Juin 2015
Vol.53 No. 2

CARBURE

Le congrès 2015 est une présentation de:

Wayne
Une entreprise GE Energy

Sachons tirer le meilleur parti de l'énergie pétrolière

Simon Paquet
Président du conseil d'administration

Le Ministère de l'Énergie et des Ressources naturelles a entrepris une réflexion sur la prochaine politique énergétique du Québec. Ce processus se déroule notamment sous forme de tables rondes regroupant des experts invités à se prononcer sur les thèmes de l'efficacité et l'innovation technologique, des énergies renouvelables, de la décarbonisation des transports et des hydrocarbures. Évidemment, on y discute aussi du pétrole.

L'énergie au Québec

Avant d'entamer toute discussion, voici quelques-unes des principales données qui reflètent le portrait énergique du Québec en 2015.

La consommation de pétrole représente 38,1 % de l'énergie consommée au Québec, tout juste derrière l'électricité, à 39,7 %. Le gaz naturel suit assez loin derrière (13,6 %), devant la biomasse (7,3 %) et le charbon (1,1 %). Pour sa part, le secteur des transports est alimenté à 99 % par les énergies fossiles et représente 75 % des produits pétroliers consommés au Québec.

En 2012, pas moins de 41 % du pétrole brut transformé dans les raffineries au Québec provenait d'Algérie. Le Canada (8 %), le Mexique (6 %), et un groupe formé de l'Angola, la Norvège et le Royaume-Uni (chacun à 4 %) sont également parmi nos fournisseurs les plus importants. Notons que le gaz naturel provient essentiellement du Canada ainsi que des bassins de Marcellus et de l'Utica aux États-Unis.

Les thèmes de l'exercice lancé par le gouvernement québécois orientent la réflexion vers la recherche de diminution des gaz à effet de serre (GES).

Malheureusement, en dépit du fait que la production en hydro-électricité du Québec lui permet de s'afficher parmi les territoires des pays industrialisés émettant le moins de gaz à effet de serre (GES) par habitant (à 10,1 tonnes équivalent pétrole), le pétrole est encore souvent pointé du doigt.

L'importance du pétrole dans l'économie

On oublie trop souvent que le pétrole et ses produits finis se retrouvent partout dans notre quotidien.

La publication des distributeurs et détaillants indépendants de produits pétroliers

CARBURE

BULLETIN D'INFORMATION PUBLIÉ PAR :
L'ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DES INDÉPENDANTS DU PÉTROLE

Tirage : 800 exemplaires, février, juin et octobre

Rédactrice en chef: Sonia Marcotte
Collaborateur: Gilles Plante
Recherche: Selene Villarello
Publicité et mise en page: Sylvie Boivin

Adresse:
7811, boul. L.H. Lafontaine, bureau 206
Montréal, Québec H1K 4E4
Téléphone : 514 355-9600
Télécopieur : 514 355-0457

Adresse électronique : info@aquip-petrole.com

Site web : aquip-petrole.com

Reproduction autorisée avec mention :
Source Carbure, volume, numéro, mois, année.

CONSEIL D'ADMINISTRATION
PRÉSIDENT : Simon Paquet
VICE-PRÉSIDENT : Alain Belisle
SEC.-TRÉSORIER: Jérôme Dufresne
ADMINISTRATEUR: Jean-Claude Clément
ADMINISTRATEUR: Jean-François Crevier
ADMINISTRATEUR: Christian Derome
ADMINISTRATEUR: Normand Dubé
ADMINISTRATEUR: Pierre Fournier
ADMINISTRATEUR: Luc Harnois
ADMINISTRATEUR: Benoit Roch

MEMBRES HONORAIRES
Monsieur Pierre Crevier
Monsieur Guimond Hotte

SOMMAIRE

Le Marché du carbone: beaucoup d'enjeux inquiètent toujours 4-5

Redorer l'image de l'industrie du mazout 7

Mise à jour de la facture énergétique de l'automobiliste 9

Regard sur les États-Unis

Ce que les consommateurs veulent 11

Classez, catégorisez et... engrangez les profits 13

Vente au détail des carburants: Un portrait rassurant sur l'efficacité du réseau québécois des essenceries 15

Suite... Sachons tirer le meilleur parti de l'énergie pétrolière

Beaucoup de biens de consommation, notamment ceux faits avec du plastique, sont fabriqués en partie avec du pétrole. Les produits du pétrole permettent encore de chauffer les habitations avec une chaleur efficace, enveloppante et réconfortante. Ils ont facilité le transport des biens et des personnes à travers toutes les régions du Québec. Ils ont rendu de fiers services dans le développement économique du territoire québécois.

Il est facile également d'oublier l'importance du réseau d'essenceries et de postes automatisés pour camionneurs qui joue un rôle crucial auprès de la population québécoise et particulièrement celle des régions éloignées. Non seulement ce réseau de distribution emploie-t-il des milliers de citoyens aussi bien dans les essenceries que dans les bureaux des sièges sociaux des distributeurs, mais il a la plupart du temps été le gage de la survie et de l'épanouissement ensuite de bon nombre de ces régions.

Miser sur l'amélioration des carburants traditionnels

Bien sûr, le pétrole est présent dans le portefeuille énergétique du Québec. Mais ses impacts négatifs sont beaucoup moins grands que ceux ressentis dans un grand nombre de pays industrialisés qui utilisent cette source d'énergie primaire pour produire notamment de l'électricité.

Nous en avons pour preuve les émissions de GES des véhicules automobiles qui ont fléchi depuis quelques décennies avec la diminution de la consommation des véhicules. La composition des carburants est un autre facteur qui a contribué à changer la donne. L'ajout d'éthanol dans l'essence et de biodiesel dans le carburant diesel contribue à diminuer notablement les GES.

Indiscutablement, les produits pétroliers ont encore leur place sur l'échiquier énergétique québécois. Notre devoir est de contribuer à la réflexion collective pour faire en sorte de poursuivre les innovations liées à la composition et à l'utilisation de ces produits pour en faire des produits plus propres et plus performants, et ce, au bénéfice de toute la population du Québec.

Le Marché du carbone: beaucoup d'enjeux inquiètent toujours

Sonia Marcotte, économiste
Présidente-directrice générale

Depuis maintenant cinq mois, les carburants et combustibles sont assujettis au Système de plafonnement et d'échange de droits d'émission de gaz à effet de serre (SPEDE). Ceci signifie que, depuis le début de 2015, les Québécois doivent assumer des frais additionnels engendrés par le marché du carbone chaque fois qu'ils font l'achat de carburants et combustibles.

Le mécanisme de détermination des prix du crédit carbone

L'objectif de ce système est de diminuer les gaz à effet de serre (GES) en plafonnant les droits d'émission, connus également comme les crédits carbone. Le coût du carbone variera ainsi dans le temps selon l'offre (dans ce cas-ci les droits d'émission émis par le gouvernement) et la demande des consommateurs (qui sont ici les grands émetteurs et des distributeurs assujettis).

On peut donc déjà anticiper que le gouvernement diminuera régulièrement le nombre des crédits carbone vendus aux enchères lorsqu'il cherchera à atteindre ses objectifs de réduction des gaz à effet de serre (GES), ce qui devrait en faire grimper les prix. De plus, le gouvernement s'est doté d'un prix minimum afin de s'assurer que le coût des crédits ne baisse sous le plancher fixé. Ajoutons que, lors des ventes aux enchères à chaque année, le prix minimum des crédits carbone sera majoré de 5 %, en plus de l'inflation annuelle.

Considérant la volonté avouée du gouvernement de diminuer la consommation de produits pétroliers, il ne faudra pas s'étonner que le coût des crédits carbone inclus dans le prix des carburants et combustibles augmente à travers le temps. Puisque l'automobiliste est ultimement l'émetteur de GES, il doit déjà s'attendre à se voir refiler la facture du crédit carbone. Mais a-t-il vraiment été bien informé par les autorités gouvernementales de cette conséquence de l'entrée en vigueur du marché du carbone au Québec?

L'évolution des prix à la hausse

La première vente aux enchères s'est tenue en décembre 2013. Le prix minimum de l'unité de crédit carbone était alors de 10,75 $ la tonne, soit le même que son prix de vente final. Lors des trois ventes aux enchères subséquentes, le prix minimum a augmenté à 11,39 $ et le prix de vente final est resté au prix minimum de 11,39 $.

En novembre 2014 s'est ensuite tenue la première vente aux enchères conjointe avec la Californie. Un nouveau facteur s'est alors ajouté à la complexité du processus : le taux de change du dollar canadien par rapport au dollar américain. Le prix minimum de cette première vente aux enchères conjointe était de 12,82 $ CAN et les prix de vente finaux ont été de 13,68 $ ou 13,41 $, selon l'année d'échéance des crédits carbone. Enfin, la vente aux enchères de février 2015 s'est soldée avec des prix à la clôture de 15,41 $ et 15,01 $ alors que le prix minimum était de 15,01 $.

Ainsi, on ne peut que constater que le coût du crédit carbone est appelé à augmenter dans le temps. Un prix de 15,41 $ la tonne se traduit à 3,57 cents le litre d'essence et 4,55 cents le litre de carburant diesel.

Puisque les distributeurs assujettis sont contraints de participer aux enchères ou alors à acheter des crédits sur les marchés secondaires pour se procurer leurs crédits carbone, le coût du crédit carbone peut être différent d'un distributeur assujetti à l'autre. D'ailleurs, nous pouvons déjà voir ces différences sur le marché puisque certains distributeurs rendent publics leurs coûts carbone. On constate que certains utilisent les prix de vente aux enchères, qui varient aux trois mois, alors que d'autres affichent les prix de marchés secondaires avec des variations quotidiennes.

La distorsion aux frontières et les rabais de taxes frontaliers

Le prix du crédit carbone est donc venu gonfler les prix au détail de carburants. La taxe sur les carburants et la taxe de vente provinciale étant déjà plus élevées au Québec que dans les juridictions adjacentes, l'ajout du coût du carbone aux prix des carburants vient accentuer la différence des prix des carburants entre le Québec et les régions contiguës au Québec. L'AQUIP a dénoncé vigoureusement cette situation injuste pour les essenceries québécoises, avec un

certain succès. Lors du dernier budget, le gouvernement du Québec a corrigé une partie de cette distorsion des prix entre les régions frontalières en haussant les rabais de taxes frontaliers.

Le partenaire ontarien : bien des questions à répondre

En avril dernier, l'Ontario a annoncé son intention d'adhérer au marché commun du carbone avec le Québec et la Californie. Des négociations s'entameront ainsi entre les trois états durant les prochains mois. Nous ne connaissons pas à ce jour la réglementation ontarienne qui encadrera ce nouveau joueur dans le marché commun du carbone. Il faut souhaiter que les règles des deux voisins canadiens, le Québec et l'Ontario, soient harmonisées afin d'éviter une aggravation des distorsions entre ces deux marchés.

Nous ne connaissons pas davantage les cibles de réduction de GES de l'Ontario. Seront-elles aussi ambitieuses que celles du Québec qui veut réduire ces émissions de GES de 20% en dessous de ses émissions de 1990? Ou alors seront-elles plus modestes, comme celle de la Californie qui veut réduire ses émissions pour les ramener au niveau de 1990 d'ici 2020? Est-ce que tout ce processus se déroulera rapidement pour amener l'Ontario dans le jeu en 2016 ou encore devrons-nous attendre la prochaine période de conformité qui débutera en 2018?

Et pendant ce temps…

Pendant ce temps, les failles du marché du carbone persistent. Ce ne sont toujours pas tous les litres vendus au Québec qui sont assujettis puisque, dans certains cas, on peut importer jusqu'à 8 ou même 10 millions de litres de produits pétroliers sans devoir acheter un seul crédit carbone.

Les camionneurs circulant sur plusieurs territoires continuent à priver le Québec et les Québécois de revenus substantiels en s'approvisionnant à l'extérieur de la province sans payer de crédit carbone. Pourtant, ils émettent des GES sur nos routes. Enfin, tout ceci sans compter que les distorsions continuent à sévir avec les autres États voisins du Québec qui n'ont pas encore manifesté un intérêt sérieux à intégrer ce marché commun du carbone!

Wayne

Une entreprise GE Energy

Redorer l'image de l'industrie du mazout

Pierre Fournier
Président du comité du mazout

Encore une fois, les températures n'ont pas fait de cadeau aux Québécois au cours du dernier hiver. Le froid intense a permis aux distributeurs de mazout de réaliser des volumes de ventes dans bien des cas très intéressants. Heureusement pour nos clients, les prix moins élevés que l'année dernière leur ont accordé un répit. Selon les relevés de la Régie de l'énergie, le prix moyen du mazout était en baisse de plus de 14 cents cette année relativement à la saison 2014, passant du coup de 108,6 à 94,4 cents/litre.

Les techniciens en chauffage au mazout : des professionnels

Avec la venue du printemps et l'arrivée prochaine de l'été, c'est le temps des visites chez nos clients afin de procéder à l'entretien annuel de leur système de chauffage au mazout. Plus que jamais, il est nécessaire que l'industrie du mazout s'affiche sous son meilleur jour. Elle est révolue depuis longtemps l'époque où les techniciens étaient couverts de suie. Dorénavant, les techniciens de notre industrie sont de fiers professionnels qui travaillent avec des équipements beaucoup plus performants et à la fine pointe de la technologie. Il est de notre intérêt commun de soigner notre image et de s'assurer de véhiculer le professionnalisme de notre industrie.

Valoriser la formation

Nous devons ainsi nous assurer que notre personnel à tous les échelons demeure à l'affût des nouvelles technologies. Il faut bien sûr favoriser la formation des techniciens relativement à l'installation et à l'entretien des nouveaux équipements de chauffage au mazout, mais il faut aussi s'assurer que ceux-ci profitent des conditions nécessaires à constamment mettre à jour leurs connaissances. Également, nous avons tout avantage à ce que le personnel de bureau, qui est en contact avec la clientèle, sache bien les avantages du chauffage au mazout en même temps qu'il détient une solide connaissance des nouveaux équipements disponibles sur le marché. L'image de notre industrie n'en sera que meilleure aux yeux de la clientèle.

De petits gestes qui rapportent

Lors de la première visite chez le client, il est essentiel de s'assurer que le réservoir est en bon état avant de recevoir le mazout afin de diminuer les risques des fuites. Une vérification visuelle rigoureuse et détaillée s'impose. Notre clientèle n'en sera que mieux servie et la confiance à l'égard de notre industrie en sortira grandie. C'est toute l'industrie qui bénéficiera de votre diligence dans ce domaine.

Par ces petits gestes quotidiens, nous pouvons redorer notre image et en sortir tous gagnants.

Le pouvoir de surpasser les attentes les plus élevées!

Allez-y : attendez-vous à plus des assurances Federated.

Les agents en assurance de dommages des assurances Federated sont si bien outillés pour gérer l'assurance des détaillants membres de l'AQUIP que l'on croirait qu'ils ont des superpouvoirs. Ils ont la force pour vous protéger, la souplesse pour répondre à vos besoins et la résolution de passer à l'action dès que vous faites appel à eux.

Trouvez l'agent en assurance de dommages le plus près de chez vous au www.federated.ca.

Les assurances FEDERATED

Mise à jour de la facture énergétique de l'automobiliste

Carbure publie la facture énergétique de l'automobiliste québécois. Elle permet de rapidement connaître la teneur des facteurs qui composent le prix de l'essence qui, hors taxes et redevances, est parmi les plus bas au Canada.

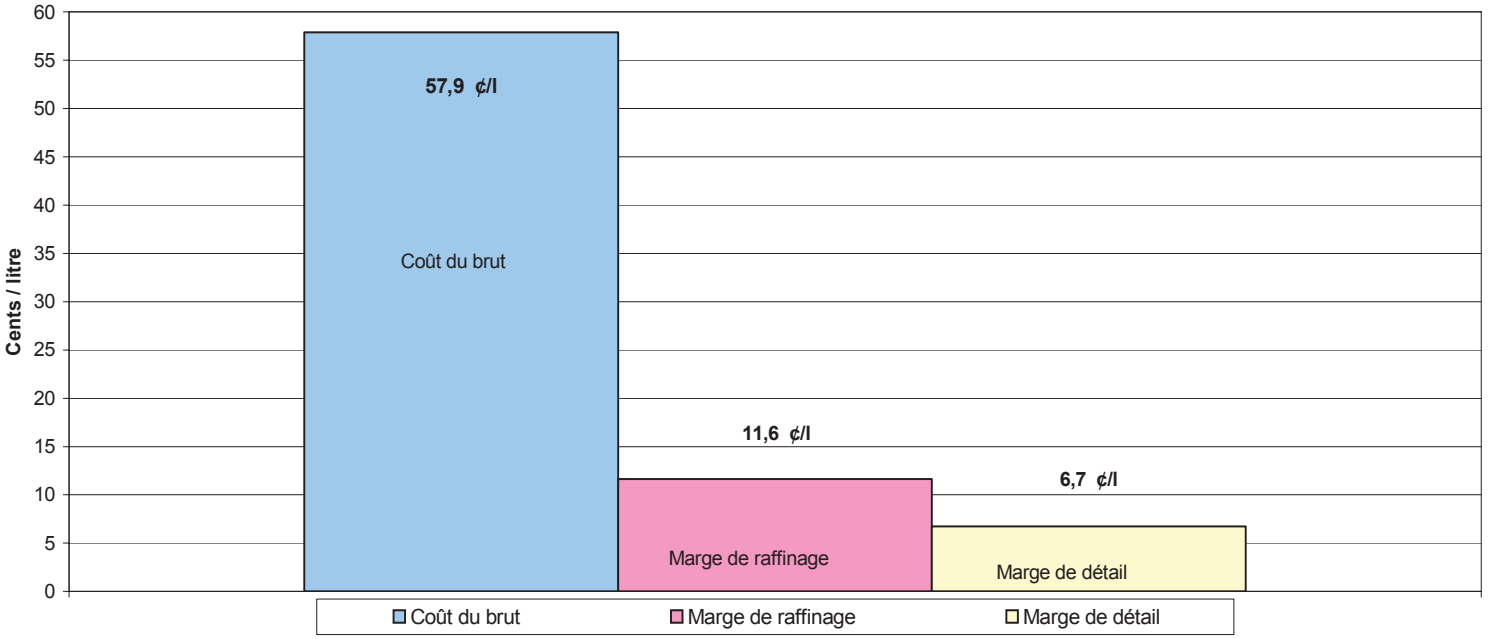
Proposition législative de l'AQUIP

Rappelons que la proposition de l'AQUIP réclame l'instauration d'un prix minimum et d'un prix maximum qui permettraient notamment de continuer à offrir des prix avantageux pour les consommateurs. En effet, le prix minimum maintient un nombre significatif de concurrents efficaces, alors que le prix maximum établirait un plafonnement des marges des détaillants afin d'interdire les prix trop élevés. De la sorte, les automobilistes québécois pourront continuer à profiter de prix avantageux.

Soyez informés

Rendez-vous à l'adresse www.aquip-petrole.com et consultez la proposition législative de l'AQUIP en cliquant sur la rubrique *L'essence à juste prix : Proposition législative*.

Composantes du prix de l'essence à la pompe au Québec de mai 2014 à avril 2015



Source: Régie de l'énergie du Québec, *Bulletin d'information sur les prix des produits pétroliers au Québec 2015.*

ZCL®
COMPOSITES INC.

Les réservoirs en fibre de verre – plus sécuritaires... une valeur assurée.

ZCL Composites Inc. est la compagnie la plus fiable dans l'industrie pétrolière pour l'entreposage sécuritaire des produits pétroliers. Ses réservoirs en fibre de verre sont idéalement conçus pour vous donner deux fois plus d'années de service que tous les autres réservoirs. C'est votre assurance de qualité...

Contactez-nous aujourd'hui!
1.800.661.8265
www.zcl.com

pour une solution durable[MD]

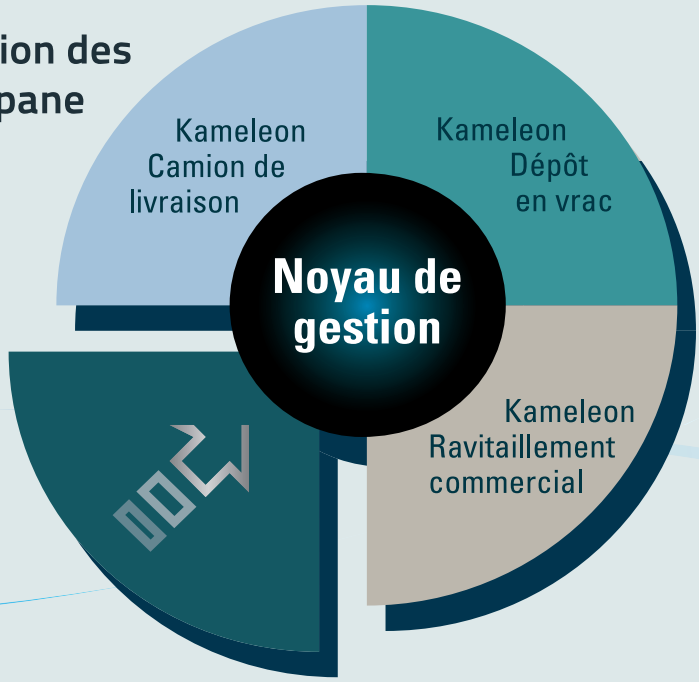
RÉSERVOIR D'ESSENCE | INTERCEPTEUR POUR LAVE-AUTO | SÉPARATEUR D'HUILE/EAU | RÉSERVOIR D'EAU POTABLE | RÉSERVOIR, FAUSSE SEPTIQUE

Kameleon

Système intégré de distribution des produits pétroliers et du propane

Une solution modulaire pour suivre votre évolution...

- Gain de temps et diminution des erreurs
- Données en temps réel
- Flexibilité accrue
- Assistance technique supérieure



T: 418-948-4219 SF: 855-600-5886 info@teknome.com www.teknome.com/kameleon

Regard sur les États-Unis
Ce que les consommateurs veulent...

Un sondage commandé récemment par la revue CSP et Technomic portant sur les habitudes de la clientèle a démontré l'ampleur du défi auquel sont de plus en plus confrontés les propriétaires de dépanneurs depuis les dernières années. En fait, les quelques 1500 répondants âgés de 16 ans et plus qui ont participé à ce sondage en ligne s'entendent tous sur une priorité absolument incontournable : qu'on parle de boissons désaltérantes, de plats cuisinés, de nourriture à emporter ou à consommer sur place ou encore de cigarettes, ce que les gens recherchent chez leur dépanneur c'est de profiter du plus large éventail de choix possible.

La concurrence étant féroce et la clientèle de plus en plus volatile devant la multitude des alternatives qui s'offrent à elle, le propriétaire de dépanneur doit établir l'image de marque de son commerce et la cajoler soigneusement. De plus, comme l'explique le président et directeur général de Sheetz Inc., Joe Sheetz, il doit connaître les habitudes et les besoins de ses différents types de clients afin d'être en mesure d'inciter tout le monde à revenir le plus souvent.

« Le procédé auquel on a longtemps fait appel consistant à imaginer la publicité la plus englobante afin de joindre tous les types de clientèles ne fonctionne plus. Il faut dorénavant identifier nos différents types de clients et les attirer en leur offrant un produit qui correspond à leurs besoins particuliers », explique M. Sheetz.

CSP offre ainsi quelques conseils pratiques assemblés à l'aide des données recueillies à partir des données du sondage :

- Gardez en tout temps un assortiment élevé des produits à l'étalage : les clients veulent avoir du choix. Qu'il s'agisse du camionneur en quête de carburant diesel, du jeune consommateur de cigarettes Hi-Tech ou bien du lève-tôt qui s'arrête cueillir son petit déjeuner quotidien, ils cherchent tous à se sentir interpellés par les offres affichées dans votre magasin;

- Gardez la tête froide : si bien la consommation de cigarettes est en diminution, il n'est pas souhaitable d'éliminer ce produit de vos tablettes;

- Offrez du frais et du santé : investissez dans les menus santé avec des sandwichs frais, des soupes et des collations qui contribuent à bâtir la santé afin de satisfaire autant les palais des plus exigeants que leur conscience;

- Étirez les heures d'achalandage : une majorité des clients vont au dépanneur le matin, avant de se rendre au travail, ou alors le soir avant de rentrer à la maison. Une bonne façon d'augmenter l'achalandage durant l'après-midi est d'offrir des rabais aux consommateurs.

Surtout, connaissez vos clients

Selon le commentateur de la revue CSP Mitch Morrison, le sondage montre que les clients qui réalisent des achats le matin ne retournent pas nécessairement plus tard l'après-midi ou alors le soir. D'ailleurs, le même phénomène est observé pour la clientèle qui se procure son repas du midi. Comment alors aborder toutes ces données nécessaires à mieux comprendre votre clientèle?

Pour M. Morrison la réponse est toute simple et elle se trouve chez chaque propriétaire de dépanneur désireux de s'investir personnellement pour atteindre ses objectifs. « De nos jours, nous sommes tous un peu enclins à nous reposer sur la technologie, les programmes informatiques et les données qu'elles nous permettent de recueillir. Mais personnellement, j'aime bien ce que soutenait Howard Behar, longtemps président de la chaîne Starbucks : *nous oeuvrons quotidiennement dans l'industrie des gens, et le plus rapidement nous réalisons que notre travail est de satisfaire les besoins des gens, de leur apporter des instants de plaisir, et le plus rapidement nous atteindrons le succès. Songez à la diversité des gens qui fréquentent votre établissement. Tentez de comprendre ce qu'ils veulent et ce qu'ils attendent de vous et ensuite, comment surpasser leurs attentes. Nous avons la chance d'évoluer dans une industrie à forte capacité adaptative. Utilisez ce facteur à votre avantage. Ceux qui sauront le mieux se concentrer sur le facteur humain auprès de leur clientèle seront ceux qui obtiendront le plus grand succès* ».

Le choix Nº 1

L'ÉQUIPE D'EXPERTS, NOUS L'AVONS!

Pour une citerne neuve ou usagée, l'entreposage, la réparation ou l'entretien, il n'y a qu'un seul endroit au Canada !

Vos experts : Bob Kavanagh, Ron Laberge, Camille Pettinato, Sylvain Lavoie

NOUVEAUX MODÈLES

Les citernes REMTEC sont fabriquées au Québec.

Les experts en nouveaux modèles nous les avons. Laissez notre équipe vous conseiller sur l'achat des nouveaux modèles. Selon vos besoins personnalisés et votre plan d'affaire. Il nous fera plaisir de mettre à votre disposition nos nombreuses années d'expérience.

CITERNE REMTEC NEUVE 2015
Capacité 57,000 litres, code TC-406, 6 compartiments.

B-TRAIN REMTEC NEUF 2015
Capacité 61,000 litres, code TC-406, 6 compartiments, disponible en septembre.

CITERNES USAGÉES

Choix de plusieurs citernes 4 essieux pour transport de pétrole.

Marque :	International
Année :	2005
Modèle :	7600
Moteur :	Cummins ISM 385-370 hp
Kilométrage/heures :	320 000km – moteur refait avril 2014 – 100 km depuis
Transmission :	10 vitesses
Essieu avant :	16 000 lb
Suspension arrière :	40 000 lb (pneumatique)
Pneus :	325/85R22.5, neufs avant, arrière- 1 essieu à 50%, l'autre à 40%.
Inspection SAAQ :	Inclus

Marque :	Almac
Année :	2005
Baril :	Aluminium
Capacité :	18 500 litres
Compartiments :	5
Code :	DOT-406 (B-620, nov. 2013)
Équipements :	Pompes doubles
Compteurs (2) :	Bases Neptue, registre mécanique inclus (registres électroniques disponible si désiré)
Pompes :	Gorman Rupp (2)
Valves de fond :	Pneumatique
Chargement par le fond :	Préparé pour le recevoir
Cabinet Inspection B620 :	Inclus

Réparation et entretien : 3 ateliers à Montréal

Citernes Experts INC.

ALMAC

1 800 363-2262 514 323-5510
4545 Ave des Industries, Laval QC, H7C 1A1
www.citernes.ca

remtec

Regard sur les États-Unis

Classez, catégorisez et ... engrangez les profits!

Depuis les dernières années, les programmes de fidélité destinés aux consommateurs de la génération Y ont connu un développement extrêmement important. Non seulement les commerçants peuvent-ils dorénavant personnaliser de façon de plus en plus précise les récompenses offertes, mais ils peuvent aussi élargir leur clientèle en utilisant les réseaux sociaux ou encore fidéliser cette clientèle en leur offrant, par exemple, des coupons-rabais directement sur leur cellulaire.

La revue américaine CSP rapportait récemment les propos du responsable marketing de l'entreprise MAPCO située à Brentwood au Tennessee, Howard Curtis, grand apôtre des nouvelles technologies destinées à la fidélisation des clientèles émergentes. Son entreprise a implanté avec succès plusieurs applications permettant autant par exemple le repérage des succursales ou encore la distribution de récompenses digitales.

« Nous avons compris que pour gagner la confiance de cette clientèle, nous devons leur parler de telle façon qu'ils nous écoutent. Et pour y arriver, nous devons faire en sorte non seulement qu'ils nous jugent attirants, mais, plus encore, qu'ils nous jugent pertinents », observe M. Curtis.

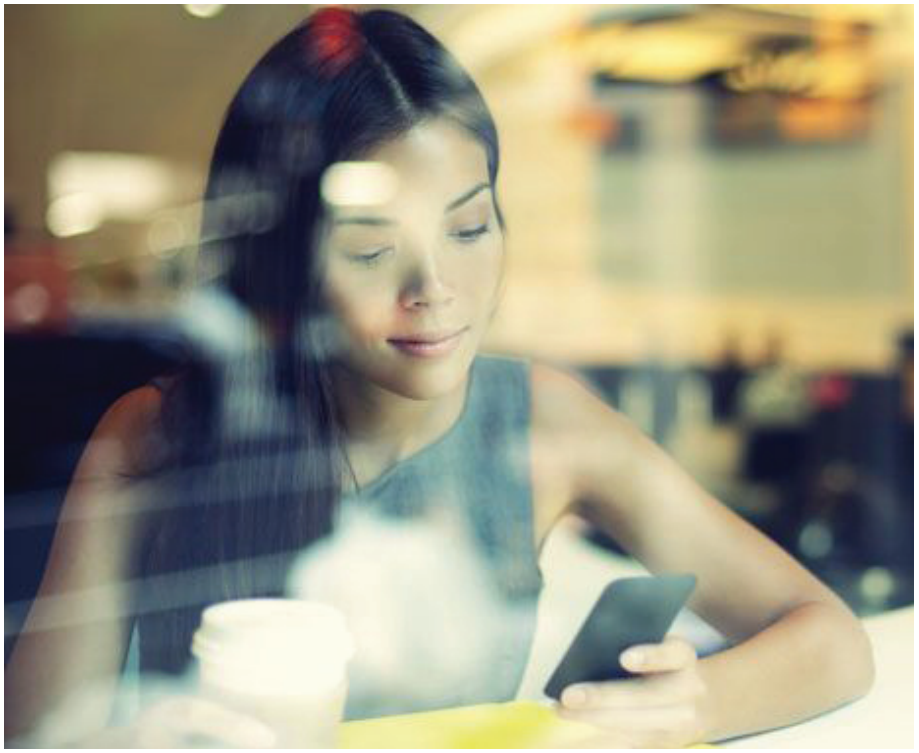
Des propos qui trouvent écho autant chez Jenny Bullard de Flash Foods à Waycross en Georgie que chez Scott Hartman de Rutter's Stores à York en Pennsylvanie. Pour ces deux experts, la course aux innovations digitales représentera l'une des tendances dominantes en 2015 en matière de stratégie commerciale et les applications mobiles, un dénominateur commun.

Aux États-Unis, un certain nombre d'entreprises offrent leur expertise en analyse de données dans le but d'aider les commerçants à mieux utiliser la téléphonie mobile et d'autres technologies en évolution afin d'offrir les promotions les mieux adaptées à chaque segment de la population.

Le président de Kickback Rewards à Twin Falls en Idaho, Pat Lewis, suggère aux détaillants d'établir un système comparable à une «échelle de valeurs» afin d'évaluer leurs clients selon la fréquence de leurs achats. La stratégie permet de mieux cibler les promotions pour chaque type de consommateur.

En conjuguant ces données avec l'utilisation d'autres bases de données telles que les codes postaux, les données démographiques ou encore la segmentation des consommateurs, le détaillant s'offre un coffre à outils qui facilitera immensément ses choix en matière d'opérations publicitaires.

« Le recours aux banques de données est là pour durer très longtemps, tranche le président de Kickback Rewards. Ces banques de données s'avéreront un terreau fertile à l'émergence de nombreuses techniques et technologies nouvelles et elles nous permettront d'accomplir des choses qui, jusqu'ici, nous ont paru à peine imaginables. »



Transport norcité

Logistique et transport de produits pétroliers

- Service de qualité
- Flexibilité
- Fiable et sécuritaire
- Tarification concurrentielle
- Service de pompe
- Dépannage
- Rayon d'action dans plus de 10 régions du Québec ainsi qu'au Nouveau-Brunswick

Transport Norcité inc. 455, des entrepreneurs, Québec (Qc) G1M 2V2
Alain Gauthier 418 688-7082 | 1 866 688-7082 | norcite.ca

Harnois
Groupe pétrolier
De l'énergie à revendre !

Stations-services
Dépanneurs (Le magasin)
Essence et diesel en gros
Lubrifiants

80, route 158, Saint-Thomas QC J0K 3L0
Tél. : 450 759-7979 | 1 800 363-2712
www.harnoisgroupepetrolier.com

Vente au détail des carburants: Un portrait rassurant sur l'efficacité du réseau québécois des essenceries

Pierre Crevier
Président du comité des Affaires économiques

Il y a trois ans, la Régie de l'énergie publiait un premier recensement des essenceries au Québec qui nous présentait un portrait exhaustif du marché de la vente au détail d'essence et de carburant diesel. Or, la Régie s'est livrée encore une fois en mars dernier à un exercice rigoureux qui dresse le portrait du marché au 31 décembre 2013.

Peu de changements dans le portrait global
On constate rapidement que, au cours de ces trois dernières années, le portrait des essenceries n'a pas significativement changé au Québec. Ceci n'a rien d'étonnant puisque les deux compilations ont été effectuées en un cours laps de temps. Néanmoins, un tel exercice reste essentiel sur une base régulière pour connaître l'évolution de ce marché.

Le portrait en statistiques
Les données colligées par la Régie révèlent ainsi que, entre 2010 et 2013, le nombre d'essenceries sur le territoire québécois est passé de 2978 à 2891, pour une légère diminution de 2,9 %. Même phénomène concernant le volume des ventes totales de carburants des essenceries québécoises qui a fléchi de 0,4 %, pour atteindre 8 549 millions de litres. Le carburant diesel vendu à travers 2 030 essenceries au Québec représente dorénavant 6,7 % des ventes de carburant des essenceries. Il atteint dorénavant les 547 millions de litres.

Le volume moyen de vente de carburants des essenceries québécoises a également très légèrement faibli, passant de 3,05 à 3,00 millions de litres. On retient enfin que le volume de référence de la Régie de l'énergie de 5,5 millions de litres de carburants pour le calcul des coûts d'exploitation dans le cadre de la détermination des coûts d'une essencerie efficace est encore largement supérieur au volume moyen réel.

Un modèle populaire : le libre-service dépanneur
Comme on pouvait s'y attendre, le modèle du libre-service dépanneur poursuit sa progression dans le marché. Il représente dorénavant 61 % des essenceries québécoises et près de 75 % du volume vendu à travers l'ensemble des essenceries québécoises. Ce n'est pas étonnant puisque ce modèle permet un partage efficace des coûts d'exploitation entre les deux commerces jumelés, contrairement à d'autres types de commerces jumelés où le partage des coûts d'exploitation n'est pas toujours possible. Le libre-service dépanneur est d'ailleurs le modèle d'essencerie efficace qui a été retenu par la Régie de l'énergie.

Les régions du Québec
Bref, ce portrait d'ensemble des essenceries force un constat : les régions du Québec sont bien desservies par le vaste réseau des essenceries québécoises. Il est vrai que l'étendue du territoire québécois et la faible densité de la population en certaines régions ne permettent pas toujours aux essenceries d'atteindre le volume moyen de vente de 3 millions de litres. Néanmoins, ces essenceries à débit plus modeste sont cruciales pour répondre aux besoins des populations des régions à plus faible densité et souvent situées en régions éloignées des grands centres.

CROISSANCE **RECHERCHÉE ICI**

Un partenaire d'affaires coopératif, soucieux de l'environnement, qui vous assure un réseau de distribution et une sécurité d'approvisionnement inégalés :

- Diesels
- Essences
- Propane
- Mazout
- Lubrifiants et graisses
- FED
- Équipements de propane, pétrole et biomasse

Plusieurs programmes disponibles pour nos détaillants d'essence

Sonic

Vivez l'effet de la coopération

514 858-2222 • 1 800 361-5667 • www.sonic.coop

Groupe Crevier est un GUICHET UNIQUE pour vos approvisionnements en carburants, lubrifiants et fluides complémentaires.

- Offre globale et complète incluant des produits bio
- Vaste réseau de distribution
- Occasions d'affaires compétitives pour stations-service
- Service personnalisé basé sur la fiabilité et la proximité
- Expertise d'une équipe qualifiée et à votre écoute

1 800 361-1481

crevier.ca