

Mémoire de l'Association des sociétés de développement commercial de Montréal (ASDCM) à propos des enjeux et impacts du bannissement des sacs d'emplètes à usage unique soumis lors des audiences de la Commission permanente sur l'eau, l'environnement, le développement durable et les grands parcs de la Ville de Montréal – Juin 2015

Par monsieur Mario Lafrance, vice-président

*ASSOCIATION DES SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE MONTRÉAL*

*2000 rue Peel, bureau 580*

*Montréal (Québec) H3A 2W5*

Madame la présidente, mesdames et messieurs les membres de la commission,

L'Association des sociétés de développement commercial de Montréal (ASDCM) regroupe les 17 SDC existantes à Montréal. Rappelons que ces sociétés sont régies à la fois par la Loi des cités et villes en ce qui a trait à leur création, à leur capacité de fixer des cotisations et à leur maintien, et par les lois et règlements applicables aux organismes sans but lucratif. Ce sont les cotisations de nos membres qui couvrent les budgets nécessaires à nos opérations.

Les SDC regroupent actuellement près de 15 000 membres dont une moitié est constituée de commerces et, l'autre, d'établissements d'affaires (bureaux). Plus de 4 000 commerces membres sont des indépendants, PME ou micro- entreprises.

Nous laisserons le soin aux groupes et citoyens plus familiers avec les enjeux liés à l'environnement, de vous faire des commentaires sur le bien-fondé du bannissement de ces sacs et sur les diverses options. Nous nous concentrerons sur le rôle que les commerces joueront dans la mise en œuvre des solutions que la Ville retiendra puisque nos membres seront aux premières loges et, souvent, ceux qui devront discuter avec les citoyens pour les convaincre du bien-fondé de ces solutions.

Quelques mots pour nous rappeler ce qu'est un commerçant : une personne dont la fonction est d'offrir à des clients le service ou le bien souhaité au meilleur prix possible, faute de quoi le client ira voir un autre commerçant. Donc à chaque fois qu'un commerçant discute avec un client il met en jeu son capital de crédibilité et la pérennité de son entreprise. Il fera le plus possible pour satisfaire le client, non seulement pour effectuer la vente immédiate, mais pour créer et maintenir une relation de confiance à long terme.

Nous faisons l'expérience quotidiennement des difficultés de modifier le comportement des autres ou le nôtre. L'éventuel bannissement des sacs d'emplettes à usage unique devra s'accompagner d'un changement de comportement de la part des clients. Nous nous emploierons à vous indiquer des paramètres qui pourraient faciliter la tâche des commerçants, si vous deviez choisir de bannir ou de limiter l'usage des sacs à usage unique.

## **Montréal fait connaître des intentions claires.**

La Ville doit d'abord choisir des objectifs clairs qui peuvent s'expliquer en peu de mots. Ces objectifs doivent être mesurables de telle sorte que la Ville puisse, à une fréquence qu'elle aura annoncée, indiquer la progression vers ses attentes. Les cibles doivent être situées dans le temps, de façon réaliste. Enfin, le tout devra s'inscrire dans un échéancier réaliste, assez court pour permettre de profiter d'une vague de sympathie au regard d'une action environnementale, et assez long pour induire un changement durable.

Une fois les décisions arrêtées, la Ville devra faire connaître ses intentions dans le cadre d'une campagne associant le plus grand nombre de groupes sociaux possibles pour atteindre les citoyens dans leur milieu de vie. La Ville devrait aussi porter une attention particulière aux arrondissements centraux où nombre de citoyens circulent à pied ou à vélo dans leur quartier : transporter quelques biens achetés sur quelques rues entre un commerce et la résidence ou le bureau peut être plus inconfortable que de le faire entre un commerce et sa voiture.

## **Montréal met en œuvre des solutions efficaces.**

Dans les diverses expériences documentées par la Ville, nous constatons que certaines villes ont d'abord mis à contribution les grandes chaînes de détaillants qui disposent d'un personnel plus nombreux et touchent beaucoup de clients. Ils ont donc une plus grande capacité d'amorcer un changement de comportement. Cette solution permettrait aux plus petits commerces d'entrer en jeu à un moment où les règles seront mieux comprises.

La Ville pourrait aussi implanter ses solutions au début du printemps de telle sorte qu'au moment où les trottoirs deviennent plus périlleux avec le gel et la neige, les citoyens soient déjà familiers avec les nouvelles règles.

Pour les petits commerces, un des défis sera de gérer la ou les solutions retenues : comprendre ce qui attendu durant telle période; acheter les sacs permis et discriminer facilement ceux qu'il faut rejeter ; maintenir un approvisionnement suffisant. Il faudra en plus pouvoir expliquer pourquoi ces règles sont mises en place et supporter, à l'occasion, la mauvaise humeur du client qui a oublié les nouvelles règles.

Ces commerces ont un personnel restreint et, souvent, c'est une prestation d'un acteur unique, le propriétaire. L'expérience nous a appris que la méthode de communication la plus efficace avec eux est une relation personnalisée, soit de personne à personne, soit par le moyen du téléphone.

Nous recommandons à la Ville d'organiser les communications avec les petits détaillants en ayant en tête les éléments suivants :

- Fournir une pièce d'information, bien identifiée à la Ville, que les commerçants peuvent placer près de sa caisse et à laquelle ils peuvent référer le client;
- Disposer d'un numéro de téléphone où il peut obtenir des informations tant ce qui doit être fait que sur les questions d'approvisionnement;
- Prévoir une tournée d'information avant le moment où les règles entreront en vigueur.

Les SDC peuvent être mises à contribution à cette fin tant pour les commerçants de leur territoire ou pour les commerçants des rues commerciales environnantes.

Enfin, nous suggérons que la Ville soit attentive à mettre en place une stratégie facile à comprendre et à mettre en œuvre pour tous les commerçants, peu importe leur taille. Toute solution impliquant une formation du personnel doit être évitée.

### **Une solution pour l'île**

Les médias ont largement fait état de la perception de nombres de commerçants, sur le territoire de la Ville, voulant que les règles concernant le stationnement, la circulation ou la taxation rendent leur compétitivité avec les commerces des autres villes environnantes, plus aléatoire. Ces éléments viennent s'ajouter aux modifications profondes que vit actuellement le commerce de détail en occident.

Nous croyons qu'il faut éviter de bannir ces sacs uniquement sur le territoire de la Ville de Montréal. Il nous semble qu'il s'agisse d'un geste qui doive, au moins, toucher l'île de Montréal. Autrement, ce bannissement pourrait accentuer une image non conviviale de Montréal à l'égard du commerce de détail. De plus, les élus créeraient quelques situations loufoques où un commerce situé du côté est d'une rue ne peut offrir de sacs, tandis que celui du côté ouest le peut; un grand centre commercial pourrait être exempté du seul fait qu'il est situé sur le territoire d'une ville liée.



Association des Sociétés  
de développement  
commercial de Montréal

Il nous semble que ce serait là un excellent dossier pour affirmer la profonde interrelation au plan économique entre les différents territoires de l'île.

En résumé, nous croyons que la Ville de Montréal, dans l'éventualité où elle déciderait le bannissement des sacs d'emplettes à usage unique, doit en assumer la responsabilité morale et financière. Elle se doit de faire naître les conditions pour que les commerçants participent à cette opération comme alliés.

Nous vous remercions de votre attention.