont calculées en utilisant le prix quotidien issu des Données Régie sur les prix et en soustrayant l'IQCA quotidien des données Régie IQCA pour la région/sous-région. Le Graphique 2 présente les marges hors taxes moyennes en cents pour le Québec et montre

Tableau 1: Prix moyens annuels en cents/litre, essence ordinaire, par région administrative, 2014-2023 (Source: Régie)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Abitibi-Témiscamingue	134.9	112.5	103.7	115.2	128.8	122.7	107.0	132.8	180.5	168.1
Bas-Saint-Laurent	135.3	114.3	105.7	115.1	129.6	125.0	106.8	136.5	181.9	171.2
Capitale-Nationale	132.6	109.8	101.1	111.3	125.8	118.6	103.2	135.4	180.7	171.5
Centre-du-Québec	131.2	108.2	101.1	112.6	125.8	120.4	100.3	132.3	179.5	165.7
Chaudière-Appalaches	133.0	110.7	103.0	112.3	125.8	118.5	103.0	134.1	180.1	168.4
Côte-Nord	136.0	114.4	105.8	115.3	129.1	122.8	103.9	134.3	179.6	171.1
Estrie	135.2	112.5	105.0	114.1	128.4	121.9	102.1	131.1	178.3	165.7
Gaspésie-Îles-de-la-Mad.	136.8	115.0	107.8	116.8	131.4	126.4	108.7	137.6	182.0	170.1
Lanaudière	134.8	113.6	105.2	115.0	127.7	122.3	102.8	132.5	176.6	161.9
Laurentides	135.1	112.0	104.2	113.5	127.2	122.6	103.8	133.2	176.9	163.3
Laval	138.9	117.4	108.7	118.4	131.8	126.4	107.3	137.3	179.6	167.6
Mauricie	135.0	112.2	103.6	113.6	127.0	120.7	103.8	135.8	179.5	166.2
Montérégie	135.2	112.9	104.9	115.5	129.1	123.0	103.7	133.3	178.3	164.2
Montréal	138.2	117.6	109.1	119.7	132.3	126.2	106.9	137.0	179.3	167.4
Outaouais	131.2	107.2	98.7	110.0	123.2	115.2	97.0	128.4	171.3	158.5
Saguenay-Lac-Saint-Jean	132.6	111.4	103.3	113.6	125.8	117.2	99.5	127.9	173.7	157.5

que de 2014 jusqu'à environ 2018, elles étaient d'environ 7 cents le litre, bien qu'il y ait eu d'importantes variations. Les marges ont chuté en 2019 et, à l'exception de quelques pics pendant la pandémie de Covid-19, elles ont oscillé autour de 5 cents le litre jusqu'à la fin de 2021, date à laquelle elles ont grimpé de manière importante jusqu'à environ 10 cents le litre.

Le Tableau 2 présente les marges hors taxes moyennes des détaillants de 2014 à 2023 en cents/litre pour chacune des 17 régions administratives de la province. Il documente des tendances similaires à celles observées dans le Tableau 5 de la Régie (2023a), mais remontant jusqu'à 2014. Encore une fois, en 2022-2023, les marges sont plus élevées dans la Capitale-Nationale, dans la régions de Chaudière-Appalaches, en Gaspésie, et sur la Côte-Nord que dans la plupart des autres régions de la province. En revanche, les marges de la Capitale-Nationale et dans la région de Chaudière-Appalaches étaient en fait souvent inférieures à celles de la plupart des autres régions de la province au cours des périodes antérieures. Les marges en Gaspésie et sur la Côte-Nord sont presque toujours parmi les plus élevées. Il convient de noter que les marges en Abitibi-Témiscamingue et dans le Bas-Saint-Laurent sont également généralement assez élevées. En revanche, les marges sont habituellement plus faibles dans Lanaudière, les Laurentides, la Montérégie, Montréal et l'Outaouais. En 2023, les marges étaient également très faibles au Saguenay-Lac-Saint-Jean, probablement



Graphique 2: Evolution des marges hors taxes moyennes au Québec, essence ordinaire, 2014-2023 (Source: Régie)

le résultat d’une guerre des prix en cours au Saguenay.²³ Le Tableau 3 se concentre sur les marges de certains des marchés d’intérêt et confirme ce qui a été documenté au niveau de la région administrative. Le Tableau 4 suggère que les marges sont effectivement bien plus faibles dans de nombreuses villes situées dans les régions administratives où les marges observées sont plus faibles. Finalement, en regardant les Tableaux A2 et A4 en Annexe C, nous pouvons voir que des tendances similaires s’appliquent à l’essence super et au carburant diesel.

Comparaison avec les autres régions du pays: Il est également instructif de voir comment les prix et les marges au Québec se comparent à ceux des autres régions du pays. Pour cela, nous nous tournons vers les Données Kalibrate agrégées sur les prix. Pour pouvoir comparer entre les provinces, il est nécessaire de supprimer les taxes, car celles-ci diffèrent d’une province à l’autre. Par conséquent, du site Kalibrate j’utilise la série pour les prix de détail avant l’ajout de taxes. Les marges sont calculées comme la différence entre le prix de détail avant l’ajout de taxes et le prix de gros (en utilisant le prix de gros dans la même

²³Voir Radio-Canada (2023).

Tableau 2: Marges hors taxes moyennes annuelles en cents/litre, essence ordinaire, par région administrative, 2014-2023 (Source: Régie)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Abitibi-Témiscamingue	9.1	8.8	7.7	9.8	9.4	8.0	11.5	7.5	13.8	14.1
Bas-Saint-Laurent	9.5	9.4	8.5	8.6	8.6	8.8	10.1	9.4	13.8	15.8
Capitale-Nationale	5.4	4.4	3.1	4.2	4.4	2.2	5.9	7.8	12.1	15.3
Centre-du-Québec	3.5	2.6	2.7	4.8	4.2	3.7	3.1	4.5	10.8	9.9
Chaudière-Appalaches	5.6	4.9	4.3	4.8	4.3	1.9	5.5	6.4	11.2	12.3
Côte-Nord	10.9	10.1	9.2	9.4	9.3	7.7	8.5	8.6	13.2	15.1
Estrie	7.8	6.2	6.1	6.3	6.3	4.6	4.5	3.3	9.7	10.1
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	9.4	9.3	9.5	9.6	9.8	9.6	11.3	10.3	13.3	15.0
Lanaudière	5.9	5.8	5.0	5.9	4.7	3.8	3.9	3.5	6.8	6.0
Laurentides	5.3	4.3	3.8	4.0	4.0	4.0	4.7	3.9	7.3	6.7
Laval	7.6	8.0	6.8	7.3	6.7	6.0	6.5	6.2	8.4	9.1
Mauricie	7.2	6.0	5.0	5.8	5.1	3.5	6.0	7.2	10.6	10.4
Montérégie	5.9	5.3	4.9	5.9	5.4	4.2	4.5	3.9	8.3	7.7
Montréal	6.9	8.1	7.1	8.4	7.2	5.9	6.2	6.2	8.1	9.0
Outaouais	6.5	5.9	5.5	7.6	6.9	3.9	5.2	6.2	8.8	7.1
Saguenay-Lac-Saint-Jean	9.0	9.4	8.6	9.5	8.3	4.5	6.2	4.7	9.8	6.9

Tableau 3: Marges hors taxes moyennes annuelles en cents/litre, essence ordinaire, marchés d'intérêt, 2014-2023 (Source: Régie)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Québec	5.3	5.2	3.3	3.9	4.3	2.1	5.7	8.5	12.7	15.7
Lévis	5.1	5.4	4.2	4.4	3.8	1.8	5.8	8.1	12.2	14.3
Villes en Gaspésie										
Chandler	9.0	9.3	9.1	9.1	9.1	8.9	10.7	10.7	14.0	14.7
Gaspé	7.8	9.0	8.5	8.8	9.2	9.0	10.9	9.0	12.7	15.2
Villes sur la Côte-Nord										
Baie-Comeau	10.7	10.7	9.7	10.0	9.9	8.3	8.8	9.7	13.9	15.4
Sept-Îles	10.0	9.4	8.3	8.6	8.5	7.2	7.6	8.0	13.5	15.7

Tableau 4: Marges hors taxes moyennes annuelles en cents/litre, essence ordinaire, marchés de comparaison, 2014-2023 (Source: Régie)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Boisbriand	6.6	7.1	5.7	6.7	6.3	6.0	5.3	5.3	7.5	8.9
Lachute	2.5	0.8	1.5	1.5	2.6	2.1	3.0	2.4	6.6	4.2
Montréal	6.8	9.3	8.0	9.3	9.2	5.9	5.9	6.2	8.4	9.2
Morin-Heights	6.0	2.7	2.2	2.4	2.6	1.8	2.5	2.5	7.4	4.4
Saint-Jérôme	2.7	1.4	1.0	0.8	0.7	0.3	0.6	1.8	6.6	4.9

ville, ou dans la ville la plus proche s'il n'y a pas de prix de gros indiqué sur le site Kalibrate pour la ville concernée). Nous commençons par comparer les prix et les marges du Québec à ceux de l'Ontario dans les Tableaux 5 et 6.

Tableau 5: Prix annuels hors taxes en cents/litre, essence ordinaire, par ville, 2014-2023 (Source: Kalibrate)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Moyenne Canada	88.8	70.6	64.7	74.6	87.6	78.7	60.9	88.0	123.2	110.6
Villes au Québec										
Québec	86.2	66.4	59.6	68.1	80.2	74.6	60.9	89.4	128.5	120.0
Montréal	87.2	68.4	61.7	71.3	82.8	77.0	60.3	86.6	123.7	112.7
Saguenay	90.5	72.4	65.6	73.9	84.7	77.1	60.6	86.1	124.9	109.6
Drummondville	82.9	64.0	60.5	69.9	81.6	76.0	58.6	86.2	127.8	116.6
Gaspé	93.1	74.7	67.5	75.8	88.7	84.5	69.5	94.9	133.7	125.5
Gatineau			63.1	71.8	83.2	76.0	60.5	87.7	125.7	113.5
Rimouski	91.7	72.9	65.5	73.1	85.7	82.1	66.0	91.8	131.9	122.8
Sherbrooke	88.7	68.5	62.3	70.3	82.4	76.9	60.0	85.1	126.8	115.8
Trois-Rivières	90.3	68.6	61.4	69.9	83.0	74.3	61.6	86.8	125.3	118.2
Val d'Or	92.0	73.2	65.9	75.3	87.2	81.5	66.9	91.0	133.0	121.9
Moyenne QC	89.0	70.1	63.5	72.2	84.1	78.4	62.6	88.8	128.4	117.6
Villes en Ontario										
Hamilton	88.2	68.2	63.1	74.7	86.9	75.0	57.3	82.9	115.6	103.0
Kingston		66.0	61.5	72.6	84.3	72.8	55.0	81.5	114.9	101.6
London	86.4	66.4	60.9	74.5	86.1	74.0	57.7	82.8	115.9	104.2
Ottawa	86.8	67.9	62.9	73.8	84.4	73.6	56.5	82.4	116.2	104.5
Sarnia				74.1	82.7	73.0	55.5	79.1	112.9	101.0
Sault Ste Marie		73.5	66.5	76.5	87.9	76.9	62.9	87.9	117.7	105.1
Thunder Bay	95.2	76.8	70.3	79.6	95.2	88.0	69.2	91.5	122.3	108.1
Toronto	88.6	69.8	64.9	75.7	88.1	75.8	57.6	83.4	116.6	104.6
Moyenne ON	89.1	69.8	64.3	75.2	87.0	76.1	59.0	83.9	116.5	104.0

Du Tableau 5 nous pouvons constater qu'au cours des périodes antérieures, les prix dans les villes québécoises sondées par Kalibrate étaient similaires à ceux des villes ontariennes sondées par Kalibrate et, en fait, étaient généralement inférieurs (la moyenne des villes au Québec était inférieure à celle des villes de l'Ontario au cours de quatre années entre 2014 et 2018). En revanche, on constate qu'en 2022 et 2023, les prix sont beaucoup plus élevés au Québec qu'en Ontario. En 2022, la moyenne dans les villes du Québec était de près de 12

Tableau 6: Marges annuelles en cents/litre, essence ordinaire, par ville, 2014-2023 (Source: Kalibrate)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Moyenne Canada	8.3	8.9	8.8	9.3	9.7	7.3	7.2	8.0	10.4	9.7
Villes au Québec										
Québec	6.7	5.0	4.3	4.9	4.9	3.1	6.5	8.6	12.2	14.9
Montréal	7.7	7.1	6.3	8.0	7.4	5.5	5.8	5.8	7.5	7.6
Saguenay	11.0	11.1	10.2	10.7	9.3	5.4	6.1	5.3	8.6	4.6
Drummondville	3.4	2.7	5.2	6.7	6.3	4.3	4.1	5.4	11.5	11.5
Gaspé	13.6	13.3	12.2	12.6	13.3	12.8	15.0	14.1	17.5	20.4
Gatineau			5.8	8.5	7.9	4.3	6.0	6.9	9.4	8.4
Rimouski	12.2	11.6	10.2	9.9	10.4	10.4	11.5	11.0	15.7	17.7
Sherbrooke	9.1	7.2	7.0	7.0	7.0	5.2	5.5	4.3	10.5	10.7
Trois-Rivières	9.2	6.6	6.0	6.7	5.4	3.1	6.1	7.4	11.0	13.1
Val d'Or	12.5	11.9	10.5	12.1	11.8	9.8	12.4	10.2	16.7	16.9
Moyenne QC	9.5	8.7	8.0	8.9	8.7	6.7	8.1	8.0	12.2	12.5
Villes en Ontario										
Hamilton	7.6	7.5	7.7	8.7	10.3	7.2	6.9	6.4	7.2	7.4
Kingston		4.3	5.1	5.6	6.7	4.1	3.8	4.1	5.7	4.6
London	5.7	5.6	5.5	8.5	9.8	6.9	7.8	6.7	8.4	9.4
Ottawa	7.0	7.8	8.1	8.5	8.4	6.4	7.0	6.4	7.1	7.3
Sarnia				6.2	6.6	6.0	5.6	3.0	5.4	6.4
Sault Ste Marie		9.4	7.8	7.1	8.0	6.3	9.6	8.4	6.4	6.6
Thunder Bay	10.8	11.8	11.4	10.9	11.1	13.1	12.3	9.3	10.2	8.5
Toronto	8.0	9.1	9.5	9.7	11.5	8.1	7.2	6.8	8.2	8.9
Moyenne ON	7.8	7.9	7.9	8.1	9.0	7.2	7.5	6.4	7.3	7.4

cents/litre plus élevée que dans les villes de l'Ontario, et en 2023, la différence s'est élevée à près de 14 cents/litre. Ceci malgré le fait que les marges étaient assez constantes à Montréal et à Gatineau, et ont même diminué au Saguenay, où, comme déjà mentionné, il semble y avoir eu une guerre des prix.

Ces mêmes différences sont valables par rapport à la moyenne canadienne, qui est calculée comme une moyenne pondérée basée sur les ventes au détail annuelles. collectés auprès de Kalibrate à l'aide des 10 villes suivantes : St. John's, Charlottetown, Halifax, St. John, Montréal, Toronto, Winnipeg, Régina, Calgary et Vancouver.

Pour confirmer que ces tendances ne sont pas motivées par des différences dans les prix de

gros, nous nous tournons vers le Tableau 6, qui affiche les marges dans les deux ensembles de villes. Les statistiques affichées dans ce tableau sont cohérentes avec les résultats du tableau des prix. Bien qu'elles soient généralement un peu plus élevées au Québec, les marges étaient initialement assez similaires dans les deux provinces (typiquement à 1 cent près). Cependant, en 2022 et 2023, les marges ont fortement augmenté au Québec et, au contraire, ont diminué en Ontario, de sorte qu'elles étaient d'environ 5 cents/litre plus élevées dans les villes du Québec.

En annexe, je présente les mêmes résultats graphiquement. Les Graphiques A8 et A9 présentent l'évolution des marges dans les villes enquêtées par Kalibrate pour son sondage hebdomadaire sur les prix. Pour chaque ville, je trace les marges du début 2012 à la fin 2023 pour le Québec et l'Ontario, respectivement. En regardant d'abord les villes du Québec présentées dans le Graphique A8, nous pouvons constater que dans certains cas, les marges ont fortement augmenté à partir de 2021 ou au début de 2022, dépassant facilement 10 cents et dans certains cas 20 cents. C'est le cas pour Drummondville, Gaspésie, Québec, Rimouski, Sherbrooke et Val D'Or. En revanche, les marges sont essentiellement constantes à Montréal, juste en dessous de 10 cents, variables à Gatineau (atteignant à quelques reprises 20 cents) et suivent une tendance à la baisse au Saguenay depuis environ 2018 (et sont maintenant inférieures à 10 cents). En comparant ces observations à celles de l'Ontario présentées dans la figure A9, nous pouvons voir que les marges des villes du sud de la province sont pour la plupart constantes et inférieures à 10 cents. Les villes sondées par Kalibrate dans le Nord de l'Ontario ont des marges plus élevées, mais celles-ci ne connaissent pas d'augmentation notable en 2021/2022 comme celle observée au Québec.

Les Graphiques A10 et A11 présentent l'évolution des marges dans les Maritimes et dans l'Ouest canadien, respectivement. Le Graphique A10 montre que certaines villes des Maritimes, mais pas toutes, ont connu des augmentations similaires à celles des villes du Québec en 2021-2022. Les marges à Halifax et à Sydney, en Nouvelle-Écosse, commencent à augmenter en 2021. Les marges à Saint John et à Miramichi, au Nouveau-Brunswick, semblent avoir commencé à augmenter un peu plus tard, tandis que les marges à Cornerbrook et à Saint John's, à Terre-Neuve, ont commencé à augmenter plus tôt. Enfin, le Graphique A11 montre l'évolution des marges dans les villes de l'Ouest du Canada étudiées par Kalibrate. Plusieurs de ces marchés connaissent également des augmentations de marge qui coïncident avec celles observées sur les marchés québécois.

Points importants à retenir: Les prix et les marges sur certains marchés du Québec ont soudainement grimpé vers la fin de 2021 et sont restés élevés jusqu'en 2023. Des tendances

similaires ne sont pas observées dans certains marchés du Québec (Montréal, Terrebonne, Saint-Jérôme), et elles ne sont présentes dans aucun marché de l'Ontario de sorte que les marges dans les villes de cette province sont passées d'un niveau comparable à environ 5 cents le litre de moins. En revanche, des mouvements similaires peuvent être observés sur certains marchés des provinces maritimes et dans certaines villes de l'ouest du Canada. Dans la section suivante, nous essayons de faire la lumière sur ces mouvements de prix.

3.2 Tendances des prix sur les marchés d'intérêt

Dans cette section, j'étudie les tendances de prix sur les marchés d'intérêt (ceux où les marges ont été très élevées au cours des dernières années), en les comparant à celles d'autres marchés avec des marges plus faibles au Québec. Je commence par comparer la dispersion des prix sur ces marchés.

Dispersion des prix : Le Tableau 7 utilise les Données Kalibrate sur les prix au niveau de la station-service pour déterminer le degré de dispersion des prix sur les marchés d'intérêt. Il montre la fréquence de la valeur la plus couramment observée dans l'échantillon (le prix modal), la fréquence de la deuxième valeur la plus couramment observée dans l'échantillon (dans un léger abus de notation appelé ici le deuxième mode), l'écart de prix (le prix maximum moins le prix minimum) et le nombre de prix différents.²⁴

Dans les petits marchés de la Gaspésie et de la Côte-Nord, il n'y a pratiquement aucune dispersion. Ceci n'est pas vraiment surprenant à Forestville, Chandler et Gaspé, où, dans chaque cas, il n'y a qu'un petit nombre de stations-service, mais est plus intéressant dans les cas de Baie Comeau et Sept-Îles, où il y a plus de 10 stations-service.

À Québec et à Lévis, il y a une certaine dispersion, mais elle reste assez limitée, surtout en 2018 et 2021. Même en 2022, 70 % des stations-service de Lévis et 84 % des stations-service du Québec fixent l'un des deux prix les plus courants. À Lévis, il n'y a que cinq prix différents, et seulement six dans toutes les stations-service à Québec. Il convient de souligner que l'écart de prix est assez large, ce qui implique qu'il peut y avoir des options à bas prix disponibles pour les consommateurs qui peuvent identifier les stations-service proposant ces prix.

Le Tableau 8 examine de plus près la dispersion à Québec. Dans les grandes villes, Kalibrate peut parfois prendre plus d'une journée pour inspecter toutes les stations-service et

²⁴En d'autres termes, si nous classions les prix chaque jour d'enquête du plus bas au plus élevé, nous pourrions déterminer les prix minimum et maximum, la fourchette entre ces extrêmes et le prix le plus élevé. souvent fixé (le prix modal).

Tableau 7: Statistiques de dispersion, essence ordinaire, stations-service libre-service (Source: Kalibrate)

Année	Marché	Nbre de stations	Mode (Fréquence)	2e mode (Fréquence)	Écart	Nbre de prix différents
2014	Québec	161	63%	24%	5.5	12
2018	Québec	164	69%	24%	10.4	9
2021	Québec	165	86%	12%	8.0	4
2022	Québec	163	55%	29%	18.0	6
2014	Lévis	38	55%	45%	1.0	2
2018	Lévis	40	80%	8%	8.0	6
2021	Lévis	40	65%	33%	8.0	3
2022	Lévis	40	40%	30%	13.0	5
Villes en Gaspésie						
2014	Chandler	3	100%	0%	-	1
2018	Chandler	3	100%	0%	-	1
2021	Chandler	3	100%	0%	-	1
2022	Chandler	3	100%	0%	-	1
2014	Gaspé	3	100%	0%	-	1
2018	Gaspé	3	100%	0%	-	1
2021	Gaspé	3	100%	0%	-	1
2022	Gaspé	3	100%	0%	-	1
Villes de la Côte-Nord						
2014	Baie Comeau	11	100%	0%	-	1
2018	Baie Comeau	11	100%	0%	-	1
2021	Baie Comeau	11	100%	0%	-	1
2022	Baie Comeau	11	100%	0%	-	1
2014	Forestville	4	100%	0%	-	1
2018	Forestville	4	75%	25%	1.0	2
2021	Forestville	4	100%	0%	-	1
2022	Forestville	4	100%	0%	-	1
2014	Sept-Iles	10	100%	0%	-	1
2018	Sept-Iles	11	91%	9%	2.0	2
2021	Sept-Iles	12	100%	0%	-	1
2022	Sept-Iles	12	92%	8%	4.5	2

donc si les prix changent d'un jour à l'autre, l'ampleur de la dispersion pourrait être surestimée. Pour étudier cela, je considère le niveau de dispersion entre toutes les stations-service sondées un jour donné (en utilisant la date de lecture indiquée dans l'ensemble de Données Kalibrate sur les prix au niveau de la station). Compte tenu de l'étendue géographique de la ville de Québec, il convient également de vérifier si une partie de la dispersion est due aux

stations-service situées en périphérie de la ville. Pour cela, j'ai divisé la ville de Québec en trois zones différentes: Québec Centre (qui contient la majorité des stations-service), Québec Est, Québec Nord. Cette division de l'échantillon révèle qu'il n'y a presque pas de dispersion en périphérie de Québec. Pour chaque combinaison zone/jour de l'Est et du Nord, on constate que 100% des stations-service ne pratiquent que deux prix différents. L'écart est également généralement assez petit, même s'il était de 5 cents/litre dans Québec Nord en 2022. Même pour Québec Centre, où se trouve la majorité des stations-service, dans les combinaisons zones/jours, nous pouvons voir au moins 83% des stations-service facturent seulement deux prix différents. L'écart de prix est cependant plus large, s'étendant parfois jusqu'à 13 cents/litre.

Tableau 8: Statistiques de dispersion à Québec, ventilées par date de lecture et par zone, essence ordinaire, stations-service libre-service (Source: Kalibrate)

Date	Marché	Nbre de stations	Mode (Fréquence)	2e mode (Fréquence)	Écart	Nbre de prix différents
27dec2014	Québec Centre	116	66%	19%	5.0	10
29dec2014	Québec Centre	19	47%	37%	5.0	4
20dec2018	Québec Centre	138	72%	22%	10.4	8
18dec2021	Québec Centre	81	74%	25%	8.0	3
19dec2021	Québec Centre	32	97%	3%	8.0	2
20dec2021	Québec Centre	26	96%	4%	0.3	2
20dec2022	Québec Centre	63	52%	44%	13.0	3
21dec2022	Québec Centre	37	73%	14%	10.0	4
22dec2022	Québec Centre	29	55%	31%	10.5	3
23dec2022	Québec Centre	1	100%	0%	-	1
24dec2022	Québec Centre	6	50%	33%	10.0	3
27dec2014	Québec Est	4	100%	0%	-	1
20dec2018	Québec Est	4	100%	0%	-	1
20dec2021	Québec Est	3	100%	0%	-	1
24dec2022	Québec Est	3	100%	0%	-	1
27dec2014	Québec Nord	12	50%	50%	1.0	2
29dec2014	Québec Nord	10	90%	10%	0.4	2
20dec2018	Québec Nord	22	45%	41%	1.5	4
18dec2021	Québec Nord	5	100%	0%	-	1
19dec2021	Québec Nord	9	100%	0%	-	1
20dec2021	Québec Nord	9	100%	0%	-	1
20dec2022	Québec Nord	23	61%	39%	5.0	2

Ces tendances sont confirmées par l'utilisation des Données Régie sur les prix. Rappelons

que la Régie ne recense qu'un sous-ensemble de stations-service dans un marché donné, et donc ne fournit pas les informations sur toutes les stations-service d'un marché donné. La colonne "Nbre de stations" indique le nombre de stations-service recensées par la Régie sur le marché au cours d'une année donnée. L'avantage de cette base de données est que plutôt qu'une seule observation des données par an disponible avec les Données Kalibrate sur les prix au niveau de la station, nous obtenons des observations répétées sur plusieurs périodes. Le Tableau 9 présente la moyenne des observations sur chaque marché. Comme nous l'avons vu dans les tableaux précédents, une grande partie des stations-service fixent l'un des deux prix les plus couramment fixés. Il convient toutefois de souligner que la gamme de prix disponibles est dans certains cas assez large, ce qui suggère que les consommateurs pourraient obtenir des prix inférieurs s'ils effectuaient une recherche.

Un autre avantage des données de la Régie est qu'elles couvrent beaucoup plus de marchés, dont je profite pour présenter des statistiques de dispersion pour plusieurs autres marchés au Québec. Les résultats sont présentés dans le Tableau 10. Je me concentre ici sur les marchés avec des marges plus faibles pour voir si les modèles de dispersion sont différents sur ces marchés. Dans l'ensemble, il semble y avoir une dispersion plus importante sur ces marchés que sur les marchés à marges élevées.

Ajustements de prix: J'étudie ensuite dans quelle mesure les prix de détail réagissent aux changements de l'IQCA. Je commence par tracer la répartition des changements IQCA sur une base hebdomadaire (en utilisant l'IQCA du vendredi) pour les marchés du Québec. Dans la plupart des marchés, la distribution des changements IQCA est assez symétrique autour de 0, ce qui implique que les augmentations de l'IQCA sont d'une ampleur similaire aux diminutions. Cela peut être vu, par exemple, dans le Graphique 3 pour la ville de Québec qui présente deux histogrammes qui se chevauchent: les changements de coûts (notés Δ IQCA) et les changements de prix de détail (notés Δ prix de détail). Selon les années, il peut y avoir plus d'augmentations ou de diminutions, mais globalement la répartition des changements d'une semaine à l'autre dans l'IQCA est assez symétrique. En revanche, l'évolution des prix de détail au sein de la ville est beaucoup moins symétrique. Le graphique montre qu'il existe de fortes augmentations de prix ainsi que de fréquentes périodes de rigidité des prix. La majorité des variations de prix sont nulles sur la période, dont près de 80% en 2021. Lévis, Gaspé et Sept-Îles affichent toutes des tendances similaires (voir les Graphiques 4 à 6) .

Par contre, si l'on examine les marchés où les marges sont généralement plus faibles, nous constatons l'émergence de modèles d'ajustement plutôt différents. Les Graphiques 7 à

Tableau 9: Statistiques de dispersion dans les villes d'intérêt, données de la Régie (essence ordinaire)

Année	Marché	Nbre de stations	Mode (Fréquence)	2e mode (Fréquence)	Écart	Nbre de prix différents
2014	Québec	91	82%	11%	6.0	5.4
2018	Québec	72	73%	18%	9.7	5.9
2021	Québec	69	82%	12%	12.0	4.1
2022	Québec	64	88%	10%	12.1	3.1
2014	Lévis	20	91%	8%	1.3	1.7
2018	Lévis	18	84%	12%	5.2	2.7
2021	Lévis	18	73%	16%	9.9	3.6
2022	Lévis	16	81%	13%	11.6	2.7
Villes en Gaspésie						
2014	Gaspé	6	59%	36%	0.9	2.2
2018	Gaspé	5	53%	41%	0.9	2.3
2021	Gaspé	2	50%	50%	4.4	2.0
2022	Gaspé	2	51%	49%	7.7	2.0
2014	Chandler	4	69%	30%	0.6	1.8
2018	Chandler	3	81%	19%	1.3	1.6
2021	Chandler	3	71%	29%	1.3	1.9
2022	Chandler	3	66%	33%	2.2	2.0
Villes de la Côte-Nord						
2014	Baie-Comeau	3	96%	4%	0.3	1.1
2018	Baie-Comeau	4	99%	1%	0.1	1.0
2021	Baie-Comeau	4	100%	0%	0.1	1.0
2022	Baie-Comeau	4	94%	5%	1.9	1.2
2014	Sept-Îles	5	87%	13%	0.4	1.4
2018	Sept-Îles	3	97%	3%	0.1	1.1
2021	Sept-Îles	3	95%	5%	0.6	1.1
2022	Sept-Îles	3	85%	14%	3.3	1.4

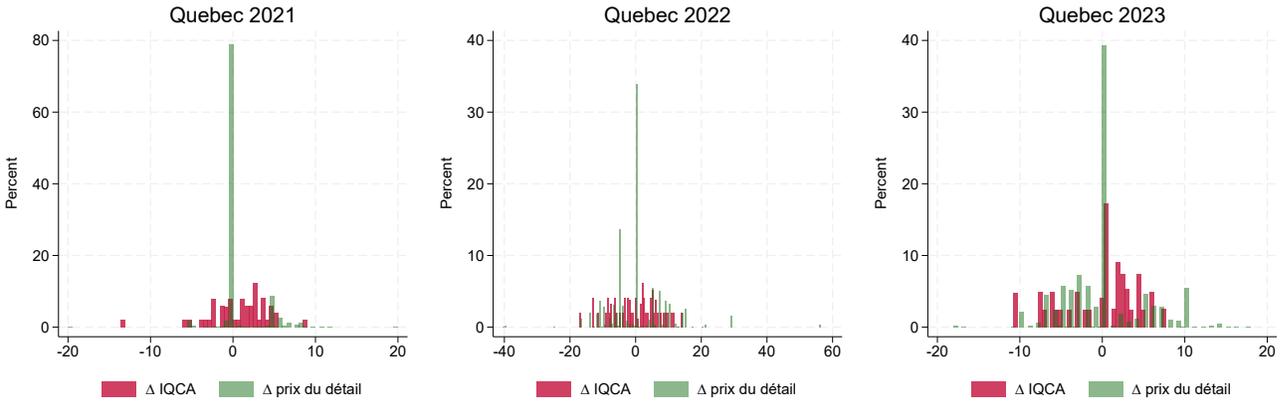
11 représentent les ajustements des prix pour Montréal, Terrebonne, Boisbriand, Lachute et Saint-Jérôme. Comme pour les marchés d'intérêt, les variations de l'IQCA sont réparties de manière approximativement symétrique autour de 0. En revanche, il existe des différences importantes par rapport à ces autres marchés en termes de répartition des variations des prix de détail. À l'exception de Saint-Jérôme, sur tous ces marchés, il existe très peu de cas où les prix ne changent pas du tout. Par exemple, à Montréal, les prix restent constants moins de 6 % du temps. Dans l'ensemble, les hausses de prix semblent être similaires en termes d'ampleur et de fréquence aux baisses de prix sur ces marchés plus concurrentiels.

Tableau 10: Statistiques de dispersion dans les villes de comparaison, données de la Régie (essence ordinaire)

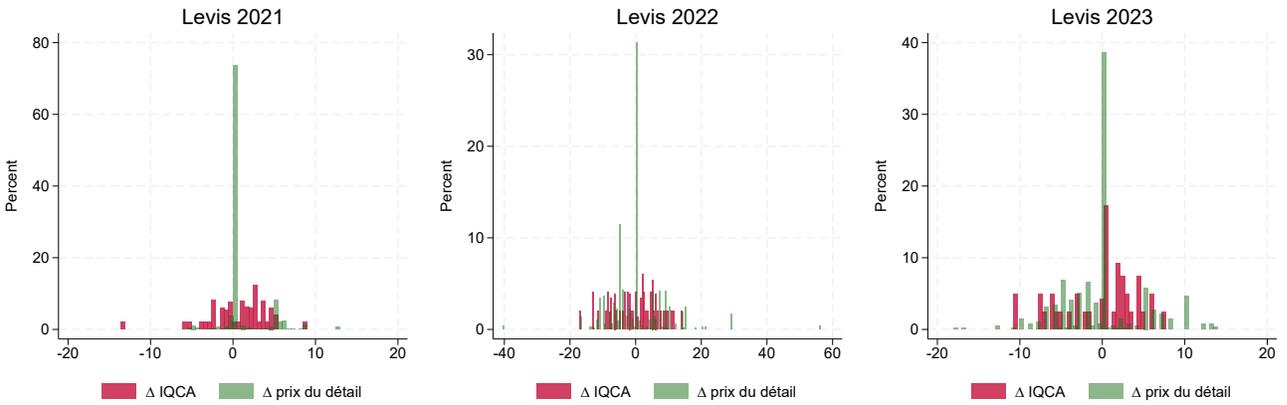
Année	Marché	Nbre de stations	Mode (Fréquence)	2e mode (Fréquence)	Écart	Nbre de prix différents
2014	Boisbriand	3	85%	14%	1.2	1.5
2018	Boisbriand	3	78%	17%	4.8	1.6
2021	Boisbriand	3	53%	30%	2.9	2.4
2022	Boisbriand	3	56%	30%	2.1	2.3
2014	Lachute	3	69%	24%	2.5	1.9
2018	Lachute	5	83%	14%	0.2	1.6
2021	Lachute	5	51%	25%	2.4	3.2
2022	Lachute	5	54%	24%	3.7	3.1
2014	Montréal	194	38%	18%	14.0	14.4
2018	Montréal	119	55%	18%	15.0	11.7
2021	Montréal	115	54%	19%	10.3	11.2
2022	Montréal	113	48%	21%	24.7	11.8
2014	Saint-Jérôme	14	73%	13%	4.1	3.6
2018	Saint-Jérôme	11	72%	17%	4.1	3.0
2021	Saint-Jérôme	10	53%	21%	4.8	4.2
2022	Saint-Jérôme	10	57%	20%	14.4	4.0
2014	Terrebonne	15	74%	13%	6.8	3.7
2018	Terrebonne	11	69%	15%	11.7	3.6
2021	Terrebonne	11	48%	20%	28.2	5.4
2022	Terrebonne	10	54%	21%	11.7	4.3

Ces tendances sont plus cohérentes avec un comportement compétitif que celles observées dans les villes à marge élevée. Ceci sera discuté plus en détail dans la Section 4.5.

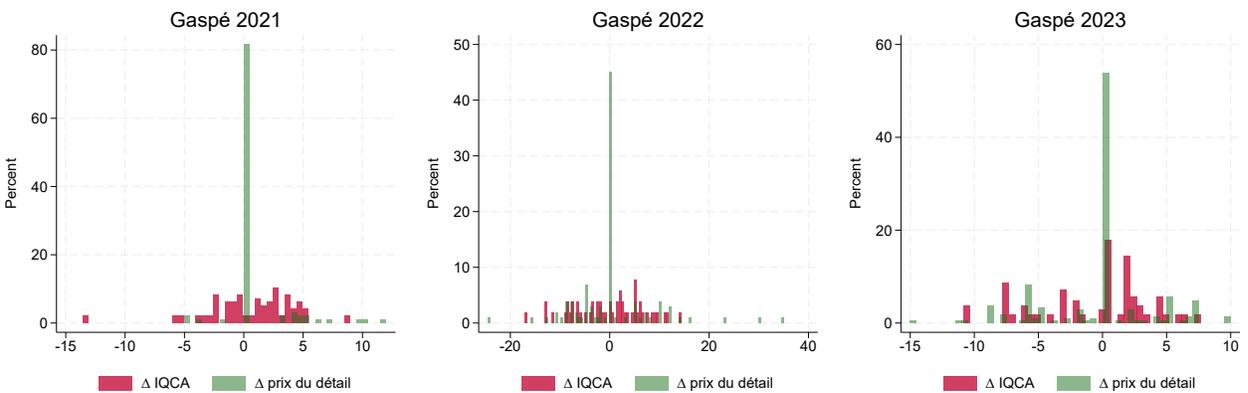
Graphique 3: Ajustements de prix Québec (Source: Régie)



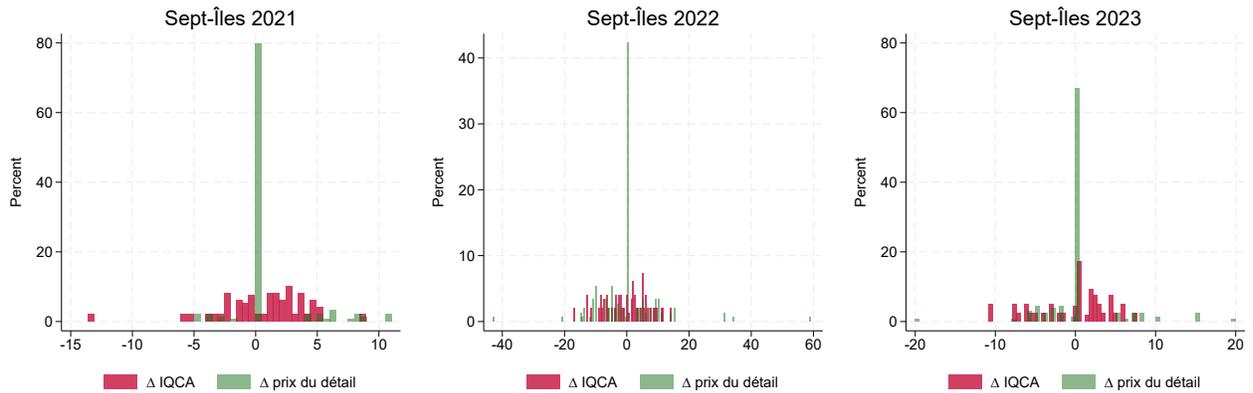
Graphique 4: Ajustements de prix Lévis (Source: Régie)



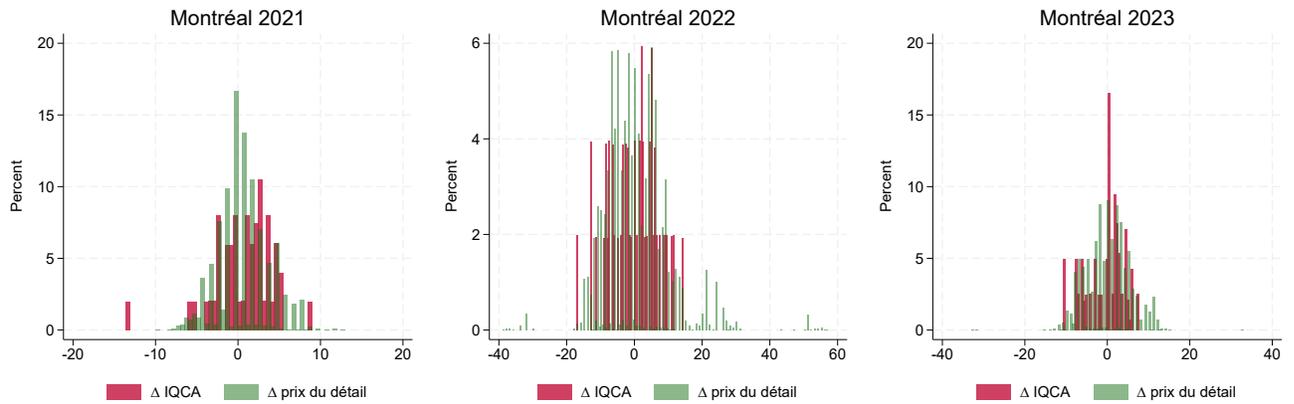
Graphique 5: Ajustements de prix Gaspé (Source: Régie)



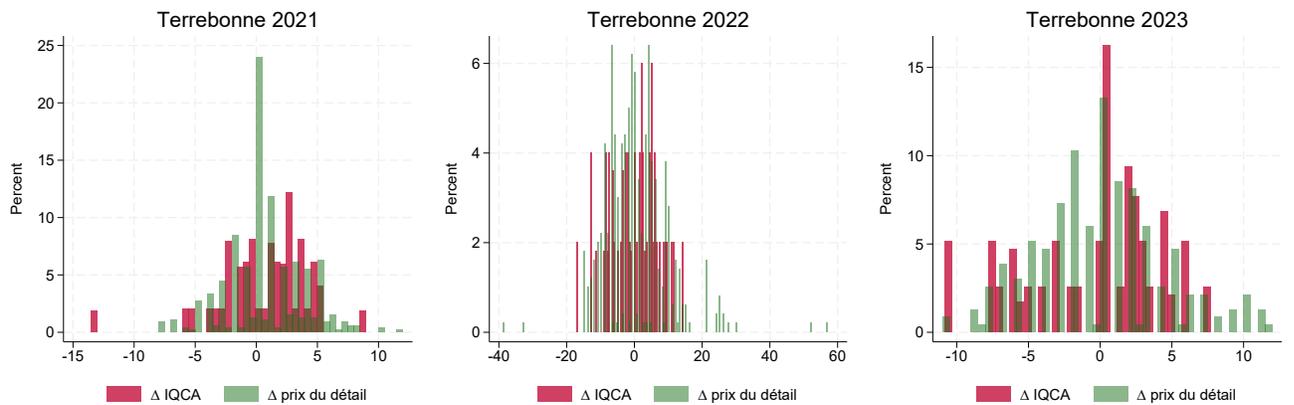
Graphique 6: Ajustements de prix Sept-Îles (Source: Régie)



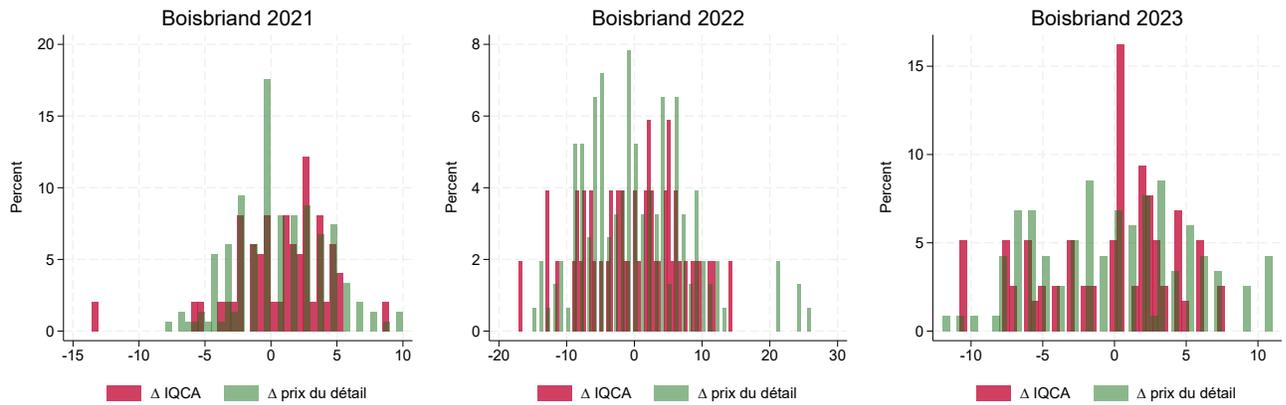
Graphique 7: Ajustements de prix Montréal (Source: Régie)



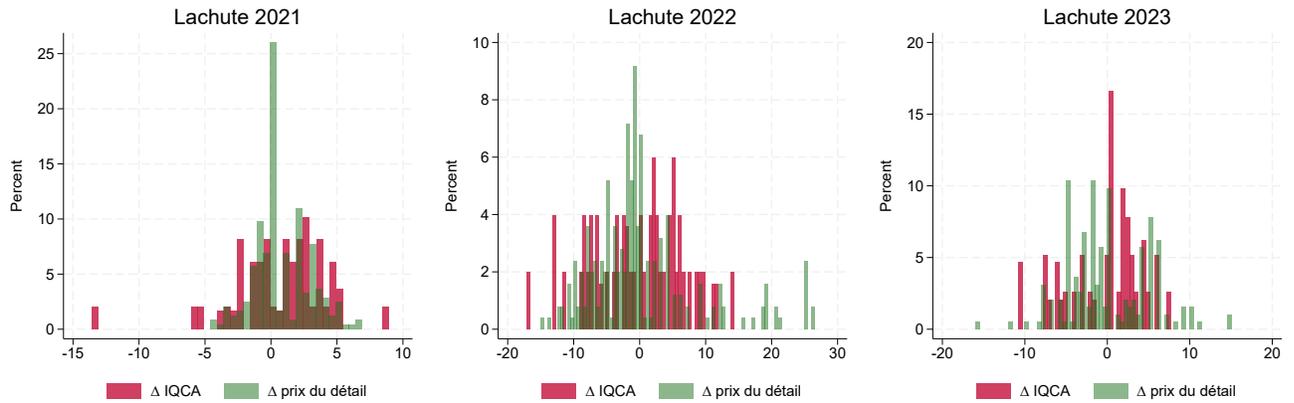
Graphique 8: Ajustements de prix Terrebonne (Source: Régie)



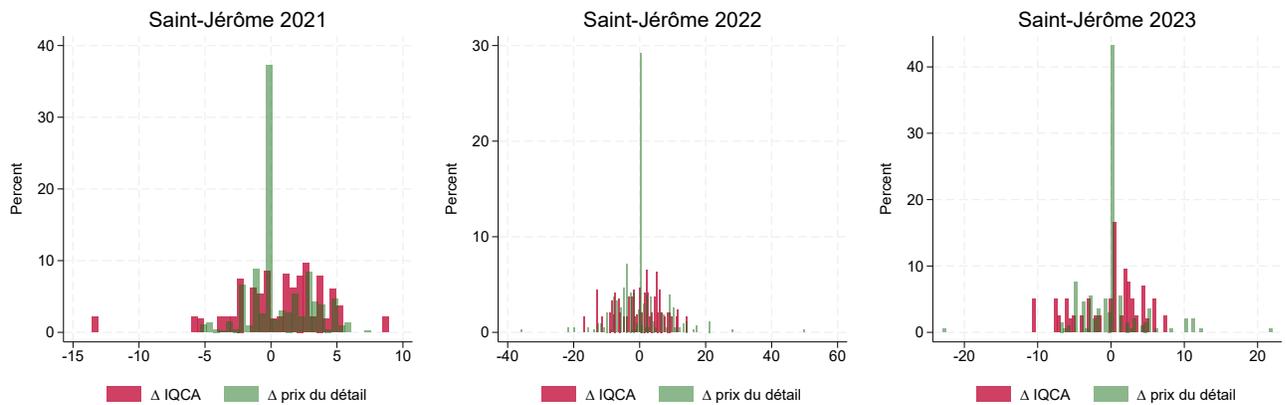
Graphique 9: Ajustements de prix Boisbriand (Source: Régie)



Graphique 10: Ajustements de prix Lachute (Source: Régie)



Graphique 11: Ajustements de prix Saint-Jérôme (Source: Régie)



4 Explication de ces changements/différences de prix

Comme évoqué ci-dessus et visible sur le Graphique 1, le principal facteur déterminant les prix de détail auxquels sont confrontés les consommateurs est le prix du pétrole brut, qui est déterminé sur les marchés mondiaux. Chouinard and Perloff (2007) soulignent que presque toutes les variations des prix de l'essence aux États-Unis sont dues à une augmentation du prix du pétrole brut. Cependant, ils mentionnent ensuite que d'autres facteurs tels que la demande, les taxes, la réglementation en vigueur, et le pouvoir de marché peuvent expliquer les différences entre les États dans les tendances de prix observés. Considérant les variations importantes de prix et de marges entre les régions du Québec et entre Québec et les autres provinces, il importe de comprendre les facteurs pouvant expliquer ces différences.

Dans ce qui suit, je discute d'un certain nombre d'explications possibles pour les tendances de prix observés jusqu'à présent. Celles-ci incluent:

1. La mesure dans laquelle les chocs de coûts se répercutent sur les prix
2. La structure des marchés locaux et les contrats verticaux
3. La réglementation
4. La taille de la station-service et recouvrement des coûts
5. La mesure dans laquelle les prix sont cohérents avec une tarification compétitive

Les prochaines sections discutent de ces éléments.

4.1 La mesure dans laquelle les chocs de coûts se répercutent sur les prix

Comme indiqué précédemment et illustré dans le Graphique 1, les prix de détail de l'essence suivent généralement les fluctuations des prix du pétrole brut. Ainsi, la récente hausse des prix de détail de l'essence peut être attribuée, au moins en partie, à la trajectoire ascendante des prix du pétrole brut au cours des dernières années. Il est toutefois étonnant que les prix de l'essence n'aient pas baissé plus fortement lorsque les prix du pétrole brut ont fini par reculer. De plus, cette explication ne tient pas compte des impacts divergents observés sur les différents marchés.

Cette asymétrie dans la réaction des prix de détail aux variations du prix du pétrole brut a déjà été notée dans la littérature académique. Plusieurs études ont documenté ce

que l'on appelle parfois le phénomène *des fusées et des plumes* (rockets and feathers): les prix de détail réagissent rapidement aux augmentations de coûts mais seulement lentement aux diminutions. La littérature remonte aux années 1990, lorsque Bacon (1991) a découvert des preuves d'asymétrie des prix sur le marché de détail de l'essence au Royaume-Uni. Plus récemment, Chesnes (2016) étudie les marchés de détail de l'essence aux États-Unis et constate que les prix de détail augmentent trois à quatre fois plus vite qu'ils baissent par rapport aux prix à la rampe de chargement. Il constate également une hétérogénéité significative entre les villes et que l'asymétrie est plus prononcée dans les stations-service avec marque que dans les stations-service sans marque. Ses conclusions suggèrent également que les marchés plus concentrés présentent une répercussion plus asymétrique, ce qui est cohérent avec les conclusions antérieures de Deltas (2008).

Un certain nombre de théories ont été avancées pour expliquer cette asymétrie. Certains économistes ont proposé que les frictions informationnelles entre les consommateurs et les entreprises puissent expliquer les tendances observées. Par exemple Lewis (2011) suggère que les consommateurs pourraient être moins incités à rechercher le meilleur prix à mesure que les prix diminuent, ce qui conduit à une demande assez inélastique en cas de baisse. Voir Tappata (2009) pour une explication connexe.

Alternativement, étant donné que les ajustements asymétriques sont plus répandus sur les marchés de détail concentrés, certains ont soutenu qu'ils résultent d'une coordination tacite des prix (voir par exemple Deltas (2008) et Verlinda (2008)). Comme indiqué ci-dessous, des changements ont été apportés à la structure/concentration des marchés de détail de l'essence au Québec, et il existe des différences entre les marchés de telle sorte que cela peut être une explication plausible de la raison pour laquelle les marges ont augmenté davantage sur certains marchés que sur d'autres. Si la coordination tacite est plus facile sur les marchés plus concentrés et si ce sont ceux-là qui connaissent d'importantes hausses de prix/marge, cela pourrait être dû au fait qu'ils sont plus facilement en mesure de répercuter les augmentations de coûts survenues pendant la période inflationniste, et également de ne pas répercuter les baisses de coûts survenues par la suite.

Il convient de noter que ce n'est pas seulement dans le secteur de l'essence au détail que les prix ont soudainement augmenté, mais que les prix de détail dans de nombreuses industries ont grimpé rapidement à partir de 2021, à mesure que l'inflation s'est développée à la suite de la pandémie. Cela a souvent été attribué à une transmission plus rapide et plus complète des augmentations de coûts aux prix. Par exemple, dans le secteur de l'épicerie, les prix de gros ont augmenté et certains ont accusé les épiciers d'avoir augmenté leur prix de façon encore

plus importante (les augmentations de coûts étant plus que entièrement répercutées). Cela a suscité des inquiétudes sur un large éventail d'industries quant à l'augmentation du pouvoir de marché. La recherche de Conlon et al. (2023) suggèrent qu'il existe peu de preuves que c'est effectivement ce qui se passe. Ils étudient un grand nombre de secteurs au cours de la période inflationniste et trouvent peu de preuves en faveur de l'idée selon laquelle les chocs de coûts peuvent être liés à des hausses de marges.

Points importants à retenir: Comme nous l'expliquons en détail ci-dessous, le marché de détail de l'essence au Québec est extrêmement concentré, et cela est particulièrement vrai pour les marchés d'intérêt. La théorie suggère que ces marchés pourraient donc être en mesure de répercuter plus facilement les augmentations de coûts sur les consommateurs et être plus lents à répercuter les diminutions de coûts en raison de frictions de recherche liées à une coordination tacite.

4.2 La structure des marchés locaux et les contrats verticaux

Des changements importants sont survenus dans la structure des marchés de l'essence au Québec au cours des dix dernières années. Comme mentionné ci-dessus, le marché du raffinage est très concentré avec seulement deux raffineries actuellement en activité. Les marchés de détail sont également devenus beaucoup plus concentrés ces dernières années, avec un grand nombre de fusions et d'acquisitions ayant eu lieu, augmentant la concentration tant au niveau des marques que des distributeurs.

Dans ce qui suit, je présente une liste non exhaustive de certaines des fusions qui ont affecté le marché de l'essence québécois au cours de la dernière décennie. Certaines d'entre elles ont été examinées par le Bureau de la concurrence du Canada et certaines mesures correctives ont été exigées des parties à la fusion avant que la transaction puisse avoir lieu. D'autres ont vraisemblablement été examinées et autorisées à poursuivre leur procédure sans recours. Enfin, d'autres n'ont probablement pas été examinés parce qu'elles ne répondaient pas aux seuils de taille requis pour l'examen.

1. Couche Tard - CST & Couche Tard - Parkland:

En 2016, Couche Tard a annoncé qu'elle avait accepté d'acquérir CST Brands, y compris toutes ses stations-service de vente au détail, puis de les céder à Parkland Industries Ltd. Le Bureau de la concurrence a analysé ces deux transactions séquentiellement.²⁵

²⁵Voir Bureau de la concurrence (2017).

Premièrement, le Bureau a examiné si l'acquisition par Couche Tard du réseau de vente au détail de CST composé de 497 sites exploités par des tiers agents, détaillants et locataires (emplacements ADL) et 307 sites exploités par la société (emplacements de la société) entraînerait une diminution substantielle de la concurrence sur les marchés locaux dans lesquelles les parties à la fusion opéraient toutes deux (Ontario, Québec, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve et Labrador). Ensuite, le Bureau a examiné si la cession de 366 sites de vente au détail d'essence et de contrats de distribution à Parkland (et une station-service à Philippe Gosselin & Associés Limitée) remédierait à la situation. Sous ces conditions le Bureau a approuvé l'accord en juin 2017.

2. Harnois - Distributions Pétrolières Therrien:

En juin 2016, le Bureau de la concurrence a conclu une entente avec Harnois Groupe pétrolier pour répondre aux préoccupations de concurrence liées à son projet d'acquisition des arrangements d'approvisionnement en essence de Distributions pétrolières Therrien Inc.²⁶ L'acquisition portait sur 50 contrats de distribution avec des concessionnaires de marque Esso, avec des stations-service situées au Québec. À l'époque, Harnois vendait des produits pétroliers en gros et au détail dans la province. Elle possédait 58 stations-service au Québec, au Labrador, au Nouveau-Brunswick et en Ontario, et approvisionnait en essence 253 autres stations-service au détail de marques Harnois, Petro-T ou Esso. Deux marchés au Québec ont suscité des préoccupations particulières au Bureau : Lac-Mégantic et Coaticook. L'analyse du Bureau laisse entendre qu'après la fusion, il ne resterait qu'un seul concurrent supplémentaire, de sorte que les parties à la fusion pourraient influencer sensiblement les prix de détail de la majorité des stations-service, soit par un contrôle direct des prix de détail dans les stations-service corporatives de Harnois à Lac-Mégantic, soit par les relations verticales que Harnois et DPT entretiennent avec les concessionnaires qu'elles approvisionnent. Le consentement conclu entre le Bureau et Harnois oblige Harnois à se départir d'une station-service corporative ou d'un contrat d'approvisionnement avec un concessionnaire à Lac-Mégantic et empêche Harnois d'augmenter toute marge qu'elle gagne sur la vente d'essence aux concessionnaires de Coaticook.

3. Harnois – Imperial Oil:

En 2016, à la suite d'une entente avec Imperial Oil, Harnois Énergies a acquis 36 sites

²⁶Voir Bureau de la concurrence (2016b).

Esso dans les régions métropolitaines de Québec et de Montréal.²⁷ Cela a permis à Harnois de passer de 39 à 130 stations-service Esso. Les stations-service sont situées dans les régions de Montréal, Québec, Lanaudière, Laurentides, Mauricie, centre du Québec, Saguenay-Lac St-Jean, de la Côte-Nord et des Îles-de-la-Madeleine.

Avec l'acquisition des sites Esso, Harnois disposait d'un réseau de plus de 350 stations-service sous les bannières Esso, Harnois et Pétro-T.

4. Couche Tard - Imperial Oil:

En septembre 2016, le Bureau de la concurrence a annoncé avoir conclu une entente avec Couche Tard concernant son projet d'acquisition de 293 sites de vente au détail d'essence en Ontario et au Québec appartenant à Imperial Oil.²⁸ Imperial Oil avait annoncé en mars de l'année précédente son intention de vendre 497 stations-service de marque Esso à Couche Tard et à cinq autres distributeurs (7-Eleven Canada Inc., Harnois Groupe Pétrolier, Wilson Fuel Co. Ltd. et Parkland Fuel Corp.). Au Québec, les stations-service étaient principalement situées dans la grande région de Montréal et le Bureau a conclu que la transaction ne ferait qu'entraîner une diminution de la concurrence à Saint-Bruno/Saint-Basile (où Couche Tard proposait d'acquérir une seule station). Le Bureau a proposé la cession comme solution.

5. Irving - Parkland:

En 2016, Parkland Fuel a acquis les contrats de franchise d'environ 80 dépanneurs On the Run / Marché Express actuellement exploités par des marchands et distributeurs de carburant de marque Esso. Les magasins sont situés partout au Canada. Selon l'accord, ils continueront d'être exploités par les concessionnaires franchisés et les distributeurs de produits de marque Esso.²⁹

6. Brookfield - Loblaws:

En avril 2017, Brookfield Business Partners LP a conclu un accord de 540 millions de dollars pour acheter le réseau canadien de 213 stations-service de Loblaw Cos. Ltd. L'accord a été conclu en juillet 2017. Les stations-service ont été renommées Mobil Fuel Brand.³⁰

²⁷Voir Harnois Énergies (2024).

²⁸Voir Bureau de la concurrence (2016a).

²⁹Voir Parkland Fuel Corporation (2024).

³⁰Voir Lexpert (2024).

7. Harnois - Poupart et Turmel:

En 2018, Harnois Énergies s'est implantée dans de nouvelles régions du Québec en acquérant Pétroles J.G. Poupart en Montérégie et Pétroles Turmel dans les Cantons-de-l'Est.³¹

8. Greenergy - BG Fuels:

En février 2020, Greenergy a annoncé une fusion avec la société canadienne BG Fuels.³² Il s'agit de deux sociétés de portefeuille de Brookfield Business Partners.³³ L'entité fusionnée opère tout au long de la chaîne d'approvisionnement, depuis l'origine du carburant jusqu'à la vente au détail, le portefeuille de marques de vente au détail comprenant à la fois des sites de détaillants appartenant à l'entreprise et indépendants, opérant sous les marques Mobil, Mr. Gas, Waypoint, Breakaway et Inver.

9. MacEwen - Quickie:

En novembre 2021, MacEwen Petroleum Inc. et sa filiale Grant Castle Corp. ont conclu une entente visant l'acquisition de 51 dépanneurs Quickie, dont 21 comprennent des stations-service, en Ontario et au Québec. Le Bureau a conclu que la transaction proposée réduirait probablement considérablement la concurrence dans la fourniture d'essence aux clients au détail de Kemptville, en Ontario.³⁴ Pour répondre aux préoccupations du Bureau, MacEwen Petroleum a accepté de vendre la station-service Quickie à Kemptville.

10. Parkland- Crevier:

En juillet 2021, Parkland a annoncé une entente pour acquérir Pétroles Crevier Inc.³⁵ Le réseau de Crevier s'étend à travers le Québec, avec 36 établissements appartenant à l'entreprise et 138 points de vente au détail. Elle disposait également d'un important commerce de gros et d'un volume important de produits sans marque. L'accord a été finalisé en février 2022.

11. Petro Canada - Canadian Tire:

³¹Voir Harnois Énergies (2024).

³²Voir Greenergy (2020).

³³Voir Paul Hastings (2020).

³⁴Voir Gouvernement du Canada (2021) et Tribunal de la Concurrence (2021).

³⁵Voir Parkland Fuel Corporation (2021).

En mai 2023, la Société Canadian Tire Limitée et Petro-Canada, une entreprise de Suncor, ont annoncé un accord selon lequel toutes les stations-service Canadian Tire seraient renommées Petro-Canada. Selon l'accord, Petro-Canada deviendrait le principal fournisseur de carburant du réseau de stations-service Canadian Tire.³⁶

12. Global – Greenergy:

En juillet 2023, Greenergy a annoncé avoir accepté les conditions de la vente de son activité de vente au détail canadienne à Global Fuels. L'activité de vente au détail comprend 241 points de vente d'essence et de dépanneurs à travers le Canada, et les sites portent principalement la marque Mobil et sont situés à côté des épiceries Loblaw.³⁷

Ces fusions et acquisitions ont conduit à une concentration accrue au Québec et sur les marchés locaux. Selon la Régie (Régie (2023d)), en 2010, les cinq entreprises les plus actives sur le marché de détail ou de distribution de carburant ne détenaient que 49 % des stations-service, contre 71 % en 2022. Leur part mesurée en volume n'a pas beaucoup changé, passant de 68 % en 2010 à 69 % en 2022. Voir le Tableau G dans Régie (2023d) qui illustre l'évolution de parts de marché pour ces entreprises.

Ce qui se passe au niveau local est plus important que le changement dans la concentration à l'échelle de la province. Pour étudier l'impact de ces changements au niveau du marché local, j'utilise les Données Kalibrate sur les volumes et les Données Régie sur les stations-service pour présenter un certain nombre de statistiques mesurant la structure/concentration de chaque marché et la structure des contrats et analyser comment ils ont changé au fil du temps. Plus précisément, je calcule :

1. Le nombre de stations-service actives sur le marché.
2. L'indice Herfindahl-Hirschman (IHH). L'IHH est utilisé pour mesurer le niveau de concentration dans une industrie ou un marché local. Il est calculé comme la somme des parts de marché au carré des N entreprises dans un secteur/marché :

$$IHH = \sum_{i=0}^N s_i^2,$$

³⁶Voir BNN Bloomberg (2023).

³⁷Voir Gouvernement du Canada (2023).

où s_i est la part de l'entreprise i . L'IHH va de 0 à 10 000, 0 indiquant un marché avec un grand nombre de petits acteurs et 10 000 capturant un monopoleur qui possède la totalité du marché. Il est généralement admis qu'un marché avec un IHH plus proche de 0 est plus compétitif, et qu'un marché avec un IHH plus proche de 10 000 est moins compétitif. Il est également vrai que des changements significatifs dans l'IHH peuvent être préoccupants, avec des risques possibles quant à l'étendue de la concurrence.³⁸

Pour les besoins de cette analyse, je calcule l'IHH comme la somme des parts de marché au carré de toutes les marques (ou distributeurs) opérant sur le marché (provincial ou local) en termes de présence en station-service et en termes de volumes de ventes.

3. Le ratio de concentration n -entreprises (C- n). Cette statistique est utilisée pour mesurer la domination des n plus grandes entreprises sur un marché. Il est calculé comme la part des n plus grandes entreprises du marché. Pour les besoins de cette analyse, je considérerai $n = 1$ et $n = 5$, donc les ratios de concentration de 1 entreprise et de 5 entreprises (C-1 et C-5). Je le calcule comme la part de marché représentée par les marques ou les distributeurs sur le marché avec les parts les plus importantes en termes de présence dans les stations-service ou de volumes de ventes.
4. Le nombre de stations-service (i) indépendantes, (ii) affiliées à une raffinerie majeure ou (iii) affiliées à une raffinerie régionale.
5. Le nombre de stations-service dont les prix sont contrôlés par un centre de prix.

Les Données Kalibrate sur les volumes sont plus riches que les Données Régie sur les stations-service dans la mesure où elles me permettent de construire des mesures au niveau de la marque et du distributeur, et elles contiennent également des informations sur le volume. Comme mentionné ci-dessus, j'ai accès à ces données pour certains marchés de la Capitale-Nationale, de Chaudière-Appalaches, de la Gaspésie et de la Côte-Nord qui ont connu des augmentations de marge notables au cours des dernières années. J'ai également accès à un aperçu dans le temps de quelques autres marchés de comparaison en 2022. Les Données Kalibrate sur les volumes ne me permettant d'analyser qu'un petit nombre de marchés, alors je construis également des mesures brutes de concentration à partir des Données Régie sur les stations-service. Ces données répertorient uniquement les stations-service qui y fonctionnent, ainsi que le nom de la marque. Il n'y a pas d'information sur les volumes, et le nom du distributeur n'est pas indiqué.

³⁸Voir par exemple Nocke and Whinston (2022) et Caradonna et al. (2024).

Tableau 11: Changement dans la structure du marché, Québec, 2014-2022 (Source: Kalibrate)

		2014	2018	2022	2022 - 2014
	Nbre de stations	187	180	173	-14
	Nbre bannières indépendantes	84	73	63	-21
	Nbre raffineries majeures	62	68	70	8
	Nbre raffineries régionales	41	39	40	-1
	Nbre contrôlé	70	146	148	78
Par bannière					
Mesurée par	IHH	1382	1457	1470	88
la part des stations	Part de marché - C1	22%	22%	23%	1%
	Part de marché - C5	77%	80%	79%	2%
Mesurée par	IHH	1414	1376	1384	-30
la part des volumes	Part de marché - C1	22%	22%	22%	0%
	Part de marché - C5	78%	75%	74%	-4%
Par distributeur					
Mesurée par	IHH	1312	1647	2021	709
la part des stations	Part de marché - C1	23%	29%	31%	8%
	Part de marché - C5	73%	82%	91%	18%
Mesurée par	IHH	1370	1579	1796	426
la part des volumes	Part de marché - C1	24%	29%	28%	4%
	Part de marché - C5	75%	76%	87%	12%

Notez que l'entrée de 2014 pour le nombre de stations-service contrôlées est probablement une sous-estimation, puisque 102 stations-service avaient le statut 'inconnu' pour cette variable.

Le Tableau 11 décrit l'évolution de la structure du marché à Québec de 2014 à 2022. Le nombre de stations-service recensées par Kalibrate passe de 187 en 2014 à 173 en 2022, soit une diminution de 14 stations-service. Cela pourrait être dû au fait que Kalibrate a choisi de ne plus surveiller ces stations-service, mais plus probablement au fait qu'elles ont quitté le marché. Une carte contenant les stations-service recensées à Québec et à Lévis (en 2022) est présentée comme le Graphique A1 en Annexe A de ce rapport.

En examinant d'abord la concentration au niveau de la marque, nous pouvons constater qu'il y a eu peu de changement dans la concentration, et que cela est vrai indépendamment du fait que la concentration soit mesurée en fonction du nombre de stations-service ou des volumes. L'IHH, et tous les indices de concentration restent assez constants. En revanche, si nous portons notre attention sur la concentration au niveau des distributeurs, nous consta-

tons des changements significatifs. L’IHH est passé de 1 312 en 2014 à 2021 en 2022, lorsqu’il est mesuré par la présence de stations-service, et de 1 370 à 1 796, lorsqu’il est mesuré en volume. Au cours de la même période, les ratios de concentration des 5 entreprises ont augmenté respectivement de 18 et 12 pp, mesurés par station-service et par volume. On constate également que le nombre de stations-service indépendantes a diminué de 73 à 63. Finalement, c’est possible qu’il y a eu une forte augmentation du pourcentage de stations-service dont les prix sont contrôlés par un centre de prix: de 70 à 148. Mais, il faut noter que l’entrée de 2014 pour le nombre de stations-service contrôlées est probablement une sous-estimation, puisque 102 stations-service avaient le statut ‘inconnu’ pour cette variable.

Tableau 12: Changement dans la structure du marché, Lévis, 2014-2022 (Source: Kalibrate)

		2014	2018	2022	2022 - 2014
	Nbre de stations	44	44	44	0
	Nbre bannières indépendantes	17	17	19	2
	Nbre raffineries majeures	10	11	11	1
	Nbre raffineries régionales	17	16	14	-3
	Nbre contrôlé	20	37	37	17
Par bannière					
Mesurée par	IHH	2025	1921	1756	-269
la part des stations	Part de marché - C1	39%	36%	32%	-7%
	Part de marché - C5	80%	82%	84%	4%
Mesurée par	IHH	1858	1624	1829	-29
la part des volumes	Part de marché - C1	34%	28%	31%	-3%
	Part de marché - C5	82%	78%	83%	1%
Par distributeur					
Mesurée par	IHH	1860	1911	2025	165
la part des stations	Part de marché - C1	36%	36%	30%	-6%
	Part de marché - C5	77%	82%	89%	12%
Mesurée par	IHH	1860	1647	1969	109
la part des volumes	Part de marché - C1	35%	29%	31%	-4%
	Part de marché - C5	82%	79%	91%	9%

Notez que l’entrée de 2014 pour le nombre de stations-service contrôlées est probablement une sous-estimation, puisque 19 stations-service avaient le statut ‘inconnu’ pour cette variable.

Le Tableau 12 présente les mêmes informations pour Lévis. Contrairement à Québec, le nombre de stations-service reste constant à 44 entre 2014 et 2022. Comme à Québec, il n’y a pas beaucoup de changement dans la concentration au niveau de la marque, mais la

concentration augmente au niveau du distributeur. L'IHH a augmenté de 1 860 en 2014 à 2 025 en 2022, lorsqu'il est mesuré par la présence de stations-service, et de 1 860 à 1 969, lorsqu'il est mesuré par le volume. Au cours de la même période, le ratio de concentration des cinq plus grandes entreprises a augmenté d'environ 12 points de pourcentage lorsqu'il est mesuré en terme de présence de stations-service et de 9 points de pourcentage lorsqu'il est mesuré par les volumes. Même si le nombre de stations-service indépendantes, affiliées à de grands raffineurs ou affiliées à des raffineurs régionaux a peu évolué, on note une augmentation significative du nombre de stations-service dont les prix sont contrôlés par un centre de prix, passant de 20 en 2014 à 37 en 2022. Mais, comme pour Québec, il faut noter que l'entrée de 2014 pour le nombre de stations-service contrôlées est probablement une sous-estimation, puisque 19 stations-service avaient le statut 'inconnu' pour cette variable.

Ensemble, ces résultats indiquent une augmentation importante de la concentration au niveau des distributeurs dans la Capitale-Nationale et en Chaudière-Appalaches au cours des dix dernières années. Des changements de l'IHH de plus de 200 points et des augmentations du ratio de concentration sur 5 entreprises de près de 10 points de pourcentage sont significatifs et constituent le type de changement structurel qui suscite l'inquiétude de la part des autorités antitrust. Les IHH de plus de 1800 sont jugés très concentrés par les autorités antitrust (voir les nouvelles lignes directrices sur les fusions aux États-Unis, Department of Justice (2023)), et les changements supérieurs à 100 sont considérés comme significatifs.

Les Tableaux 13 et 14 présentent les mêmes informations pour les plus grandes villes de la Gaspésie et de la Côte-Nord, respectivement. Le Tableau 13 présente l'évolution de la structure du marché entre 2014 et 2022 en Gaspésie, tandis que le Tableau 14 présente la même information pour Sept-Îles. Des tableaux décrivant l'évolution de la structure du marché pour les deux autres villes enquêtées par Kalibrate sur la Côte-Nord (Baie Comeau et Forestville) et la seule autre ville enquêtée en Gaspésie (Chandler) sont présentés en Annexe D.

Il n'y a que six stations-service à Gaspé. En 2014, il n'existait qu'une seule station-service indépendante. En 2022, la station-service indépendante avait disparu et il y avait une station-service supplémentaire affiliée à une grande raffinerie. L'IHH en Gaspésie augmente de plus de 500 points lorsqu'on le mesure en présence de stations-service et de près de 200 lorsqu'on le mesure en volume.

Sept-Îles comptait 12 stations-service en 2014 et en a ajouté une entre 2014 et 2022. Le marché est extrêmement concentré avec un IHH toujours supérieur à 2 000 lorsqu'il est mesuré en termes de présence de stations-service et supérieur à 1 950 lorsqu'il est mesuré

Tableau 13: Changement dans la structure du marché, Gaspé, 2014-2022 (Source: Kalibrate)

		2014	2018	2022	2022 - 2014
	Nbre de stations	6	6	6	0
	Nbre bannières indépendantes	1	0	0	-1
	Nbre raffineries majeures	4	5	5	1
	Nbre raffineries régionales	1	1	1	0
	Nbre contrôlé	0	2	2	2
Par bannière					
Mesurée par	IHH	2222	2778	2778	556
la part des stations	Part de marché - C1	33%	33%	33%	0%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%
Mesurée par	IHH	2514	2716	2701	187
la part des volumes	Part de marché - C1	33%	31%	33%	0%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%
Par distributeur					
Mesurée par	IHH	2222	2778	2778	556
la part des stations	Part de marché - C1	33%	33%	33%	0%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%
Mesurée par	IHH	2514	2716	2701	187
la part des volumes	Part de marché - C1	33%	31%	33%	0%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%

Notez que l'entrée de 2014 pour le nombre de stations-service contrôlées est probablement une sous-estimation, puisque 6 stations-service avaient le statut 'inconnu' pour cette variable.

en volume. Ce marché a peu changé entre 2014 et 2022. Le marché est devenu un peu plus concentré entre 2014 et 2018, mais la concentration a ensuite légèrement diminué par la suite.

Les Tableaux A8 à A10 en Annexe D utilisent les Données Régie sur les stations-service pour caractériser la structure du marché au niveau de la marque et en terme de la présence des stations-service. Rappelons que les Données Régie sur les stations-service ne sont disponibles que pour les années 2010, 2013, 2016, 2019 et 2022 et donc pour pouvoir comparer aux résultats qui viennent d'être présentés, je me concentre sur l'évolution de 2013 à 2022. Tableau A8 examine les marchés d'intérêt et documente des mouvements similaires de la concentration au niveau des marques, comme observé ci-dessus. Le Tableau A9 caractérise l'évolution de la structure du marché de 2013 à 2022 dans une sélection de marchés à faible marge, permettant de comparer l'évolution de la structure de ces marchés avec celles des

Tableau 14: Changement dans la structure du marché, Sept-Iles, 2014-2022 (Source: Kalibrate)

		2014	2018	2022	2022 - 2014
	Nbre de stations	12	13	13	1
	Nbre bannières indépendantes	5	6	5	0
	Nbre raffineries majeures	4	4	5	1
	Nbre raffineries régionales	3	3	3	0
	Nbre contrôlé	6	11	12	6
Par bannière					
Mesurée par	IHH	2222	2426	2071	-151
la part des stations	Part de marché - C1	33%	38%	31%	-2%
	Part de marché - C5	92%	92%	92%	0%
Mesurée par	IHH	1956	2128	1981	25
la part des volumes	Part de marché - C1	29%	34%	31%	2%
	Part de marché - C5	90%	92%	91%	1%
Par distributeur					
Mesurée par	IHH	2222	2426	2071	-151
la part des stations	Part de marché - C1	33%	38%	31%	-2%
	Part de marché - C5	92%	92%	92%	0%
Mesurée par	IHH	1956	2128	1981	25
la part des volumes	Part de marché - C1	29%	34%	31%	2%
	Part de marché - C5	90%	92%	91%	1%

Notez que l'entrée de 2014 pour le nombre de stations-service contrôlées est probablement une sous-estimation, puisque 5 stations-service avaient le statut 'inconnu' pour cette variable.

marchés d'intérêt. Les résultats indiquent qu'il s'agit pour la plupart de marchés moins concentrés et qu'ils sont devenus moins concentrés au fil du temps. Le Tableau A10 montre les mêmes tendances pour certains des autres grands marchés de la province. Leurs évolutions semblent assez comparables à celles des marchés d'intérêt.³⁹

À des fins de comparaison, j'ai également accès aux données de Kalibrate pour certaines des autres plus grandes villes du Québec. Pour chacune des villes de Saguenay (Chicoutimi), Gatineau (Hull), Sherbrooke et Trois-Rivières, je construis le même ensemble de statistiques

³⁹Le Tableau A11 caractérise la structure du marché dans la région administrative pour 2022 à partir des données du site de la Régie. Comme discuté dans la Section 2.3 ci-dessus, pour certaines régions, cette définition du marché n'est pas nécessairement appropriée. Plus précisément, pour certaines régions ayant une plus grande superficie, les différents marchés locaux sur lesquels les stations-service rivalisent pour attirer les consommateurs sont séparés par de longues distances. Néanmoins, ces simples statistiques donnent une idée du niveau de concentration dans différentes régions du Québec.

que ci-dessus pour 2022. Les résultats sont présentés dans le Tableau 15. Gatineau et Sherbrooke sont presque aussi concentrés que Québec et Lévis. En revanche, Saguenay et Trois-Rivières sont moins concentrées. La proportion de stations-service indépendantes est plus élevée au Saguenay et en Gatineau qu'à Québec et à Lévis. En revanche, les proportions à Sherbrooke et à Trois-Rivières sont similaires à celles de Québec et de Lévis.

Tableau 15: Structure du marché, villes comparaison Kalibrate , 2022

		Saguenay	Gatineau	Sherbrooke	Trois-Rivières
	Nbre de stations	64	60	54	48
	Nbre bannières indépendantes	31	37	16	18
	Nbre raffineries majeures	26	23	31	27
	Nbre raffineries régionales	7	0	7	3
	Nbre contrôlé	51	50	33	38
Par bannière					
Mesurée par	IHH	1245	1539	1749	1606
la part des stations	Part de marché - C1	22%	28%	24%	21%
	Part de marché - C5	73%	77%	91%	83%
Mesurée par	IHH	1440	1969	1672	1667
la part des volumes	Part de marché - C1	25%	35%	22%	24%
	Part de marché - C5	76%	85%	88%	88%
Par distributeur					
Mesurée par	IHH	1504	1833	1632	1354
la part des stations	Part de marché - C1	22%	32%	22%	19%
	Part de marché - C5	83%	85%	87%	75%
Mesurée par	IHH	1618	1920	1545	1526
la part des volumes	Part de marché - C1	26%	29%	22%	24%
	Part de marché - C5	79%	88%	84%	80%

Relation entre la structure du marché et les prix: Lorsque les marchés connaissent une concentration accrue, les autorités antitrust évaluent les avantages possibles d'une efficacité améliorée, qui peut générer des réductions de coûts qui pourraient être répercutées sur les consommateurs sous la forme d'une baisse des prix, par rapport à l'amplification potentielle du pouvoir de marché. Un pouvoir de marché accru peut se produire pour deux raisons principales: des effets *unilatéraux* et *coordonnés*.

Les effets unilatéraux résultent d'une diminution de la concurrence suite à la fusion et font référence à la possibilité que l'entité fusionnée ait accru son pouvoir de marché. Si les

entreprises qui fusionnent sont des concurrentes directes, elles pourront peut-être augmenter leurs prix sans craindre de perdre des parts de marché au profit de leurs concurrents. Outre des prix plus élevés, l'entité issue de la fusion pourrait réduire unilatéralement la qualité de ses produits car elle est confrontée à une concurrence moindre.

Les effets coordonnés, en revanche, impliquent une possibilité accrue de coordination tacite en raison du nombre réduit d'entreprises sur le marché, ce qui rend plus facile le maintien de tels accords avec moins d'acteurs impliqués (moins de concurrents à surveiller et avec qui parvenir à un accord). Un certain nombre d'études universitaires récentes ont souligné le potentiel des fusions à générer un effet coordonné (voir par exemple Miller and Weinberg (2017) et Igami and Sugaya (2022)).

La littérature académique sur les fusions sur les marchés de détail de l'essence a démontré que les prix finissent souvent par augmenter à la suite des fusions. Houde (2012) évalue l'impact de la fusion Ultramar Sunoco sur le marché de détail de l'essence à Québec. Ses conclusions suggèrent que même si la fusion n'a entraîné que de légers changements dans la structure du marché de Québec, elle a généré d'importantes augmentations de prix à l'échelle locale, surtout pour les entreprises qui fusionnent. De même, Hastings (2004) étudie l'acquisition d'une chaîne de stations-service indépendantes par une entreprise verticalement intégrée sur le marché de détail de l'essence en Californie du Sud. Ses conclusions suggèrent que l'acquisition a entraîné des augmentations de prix significatives sur les marchés locaux. Voir également Lagos (2018), qui étudie l'impact des fusions sur le marché de détail de l'essence au Chili et constate que les prix augmentent (il constate également que la cession de stations-service peut aider à limiter l'augmentation, mais pas complètement), et Erdos et al. (2022), qui étudie une fusion horizontale entre des chaînes d'essence de marque en Hongrie et constate que les prix augmentent. Pennerstorfer and Weiss (2013) étudient l'acquisition des stations-service Aral auprès de BP sur le marché autrichien de l'essence et constatent que les prix ont augmenté suite à l'acquisition.⁴⁰ Il existe également des études qui examinent l'effet d'un changement dans le nombre de concurrents sur les prix sur les marchés de détail de l'essence. Par exemple, González and Moral (2023) étudie le marché espagnol de l'essence et constate qu'une concurrence accrue fait baisser les prix et que les marques haut de gamme ont tendance à adoucir la concurrence, tandis que les entreprises à bas prix intensifient la concurrence.

⁴⁰Il convient de noter qu'il existe quelques études universitaires qui constatent un effet significatif sur les prix des fusions dans marchés de détail de l'essence. Voir par exemple Simpson and Taylor (2008) et Taylor and Hosken (2007), qui étudient l'impact de la coentreprise Marathon/Ashland Petroleum (MAP) sur les prix de l'essence reformulée à la rampe de chargement et au détail (RFG).

Points importants à retenir: L'augmentation de la concentration suite à la série de fusions survenues sur le marché québécois de l'essence coïncide avec l'augmentation des marges qui a eu lieu. Il est naturel de vouloir attribuer un effet causal au changement de structure du marché sur la marge, mais il faudrait beaucoup plus de travaux empiriques pour établir un tel lien. Il existe une longue littérature économique soulignant les dangers d'attribuer un lien de causalité direct entre les changements dans la structure du marché et les changements dans le pouvoir de marché. Néanmoins, il est important de reconnaître que les marchés d'intérêt sont très concentrés et sont devenus encore plus concentrés (au moins au niveau des distributeurs) au cours de la dernière décennie, de sorte que dans certains cas, il n'y a plus qu'un petit nombre d'entreprises qui se font concurrence. Cela augmente la probabilité que les prix soient tacitement coordonnés et que les augmentations de coûts soient répercutées plus rapidement, tandis que les baisses de coûts pourraient être transmises plus lentement. Les résultats présentés dans la Section 3.2 suggèrent que cela pourrait avoir eu lieu.

4.3 La réglementation

Comme indiqué ci-dessus, l'article 67 de la Loi sur les Produits Pétroliers a été mis en œuvre dans le but de protéger les petites stations-service indépendantes des prix faibles (prédateurs) imposés par des stations-service plus efficaces qui pourraient les éloigner du marché. Cependant, comme mentionné ci-dessus, la LPP établit une présomption de pratique abusive, qui agit implicitement comme un prix plancher, pourrait également protéger les entreprises inefficaces et entraîner une hausse des prix à long terme. Les prix planchers empêchent les prix de s'ajuster à leurs niveaux d'équilibre, en particulier sur les marchés imparfaitement concurrentiels où les entreprises peuvent déjà fixer leurs prix au-dessus de leur coût marginal. Les prix planchers peuvent dissuader l'entrée, dans la mesure où les entrants potentiels doivent fixer des prix égaux ou supérieurs au plancher, décourageant ainsi les concurrents à bas prix d'entrer sur le marché avec des rabais destinés à gagner des parts de marché.

Fenili and Lane (1985), Anderson and Johnson (1999) et Johnson (1999) évaluent l'effet des lois sur les ventes à perte sur les marchés de détail de l'essence aux États-Unis. Ils constatent que les juridictions ayant des lois sur les ventes à perte ont des prix et / ou des marges plus élevés que celles sans de telles règles. Il convient de noter que ces études sont tous réalisées à partir de données transversales (c'est-à-dire des données contenant une seule observation sur plusieurs marchés différents), et ne peuvent donc pas tenir compte

de l'hétérogénéité non observée entre les juridictions. Leurs conclusions, liant les lois sur les ventes à perte à des prix plus élevés, pourraient donc être fallacieuses. Pour surmonter cette limitation Erutku (2017) utilise une approche méthodologique connue sous le nom de *différence-en-différences* dans laquelle il compare l'évolution des prix affectés par la réglementation dans les provinces maritimes à l'évolution des prix dans les provinces non affectées par la réglementation (groupe de contrôle). Il constate qu'après l'imposition d'un plafond et d'un plancher en Nouvelle-Écosse, les prix ont augmenté, alors qu'ils ont chuté au Nouveau-Brunswick, où il n'y avait qu'un plafond. Hill (2012) présente des résultats similaires. Johnson and Romeo (2000) étudie l'effet d'une politique connexe visant à protéger les détaillants indépendants : une interdiction des stations-service en libre-service dans le New Jersey et l'Oregon. Leurs résultats suggèrent que les interdictions ont ralenti la pénétration des stations-service dotées de dépanneurs, mais ne semblent pas atteindre leur objectif de protection des petites stations-service. Ils constatent également que l'interdiction a entraîné une hausse des prix.

Les études empiriques antérieures sur la réglementation des prix inférieurs au coût ne concluent pas toutes qu'elles conduisent à des prix plus élevés. Une étude menée par Skidmore, Peltier, and Alm (2005) révèle que les prix ont tendance à baisser après l'adoption de lois sur les ventes à perte sur les marchés américains de l'essence. Ils soutiennent que de telles réglementations pourraient affecter la structure du marché, puis utilisent un panel mensuel de prix au niveau des États pour trente États, sur une période de vingt ans et étudient empiriquement l'impact de la réglementation sur le nombre de stations-service.

Plus pertinent encore, le Dr Juan-Esteban Carranza, le professeur Jean-François Houde et moi-même avons analysé l'impact du prix plancher implicite au Québec (voir Carranza et al. (2014)). Nous avons construit un ensemble de données détaillées au niveau des stations-service comprenant près de 1 600 stations-service observées entre 1991 et 2001 dans cinq villes du Québec et neuf villes de trois autres provinces canadiennes où la réglementation n'était pas mise en œuvre. Les données, contenant des informations détaillées sur le volume des ventes de chaque station, le prix affiché, l'emplacement exact et les caractéristiques, permettent d'étudier l'effet du prix plancher sur le comportement des stations-service au niveau du marché local. Nos résultats suggèrent que la politique de prix plancher a initialement contribué à ralentir la réorganisation de l'industrie pétrolière du Québec. Elle a d'abord découragé les stations-service plus grandes et plus efficaces d'entrer sur le marché et a permis à davantage de petites stations-service indépendantes de survivre. Le résultat est que la réglementation n'a pas conduit à une hausse des prix à la fin de la période étudiée (2001), ce

qui suggère que l'effet concurrentiel d'avoir plus de stations-service sur le marché a contribué à compenser la pression à la hausse de la politique sur les prix due à la contrainte imposée par le prix plancher et la présence d'entreprises plus inefficaces.

Cependant, comme nous le verrons plus en détail ci-dessous, ces avantages ont été de courte durée puisque beaucoup plus de stations-service ont fermé leurs portes au cours des années suivantes et les prix (excluant les taxes) sont maintenant beaucoup plus élevés au Québec qu'ailleurs. Comme le montre le Tableau 5 ci-dessus, les prix de détail de l'essence (excluant les taxes) au Québec sont, en moyenne, plus élevés que les prix en Ontario, les prix dans certaines villes étant nettement plus élevés.

De telles restrictions sur les prix pourraient également faciliter la coordination tacite. La coordination sur des prix élevés est difficile lorsque les entreprises sont incitées à réduire leurs prix afin d'attirer des parts de marché. La coordination peut être réalisée si les entreprises estiment que toute sous-cotation sera punie par leurs concurrents, qui fixeront des prix très bas (éventuellement égaux à leur coût marginal) pendant une période prolongée. Si les entreprises/stations-service sont asymétriques en termes de coûts, la coordination peut alors être encore moins facile car il est plus difficile pour les stations-service à coûts élevés de punir les stations-service à bas coûts. L'entreprise/station-service à faible coût comprend que la sanction la plus sévère qui pourrait être imposée par l'entreprise/station-service à coût élevé (fixer son prix égal à son coût marginal), et cela peut ne pas suffire à dissuader son entité de sous-coter, car elle peut fixer un prix inférieur au coût marginal de l'entreprise/station-service à coût élevé tout en réalisant des bénéfices positifs. Étant donné que la station-service à bas prix est davantage incitée à réduire les prix, il est plus difficile de maintenir une coordination. Dans ce cas, un prix plancher contraignant peut réduire l'intérêt d'une déviation pour les entreprises à bas coûts, facilitant ainsi la coordination des prix.

Par exemple, si un prix plancher est fixé pour protéger l'entreprise/station-service le moins efficace comme dans le cas du Québec (à un prix légèrement supérieur au coût marginal de la station-service à coût élevé), alors la valeur d'une déviation à un prix plus faible pour une station-service ou entreprise à faible coût peut être considérablement réduite. Par conséquent, pour un prix plancher modérément faible, supérieur ou égal au coût marginal du coût élevé, la coordination tacite est plus facile à maintenir puisque le plancher élimine les asymétries de coûts dans la phase de sanction.

Il convient de noter que tel n'est pas le cas lorsque les asymétries concernent uniquement la part de marché, auquel cas un prix plancher réduit strictement la probabilité de coordination tacite. En outre, il existe un effet de concurrence selon lequel le plancher pourrait rendre

la coordination plus difficile en augmentant les revenus des entreprises pendant la phase de sanction. Cela signifie que la sanction imposée à la suite d'une déviation permettrait quand même à l'entreprise déviante de rapporter certains bénéfices, ce qui rendrait plus attrayante la sous-cotation.

Il existe donc des effets potentiellement concurrents. Toutefois, dans l'ensemble, l'effet facilitant la coordination tacite pourrait prédominer puisqu'il existe d'importantes asymétries de coûts pour les entreprises/stations-service de l'industrie de l'essence au détail au Québec, de sorte que le premier effet pourrait prédominer. Gagné et al. (2006) étudie également l'impact de la réglementation des prix planchers au Québec et trouve des preuves qu'elle conduit à moins de guerres de prix, même si celles qui se produisent ont tendance à durer plus longtemps.

Points importants à retenir: Pendant une courte période les dispositions législatives mises en place au Québec ont ralenti la sortie des petites stations-service et a probablement accru la concurrence sur les prix. Depuis, de nombreuses stations-service ont disparu et il y a maintenant à peu près autant de stations-service par habitant au Québec qu'ailleurs au Canada, et les prix et les marges sont maintenant souvent plus élevés au Québec. Le prix plancher empêche les entreprises plus compétitives de fixer des prix plus bas et peut faciliter la coordination tacite entre les entreprises.

4.4 La taille de la station-service et recouvrement des coûts

Certains commentateurs ont fait allusion à la possibilité que les prix et les marges élevés observés dans certaines régions soient dus aux plus petits volumes vendus par les stations-service dans ces endroits.⁴¹ L'argument sous-jacent semble être que lorsqu'elles fixent leurs prix, les entreprises déterminent quels sont leurs coûts totaux, puis facturent un prix qui leur permet de couvrir ces coûts. S'il est bien sûr vrai que les entreprises souhaitent gagner suffisamment de revenus pour couvrir leurs coûts, cela ne reflète pas la manière dont les entreprises fixent leurs prix de manière optimale si elles tentent de maximiser leurs profits, ce que nous devrions supposer que font les entreprises opérant dans ce secteur.

Afin de maximiser leurs profits, les entreprises sélectionnent un prix qui représente une majoration de leurs coûts marginaux de production. Cette marge est fonction de la réactivité des consommateurs aux changements de prix (de l'élasticité de la demande), qui dépend entre autres du niveau de concurrence sur le marché. Si le prix qui en résulte n'est pas

⁴¹Voir par exemple Deschênes and Duval (2024).

suffisamment élevé pour leur permettre de couvrir leurs frais d'exploitation, ils quitteront le marché. Mais l'essentiel est que la majoration dépend de la volonté du consommateur à payer. En d'autres termes, les entreprises factureront une majoration aussi élevée que les consommateurs le permettent. En revanche, une stratégie tarifaire basée sur l'idée de couvrir le coût total du type attribué aux entreprises par ces commentateurs aboutissent à des prix déconnectés des forces du marché, dépendant principalement des coûts de production. Au contraire, sur des marchés dynamiques, les prix doivent être sensibles aux changements de la demande, au comportement des concurrents et à d'autres facteurs externes.

De plus, le nombre de stations-service par habitant ne semble pas être un indicateur clair de prix et de marges élevés. Alors que certains marchés en Gaspésie peuvent avoir plusieurs stations-service par habitant (Gaspé en compte 1 pour 2 500 habitants), il y en a un peu moins à Québec (1 pour 3 100 habitants). De même, le nombre d'indépendants ne présage pas nécessairement de prix élevés. Il n'y a pas d'indépendants en Gaspésie, mais 63 à Québec (soit 36% des stations-service).

Points importants à retenir: À moins que toutes les entreprises du secteur n'utilisent de simples règles de recouvrement de coût, l'idée selon laquelle les prix sont plus élevés dans certaines régions que dans d'autres parce que les entreprises doivent compenser la baisse des volumes par des prix plus élevés n'a pas de sens et n'en constitue probablement pas l'explication pour les prix plus élevés observés dans ces régions.

4.5 La mesure dans laquelle les prix sont cohérents avec une tarification compétitive

Les marchés de détail de l'essence présentent diverses caractéristiques qui favorisent le développement d'un environnement compétitif. Par exemple, comme de nombreux consommateurs consacrent une grande partie de leur budget à l'achat d'essence, ils sont très sensibles aux différences de prix d'une station-service à l'autre. De plus, sur de nombreux marchés de détail de l'essence, il existe un grand nombre de stations-service dont les prix sont affichés, de sorte que les consommateurs peuvent connaître les prix fixés dans les différentes stations-service pour un produit qui est essentiellement homogène. Les consommateurs peuvent facilement basculer entre différents fournisseurs et les stations-service concurrentes ont la capacité de vendre aux clients supplémentaires qui se tournent vers elles. Les estimations de l'élasticité-prix de la demande à court terme au niveau de la station-service sont assez

élevées.⁴² Les entreprises présentes sur les marchés de détail de l'essence peuvent être assez asymétriques : elles ont des coûts différents, un nombre de stations-service différent et vendent des produits complémentaires différents. Enfin, la demande varie également tout au long de l'année, ce qui peut inciter les entreprises à s'écarter de tout arrangement de coordination à l'approche de périodes de forte demande.

D'un autre côté, un certain nombre de facteurs peuvent éloigner les marchés de l'essence d'une tarification parfaitement concurrentielle.⁴³ Les entreprises vendant de l'essence au détail interagissent fréquemment lorsqu'elles fixent les prix de manière répétée. Ces entreprises interagissent également sur de nombreux marchés, ce qui accroît également les possibilités de coordination. Il existe un grand nombre de stations-service sur certains marchés, mais comme discuté ci-dessus, une large proportion appartiennent aux mêmes entreprises, de sorte que les marchés de détail de l'essence sont souvent assez concentrés. Même si les entreprises peuvent être asymétriques, il est possible qu'une plus grande part de marché serait orientée vers des stations-service plus efficaces. L'affichage des prix génère une base de consommateurs plus informés, mais il rend également les prix plus transparents, ce qui pourrait rendre plus facile la coordination.

De plus, une tarification qui s'écarte du niveau concurrentiel pourrait avoir un impact sur les consommateurs. Bien que l'élasticité de la demande au niveau de la station-service soit élevée, l'élasticité du prix de l'essence dans son ensemble est assez faible. Les estimations pour le Québec montrent qu'elle est inférieure à 1 en valeur absolue (voir par exemple Finances (2008)).⁴⁴ Par conséquent, au moins à court terme, les consommateurs qui ne souhaitent pas modifier leurs habitudes de voyage n'ont guère d'autre choix que de payer des prix plus élevés.

À quoi ressembleraient des prix compétitifs sur les marchés de détail de l'essence ? Les économistes considèrent un certain nombre d'indicateurs différents:

1. des marges pas trop élevées,
2. une forte réactivité des prix aux changements de coûts,
3. des prix qui ne sont pas fortement et positivement corrélés entre les entreprises,

⁴²Houde (2012) estime une élasticité au niveau des magasins de -15 à partir des données du marché de détail de l'essence à Québec, mais cela dépend naturellement de la configuration spatiale des stations-service.

⁴³Pour une discussion sur ce potentiel voir OECD (2013).

⁴⁴Les produits dont l'élasticité de la demande est inférieure à 1 sont considérés comme inélastiques, ce qui signifie qu'une augmentation du prix a un impact relativement faible sur la demande. La faible élasticité-prix de la demande est due au fait qu'il n'existe pas de substitut économique proche à l'essence au détail à court terme.

4. un degré faible d'uniformité entre les entreprises dans les prix des produits et d'autres dimensions.

Comme observé dans la Section 3, bien que la tarification dans certains marchés du Québec est conforme à ces caractéristiques, ce n'est pas nécessairement le cas pour les marchés d'intérêt des dernières années. Sur ces marchés : (i) les marges sont élevées, (ii) les prix ne réagissent pas aux changements de coûts comme ils le feraient sur des marchés concurrentiels, et (iii) la dispersion des prix est limitée. Ces marchés sont également très concentrés et cela s'est accentué au fil du temps, du moins au niveau des distributeurs. En revanche, la sélection de marchés que j'ai étudiés dans les régions administratives à faible marge ne partage pas ces caractéristiques. Les prix réagissent davantage aux variations des coûts et sont légèrement plus dispersés. La concentration est également souvent plus faible.

Il est important de noter que la tarification pourrait quand même être compétitive même si l'on observe des écarts sur une ou plusieurs de ces caractéristiques. Des marges élevées peuvent survenir naturellement lorsque les produits vendus sont différenciés ou lorsque les entreprises sont confrontées à des contraintes de capacité. De même, il existe d'autres explications possibles à cette concentration des prix, surtout lorsque le produit vendu est si homogène.

L'existence de cycles asymétriques a été justifiée par le modèle théorique de tarification des entreprises non-coopératives de Maskin and Tirole (1988) (voir notamment Eckert (2002) et Noel (2007a)). Selon le modèle développé dans Maskin and Tirole (1988), les entreprises se sous-cotent successivement les unes les autres jusqu'à ce que les prix soient suffisamment bas pour qu'une sous-cotation supplémentaire ne soit plus rentable. Une guerre d'usure s'ensuit jusqu'à ce qu'une entreprise décide d'augmenter son prix, auquel cas les autres suivront. Le résultat est un cycle de tarification asymétrique. Des modèles de prix asymétriques similaires ont été identifiés sur d'autres marchés de détail de l'essence aux États-Unis et au Canada (voir par exemple Castanias et Johnson (1993), Eckert (2002), Noel (2007a), Noel (2007b) et Lewis (2009)). Dans un bon nombre de ces cas, les cycles qu'ils observent durent en moyenne une semaine et sont donc plus probablement associés à un comportement de sous-cotation.

Cependant, sur les marchés d'intérêt, il n'y a pas seulement un écart par rapport à l'un de ces indicateurs de prix compétitifs, mais plusieurs. Les marges étaient élevées, les prix étaient peu dispersés, et les ajustements de prix étaient asymétriques. De plus, s'il existe des explications concurrentielles pour chacune de ces caractéristiques, les économistes ont également souligné des explications anticoncurrentielles. Des marges élevées peuvent survenir lorsque les entreprises interagissent de manière répétée (coordination tacite). Borenstein

et al. (1997) citent la coordination comme explication de la répercussion asymétrique des chocs pétroliers sur les prix de l'essence, et l'analyse de Slade (1987, 1992) de la coordination tacite et des prix de l'essence à Vancouver révèlent des tendances de prix similaires.⁴⁵

Comme mentionné ci-dessus, à ma connaissance, il n'existe aucune preuve directe de comportement anticoncurrentiel sur les marchés de détail de l'essence au Québec. Toutefois, le Bureau de la concurrence du Canada a récemment enquêté sur certains marchés au Québec à la recherche de preuves de comportement anticoncurrentiel.⁴⁶

Points importants à retenir: Les marchés de détail de l'essence sont sensibles au développement de comportement anticoncurrentiel, et il est donc important d'envisager cette possibilité lorsque l'on cherche des explications aux prix/marges élevés sur des marchés locaux spécifiques. Certaines caractéristiques du marché de l'essence facilitent les comportements anticoncurrentiels, et certaines de ces caractéristiques sont présentes dans certains marchés locaux du Québec. Les tendances de prix sur certains des marchés d'intérêt ne sont pas cohérents avec ceux souvent associés à la concurrence parfaite: (i) les marges sont élevées, (ii) les prix ne réagissent pas aux changements de coûts comme ils le feraient sur des marchés concurrentiels, et (iii) la dispersion des prix est limitée.

⁴⁵Deltas (2008) étudie les prix sur les marchés américains de l'essence et constate que les marchés avec des marges de détail plus élevées connaissent un ajustement des prix plus asymétrique.

⁴⁶Voir Gaudreault (2024).

5 Pistes à considérer pour favoriser un marché de détail de l'essence et du carburant diesel compétitif à long terme

5.1 Faut-il envisager l'imposition d'un prix plafond ?

Lorsque les marchés de détail de l'essence sont caractérisés par une forte volatilité des prix, et notamment en cas de hausses de prix soudaines et significatives, des pressions se font souvent sentir pour imposer un plafond sur les prix ou sur les marges. Malheureusement, même s'il semble que cela puisse réduire la volatilité des prix, la capacité des prix plafonds à abaisser les niveaux de prix n'est pas aussi claire.

Pour qu'un prix plafond ait une chance de faire baisser les prix, il doit naturellement être fixé en dessous du prix qui serait fixé par les entreprises opérant sur le marché en l'absence de réglementation. Dans ce cas, on dit que le prix plafond est *contraignant*. Imposer un prix plafond contraignant sur un marché qui autrement serait concurrentiel peut entraîner un certain nombre de distorsions du marché. En termes généraux, les économistes considèrent les implications possibles suivantes des prix plafonds:

1. Manque d'approvisionnement :

- Au prix inférieur provoqué par le plancher, la quantité demandée dépasse la quantité offerte. Les fournisseurs existants ne sont pas disposés à fournir des quantités suffisantes au prix plafond, ce qui réduit l'entrée de nouvelles entreprises.

2. Mauvaise allocation des ressources :

- Sans le mécanisme de tarification permettant de déterminer qui achètera la quantité limitée disponible, celle-ci sera allouée via des mécanismes moins efficaces, et les consommateurs qui apprécient le plus le produit ne seront pas nécessairement ceux qui l'obtiendront.

3. Augmentation des coûts de recherche et de temps :

- Compte tenu du manque d'approvisionnement, les consommateurs doivent consacrer du temps et des efforts à rechercher des vendeurs ayant un approvisionnement disponible et peuvent devoir faire la queue pour avoir accès au produit.

4. Diminution des gains issus du commerce :

- Avec moins d'unités vendues que dans un équilibre concurrentiel, les gains commerciaux sont réduits et les pertes sèches augmentent.

5. Réductions de la qualité du produit ou du service :

- Puisqu'il existe une demande excessive pour le produit de chaque vendeur, ils ne sont pas incités à se démarquer de leurs concurrents en terme de qualité ou à réduire leurs coûts. La qualité du service peut être diminuée (ex. heures de fonctionnement, service client).

L'analyse qui précède suppose que le marché serait parfaitement compétitif en l'absence de prix plafond. Cependant, de nombreux marchés sont imparfaitement concurrentiels, avec des prix plus élevés qu'ils ne le seraient dans un équilibre concurrentiel. Dans de tels cas, un prix plafond pourrait améliorer le bien-être en rapprochant le marché du résultat concurrentiel, à condition que le plafond ne soit pas trop bas et que la demande soit stable.

Si le prix plafond n'est pas contraignant, au mieux il n'aura aucun impact, et au pire il pourra en fait conduire à des prix plus élevés en servant de point focal et en facilitant la collusion. L'un des principaux défis de la collusion est de se coordonner sur le prix à fixer. De nombreux prix possibles pourraient soutenir un équilibre collusoire et il est donc difficile pour les cartels de déterminer le prix à fixer, surtout s'ils collaborent tacitement et non explicitement. Il a été démontré que les *points focaux* peuvent aider les entreprises à parvenir à une coordination (voir Schelling (1960) pour une discussion sur les interactions stratégiques avec équilibres multiples), et il a été avancé qu'un prix plafond peut servir de point focal.

Plusieurs études ont considéré cette possibilité, analysant différents marchés sur lesquels des plafonds ont été imposés ou supprimés pour voir si les prix convergeaient vers le plafond ou s'en éloignaient. Par exemple, Knittel and Stango (2003) évaluent l'impact de prix plafond en vigueur dans différents États sur les taux d'intérêt des cartes de crédit aux États-Unis dans les années 1980. Certains États n'avaient pas de plafond, d'autres fixaient le taux d'intérêt maximum que les émetteurs de cartes pouvaient facturer entre 12 % et 15 %, et beaucoup fixaient le plafond à 18 %, dans chaque cas avec une variation dans le temps. Leurs conclusions concordent avec une collusion basée sur les points focaux. Les auteurs estiment une probabilité statistiquement et économiquement significative de collusion tacite, avec une proportion importante d'émetteurs atteignant même le plafond. L'effet du plafond sur la collusion diminue à mesure qu'il augmente. Ils constatent également qu'une collusion tacite au niveau du plafond est plus probable lorsque le marché est plus concentré et avec

des entreprises de plus grande taille. Des résultats similaires ont été trouvés dans un certain nombre d'autres secteurs : voir par exemple DeYoung and Phillips (2009) pour les prêts sur salaire, Ma (2007) pour la farine à Taiwan et Genakos et al. (2018) pour les fruits et légumes frais en Grèce.

Des prix plafonds ont également été imposés sur un petit nombre de marchés de détail de l'essence, notamment au Canada. Au cours des années 1970, des contrôles des prix ont été mis en place sur les marchés américains de l'énergie, notamment sur les marchés de gros et de détail de l'essence. Il existe une abondante littérature étudiant l'impact de ces contrôles de prix et la conclusion est que cela a été désastreux, provoquant des pénuries et des files d'attente, ainsi que d'importants problèmes de mauvaise allocation.⁴⁷ Hawaï a fixé des plafonds de prix sur le commerce de gros jusqu'en 2006 (NCLS (2003)). L'Espagne a imposé une réglementation sur les prix plafonds de janvier 1993 à septembre 1998 en utilisant le prix de détail moyen avant taxes et la marge bénéficiaire de la Belgique, de l'Allemagne, de la France, de l'Italie, des Pays-Bas et du Royaume-Uni comme référence pour les calculs (voir Suvankulov et al. (2012)). La Chine a aussi imposé un plafond de prix sur son marché de détail de l'essence, établi toutes les deux semaines. Zhang et al. (2020) présente la preuve qu'une fraction des stations-service saute vers le nouveau plafond lorsqu'il change.

Plus près de chez nous, les provinces maritimes ont toutes adopté une forme ou une autre de plafonnement des prix. Les réglementations de l'Île-du-Prince-Édouard remontent au 31 mars 1988. Terre-Neuve a adopté une loi en 2001. Le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse ont tous deux adopté leurs réglementations en juillet 2006 à la suite à la volatilité accrue des prix provoquée par l'ouragan Katrina.⁴⁸

La Commission de réglementation et d'appel de l'Île-du-Prince-Édouard (Regulatory & Appeals Commission) fixe les majorations minimales et maximales pour l'essence et le carburant diesel au détail toutes les deux semaines (le 1er et le 15 de chaque mois) à appliquer à l'échelle de la province, conformément à la Loi sur les produits pétroliers. L'objet de la Loi est de garantir en tout temps un prix juste et raisonnable pour le mazout de chauffage et le carburant automobile aux consommateurs et aux titulaires de permis de la province.⁴⁹ Pour établir le prix de détail, un prix de référence calculé (qui est fonction du prix à la rampe de chargement de Charlottetown) est ajouté aux marges de gros et de détail précédemment approuvées, plus les taxes. Le Comité pétrolier (Petroleum Panel) considère trois prix de chaque produit pétrolier : (i) le prix journalier, (ii) le prix moyen de la période précédente,

⁴⁷Voir par exemple Deacon (1978).

⁴⁸Pour un résumé, voir Régie de l'énergie du Canada (2017).

⁴⁹Voir Island Regulatory and Appeals Commission (2009).

et (iii) le prix moyen pondéré jusqu'à ce moment de l'année, sur la base des volumes réels vendus. la période précédente est ajustée à la hausse ou à la baisse par un montant de moyenne à terme afin d'atteindre les marges de gros et de détail moyennes pondérées depuis le début de l'année. Les montants de marge sont révisés périodiquement, mais à partir de 2023, ils étaient de 5 cents/litre pour le commerce de gros, tandis que pour le service au détail, la marge minimale était de 7 cents/litre et la marge maximale était de 8 cents/litre, et 7 cents/litre et 10,5 cents/litre, respectivement, pour le service complet (notez qu'elles sont en hausse par rapport à 2018, où elles étaient entre 6 et 7 cents/litre pour le libre-service et 6 et 10,5 cents/litre pour le service complet).⁵⁰

La Commission des services publics et de révision de la Nouvelle-Écosse (Nova Scotia Utility and Review Board, NSUARB) est chargée de fixer les prix du carburant en vertu de la Loi sur la tarification des produits pétroliers et de ses règlements. La Commission des services publics et d'examen fixe les prix minimums pour le carburant vendu dans les stations à service complet et libre-service, ainsi que le prix maximum pour le carburant vendu dans les stations libre-service.⁵¹ Sur une base hebdomadaire, les prix sont établis pour chacune des six zones de prix de la province afin de tenir compte des différences dans les coûts de transport. Les marges actuellement établies sont les suivantes. Les marges de gros autorisées sont de 9,65 cents/litre pour l'essence et de 10,65 cents/litre pour le carburant diesel. Les marges de détail minimales et maximales sont respectivement de 5,4 cents/litre et 7,4 cents/litre. Le maximum s'applique uniquement à l'essence en libre-service et non à l'essence à service complet ou au carburant diesel. La commission affiche les prix maximum et minimum sur son site Web (Nova Scotia Utility and Review Board (2024)). Les détaillants et les grossistes peuvent choisir de vendre de l'essence ou du carburant diesel à des prix inférieurs au prix minimum réglementé, mais toute remise doit être enregistrée comme une promotion.

À Terre-Neuve-et-Labrador, la Petroleum Products Pricing Commission (PPPC) fixe un prix maximum sur une base hebdomadaire pour chacune des 14 zones.⁵² Un prix de référence est fixé chaque jeudi sur la base d'une moyenne sur sept jours. Une marge de gros variant entre 10,65 et 15,65 cents/litre selon la zone, et une marge de détail variant entre 10,28 et 12,26 cents/litre selon la zone sont ajoutées au prix de référence.⁵³ Les modifications des majorations sont apportées par une ordonnance de la Commission, soit de sa propre

⁵⁰Voir Island Regulatory and Appeals Commission (2024) et Island Regulatory and Appeals Commission (2023).

⁵¹Voir NovaScotia.ca (2024) et Nova Scotia Utility and Review Board (2024).

⁵²Voir Newfoundland and Labrador Board of Commissioners of Public Utilities (2024a).

⁵³Voir Newfoundland and Labrador Board of Commissioners of Public Utilities (2024b).

initiative, soit sur demande d'un détaillant ou d'un grossiste.

Le Nouveau-Brunswick fixe également uniquement des marges maximales de gros et de détail sur une base hebdomadaire.⁵⁴ Le prix de référence est fixé sur la base du prix du port de New York et à cela s'ajoutent des marges maximales de gros et de détail de 6,51 cents par litre et 8,46 cents par litre, respectivement.⁵⁵ Sur cette base, un prix maximum à l'échelle de la province est affiché chaque semaine (sur Commission de l'énergie et des services publics du Nouveau-Brunswick (2024b)).

Le Tableau 16 résume le cadre réglementaire en vigueur dans les provinces de l'Atlantique.

Tableau 16: Règlements au sein des provinces maritimes

	IPE	NB	NE	TNL
Règlements	Prix min & max	Prix max	Prix min & max	Prix max
Horaire	Bihebdomadaire	Hebdomadaire	Hebdomadaire	Hebdomadaire
Zones	Province entier	Province entier	6 zones	14 zones
Introduction	1988	2006	2006	2001

L'impact de ces restrictions a été analysé empiriquement dans un certain nombre d'études universitaires. Récemment, Erutku (2017) a utilisé les données de Kent Marketing (maintenant Kalibrate) pour comparer l'évolution des prix de détail avant et après la promulgation de leurs réglementations sur les prix dans les villes du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse avec des villes similaires en Ontario. Les conclusions de l'auteur suggèrent que le plafond a entraîné une baisse des prix au Nouveau-Brunswick, mais n'a pas eu d'impact significatif sur les prix en Nouvelle-Écosse. Il attribue cette différence au fait que les prix planchers de la Nouvelle-Écosse ont dissuadé les entreprises de baisser leurs prix. Il a constaté qu'après la réglementation, les prix dans certaines villes de la Nouvelle-Écosse étaient regroupés au plancher et dans d'autres villes, au plafond.

Conclusions: Tel que mentionné à la Section 2.4, la Régie n'a pas le pouvoir de fixer un prix plafond, mais le gouvernement peut, à tout moment, imposer un prix maximum pour la province ou dans des endroits précis. Imposer un prix plafond ou un plafonnement des marges pourrait réduire les prix à court terme, mais risquerait de provoquer des distorsions importantes sur le marché et une hausse des prix à long terme. Certains éléments suggèrent que cela pourrait aussi faciliter la collusion, avec les prix groupés au plafond. En outre, le

⁵⁴Voir Gouvernement du Nouveau-Brunswick (2006).

⁵⁵Voir Commission de l'énergie et des services publics du Nouveau-Brunswick (2024a).

coût de la mise en place d'un mécanisme réglementaire chargé de superviser l'établissement et l'ajustement régulier des plafonds serait élevé.

5.2 Faut-il envisager l'élimination de l'article relatif à la présomption de pratique abusive dans la vente des carburants ?

Comme mentionné ci-dessus, l'article 67 de la Loi sur les Produits Pétroliers agit implicitement comme un prix plancher et donc pourrait en théorie encourager la prévention des prix d'éviction et potentiellement la sortie de certains détaillants, mais pourrait également protéger les entreprises inefficaces et entraîner une hausse des prix à long terme.

Le débat sur l'opportunité d'adopter ou d'abroger les restrictions sur les ventes à perte est en cours dans de nombreuses juridictions. Les partisans de ces politiques associent généralement une tarification agressive à un comportement prédateur ou entraînant des pertes. D'un autre côté, leurs détracteurs affirment qu'ils protègent les entreprises inefficaces et conduisent à une hausse des prix et, plus généralement, à une perte de bien-être – des arguments qui concordent avec les distorsions à court terme prédites par l'évaluation classique des prix planchers. Les prix planchers faussent le mécanisme du marché en empêchant les prix de s'ajuster à leurs niveaux d'équilibre. Cela est particulièrement vrai sur les marchés imparfaitement concurrentiels où les entreprises peuvent déjà fonctionner à des niveaux de production qui ne sont pas optimaux. La différence entre le prix plancher et le prix d'équilibre peut conduire à une offre excédentaire du produit en question, puisque certains consommateurs ne seront pas disposés à acheter au prix plus élevé. Cela conduit à une allocation inefficace des ressources. Les prix planchers peuvent rendre l'entrée difficile, en particulier sur les marchés qui comptent déjà des entreprises établies et puissantes sur le marché. Toute entreprise souhaitant entrer sur le marché devrait fixer des prix égaux ou supérieurs au plancher, ce qui découragerait les concurrents à bas prix d'entrer sur le marché.

Les autorités antitrust considèrent généralement qu'une telle législation est inutile et soulignent que les gouvernements des États peuvent être trop facilement convaincus par les accusations de prédation portées par divers groupes d'intérêt. Lorsqu'on lui a demandé d'évaluer le bien-fondé des propositions de législation sur les ventes à perte en Virginie et en Caroline du Nord en 2002 et 2003 respectivement, la Federal Trade Commission des États-Unis a fait valoir que les prix à perte anticoncurrentiels se produisent rarement et qu'une telle législation pourrait nuire aux consommateurs.⁵⁶ Dans un rapport sur ce type de

⁵⁶Projet de loi n° 458 du Sénat de Virginie, "Below-Cost Sales of Motor Fuel", Federal Trade Commission (2002); et Projet de loi n° 1203 North Carolina House / n° 787 Sénat (amendements proposés à la North

réglementation, l'OCDE se demande si la politique et la réglementation de la concurrence doivent être conçues pour protéger les consommateurs ou pour protéger les concurrents (voir OECD (2005)). Un certain nombre d'États américains, dont le Minnesota, ont récemment annulé des interdictions similaires de vente à perte sur les marchés de détail de l'essence, et les garanties de majoration minimale ont été jugées inconstitutionnelles.⁵⁷ Il n'existe désormais que sept États américains dotés de réglementations sur les ventes à perte pour l'essence au détail.

L'argument est que les autorités/régulateurs ne devraient pas avoir pour mission d'essayer d'empêcher une baisse des prix favorable à la concurrence à court terme, au risque que cela puisse entraîner la sortie de certaines entreprises inefficaces à un moment donné. Autrement dit, les consommateurs ne subiront un préjudice que si les bas prix actuels conduisent plus tard à des prix élevés basés sur la sortie et la monopolisation ultérieure. Ce ne sont pas des événements sûrs. Il n'est pas certain que cela conduira effectivement à une sortie, et même si cela se produisait, des entreprises plus efficaces pourraient ensuite entrer pour les remplacer (bien qu'il existe des barrières à l'entrée).

Comme mentionné ci-dessus, la réglementation des prix au Québec a initialement contribué à ralentir la réorganisation de l'industrie pétrolière du Québec. En collaboration avec le Dr Juan-Esteban Carranza et le professeur Jean-François Houde (Université du Wisconsin), j'évalue l'impact de la réglementation des prix au Québec (voir Carranza et al. (2014)). Nous avons effectué une analyse économétrique détaillée comparant le comportement des marchés locaux et des stations-service au Québec et dans d'autres provinces où aucune réglementation n'était en place. Nous avons construit un ensemble de données détaillées au niveau des stations-service comprenant près de 1 600 stations observées entre 1991 et 2001 dans cinq villes du Québec et neuf villes de trois autres provinces canadiennes. Les données, contenant des informations détaillées sur le volume des ventes de chaque station, le prix affiché, l'emplacement exact et les caractéristiques, permettent d'étudier l'effet du prix plancher implicite sur le comportement des stations-service au niveau du marché local.

Les résultats suggèrent que par rapport à ce qui se produisait dans d'autres régions du pays la politique des prix planchers a initialement découragé les stations-service plus grandes et plus efficaces d'entrer sur le marché et a permis à davantage de petites stations-service indépendantes de survivre. Entre 1989 et 2000, le nombre de stations-service au Canada a diminué de 40 %, passant de 22 000 à 13 250 (voir Eckert and West (2005)), avec des

Carolina's Motor Fuel Marketing Act), Federal Trade Commission (2003).

⁵⁷Voir Wimer, A. (2023).

diminutions significatives à l'extérieur du Québec. En revanche, au Québec, la diminution a été beaucoup plus faible : seulement environ 24 % pour cent sur cette période, passant de 6 074 à environ 4 640. De plus, la majeure partie de la diminution est survenue avant 1997, lorsque le prix plancher a été imposé, le nombre de stations-service passant de 6 074 en 1989 à 5 059 en 1997, soit une baisse de 17 %.

Dans les années qui ont immédiatement suivi la mise en œuvre de la politique en 1997, les stations-service du Québec sont devenues plus homogènes en termes de commodités et de tailles, et moins différenciées spatialement, par rapport aux stations-service du reste du pays. Ces changements dans la structure des marchés locaux ont considérablement réduit la productivité de cette industrie. De plus, la réglementation n'a pas conduit à une hausse des prix à la fin de la période étudiée (2001), ce qui suggère que l'effet concurrentiel lié à l'augmentation du nombre de stations-service sur le marché a contribué à compenser la pression à la hausse de la politique sur les prix due à la contrainte imposée par le prix plancher et la présence d'entreprises plus inefficaces.

Toutefois, cet impact proconcurrentiel de la politique semble avoir été de courte durée. Malgré la présence d'un prix plancher implicite, le nombre de stations-service dans la province est passé d'environ 4 640 en 2000 à 2 985 en 2010, soit une diminution de 36 % (voir Régie (2023d)). En d'autres termes, le plancher a simplement retardé l'exode des stations-service inefficaces. Aujourd'hui, le nombre de stations-service pour 5000 habitants au Québec est de 1,61 (voir Régie), très similaire au 1,55 pour l'ensemble du Canada.⁵⁸ Bien sûr, nous ne savons pas quelle aurait été la structure contrefactuelle du marché (c'est-à-dire la structure du marché en l'absence de plancher). Peut-être qu'il y aurait eu encore moins d'entreprises et de stations-service au Québec. Mais le fait que le marché ait évolué pour ressembler beaucoup à celui de la province voisine de l'Ontario suggère que le plancher n'empêchait plus la sortie de petites stations-service indépendantes dotées d'un petit nombre de pompes et offrant souvent un service complet.

De plus, malgré la réglementation et comme mentionné ci-dessus et démontré dans la Section 3 les prix hors taxes sont désormais plus élevés au Québec que dans l'Ontario (et que la moyenne canadienne). Comme indiqué dans la Section 4.3, cela pourrait être dû au fait que les prix planchers peuvent faciliter la coordination tacite. Un prix plancher contraignant peut réduire l'intérêt d'une déviation pour les entreprises à bas coûts, facilitant ainsi le maintien de comportement anticoncurrentiel.

Du point de vue des prix, l'objectif principal de la réglementation est d'empêcher la pos-

⁵⁸Il y avait 11 893 points de vente au Canada en 2022 selon Kalibrate Canada (2023).

sibilité que les grandes stations-service chassent les petites stations-service et augmentent ensuite leurs prix lorsqu'elles sont confrontées à une moindre concurrence (tarification d'éviction). Mais si tel est l'objectif, la loi canadienne sur la concurrence restreint déjà les pratiques impliquant un abus de position dominante. En vertu du projet de loi C-56, ces restrictions ont récemment été élargies pour inclure les actions qui *ont un effet négatif sur la concurrence* ou qui constituent *une réponse sélective ou discriminatoire à l'égard d'un concurrent réel ou potentiel*. Les actes qui affectent la concurrence, par opposition aux actes qui affectent uniquement les concurrents, sont désormais ciblés. En outre, les récentes modifications apportées à la Loi sur la concurrence permettent également aux parties privées de demander réparation au Tribunal de la concurrence en cas d'abus présumés de position dominante.

Conclusions: Dans l'ensemble, il n'est pas clair quels sont les avantages de la réglementation des prix planchers, et encore moins si les avantages l'emportent sur les coûts. Le plancher n'a pas réussi à empêcher la sortie d'un grand nombre de petites stations-service, ni à maintenir les prix plus bas que dans d'autres régions du Canada. Les prix planchers peuvent aussi faciliter la coordination tacite des prix. En revanche, les coûts de mise en œuvre de la réglementation sont importants. La Régie doit tenir des audiences coûteuses tous les trois ans pour établir le Montant, par litre, au titre des coûts d'exploitation que doit supporter un détaillant en essence ou en carburant diesel. Cela s'ajoute au coût de la collecte et de la diffusion des données et à l'estimation de l'IQCA.

5.3 Faut-il envisager empêcher davantage de consolidation ?

Dans la Section 4.2 ci-dessus, j'ai documenté qu'il y a déjà eu une consolidation importante dans l'industrie. Bien qu'il soit très difficile d'établir un effet causal de cette consolidation sur les prix, elle pourrait avoir quelque chose à voir avec la capacité accrue des entreprises/stations-service à réaliser des marges élevées. Une consolidation plus poussée pourrait aggraver ce problème et entraîner une augmentation encore plus importante des prix et des marges. Le Bureau de la concurrence du Canada est censé surveiller ces marchés et évaluer l'impact potentiel des fusions sur la concurrence. Lors des fusions survenues au cours des dix dernières années, le Bureau a parfois exigé la cession de stations-service dans certains marchés afin de s'assurer que la concurrence ne soit pas affectée négativement.

Conclusions : Une consolidation plus poussée pourrait exacerber les problèmes de transmission des changements de coûts aux prix, ainsi que les problèmes de coordination tacite évoqués en détail ci-dessus. Il est également important d'être conscient du fait que

même une consolidation verticale (c'est-à-dire une consolidation tout au long de la chaîne d'approvisionnement) peut avoir un impact négatif sur la concurrence.

5.4 Faut-il envisager encourager l'entrée et/ou supprimer les barrières à l'entrée?

En plus d'empêcher une consolidation accrue de l'industrie, des mesures pourraient être prises pour abaisser les barrières à l'entrée aux différents niveaux de la chaîne d'approvisionnement de l'industrie pétrolière québécoise, et peut-être même pour encourager de nouveaux joueurs à y entrer au niveau du commerce de détail et de gros. Dans son analyse de différentes fusions et acquisitions dans le secteur de la vente au détail de l'essence, le Bureau de la concurrence a constaté l'existence d'obstacles importants à l'entrée.⁵⁹ Le coût estimé de la mise en place une nouvelle station-service au détail coûte entre 2 et 4 millions de dollars et le processus prend au moins un an et demi en raison des retards de financement, de construction et d'approbation réglementaire. Trouver des moyens de réduire ces coûts, éventuellement grâce au recours à des subventions, pourrait contribuer à encourager certaines nouvelles entreprises à entrer sur le marché. Dans d'autres marchés canadiens qui présentent des niveaux de concentration élevés, comme le secteur de l'épicerie, des efforts ont été déployés pour encourager l'entrée d'acteurs étrangers.⁶⁰ Peut-être que des mesures similaires pourraient être prises dans le contexte de l'essence.

Conclusions : Encourager l'entrée est un objectif louable, mais pas si cela nécessite une trop grande implication du gouvernement. Il est toutefois peu probable que cette voie soit fructueuse étant donné les coûts d'entrée. En plus, cela pourrait être difficile étant donné la transition en cours vers les voitures électriques, qui réduira probablement la demande d'essence et rendra l'entrée moins rentable.

5.5 Faut-il envisager exiger une plus grande transparence des prix?

Un certain nombre de pays à travers le monde ont adopté des régimes de transparence des prix sur leurs marchés de détail de l'essence. Contrairement au Québec où seuls les prix moyens et minimums pour chaque sous-région sont révélés quotidiennement sur le site Internet de la Régie, dans certains de ces autres pays, les prix affichés à la pompe sont accessibles au public à haute fréquence. Par exemple, en Allemagne, la transparence des prix a été mise

⁵⁹Voir Bureau de la concurrence (2017).

⁶⁰Voir par exemple Radio-Canada (2024).

en œuvre en août 2013 en réponse aux inquiétudes concernant les prix élevés et la collusion tacite des autorités de régulation. Selon la loi, les stations-service qui ajustent leurs prix doivent communiquer les nouveaux prix *en temps réel* à l'unité allemande de transparence du marché des carburants (Bundeskartellamt (2024)), et ces données sont ensuite partagées avec des fournisseurs de services d'information destinés aux consommateurs et intégrés dans des sites Web et des applications mobiles ainsi que dans les systèmes GPS des véhicules. De même, depuis 2012, les stations-service au Chili doivent mettre à jour un site Web géré par le gouvernement dans un délai de 15 minutes à chaque fois qu'elles modifient le prix à la pompe. Une loi similaire existe en France, les prix étant affichés sur le site du gouvernement (Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique (2024)).

Quels sont les impacts possibles de ces régimes de transparence? L'objectif du régime allemand de transparence est de permettre aux automobilistes d'obtenir des informations sur les prix actuels des carburants, de trouver la station-service la moins chère à proximité ou sur un itinéraire spécifique, et d'accroître la concurrence (www.bundeskartellamt.de). De même, la réglementation chilienne avait deux objectifs : (i) fournir des informations sur les prix en temps réel, qui seraient ensuite utilisées pour évaluer les performances du marché et prévoir les prix, et (ii) permettre le développement d'un site Internet qui offrirait aux consommateurs l'accès à des informations géocodées sur les prix de toutes les stations-service du pays, ainsi qu'à des informations sur les caractéristiques des stations-service (voir Luco (2019)). L'idée est donc que la transparence est favorable à la concurrence, car elle aide le consommateur à identifier les prix bas, augmentant ainsi les élasticités de la demande au niveau de l'entreprise (station) : toute entreprise (station) qui facture un prix plus élevé recevra moins de demande. De plus, si les entreprises tentent de coordonner des prix élevés, la transparence rend plus tentante pour chaque entreprise de sous-coter le prix convenu, car un prix plus bas attirera une plus grande demande. Cet effet peut rendre plus difficile le maintien d'un arrangement collusoire.

D'un autre côté, on craint que la transparence puisse faciliter la collusion (tacite) en permettant aux entreprises d'identifier plus facilement les prix fixés par leurs concurrents et ainsi de voir si une entreprise a sous-coté le prix collusoire. Cette possibilité est reconnue depuis longtemps dans la littérature économique (voir par exemple des travaux remontant à Stigler (1964)). Même si ce sont les consommateurs qui sont de plus en plus conscients des prix, il est possible que la collusion soit facilitée, puisque les entreprises peuvent imposer des sanctions plus sévères lorsque les prix sont transparents (voir Schultz (2005)).

De nombreuses recherches empiriques ont été réalisées pour étudier l'impact des régimes réels de transparence des prix, en essayant de déterminer quel effet domine. Dans des travaux récents, Ater and Rigbi (2023) évaluent l'impact d'une réglementation exigeant la transparence des prix dans le secteur de la vente au détail alimentaire en Israël, mise en œuvre en juin 2015. À partir de ce moment, les supermarchés israéliens devaient télécharger quotidiennement les informations sur les prix dans un référentiel en ligne. Des sites Web gouvernementaux de comparaison de prix ont été développés sur la base des données collectées. Le niveau et la dispersion des prix ont diminué suite à la mise en œuvre de cette politique. Les prix ont baissé d'environ 5 % et le coefficient de variation a été réduit de 50 %. Les auteurs constatent également que les changements sont principalement dus à la baisse des prix des chaînes à prix élevés, les prix des chaînes à bas prix restant constants. Les chaînes à bas prix ont utilisé la publicité pour mettre en avant leurs prix bas.

En ce qui concerne les marchés de l'essence, il existe des preuves que la politique de transparence allemande a provoqué une baisse des prix (voir par exemple Montag and Winter (2019), Montag et al. (2023), Horvath (2019) et Frondel et al. (2020)).⁶¹ Montag et al. (2023) soulignent qu'avant la mise en œuvre de la réglementation, il existait déjà un niveau élevé de transparence du côté de l'offre (les entreprises étaient largement conscientes des conditions du marché) et que le principal effet de la politique était donc d'informer les consommateurs de des prix.

Conformément à cela, Rossi and Chintagunta (2015) étudient l'impact d'une réglementation italienne sur la transparence. En 2007, le gouvernement italien a rendu obligatoire l'installation de grands panneaux électroniques à proximité des stations-service situées sur les autoroutes indiquant les prix des stations-service voisines. Concrètement, sur les autoroutes italiennes, il y a des aires de service avec des stations-service tous les 27 km environ. Avant la promulgation du règlement, la seule façon de connaître le prix du gaz dans une zone de service donnée était de la visiter. À partir de 2007, les entreprises devaient fournir des prix à jour sur le panneau de leur station, et chaque panneau afficherait également des informations sur les stations-service et les prix des trois stations-service suivantes. Les chercheurs profitent du déploiement échelonné du programme pour voir comment les stations-service réagissent aux panneaux dans leurs stations-service par rapport aux stations-service de leurs concurrents. Ils constatent que la signalisation fait baisser les prix d'environ 20%.

Luco (2019) analyse l'impact de la réglementation de 2012 au Chili. Il étudie comment

⁶¹Au moins une étude sur l'impact du régime de transparence allemand a révélé le contraire (voir Dewenter et al. (2017)).

la divulgation d'informations a affecté la concurrence dans le secteur chilien de l'essence au détail. Il exploite le fait que le programme a été déployé successivement dans toutes les régions du Chili pour démontrer que l'impact de cette politique était d'affaiblir la concurrence. Les marges ont augmenté de neuf pour cent. Il est particulièrement intéressant de constater que les marges ont augmenté le plus dans les zones à faible revenu et ont le moins augmenté, voire diminué, dans les zones à revenu élevé. Il attribue cette découverte à l'intensité de la recherche. Il dispose de données sur l'intensité des recherches et constate que dans les domaines où les consommateurs effectuent davantage de recherches, les prix ont en fait chuté. En d'autres termes, si les consommateurs ont réellement accès à l'information sur les prix plus bas, alors l'effet pro-concurrentiel de la transparence dominera l'effet facilitant la collusion.

Byrne (2014) montre que l'effet immédiat du programme Fuelwatch mis en œuvre à Perth en Australie a été d'influencer la transmission des chocs de coûts. Avant la mise en œuvre, 80% d'un choc de coûts positif était répercuté sur les prix de détail dans le mois suivant le choc, contre seulement 40% d'un choc de coûts négatif. En revanche, après la mise en œuvre de Fuelwatch, le taux de répercussion des chocs positifs et négatifs était le même. Sur les marchés voisins d'Australie du Sud qui n'ont pas été affectés par la politique, il n'y a eu aucun changement dans le comportement asymétrique des prix avant et après la mise en œuvre de la politique. Byrne considère que cela implique que les consommateurs profitaient des informations sur les prix pour identifier les prix bas, obligeant les entreprises à retarder les augmentations de prix lors des ajustements de coûts et à les accélérer lors des diminutions de coûts. Dans l'ensemble, il constate que le marché est devenu initialement plus compétitif. Byrne and deRoos (2019) examine les effets à long terme et montre qu'en fin de compte, les stations-service ont pu apprendre à coordonner les prix, mais il leur a fallu près d'une décennie pour y parvenir. Leurs conclusions suggèrent que seulement 10 à 15 % environ des consommateurs utilisaient quotidiennement le site Web affichant les prix. Il n'est donc pas surprenant que l'effet anticoncurrentiel ait fini par prédominer.

La possibilité que la transparence puisse faciliter la collusion devient potentiellement une préoccupation majeure avec le développement de logiciels de tarification algorithmique basés sur l'IA. Un certain nombre d'articles universitaires théoriques et empiriques récents ont étayé la possibilité que de tels algorithmes pourraient faciliter la collusion.⁶² Les algorithmes basés sur l'IA peuvent absorber de grandes quantités de données sur les conditions du marché, les prix (propres et concurrents), les volumes de ventes et les coûts, et peuvent les utiliser pour

⁶²Voir par exemple Calvano et al. (2020) et Assad et al. (2023).

déterminer les prix de manière autonome, rapide et précise. Ils sont capables d'expérimenter et d'apprendre des décisions de tarification précédentes. Les algorithmes peuvent faciliter la collusion en aidant les entreprises à surveiller les décisions de prix de leurs concurrents, puis à détecter rapidement les sous-cotations et à punir les transfuges. Si les algorithmes accélèrent la capacité des entreprises à réagir en cas de défection, alors la période pendant laquelle des bénéfices plus élevés seront réalisés sera très courte avant que les prix ne s'effondrent. En conséquence, les entreprises seront moins susceptibles de faire défection et de compromettre l'accord collusoire.

Dans ce contexte, les politiques de transparence des prix qui offrent aux algorithmes la possibilité de collecter des données de formation et de surveiller parfaitement les prix peuvent permettre aux algorithmes de faciliter plus facilement la collusion. Par conséquent, tout projet visant à rendre les prix plus transparents devrait impliquer des lignes directrices pour aborder cette possibilité.

Conclusions: Rendre les prix plus transparents implique un compromis entre l'amélioration de la capacité des consommateurs à identifier les prix bas et la facilitation de la coordination des entreprises. Étant donné qu'au Québec, les entreprises et les stations-service ont déjà accès à une grande partie de l'information, il est logique de fournir davantage d'informations aux consommateurs dans l'espoir d'accroître la concurrence. L'essentiel est d'encourager les consommateurs à accéder aux informations disponibles et à les utiliser pour identifier les stations-service à bas prix. Les consommateurs doivent être informés en temps réel des offres à bas prix pour les aider choisir où faire ses achats. Si les consommateurs n'utilisent pas les informations disponibles, l'effet anticoncurrentiel dominera certainement. La Régie pourrait faciliter la diffusion des données vers diverses applications pour faciliter cette démarche. Enfin, si l'on s'oriente dans cette direction, il sera également important de surveiller l'utilisation d'algorithmes pour la détermination des prix.

5.6 Faut-il envisager mettre en œuvre un meilleur dépistage de comportements non conformes à la concurrence ?

Comme mentionné ci-dessus, le Bureau de la concurrence enquête actuellement sur la possibilité de comportements anticoncurrentiels en matière de prix sur certains marchés du Québec. L'une des questions est de savoir s'il devrait y avoir une surveillance plus systématique du comportement en matière de prix afin de détecter les pratiques anticoncurrentielles. Même s'ils ne sont pas parfaits, les économistes ont mis au point des filtres statistiques permettant

de déceler les comportements anticoncurrentiels qui pourraient avoir une incidence sur la situation. Plus précisément, les données sur le marché de détail de l'essence que la Régie recueille pourraient être étudiées régulièrement pour déterminer s'il existe des tendances qui pourraient indiquer un comportement anticoncurrentiel.

De tels tests diagnostiques nécessitent un accès à des données tarifaires à assez haute fréquence pour toutes les stations-service opérant sur un marché. Le développement des tests diagnostiques nécessiterait une certaine connaissance des modèles économiques de coordination et leur mise en œuvre une certaine connaissance des techniques économétriques.

De plus, le gouvernement du Canada a récemment apporté des changements importants à sa politique de concurrence. Les changements apportés aux règles régissant les fusions, les changements aux critères requis dans les plaintes pour abus de position dominante et de collaboration, et les changements dans les sanctions découlant des accords de fixation des prix sont particulièrement pertinents pour le marché de l'essence. Des changements significatifs ont également eu lieu concernant la réalisation des études de marché.

Le projet de loi C-19, la Loi d'exécution du budget, a été déposé en avril 2022 et est entré en vigueur en 2023. Il a augmenté les amendes en cas de fixation des prix en vertu de l'article 45 de la Loi sur la concurrence. Jusqu'à présent, l'amende maximale autorisée était de 25 millions de dollars. Désormais, les amendes seront désormais laissées à la discrétion du tribunal. Le projet de loi a également élargi l'ensemble des facteurs à prendre en compte lors de l'évaluation de l'impact concurrentiel. Pour les collaborations entre concurrents, ces facteurs incluent la possibilité que les effets de réseau servent de barrière à l'entrée, le renforcement de la position dominante du marché historique et les effets sur la concurrence. Pour l'abus de position dominante, les facteurs supplémentaires sont les effets sur les barrières à l'entrée, les effets sur la concurrence et l'ampleur du changement dans le secteur. marché. Les dispositions relatives à l'abus de position dominante ont également été clarifiées pour tenir compte non seulement de l'impact sur les concurrents, mais également sur la concurrence elle-même, l'idée étant qu'un certain comportement peut limiter la concurrence sans nuire aux concurrents.

Le gouvernement a ensuite déposé le projet de loi C-56 en septembre 2023, qui contenait des changements encore plus fondamentaux à la politique de concurrence. Le projet de loi a reçu la sanction royale en décembre 2023. Plus particulièrement, il contenait des dispositions prévoyant l'abrogation de la défense fondée sur les gains d'efficacité dans le cadre des fusions. L'article 96 de la Loi sur la concurrence autorisait les fusions si la concurrence était diminuée, à condition que la fusion génère des gains d'efficacité suffisamment

importants pour compenser ces effets anticoncurrentiels. Désormais, les fusions seront davantage évaluées en fonction de leur impact sur le surplus du consommateur. Le projet de loi donne également au Bureau le pouvoir de mener des études de marché, y compris la capacité d'exiger des informations auprès des parties prenantes concernées. Enfin, les dispositions sur la collaboration de l'article 90 ont été étendues aux non-concurrents (par exemple tout au long de la chaîne d'approvisionnement) si le but est de restreindre la concurrence.

Ces changements devraient rendre plus difficile la poursuite de la consolidation dans le secteur et permettre aux entreprises de prévenir plus facilement les abus de position dominante de la part des acteurs plus importants. Comme nous l'avons vu, l'existence de dispositions relatives à l'abus de position dominante dans la Loi sur la concurrence rend superflue la réglementation des prix planchers.

Conclusions : Les données recueillies par la Régie pourraient servir à étudier les tendances en matière de prix afin d'identifier des comportements anticoncurrentiels. Les tests diagnostiques de comportement anti-concurrentiel ne peuvent pas fournir une preuve définitive, mais ils peuvent servir à signaler une activité suspecte que les autorités peuvent ensuite évaluer plus en détail. Ces filtres peuvent être utilisés conjointement avec les nouveaux pouvoirs d'études de marché du Bureau de la concurrence pour enquêter sur la concurrence sur des marchés locaux spécifiques.

6 Recommandations pour favoriser un marché de détail de l'essence et du carburant diesel compétitif à long terme, libre et dynamique, dans l'intérêt des consommateurs et de l'économie québécoise

Basé sur mon analyse des données recueillies par la Régie de l'énergie et par Kalibrate Inc, et d'un grand nombre de documents décrivant la situation des marchés de détail de l'essence au Québec, j'arrive à certaines conclusions quant aux raisons pour lesquelles les prix/marges varient au fil du temps et entre les marchés du Québec et quant aux mesures qui pourraient être prises pour encourager la concurrence sur le marché et, espérons-le, conduire à une baisse des prix pour les consommateurs québécois.

1. Les prix et les marges dans certains marchés du Québec, dont la Capitale-Nationale, Chaudière-Appalaches, la Côte-Nord et la Gaspésie, ont soudainement augmenté en 2022 et sont demeurés élevés. En revanche, dans la plupart des marchés de l'Ontario, aucune augmentation de marge du même ordre de grandeur a été observée. Toutefois, des augmentations similaires sont visibles sur certains marchés de l'Ouest canadien et dans certains marchés des Maritimes.
2. Il y a eu une consolidation importante sur le marché de l'essence au Québec au cours de la dernière décennie, en particulier au niveau des distributeurs, et de nombreux marchés locaux au Québec sont maintenant très concentrés. À mon avis, le degré élevé de concentration est un facteur qui contribue aux prix élevés partout au Québec, et sur certains marchés en particulier. Toute nouvelle consolidation devrait être découragée et l'entrée devrait être encouragée même si cela semble peu susceptible de fonctionner compte tenu de la transition en cours vers les voitures électriques, qui réduira probablement la demande d'essence et rendra l'entrée moins rentable. Pour une discussion plus détaillée, voir les Sections 4.2, 5.3, et 5.4 de ce rapport.
3. À mon avis, les tendances de prix sur certains marchés locaux ne sont pas cohérents avec un marché de détail de l'essence parfaitement compétitif. En raison, du moins en partie, des niveaux élevés de concentration, la concurrence sur les prix est limitée. Sur certains marchés, les marges sont élevées, les prix ne sont pas dispersés et ne réagissent pas aux changements de coûts d'une manière compatible avec un niveau de concurrence

élevé – il existe de nombreuses périodes où les prix ne changent pas du tout malgré des changements de coûts, et les prix réagissent plus fortement aux augmentations de prix qu’aux baisses de prix. Ensemble, ces comportements sont incompatibles avec une concurrence parfaite. Pour une discussion plus détaillée, voir les Sections 3 et 4.5 de ce rapport.

4. L’environnement réglementaire du Québec pourrait jouer un rôle dans les marges élevées de la province. Le prix plancher n’a pas réussi à empêcher la sortie d’un grand nombre de petites stations-service, ni à maintenir les prix plus bas que dans d’autres régions du Canada. Il décourage l’entrée des stations-service à bas prix et empêche les entreprises plus compétitives de fixer des prix plus faibles. De plus, un prix plancher peut faciliter la coordination entre les entreprises.

À mon avis le prix plancher devrait être éliminé. Concrètement, je pense que la Régie devrait continuer à publier quotidiennement l’IQCA pour fournir un prix de référence, mais les entreprises ne devraient pas pouvoir demander l’imposition du montant supplémentaire si un concurrent fixe un prix inférieur à ce montant. Il existe déjà des lois en place pour prévenir les comportements prédateurs et le Québec ne devrait donc plus engager les coûts supplémentaires et importants liés à la mise en œuvre de la réglementation. La Régie doit tenir des audiences coûteuses tous les trois ans pour établir le montant, par litre, au titre des coûts d’exploitation que doit supporter un détaillant en essence ou en carburant diesel. Cela s’ajoute au coût de la collecte et de la diffusion des données et à la détermination du prix plancher, ainsi qu’et au traitement des plaintes (mises en demeure) des entreprises.

Pour une discussion plus détaillée, voir les Sections 4.3 et 5.2 de ce rapport.

5. Même si le prix plancher est aboli, les entreprises risquent d’être insuffisamment incitées à se faire concurrence sur les prix et à proposer des prix inférieurs à ceux de leurs concurrents. Un régime de transparence des prix pourrait contribuer à fournir une telle incitation. Si les consommateurs peuvent identifier les stations-service à bas prix, la demande augmentera à ces emplacements, ce qui incitera les entreprises à baisser leurs prix pour attirer les clients.

Je recommande alors que la Régie mette en place un régime de transparence comme ceux qui existent dans un certain nombre de pays, qui met à la disposition des consommateurs des données tarifaires à plus haute fréquence. Plus précisément, les stations-service devraient être obligées de transmettre à la Régie l’information sur tout change-

ment de prix qu'elles effectuent immédiatement après l'avoir effectué et cette information devrait être rendue publique. Des applications devraient être développées pour faciliter la transmission de ces informations en temps réel aux consommateurs. Pour qu'une transparence accrue soit favorable à la concurrence, il est essentiel d'encourager les consommateurs à accéder aux informations disponibles et à les utiliser pour identifier les stations-service à bas prix. Les consommateurs doivent être informés en temps réel des offres à bas prix pour les aider choisir où faire leurs achats d'essence.

Pour une discussion plus détaillée, voir la Section 5.5 de ce rapport.

6. Je recommande que les tendances de prix soient régulièrement évaluées par la Régie afin d'identifier des comportements incompatible avec la concurrence. Des tests de diagnostic des comportements anticoncurrentiels en matière de prix devraient être mis en œuvre pour évaluer régulièrement les modèles de prix. Les tests peuvent être appliqués aux données actuelles recueillies par la Régie, ou éventuellement à des données plus complètes/à plus haute fréquence si un régime de transparence des prix était mis en place. Pour une discussion plus détaillée, voir la Section 5.6 de ce rapport.
7. Je recommande au gouvernement d'éviter d'imposer un prix plafond en raison des distorsions importantes possibles que cela pourrait provoquer et de la possibilité que cela puisse faciliter la coordination, avec les prix groupés au plafond. De plus, le coût de la mise en place d'un mécanisme réglementaire chargé de superviser l'établissement et l'ajustement régulier des prix plafonds serait élevé. Pour une discussion plus détaillée, voir la Section 5.1 de ce rapport.

References

- Anderson, R. and R. Johnson (1999). Antitrust and sales-below-cost laws: The case of retail gasoline. *Review of Industrial Organization* 14(3), 189–204.
- Assad, S., R. Clark, D. Ershov, and L. Xu (2023). Algorithmic pricing and competition: Empirical evidence from the german retail gasoline market. Forthcoming, *Journal of Political Economy*.
- Ater, I. and O. Rigbi (2023, February). Price transparency, media, and informative advertising. *American Economic Journal: Microeconomics* 15(1), 1–29.
- Bacon, R. (1991). Rockets and feathers: The asymmetric speed of adjustment of u. k. retail gasoline prices to cost changes. *Energy Economics* XIII, 211–218.
- BNN Bloomberg (2023). Canadian Tire, Petro-Canada to partner up on gas stations and rewards programs. Disponible à: <https://www.bnnbloomberg.ca/canadian-tire-petro-canada-to-partner-up-on-gas-stations-and-rewards-programs-1.1915849>, consulté le 24 février 2024.
- Borenstein, S., A. C. Cameron, and R. Gilbert (1997, Feb.). Do gasoline prices respond asymmetrically to crude oil price changes? *The Quarterly Journal of Economics* 112(1), 305–339.
- Bundeskartellamt (2024). Market transparency unit for fuels. https://www.bundeskartellamt.de/EN/Tasks/markettransparencyunit_fuels/markettransparencyunit_fuels_node.html, consulté le 24 février 2024.
- Bureau de la concurrence (2016a). Acquisition proposée de stations-service d’Imperial Oil par Couche-Tard. <https://ised-isde.canada.ca/site/bureau-concurrence-canada/fr/comment-nous-favorisons-concurrence/education-sensibilisation/enonces-position/acquisition-proposee-stations-service-dimperial-oil-couche-tard>, consulté le 24 février 2024.
- Bureau de la concurrence (2016b). Acquisition proposée des contrats de fourniture d’essence de Distributions pétrolières Therrien Inc. par Le Groupe Harnois inc. <https://ised-isde.canada.ca/site/bureau-concurrence-canada/fr/comment-nous-favorisons-concurrence/education-sensibilisation/enonces-position/acquisition-proposee-contrats-fourniture-dessence-distributions-petrolieres-therrien-inc-groupe>, consulté le 24 février 2024.

- Bureau de la concurrence (2017). Acquisition de CST par Couche-Tard et dessaisissement de certains éléments d’actif en faveur de Parkland. <https://ised-isde.canada.ca/site/bureau-concurrence-canada/fr/comment-nous-favorisons-concurrence/education-sensibilisation/enonces-position/acquisition-cst-couche-tard-dessaisissement-certains-elements-dactif-faveur-parkland>, consulté le 24 février 2024.
- Byrne, D. (2014). Fuelling Australia: Structural changes and new policy challenges in the petrol industry. *Australian Economic Review* 47, 523–539.
- Byrne, D. and N. deRoos (2019). Learning to coordinate: A study in retail gasoline. *American Economic Review* 109, 591–619.
- Calvano, E., G. Calzolari, V. Denicolò, and S. Pastorello (2020, October). Artificial intelligence, algorithmic pricing, and collusion. *American Economic Review* 110(10), 3267–97.
- Caradonna, P., N. Miller, and G. Sheu (2024). Mergers, entry, and consumer welfare. Caradonna, Peter and Miller, Nathan and Sheu, Gloria, Mergers, Entry, and Consumer Welfare (February 14, 2024). Georgetown McDonough School of Business Research Paper No. 3537135, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3537135> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3537135>.
- Carranza, J. E., R. Clark, and J.-F. Houde (2014). Price controls and market structure: Evidence from gasoline retail markets. *Journal of Industrial Economics* 63, 152–198.
- Chesnes, M. (2016). Asymmetric pass-through in U.S. gasoline prices. *The Energy Journal* 37(1), 153–180.
- Chouinard, H. and J. Perloff (2007). Gasoline price differences: Taxes, pollution regulations, mergers, market power, and market conditions. *The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy* 7(1).
- Church, J. and R. Ware (2000). *Industrial organization: A strategic approach*. Irwin McGraw Hill.
- Commission de l’énergie et des services publics du Nouveau-Brunswick (2024a). Foire aux questions sur les produits pétroliers. <https://nbeub.ca/fr/petroleum-prices-questions-answers>, consulté le 24 février 2024.
- Commission de l’énergie et des services publics du Nouveau-Brunswick (2024b). Prix

- pétroliers courants. <https://nbeub.ca/fr/current-petroleum-prices-2>, consulté le 24 février 2024.
- Conlon, C., N. Miller, T. Otgon, and Y. Yao (2023). Rising markups, rising prices? *AEA: Papers and Proceedings* 113, 279–283.
- Deacon, R. (1978). An economic analysis of gasoline price controls. *Natural Resources Journal* 18(4), 801–815.
- Deltas, G. (2008). Retail gasoline price dynamics and local market power. *The Journal of Industrial Economics* 61(613-628).
- Department of Justice (2023). 2023 merger guidelines. <https://www.justice.gov/atr/2023-merger-guidelines>, consulté le 24 février 2024.
- Deschênes, J.-F. and V. Duval (2024). Prix de l'essence en Gaspésie : le ministre Fitzgibbon préoccupé. *Radio-Canada*. Disponible à : <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2048372/gaz-plus-cher-gaspesie-cout>, consulté le 24 février 2024.
- Dewenter, R., U. Heimeshoff, and H. Luth (2017). The impact of the market transparency unit for fuels on gasoline prices in germany. *Applied Economics Letters* 24, 302–305.
- DeYoung, R. and R. Phillips (2009). Payday loan pricing. *Federal Reserve Bank of Kansas City Research Working Papers* 09-07.
- Eckert, A. (2002). Retail price cycles and response asymmetry. *Canadian Journal of Economics* 35(52-77).
- Eckert, A. and D. S. West (2005). Rationalization of the retail gasoline station networks in Canada. *Review of Industrial Organization* 26, 1–25.
- Eckert, H. and A. Eckert (2008). Environmental regulation and rationalization in the retail gasoline industry. Working paper, University of Alberta.
- ErDOS, K., R. Baczur, D. Kehl, and R. Farkas (2022). When post-merger price effect becomes smoothed over time: A case of a gasoline market merger. *Energy Economics* 105, 105682.
- Erutku, C. (2017). The effects of post-katrina gasoline price regulations: The contrast between New Brunswick and Nova Scotia. *Canadian Public Policy* 43, 77–84.
- Federal Trade Commission (2002). FTC staff comment to the Honorable Robert F. McDonnell concerning Virginia S.B. 458 to prohibit the below-cost retail sale of motor fuel. <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/advocacy-filings/ftc-staf>

f-comment-honorable-robert-f-mcdonnell-concerning-virginia-sb-458-prohibit-below-cost-retail, consulté le 24 février 2024.

Federal Trade Commission (2003). FTC staff comment to the Honorable Roy Cooper and the Honorable Daniel Clodfelter concerning North Carolina H.B. 1203 / S.B. 787 to amend North Carolinas motor fuel marketing act. <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/advocacy-filings/ftc-staff-comment-honorable-roy-cooper-honorable-daniel-clodfelter-concerning-north-carolina-hb-1203>,.

Fenili, R. and W. Lane (1985). Thou shalt not cut prices. *Regulation* 9(5), 31–35.

Finances (2008). Hausse du prix des hydrocarbures, impact sur les équilibres financiers du québec. *Études économiques, fiscales et budgétaires* 2.

Frondel, M., M. Horvath, C. Vance, and A. Kihm (2020). Increased market transparency in Germany’s gasoline market what about rockets and feathers? *Journal of Transport Economics and Policy* 54.

FTC (2004). The petroleum industry: Mergers, structural change, and antitrust enforcement. Staff report, Federal Trade Commission.

Gagné, R., S.vanNorden, and B. Versaevel (2006). Testing optimal punishment mechanisms under price regulation: The case of the retail market for gasoline. GATE Working Paper Series No. 06-11.

Gaudreault, J. (2024). Prix de l’essence : des enquêteurs visitent des stations-services de la Côte-Nord. *Le Mani*. Disponible à: <https://www.lemanic.ca/2024/02/10/prix-de-lessence-des-enqueteurs-visitent-des-stations-services-de-la-cote-nord/>, consulté le 24 février 2024.

Genakos, C., P. Koutroumpis, and M. Pagliero (2018). The impact of maximum markup regulation on prices. *The Journal of Industrial Economics* 66(2), 239–300.

González, X. and M. J. Moral (2023). Competition and competitors: Evidence from the retail fuel market. *The Energy Journal* 44(6), 163–188.

Gouvernement du Canada (2021). Le Bureau de la concurrence conclut une entente avec MacEwen Petroleum concernant l’acquisition de dépanneurs Quickie. <https://www.canada.ca/fr/bureau-concurrence/nouvelles/2021/10/le-bureau-de-la-concurrence-conclut-une-entente-avec-macewen-petroleum-concernant-lacquisition-de-depanneurs-quickie.html>, consulté le 24 février 2024.

- Gouvernement du Canada (2023). Le Bureau de la concurrence résout des préoccupations de concurrence liées à l'acquisition par Global Fuels des activités de vente au détail de carburants de Greenergy. <https://www.canada.ca/fr/bureau-concurrence/nouvelles/2023/10/le-bureau-de-la-concurrence-resout-des-preoccupations-de-concurrence-liees-a-lacquisition-par-global-fuels-des-activites-de-vente-au-detail-de-carb.html>, consulté le 24 février 2024.
- Gouvernement du Nouveau-Brunswick (2006). Loi sur la fixation des prix des produits pétroliers. <https://laws.gnb.ca/en/pdf/cs/P-8.05.pdf>, consulté le 24 février 2024.
- Greenergy (2020). Greenergy announces merger with Canada's BG fuels. <https://www.greenergy.com/greenergy-announces-merger-with-canada-s-bg-fuels>, consulté le 24 février 2024.
- Halin, F. (2024). Ils sont venus sur la Côte-Nord: un maire attire le Bureau de la concurrence chez lui pour dénoncer le prix de l'essence. *Le Journal de Montréal*. Disponible à: <https://www.journaldemontreal.com/2024/02/14/un-maire-attire-le-bureau-de-la-concurrence-chez-lui-ils-ont-acquiesce-a-ma-demande-ils-ont-bouge-ils-sont-venus-sur-la-cote-nord>, consulté le 24 février 2024.
- Harnois Énergies (2024). <https://harnoisenergies.com/fr/qui-nous-sommes/notre-histoire/>, consulté le 24 février 2024.
- Harrington, J. (2017). *The Theory of Collusion and Competition Policy*. The MIT Press.
- Hastings, J. (2004). Vertical relationships and competition in retail gasoline markets: Empirical evidence from contract changes in Southern California. *American Economic Review*.
- Hill, R. (2012). Petroleum product prices and price regulation in Nova Scotia: A consumer's perspective. Final report. St. John: Department of Social Science, University of New Brunswick.
- Horvath, M. (2019). Germany's market transparency unit for fuels: Fostering collusion or competition? Ruhr Economic Papers, No. 836.
- Houde, J.-F. (2012). Spatial differentiation and vertical mergers in retail markets for gasoline. *American Economic Review* 102, 2147–2182.
- Igami, M. and T. Sugaya (2022). Measuring the incentive to collude: The vitamin cartels, 1990-1999. *Review of Economic Studies* 89, 1460–1494.

- Island Regulatory and Appeals Commission (2009). Petroleum Products Act. <https://irac.pe.ca/legislation/PetProductsAct.asp>, consulté le 24 février 2024.
- Island Regulatory and Appeals Commission (2023). Petroleum pricing model and margin review order. <https://irac.pe.ca/wp-content/uploads/PC23-007.pdf>, consulté le 24 février 2024.
- Island Regulatory and Appeals Commission (2024). Frequently Asked Questions. <https://irac.pe.ca/petrol/frequently-asked-questions/>, consulté le 24 février 2024.
- Ivaldi, M., B. Jullien, P. Rey, P. Seabright, and J. Tirole (2007). Chapter 8 the economics of tacit collusion: Implications for merger control. In V. Ghosal and J. Stennek (Eds.), *The Political Economy of Antitrust*, Volume 282 of *Contributions to Economic Analysis*, pp. 217–239. Elsevier.
- Johnson, R. (1999). The impact of sales-below-cost laws on the U.S. retail gasoline market. Report Prepared for Industry Canada, Competition Bureau.
- Johnson, R. N. and C. J. Romeo (2000). The impact of self-service bans in the retail gasoline market. *The Review of Economic and Statistics* 82(4), 625–633.
- Kalibrate Canada (2023). 2022 national retail petroleum site census. <https://kalibrate.com/wp-content/uploads/2023/06/Kalibrate-Canada-2022-National-Retail-Petroleum-Site-Census-Executive-Summary.pdf>, consulté le 24 février 2024.
- Kalibrate Canada (2024). <https://kalibrate.com/canada/>, consulté le 24 février 2024.
- Knittel, C. and V. Stango (2003). Price ceilings as focal points for tacit collusion: Evidence from credit cards. *American Economic Review* 93, 1703–1729.
- Lagos, V. (2018). Effectiveness of merger remedies: Evidence from the retail gasoline industry. *The Journal of Industrial Economics* 66(4), 942–979.
- Lewis, M. (2009). Temporary wholesale gasoline price spikes have long lasting retail effects: The aftermath of Hurricane Rita. *Journal of Law and Economics* 52, 581–606.
- Lewis, M. S. (2011). Asymmetric price adjustment and consumer search: An examination of the retail gasoline market. *Journal of Economics & Management Strategy* 20(2), 409–449.
- Lexpert (2024). Brookfield acquires loblaw gas station business. <https://www.lexpert.ca/big-deals/brookfield-acquires-loblaw-gas-station-business/351598>, consulté le 24 février 2024.

- Luco, F. (2019). Who benefits from information disclosure? The case of retail gasoline. *American Economic Journal: Microeconomics* 11, 277–305.
- LégisQuébec (2023a). Loi sur la Régie de l'énergie. <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/1c/R-6.01>, consulté le 24 février 2024.
- LégisQuébec (2023b). Loi sur les produits pétroliers. <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/1c/P-30.01>, consulté le 24 février 2024.
- Ma, T.-C. (2007). Import quotas, price ceilings, and pricing behavior in Taiwan's flour industry. *Agribusiness* 23(1), 1–15.
- Maskin, E. and J. Tirole (1988). A theory of dynamic oligopoly, ii: Price competition, kinked demand curves, and edgeworth cycles. *Econometrica: Journal of the Econometric Society* 56(3), 571–599.
- Miller, N. and M. Weinberg (2017). Understanding the price effects of the Miller/Coors joint venture. *Econometrica* 85, 1763–1791.
- Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique (2024). Les prix des carburants. <https://www.prix-carburants.gouv.fr/>, consulté le 24 février 2024.
- Montag, F., A. Sagimuldina, and C. Winter (2023). Whom to inform about prices? Evidence from the german fuel market.
- Montag, F. and C. Winter (2019). Price transparency against market power.
- NCLS (2003). Findings on hawaii gasoline prices and policies. Technical report, National Conference of State Legislatures.
- Newfoundland and Labrador Board of Commissioners of Public Utilities (2024a). Petroleum products pricing. http://www.pub.nf.ca/PP_petroleumproducts.php, consulté le 24 février 2024.
- Newfoundland and Labrador Board of Commissioners of Public Utilities (2024b). Petroleum products pricing - Total allowed mark-up. <http://www.pub.nl.ca/HowPricesAreSet/AllowedMark-ups.php>, consulté le 24 février 2024.
- Nocke, V. and M. D. Whinston (2022, June). Concentration thresholds for horizontal mergers. *American Economic Review* 112(6), 1915–48.
- Noel, M. (2007a). Edgeworth price cycles, cost-based pricing and sticky pricing in retail gasoline retail markets. *Review of Economics and Statistics* 89(2), 324–334.

- Noel, M. (2007b). Edgeworth price cycles: Evidence from the Toronto retail gasoline market. *Journal of Industrial Economics* *LV*(1), 69–92.
- Nova Scotia Utility and Review Board (2024). Prix de l'essence et du diesel. <https://nsuarb.novascotia.ca/fr/mandates/gasoline-diesel-pricing>, consulté le 24 février 2024.
- NovaScotia.ca (2024). Prix de l'essence et du diesel. <https://beta.novascotia.ca/fr/prix-de-lessence-et-du-diesel>, consulté le 24 février 2024.
- OECD (2005). Resale below cost laws and regulations. Series roundtable on competition policy, OECD.
- OECD, C. C. (2013). Roundtable on competition in road fuel: Background note by the secretariat. Technical report, Directorate for Financial and Enterprise Affairs Competition Committee, Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Parkland Fuel Corporation (2021). Parkland renforce son réseau de vente au détail au Québec par l'acquisition de Pétroles Crevier inc. <https://www.parkland.ca/fr/new-sroom/communiqués-de-presse/parkland-renforce-son-reseau-de-vente-au-détail-au-quebec>, consulté le 24 février 2024.
- Parkland Fuel Corporation (2024). Parkland Fuel Corporation acquires the On the Run / Marche Express franchise system in Canada and 17 Esso-branded retail sites from Imperial Oil. <https://www.globenewswire.com/news-release/2016/03/08/1141087/0/en/Parkland-Fuel-Corporation-Acquires-the-On-the-Run-Marche-Express-Franchise-System-in-Canada-and-17-Esso-Branded-Retail-Sites-From-Imperial-Oil.html>, consulté le 24 février 2024.
- Paul Hastings (2020). Greenergy announces merger with Canada's BG fuels. <https://www.paulhastings.com/news/news-greenergy-announces-merger-with-canadas-bg-fuels>, consulté le 24 février 2024.
- Pennerstorfer, D. and C. Weiss (2013). Spatial clustering and market power: Evidence from the retail gasoline market. *Regional Science and Urban Economics* *43*(4), 661–675.
- Radio-Canada (2023). Essence : la concurrence cause des écarts de prix entre le Lac-Saint-Jean et le Saguenay. Disponible à : <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2005357/pompe-station-service-caa-quebec>, consulté le 24 février 2024.

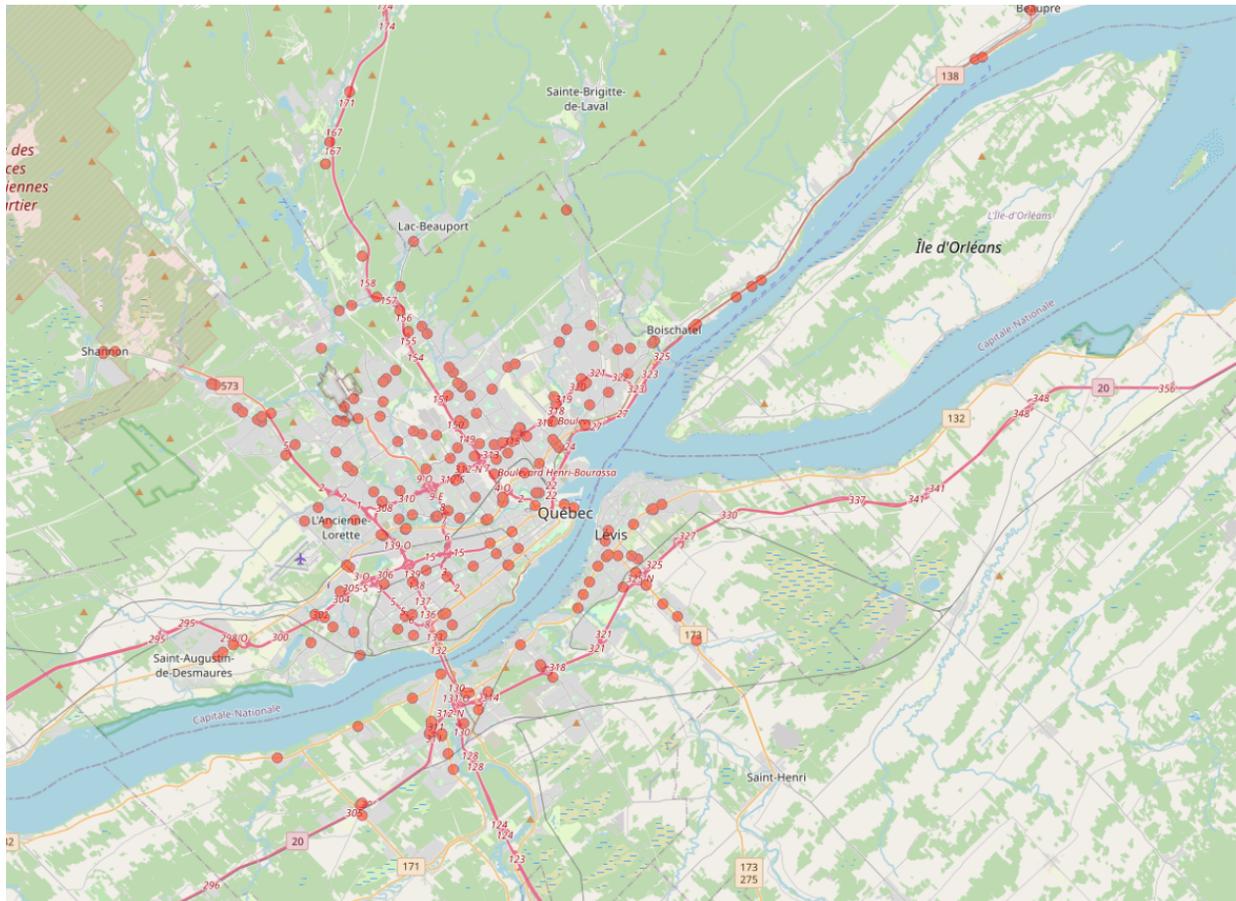
- Radio-Canada (2024). Le ministre Champagne en contact avec des joueurs étrangers du secteur de l'épicerie. Disponible à: <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2045743/ministre-champagne-epicerie-concurrence-inflation-alimentation>, consulté le 24 février 2024.
- Régie (2011). Rapport sur différents mécanismes de contrôle des prix des produits pétroliers et sur la pertinence d'adopter de telles mesures au Québec. Rapport à la ministre des ressources naturelles et de la faune du Québec, Régie de l'énergie Québec.
- Régie (2012). Portrait du marché québécois de la vente au détail d'essence et de carburant diesel. Recensement des essenceries en opération au Québec au 31 décembre 2010, Régie de l'énergie Québec.
- Régie (2015). Portrait du marché québécois de la vente au détail d'essence et de carburant diesel. Recensement des essenceries en opération au Québec au 31 décembre 2013, Régie de l'énergie Québec.
- Régie (2017). Portrait du marché québécois de la vente au détail d'essence et de carburant diesel. Recensement des essenceries en opération au Québec au 31 décembre 2016, Régie de l'énergie Québec.
- Régie (2018). Mise à jour 2018 du rapport sur différents mécanismes de contrôle des prix des produits pétroliers et sur la pertinence d'adopter de telles mesures au Québec. Rapport à la ministre des ressources naturelles et de la faune du Québec, Régie de l'énergie Québec.
- Régie (2020). Portrait du marché québécois de la vente au détail d'essence et de carburant diesel. Recensement des essenceries en opération au Québec au 31 décembre 2019, Régie de l'énergie Québec.
- Régie (2023a). Avis au ministre de l'Économie, de l'innovation et de l'Énergie en vertu des articles 42 et 57 de la Loi sur la Régie de l'énergie sur les écarts de prix et des marges de commercialisation entre la région de la Capitale-Nationale et les autres régions du Québec. R-4237-2023, Régie de l'énergie Québec.
- Régie (2023b). Avis au ministre de l'Économie, de l'innovation et de l'Énergie en vertu des articles 42 et 57 de la Loi sur la Régie de l'énergie sur les écarts de prix et des marges de commercialisation entre la région de la Chaudière-Appalaches et les autres régions du Québec, ainsi que sur tout écart observé dans d'autres régions du Québec. R-4237-2023, Régie de l'énergie Québec.

- Régie (2023c). Guide méthodologique pour l'établissement des différents relevés sur les produits pétroliers. Procédures et définitions, Régie de l'énergie Québec.
- Régie (2023d). Portrait du marché québécois de la vente au détail d'essence et de carburant diesel. Recensement des essenceries en opération au Québec au 31 décembre 2022, Régie de l'énergie Québec.
- Régie (2024). Rapport de surveillance des prix de l'essence en Gaspésie. Technical report, Régie de l'énergie Québec.
- Rossi, F. and P. Chintagunta (2015). Price transparency and retail prices: Evidence from fuel price signs in the italian motorway. *Journal of Marketing Research* 53, 407–423.
- Régie de l'énergie du Canada (2017). Aperçu du marché : La réglementation des prix de l'essence au Canada atlantique expliquée. <https://www.cer-rec.gc.ca/fr/donnees-analyse/marches-energetiques/aperçu-marches/2017/aperçu-marche-reglementation-prix-lessence-canada-atlantique-expliquee.html>, consulté le 24 février 2024.
- Régie de l'énergie du Canada (2024). Profils énergétiques des provinces et territoires – Québec. <https://www.cer-rec.gc.ca/fr/donnees-analyse/marches-energetiques/profils-energetiques-provinces-territoires/profils-energetiques-provinces-territoires-quebec.html>, consulté le 24 février 2024.
- Régie de l'énergie du Québec (2024). Composantes estimées pour certaines municipalités du Québec - essence ordinaire. <https://www.regie-energie.qc.ca/fr/consommateurs/informations-pratiques/composantes-estimees-pour-certaines-municipalites-du-quebec>, consulté le 24 février 2024.
- Scheffman, D. T. and P. T. Spiller (1987). Geographic market definition under the U.S. department of justice merger guidelines. *Journal of Law and Economics* 30, 123–147.
- Schelling, T. (1960). *The Strategy of Conflict*. Harvard University Press.
- Schultz, C. (2005). Transparency on the consumer side and tacit collusion. *European Economic Review* 49(2), 279–297.
- Simpson, J. and C. Taylor (2008). Do gasoline mergers affect consumer prices? The Marathon Ashland Petroleum and Ultramar Diamond Shamrock transaction. *The Journal of Law and Economics* 51(1), 135–152.
- Skidmore, M., J. Peltier, and J. Alm (2005). Do state motor fuel sales-below-cost laws lower prices? *Journal of Urban Economics* 57(1), 189–211.

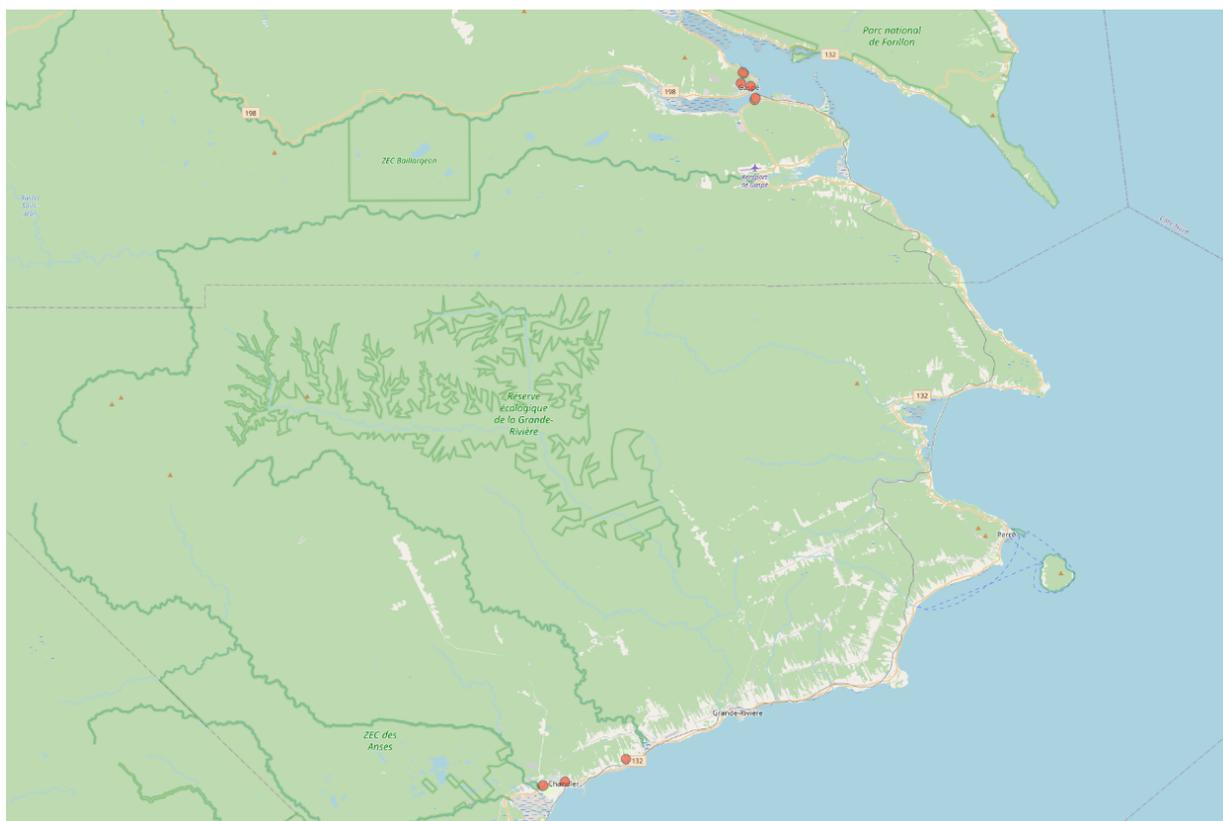
- Slade, M. (1987). Interfirm rivalry in a repeated game: An empirical test of tacit collusion. *Journal of Industrial Economics* 35, 499–516.
- Slade, M. E. (1992). Vancouver’s gasoline-price wars: An empirical exercise in uncovering supergame strategies. *The Review of Economic Studies* 59(2), 257–276.
- Statistique Canada (2023). Immatriculations des véhicules neufs : outil de visualisation des données trimestrielles. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/71-607-x/71-607-x2021019-fra.htm>, consulté le 24 février 2024.
- Stigler, G. J. (1964). A theory of oligopoly. *Journal of Political Economy* 72, 42–61.
- Suvankulov, F., M. Lau, and F. Ogucu (2012). Price regulation and relative price convergence: Evidence from the retail gasoline market in Canada. *Energy Policy* 40, 325–334.
- Tappata, M. (2009). Rockets and feathers: Understanding asymmetric pricing. *The RAND Journal of Economics* 40(4), 673–687.
- Taylor, C. and D. Hosken (2007). The economic effects of the Marathon-Ashland joint venture: The importance of industry supply shocks and vertical market structure. *The Journal of Industrial Economics* 55(3), 419–451.
- Tribunal de la Concurrence (2021). Macewen Petroleum inc. and Grant Castle corp. - Consentement enregistré - public (traduction). <https://decisions.ct-tc.gc.ca/ct-tc/cdo/fr/item/515190/index.do>, consulté le 24 février 2024.
- Verlinda, J. A. (2008). Do rockets rise faster and feathers fall slower in an atmosphere of local market power? Evidence from the retail gasoline market. *The Journal of Industrial Economics* 56(3), 581–612.
- Wimer, A. (2023). New Minnesota laws allow retailers to offer discounts on gasoline and dairy sales. *Institute for Justice*. <https://ij.org/press-release/new-minnesota-laws-allow-retailers-to-offer-discounts-on-gasoline-and-dairy-sales/>, consulté le 24 février 2024.
- Yin, H., H. Kunreuther, and M. White (2007). Do environmental regulations cause firms to exit the market? Evidence from underground storage tank (ust) regulations. Risk Management and Decision Processes Center working paper # 2007-10-17.
- Zhang, X.-B., Y. Fei, Y. Zheng, and L. Zhang (2020). Price ceilings as focal points to reach price uniformity: Evidence from a Chinese gasoline market. *Energy Economics* 92, 532–564.

Annexes

A Cartes des stations-service des villes de Kalibrate



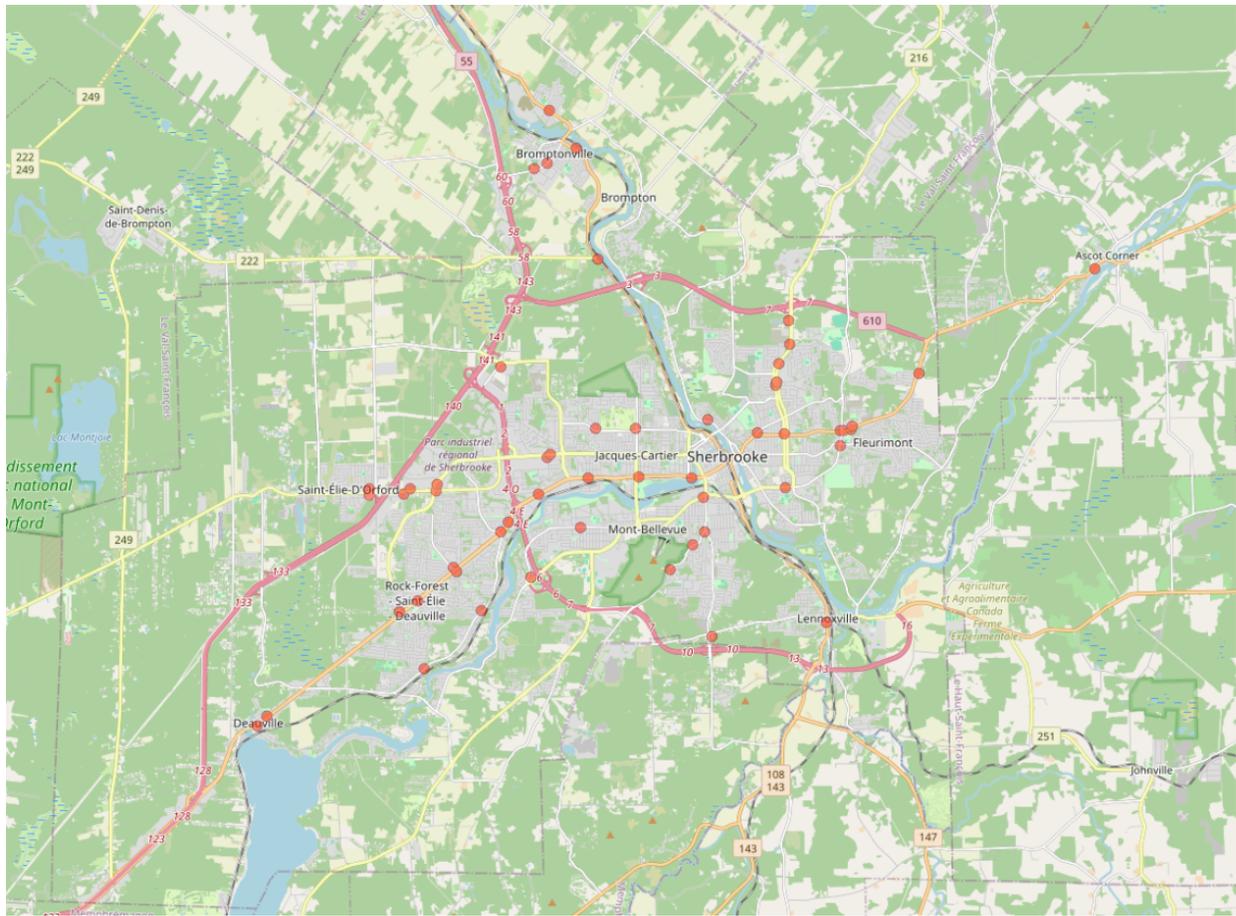
Graphique A1: Carte des stations-service recensées par Kalibrate à Québec et Lévis (2022)



Graphique A2: Carte des stations-service recensées par Kalibrate en Gaspésie (2022)



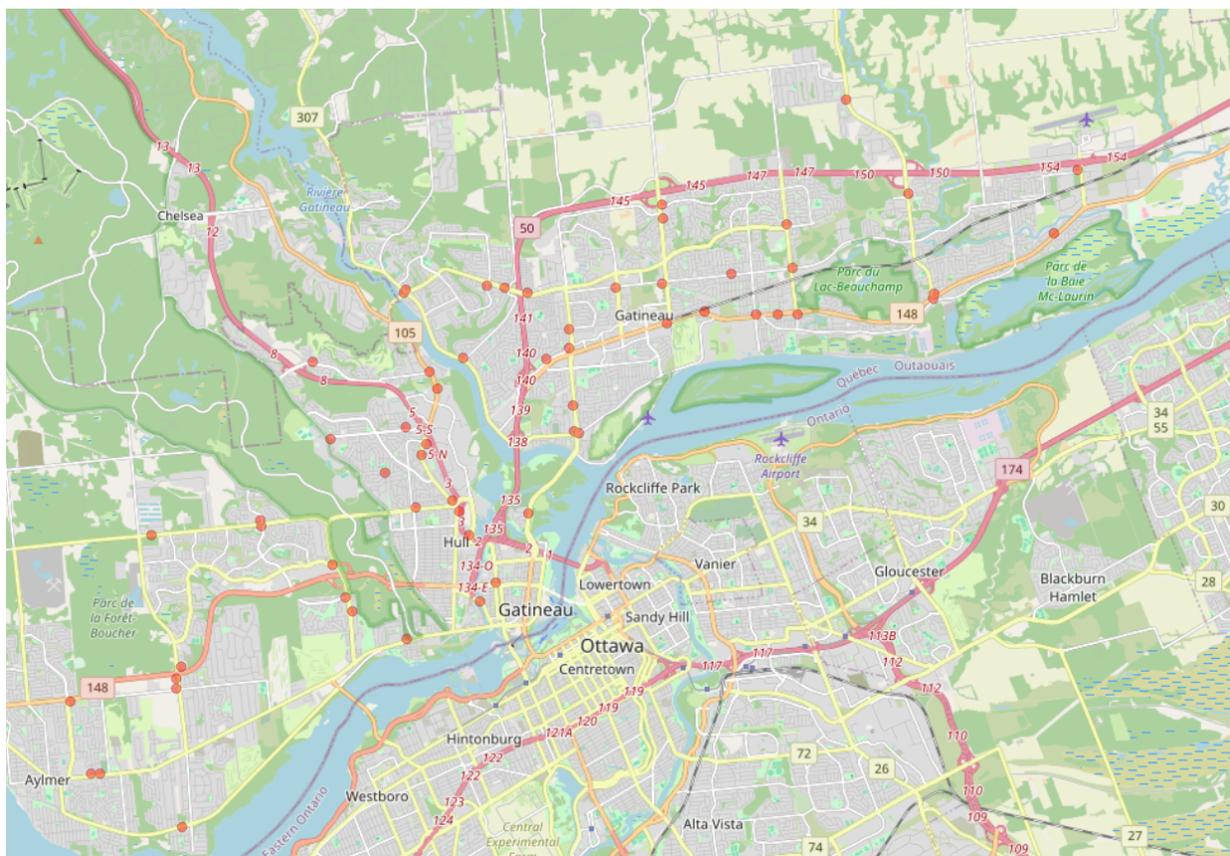
Graphique A4: Carte des stations-service recensées par Kalibrate à Saguenay (2022)



Graphique A5: Carte des stations-service recensées par Kalibrate à Sherbrooke (2022)

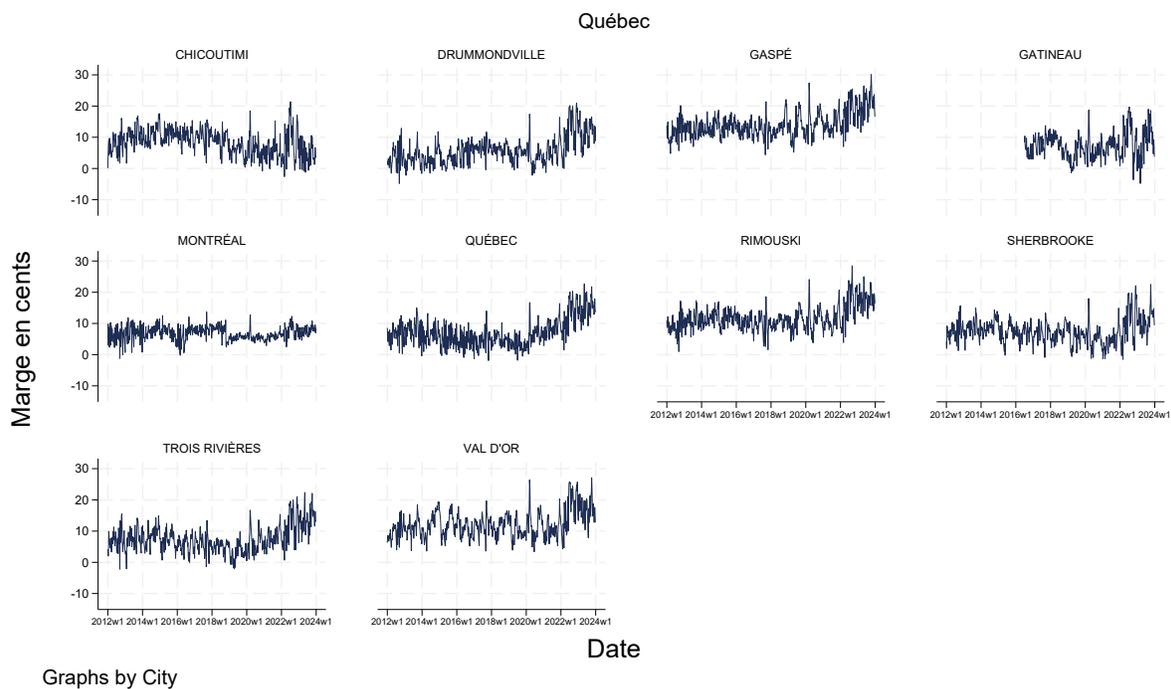


Graphique A6: Carte des stations-service recensées par Kalibrate à Trois-Rivières (2022)

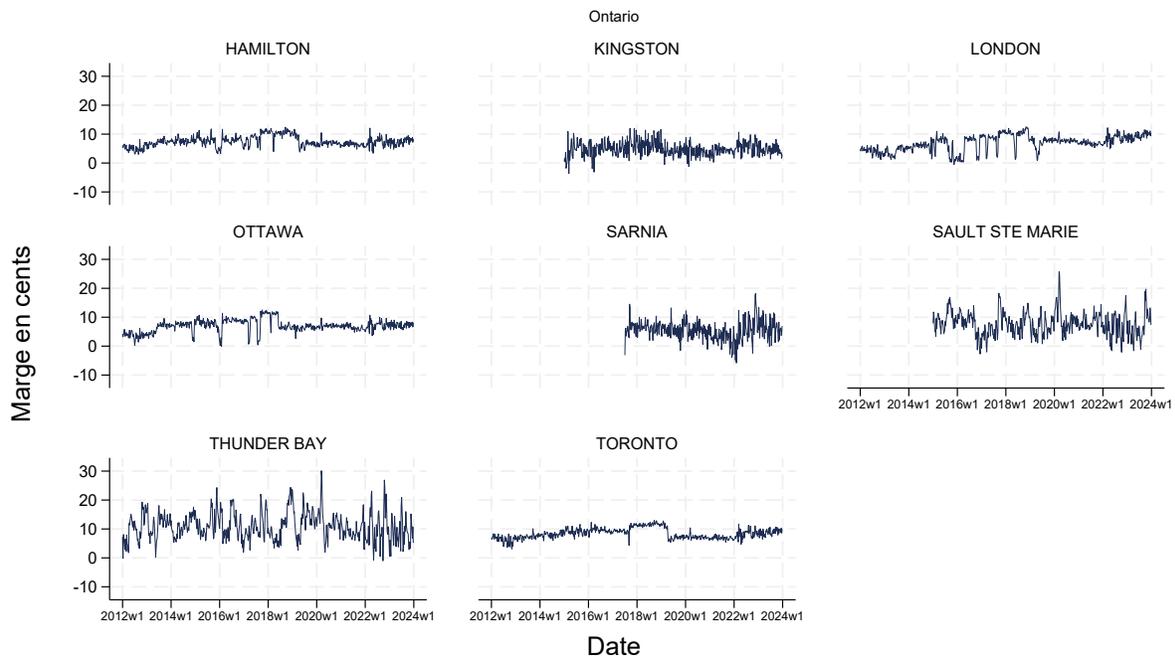


Graphique A7: Carte des stations-service recensées par Kalibrate en Gatineau (2022)

B Marges dans les villes de Kalibrate

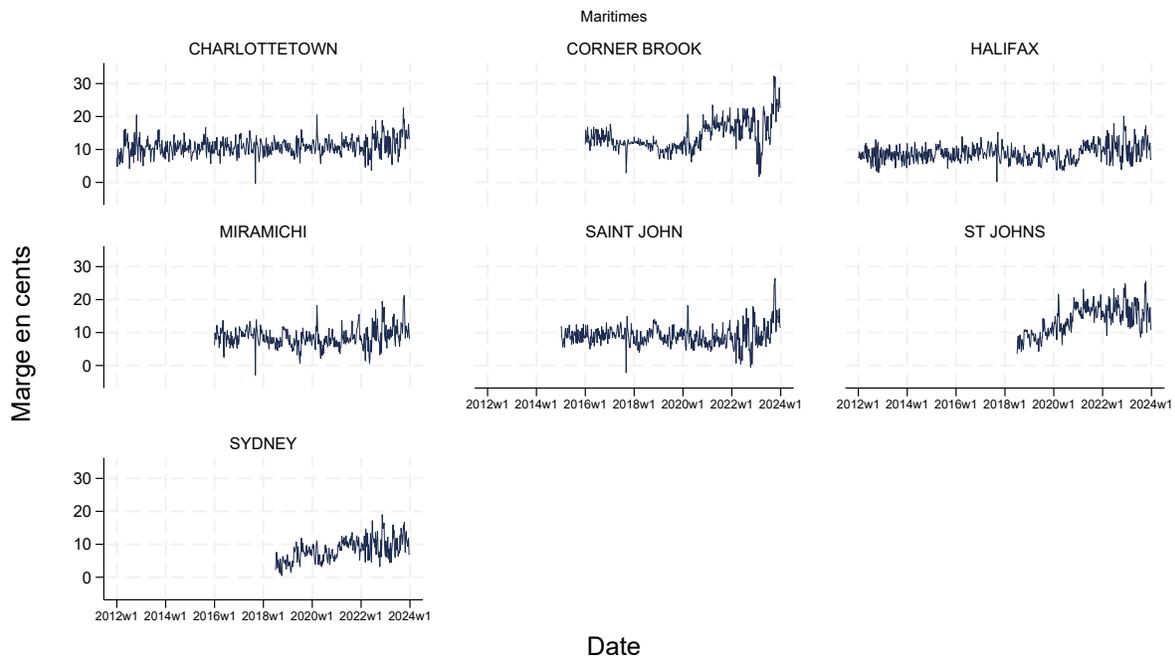


Graphique A8: Evolution des marges, villes Kalibrate au Québec 2012-2023



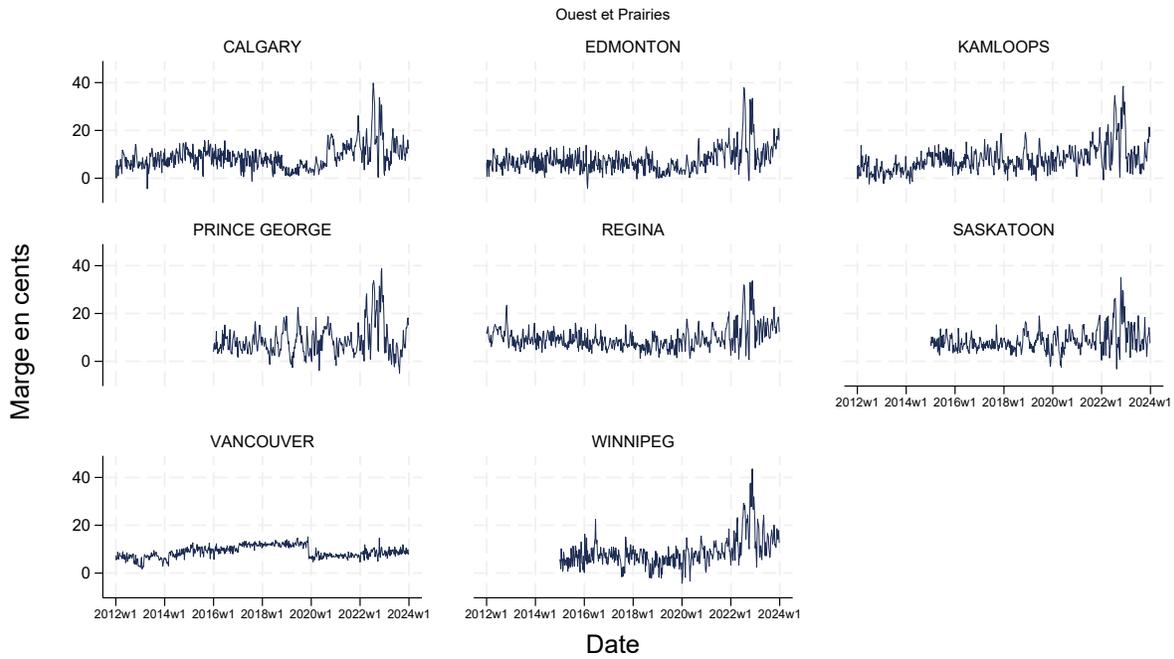
Graphs by City

Graphique A9: Evolution des marges, villes Kalibrate en Ontario 2012-2023



Graphs by City

Graphique A10: Evolution des marges, villes Kalibrate aux Maritimes 2012-2023



Graphs by City

Graphique A11: Evolution des marges, villes Kalibrate dans l'ouest 2012-2023

C Prix et marges du carburant diesel et de l'essence super

Tableau A1: Prix moyens annuels en cents/litre, essence super, par région administrative, 2015-2023 (Source: Régie)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Abitibi-Témiscamingue	146.5	125.0	118.1	129.9	144.5	139.8	126.6	152.4	201.8	191.3
Bas-Saint-Laurent	146.1	126.6	119.6	129.5	145.2	142.8	125.8	157.3	203.5	193.8
Capitale-Nationale	142.7	122.0	115.4	124.3	139.6	133.4	118.6	153.3	200.6	194.0
Centre-du-Québec	141.1	118.7	113.9	127.1	141.8	136.6	118.7	152.1	200.2	188.6
Chaudière-Appalaches	139.4	122.1	116.2	127.0	140.9	134.7	120.2	153.1	201.0	191.4
Côte-Nord	147.1	127.2	120.4	130.6	145.4	140.8	123.0	155.6	201.6	194.1
Estrie	145.5	124.2	118.3	128.4	143.9	138.8	119.9	151.4	200.2	188.9
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	148.5	127.3	121.8	130.6	145.9	143.2	127.3	157.9	203.7	188.9
Lanaudière	146.7	126.1	119.9	130.4	143.7	139.2	120.4	152.7	198.5	185.3
Laurentides	147.5	124.8	120.1	129.4	144.6	140.7	122.5	154.1	199.0	187.0
Laval	150.8	131.1	125.5	135.5	150.3	144.8	126.4	158.8	202.1	191.3
Mauricie	145.4	124.2	117.6	128.1	142.1	137.7	121.9	156.1	201.0	189.0
Montérégie	146.3	125.4	119.0	131.2	146.5	140.7	122.6	154.4	200.5	188.0
Montréal	149.2	130.8	124.8	137.8	151.5	144.8	126.4	158.4	201.8	190.8
Outaouais	142.9	120.0	113.0	126.3	140.9	135.0	117.8	151.8	191.4	182.4
Saguenay-Lac-Saint-Jean	142.2	122.0	115.8	126.4	138.2	132.7	116.5	146.9	192.7	180.1

Tableau A2: Marges moyennes hors taxes annuelles en cents/litre, essence super, par région administrative, 2015-2023 (Source: Régie)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Abitibi-Témiscamingue	11.2	11.4	10.4	11.3	11.4	11.2	19.3	15.9	19.4	18.7
Bas-Saint-Laurent	12.7	12.0	11.1	10.2	10.6	12.5	17.5	19.0	19.8	19.9
Capitale-Nationale	7.7	6.8	5.3	4.6	4.8	3.3	10.0	14.8	16.6	19.8
Centre-du-Québec	4.3	3.7	3.9	6.5	6.5	6.8	9.9	13.3	16.0	14.2
Chaudière-Appalaches	6.9	7.2	6.1	6.4	5.8	4.2	11.3	14.6	16.7	16.8
Côte-Nord	13.4	13.1	12.4	11.8	11.8	11.6	15.7	18.3	18.8	18.6
Estrie	10.0	8.2	8.1	7.8	8.2	7.5	10.7	12.5	16.0	14.9
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	11.2	11.4	12.2	10.5	10.7	12.4	18.3	19.2	19.1	18.1
Lanaudière	8.4	8.4	7.9	8.3	7.3	6.8	10.1	12.6	13.2	10.8
Laurentides	8.2	7.4	7.6	7.0	7.5	7.9	11.7	13.6	13.8	11.8
Laval	10.5	11.7	11.2	11.2	11.2	10.2	14.0	16.4	15.3	14.2
Mauricie	9.7	8.4	7.4	7.6	6.7	6.6	12.6	16.3	16.6	14.8
Montérégie	8.2	8.0	7.3	8.6	8.9	7.9	11.8	13.6	14.9	12.9
Montréal	9.6	11.5	11.3	12.9	12.3	10.2	14.0	16.3	15.0	14.5
Outaouais	9.4	9.0	8.4	10.8	10.7	9.3	14.1	18.0	16.1	12.3
Saguenay-Lac-Saint-Jean	10.5	10.4	9.9	9.3	8.6	6.2	11.8	12.6	14.4	11.2

Tableau A3: Prix moyens annuels en cents/litre, carburant diesel, par région administrative, 2015-2023 (Source: Régie)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Abitibi-Témiscamingue	115.6	100.4	110.2	129.5	125.8	107.0	124.4	208.9	190.8
Bas-Saint-Laurent	117.2	103.2	112.2	130.7	128.0	106.0	126.5	209.5	191.4
Capitale-Nationale	116.7	102.7	111.7	131.3	127.9	107.7	128.5	209.7	191.5
Centre-du-Québec	117.4	102.1	111.7	131.9	128.1	106.9	127.8	210.4	190.4
Chaudière-Appalaches	116.0	101.8	111.9	131.0	127.3	106.8	127.0	208.7	190.4
Côte-Nord	117.5	101.1	111.3	130.0	126.1	105.1	125.5	206.1	194.2
Estrie	118.1	101.7	111.2	131.1	127.5	107.8	127.5	209.1	190.8
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	117.3	102.4	113.0	132.0	128.1	104.6	124.8	207.9	193.2
Lanaudière	117.9	103.9	112.5	131.9	127.6	106.5	126.5	208.4	189.5
Laurentides	117.5	103.0	112.3	131.4	127.3	107.3	126.2	208.7	190.2
Laval	118.3	105.1	113.4	132.5	128.2	107.2	127.9	209.2	189.7
Mauricie	117.7	101.7	111.1	131.1	127.6	107.6	128.4	209.3	190.1
Montérégie	117.2	102.7	112.7	132.1	128.1	107.3	127.3	209.6	190.3
Montréal	117.6	103.4	113.4	132.5	128.6	107.5	127.1	209.9	189.8
Outaouais	115.5	101.1	112.6	131.6	124.0	104.8	126.2	204.4	189.0
Saguenay-Lac-Saint-Jean	112.1	97.0	108.1	128.7	124.0	103.4	124.1	204.2	190.3

Tableau A4: Marges moyennes hors taxes annuelles en cents/litre, carburant diesel, par région administrative, 2015-2023 (Source: Régie)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Abitibi-Témiscamingue	7.9	4.4	4.0	3.5	4.5	10.3	4.4	10.9	13.4
Bas-Saint-Laurent	9.2	6.7	5.8	4.6	6.3	10.2	6.0	10.7	14.2
Capitale-Nationale	8.1	5.1	4.6	4.2	5.4	11.0	7.4	10.4	13.6
Centre-du-Québec	7.9	3.4	3.8	4.3	5.3	10.0	6.2	10.9	12.7
Chaudière-Appalaches	7.4	4.1	4.6	3.7	4.7	9.9	6.0	9.7	12.7
Côte-Nord	9.3	5.0	4.5	3.8	4.6	9.4	5.3	8.3	15.0
Estrie	8.4	4.2	3.7	3.5	4.6	10.5	5.8	9.7	12.8
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	8.9	5.7	6.4	5.2	6.2	8.8	4.9	10.0	13.3
Lanaudière	9.3	6.3	5.3	4.6	5.2	10.0	5.4	10.0	12.0
Laurentides	8.8	5.7	5.0	4.4	5.1	10.8	5.3	10.1	12.5
Laval	9.4	7.1	6.1	5.1	5.7	10.7	6.6	10.4	12.1
Mauricie	8.5	4.2	3.7	3.6	4.7	10.3	6.2	9.8	12.6
Montérégie	8.4	5.5	5.2	4.7	5.5	10.5	6.0	10.6	12.5
Montréal	9.0	6.4	6.1	5.2	6.1	10.9	6.4	11.3	12.2
Outaouais	7.2	4.4	5.5	4.4	2.1	8.4	5.3	6.4	12.2
Saguenay-Lac-Saint-Jean	7.3	3.3	3.4	4.7	4.7	9.8	6.0	9.5	15.3

D Modification de la structure du marché, villes Kalibrate supplémentaires et données Régie sur les stations-service

Tableau A5: Modification de la structure du marché, Baie Comeau, 2014-2022 (Source: Kalibrate)

		2014	2018	2022	2022 - 2014
	Nbre de stations	17	17	16	-1
	Nbre bannières indépendantes	8	7	5	-3
	Nbre raffineries majeures	6	7	8	2
	Nbre raffineries régionales	3	3	3	0
	Nbre contrôlé	4	11	11	7
Par bannière					
Mesurée par	IHH	1557	1626	1797	240
la part des stations	Part de marché - C1	24%	24%	25%	1%
	Part de marché - C5	82%	82%	88%	6%
Mesurée par	IHH	1560	1629	1806	246
la part des volumes	Part de marché - C1	21%	23%	27%	6%
	Part de marché - C5	84%	86%	88%	4%
Par distributeur					
Mesurée par	IHH	1626	1972	1953	327
la part des stations	Part de marché - C1	24%	19%	31%	7%
	Part de marché - C5	82%	88%	88%	6%
Mesurée par	IHH	1608	1638	1570	-38
la part des volumes	Part de marché - C1	24%	22%	20%	-4%
	Part de marché - C5	83%	86%	82%	-1%

Notez que l'entrée de 2014 pour le nombre de stations-service contrôlées est probablement une sous-estimation, puisque 11 stations-service avaient le statut 'inconnu' pour cette variable.

Tableau A6: Modification de la structure du marché, Chandler, 2014-2022 (Source: Kalibrate)

		2014	2018	2022	2022 - 2014
	Nbre de stations	3	4	4	1
	Nbre bannières indépendantes	0	1	1	1
	Nbre raffineries majeures	2	2	2	0
	Nbre raffineries régionales	1	1	1	0
	Nbre contrôlé	0	2	2	2
Par bannière					
Mesurée par	IHH	3333	2500	2500	-833
la part des stations	Part de marché - C1	33%	25%	25%	-8%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%
Mesurée par	IHH	3470	2576	2630	-840
la part des volumes	Part de marché - C1	43%	31%	34%	-9%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%
Par distributeur					
Mesurée par	IHH	3333	2500	2500	-833
la part des stations	Part de marché - C1	33%	25%	25%	-8%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%
Mesurée par	IHH	3470	2576	2630	-840
la part des volumes	Part de marché - C1	43%	31%	34%	-9%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%

Notez que l'entrée de 2014 pour le nombre de stations-service contrôlées est probablement une sous-estimation, puisque 3 stations-service avaient le statut 'inconnu' pour cette variable.

Tableau A7: Modification de la structure du marché, Forestville, 2014-2022 (Source: Kalibrate)

		2014	2018	2022	2022 - 2014
	Nbre de stations	4	4	4	0
	Nbre bannières indépendantes	1	1	1	0
	Nbre raffineries majeures	2	2	2	0
	Nbre raffineries régionales	1	1	1	0
	Nbre contrôlé	2	3	3	1
Par bannière					
Mesurée par	IHH	2500	2500	2500	0
la part des stations	Part de marché - C1	25%	25%	25%	0%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%
Mesurée par	IHH	2876	2830	2846	-30
la part des volumes	Part de marché - C1	42%	38%	38%	-4%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%
Par distributeur					
Mesurée par	IHH	3750	3750	3750	0
la part des stations	Part de marché - C1	50%	50%	50%	0%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%
Mesurée par	IHH	3573	3385	3373	-200
la part des volumes	Part de marché - C1	42%	38%	38%	-4%
	Part de marché - C5	100%	100%	100%	0%

Notez que l'entrée de 2014 pour le nombre de stations-service contrôlées est probablement une sous-estimation, puisque 2 stations-service avaient le statut 'inconnu' pour cette variable.

Tableau A8: Changement dans la structure du marché, niveau bannière, mesuré par la part des stations-service, villes d'intérêt, données Régie des sites, 2013-2022

Marché	Année	Nbre de stations	Indice HH	Part de marché C1	Part de marché C5
Québec	2013	183	1432	23%	78%
	2022	160	1494	23%	81%
	Variation	-23	62	0%	2%
Lévis	2013	54	1742	33%	78%
	2022	54	1663	30%	83%
	Variation	0	-79	-4%	6%
Côte-Nord	2013	82	1020	15%	62%
	2022	72	966	13%	61%
	Variation	-10	-54	-2%	-1%
MRC de Manicougan (Baie-Comeau)	2013	26	1,243	15%	69%
	2022	23	1,380	17%	78%
	Variation	-3	137	2%	9%
MRC de la Haute-Côte-Nord (Forestville)	2013	17	1,626	29%	76%
	2022	13	1,538	23%	77%
	Variation	-4	-88	-6%	1%
MRC de Sept-Rivières (Sept-Îles)	2013	17	1,903	24%	88%
	2022	19	1,856	26%	89%
	Variation	2	-47	2%	1%
Gaspésie	2013	98	1227	19%	71%
	2022	82	1258	20%	70%
	Variation	-16	32	0%	-2%
MRC le Rocher-Percé (Chandler)	2013	19	1,191	16%	63%
	2022	14	1,633	21%	86%
	Variation	-5	442	5%	23%
MRC de la Côte-de-Gaspé (Gaspé)	2013	20	1,400	20%	75%
	2022	19	1,413	21%	79%
	Variation	-1	13	1%	4%

Tableau A9: Changement dans la structure du marché, niveau bannière, mesuré par la part des stations-service, villes compétives, données Régie des sites, 2013-2022

Marché	Année	Nbre de stations	Indice HH	Part de marché	
				C1	C5
Montréal	2013	285	1575	25%	82%
	2022	254	1760	26%	86%
	Variation	-31	185	2%	4%
MRC La Rivière-du-Nord (Saint-Jérôme)	2013	34	1,246	24%	68%
	2022	43	1368	23%	74%
	Variation	9	123	-1%	6%
MRC Les Moulins (Terrebonne)	2013	46	1,314	24%	72%
	2022	50	1336	22%	74%
	Variation	4	22	-2%	2%
MRC Les Pays-d'en-Haut (Morin-Heights)	2013	15	1,911	27%	87%
	2022	16	1641	25%	75%
	Variation	1	-270	-2%	-8%
MRC Thérèse-de Blainville (Boisbriand)	2013	37	1,775	32%	84%
	2022	37	1819	24%	92%
	Variation	0	44	-8%	8%
MRC d'Argenteuil (Lachute)	2013	14	1531	29%	71%
	2022	18	1420	28%	67%
	Variation	4	-111	-1%	-4%

Tableau A10: Changement dans la structure du marché, niveau bannière, mesuré par la part des stations-service, villes comparaisons, données Régie des sites, 2013-2022

Marché	Année	Nbre de stations	Indice HH	Part de marché	
				C1	C5
Saguenay	2013	87	1325	24%	75%
	2022	82	1341	26%	73%
	Variation	-5	16	1%	-2%
Hull/Gatineau	2013	62	1738	29%	81%
	2022	65	1697	31%	78%
	Variation	3	-41	2%	-2%
Sherbrooke	2013	55	1379	22%	76%
	2022	55	1494	22%	84%
	Variation	0	116	0%	7%
Trois-Rivières	2013	82	1181	21%	70%
	2022	84	1250	20%	71%
	Variation	2	69	0%	2%

Tableau A11: Concentration du marché, niveau bannière, mesurée par la part des stations-service, régions administratives, données Régie des sites, 2022

	Nbre de stations	Indice HH	Part de marché C1	Part de marché C5
Bas-Saint-Laurent	133	1,113	20%	67%
Saguenay–Lac-Saint-Jean	175	1,054	19%	63%
Capitale-Nationale	224	1,357	20%	76%
Mauricie	128	1,217	20%	68%
Estrie	199	1,198	19%	71%
Montréal	254	1,760	26%	86%
Outaouais	113	1,139	22%	64%
Abitibi-Témiscamingue	90	1,025	21%	61%
Côte-Nord	72	966	13%	61%
Nord-du-Québec	15	1,111	20%	60%
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	82	1,258	20%	70%
Chaudière-Appalaches	229	1,047	19%	62%
Laval	76	1,790	29%	86%
Lanaudière	204	1,373	19%	79%
Laurentides	230	1,269	23%	72%
Montérégie	425	1,267	18%	74%
Centre-du-Québec	121	1,215	21%	73%