

### Relation entre demande et prix

Les économistes mesurent fréquemment la variation de la demande d'une marchandise entraînée par un changement du prix de cette marchandise. Cette mesure, appelée élasticité de la demande par rapport au prix, s'exprime généralement sous la forme de la variation percentile de la demande pour un changement de un pour cent du prix, en supposant qu'il n'y a pas eu de changement des goûts ou des revenus du groupe de consommateurs dont on étudie les caractéristiques de demande. Ces études ont permis de déterminer qu'au cours des dernières années, pour chaque 1% d'augmentation du prix de l'essence, la consommation a baissé de 0.18 à 0.45% (Friedenberg et Nixon, 1980, p. 32).

En d'autres termes, une élasticité-prix de la demande de  $-0.18$  à  $-0.45\%$  signifie que si le prix du litre d'essence augmente de 25¢ à 30¢ (une augmentation de 20%), un conducteur canadien moyen, qui consomme normalement 500 litres par an, réduirait sa consommation de 18 à 45 litres par an. Cela ne s'applique bien entendu que si l'automobiliste continue à conduire une voiture ayant le même rendement énergétique, ne change pas ses habitudes de conduite et parcourt une même portion de kilomètres en ville et à la campagne qu'avant. Malheureusement, c'est là une chose difficile à observer dans la pratique car les conducteurs achètent des voitures plus efficaces et changent leurs habitudes de conduite. Qui plus est, les estimations de la sensibilité de la demande aux augmentations de prix ne s'appliquent qu'à une gamme limitée de prix et à des quantités consommées au cours d'années récentes spécifiques, reflétant les préférences et les revenus du moment. Si les prix étaient bien plus élevés ou si les augmentations de prix étaient plus importantes, la réaction pourrait varier considérablement.

notamment ceux à faible revenu ou à revenu fixe. S'il est évident que l'augmentation du prix de certaines marchandises entraîne une réduction de la demande, cela n'est pas aussi prononcé dans le cas de certaines marchandises et la réaction du marché peut être masquée par des changements de revenu et d'autres facteurs. En ce qui concerne les dérivés du pétrole et plus particulièrement l'essence, notre perception de la demande est compliquée par des changements dans les revenus, des changements dans les priorités de dépenses des consommateurs et des changements technologiques. Il a été observé qu'en Europe, où le prix de l'essence est trois ou quatre fois plus élevé qu'au

Canada, les gens continuent de conduire et très souvent à des vitesses élevées. Par contre, les automobilistes européens utilisent bien moins de carburant par kilomètre/passager bien qu'on puisse douter qu'il en serait ainsi si le prix réel du carburant en Europe était aussi bas qu'au Canada.

Avec le temps, le parc automobile (ou l'ensemble des systèmes de chauffage ou des équipements industriels) se renouvellera pour refléter le coût plus élevé de l'énergie. Les constructeurs automobiles ont besoin d'un certain temps pour concevoir de nouveaux moteurs, éliminer le poids superflu et améliorer l'aérodynamisme. De plus, les consommateurs ne vont pas immédiatement échanger une voiture moins efficace pour une qui l'est davantage chaque fois que le prix du carburant augmente, mais ils envisageront probablement l'achat d'une voiture plus petite et d'un meilleur rendement énergétique quand viendra le moment de remplacer leur ancienne voiture. Comme cela s'applique également à d'autres biens durables qui consomment de l'énergie il faudra peut-être attendre plusieurs années avant de remarquer un changement dans les déterminants de la demande. Ainsi donc, à la longue, la réaction de la demande (et de l'offre) aux changements de prix sera plus importante à mesure que les fabricants pourront modifier les conceptions et que les consommateurs incorporeront des technologies plus efficaces dans leur mode de vie.

Le *taux* d'augmentation des prix est un facteur important. Des augmentations peu fréquentes mais élevées ont un effet de choc sur les consommateurs mais ces derniers peuvent par contre s'habituer à des augmentations plus progressives et s'y ajuster. Même après une augmentation brutale des prix, cependant, la demande peut se rétablir du moins partiellement après une réduction initiale du taux de consommation.

Tous les dérivés du pétrole ne sont pas aussi insensibles au prix que l'essence. On a estimé que la consommation du mazout industriel et du carburant pour moteur diesel diminuait d'environ 1.3% chaque fois que le prix augmentait de 1%. Cela est peut-être dû au fait que les industries et les compagnies de transport commercial qui cherchent à faire des profits adoptent plus rapidement des technologies efficaces ou de nouvelles méthodes de production ou de gestion. Il est également possible qu'elles disposent d'un système de contrôle leur permettant de déterminer la consommation et, de là, l'investissement de conservation qu'il faut faire pour compenser les augmentations du prix des combustibles.

Il faut encore une fois insister sur le fait que les estimations de la réaction du consommateur commercial aux prix se limitent à une certaine gamme de prix et de quantités au cours des six dernières années. De plus, la sensibilité au prix est susceptible d'augmenter pour cer-