LIVRAISON À DOMICILE :
Un service essentiel de Postes Canada

Consultation publique du 9 décembre 2014

DOCUMENT PRÉPARÉ POUR LA :
Commission sur le développement social et la diversité montréalaise
Ville de Montréal

Montréal

SOMMAIRE DU CONTENU

CONTEXTE 3

PORTRAIT SOCIODÉMOGRAPHIQUE DE LA VILLE DE MONTRÉAL 4

- Personnes âgées 4
- Personnes à mobilité réduite 5

EN MATIÈRE DE SERVICES 6

- Aménagement 6
- Entretien 6
- Stationnement 7
- Circulation 7
- Sécurité publique 7
- Accessibilité universelle 7

SYNTHÈSE 8

ANNEXES 9

- Plan d'action de Postes Canada 10
- Établissements d'entreprise et logements privés dans l'agglomération 37

CONTEXTE

En décembre 2013, Postes Canada a annoncé officiellement sa décision de mettre fin à la livraison du courrier à domicile au moment de la publication de son rapport intitulé *Plan d'action en cinq points - Prête à affronter l'avenir*.

La réforme des services de Postes Canada implique une augmentation des coûts des envois postaux et l'élimination progressive sur cinq ans du service postal porte à porte.

Ce service postal sera remplacé par des boîtes postales communautaires.

La Fédération canadienne des municipalités a exprimé son inquiétude face aux conséquences que cette réforme aura, entre autres, sur la population vieillissante et les ménages qui comptent sur la livraison du courrier à domicile.

La Ville de Montréal et les municipalités de banlieue ont immédiatement exprimé leurs préoccupations au sujet de cette annonce, et ont par la suite adopté des résolutions exigeant le maintien de la livraison du courrier à domicile.

Lors du conseil municipal du 16 décembre 2013, la résolution CM13 1107 a été adoptée unanimement afin de demander à Postes Canada de surseoir à sa décision.

Le maire Denis Coderre a donné son accord afin que la Commission sur le développement social et la diversité montréalaise tienne une consultation publique visant à analyser et à colliger les différents effets de la décision de Postes Canada de cesser la distribution du courrier en milieu urbain.

À Montréal, près de 300 000 personnes – soit 16 % de la population – sont des aînés et près de 50 000 personnes – soit 8 % de la population – sont des personnes à mobilité réduite. Ces personnes seront directement affectées par la réforme de ce service essentiel.

Il existe près de 1 million de portes dans l'agglomération de Montréal comprenant les résidences privées et les entreprises.

Plusieurs arrondissements montréalais sont densément peuplés. L'implantation de boîtes postales communautaires se ferait dans un cadre bâti permettant difficilement cette implantation sur le domaine public.

La présence de ce nouveau mobilier urbain aura un impact sur la circulation, le stationnement, les opérations de déneigement des trottoirs, l'enlèvement des graffitis et les travaux publics en général.

Le programme uniforme de boîtes postales communautaires encourage l'utilisation du véhicule et n'ajoute guère à l'esthétique urbaine.

Les boîtes communes seraient accessibles 24 heures sur 24 et poseront des enjeux de sécurité.

PORTRAIT SOCIODÉMOGRAPHIQUE DE LA VILLE DE MONTRÉAL

La Ville de Montréal est composée de 19 arrondissements et abrite 1,6 million d'habitants, soit 87 % de la population de l'agglomération de Montréal, 43 % des habitants de la région métropolitaine de recensement (RMR) et 21 % de la population du Québec. Ces habitants, répartis sur un territoire de 365,2 kilomètres carrés, sont plus nombreux en 2011 qu'ils ne l'étaient cinq ans plus tôt, ceci ayant comme effet de densifier la population sur le territoire.

Montréal compte 410 035 familles et le nombre de personnes de 65 ans et plus s'élève à 224 515 personnes. Ce chiffre représente 20 % des personnes âgées de 65 ans et plus vivant au Québec.

▪ Personnes âgées

Selon les données du recensement de 2011, à Montréal, les personnes âgées de 65 ans et plus représentent 15,2 % de la population totale de la ville. Selon ces mêmes données, on constate qu'à Montréal les femmes de ce groupe d'âge sont plus nombreuses que les hommes (59,8 % contre 40,2 %) et que le groupe de 80 ans et plus représente 31 %. Mentionnons que d'ici 2026, une personne sur cinq habitant l'île de Montréal aura 65 ans et plus.

L'impact du Plan d'action de Postes Canada touchera d'abord les populations les plus vulnérables soit les personnes âgées ayant des incapacités. Les tableaux ci-dessous démontrent que le taux d'incapacité augmente en fonction de l'âge.

Taux d'incapacité selon l'âge, population de 15 ans et plus [1]

Groupe d'âge	**%**	**Pe (k) [2]**
15-24 ans	24,3	238,7
25-49 ans	23,2	632,2
50-64 ans	37,8	652,8
65-74 ans	48,0	328,1
75-84 ans	63,9	248,8
85 ans et plus	84,0	118,6
Ensemble de la population	**33,3**	**2 215,1**

15-64 ans	28,0	1 523,4
65 ans et plus	57,2	694,7
Ensemble de la population	**33,3**	**2 215,1**

[1] *Population vivant en ménage privé ou en ménage collectif non institutionnel.*
[2] *Pe : Population estimée ; k : En milliers*

Source : Institut de la statistique du Québec, Enquête québécoise sur les limitations d'activités, les maladies chroniques et le vieillissement 2010-2011.

Taux d'incapacité selon le sexe, de la population de 15 ans et plus [1]

Sexe	%	Pe (k) [2]
Hommes	32,2	1 059,4
Femmes	34,3	1 155,8
Ensemble de la population	**33,3**	**2 215,1**

[1] *Population vivant en ménage privé ou en ménage collectif non institutionnel.*
[2] *Pe : Population estimée ; k : En milliers*

Source : Institut de la statistique du Québec, Enquête québécoise sur les limitations d'activités, les maladies chroniques et le vieillissement 2010-2011.

▪ Personnes ayant une limitation fonctionnelle

Selon l'Enquête québécoise sur les limitations d'activités, les maladies chroniques et le vieillissement 2010-2011 produite par l'Institut de la statistique du Québec, la proportion de personnes ayant une incapacité parmi celles âgées de 15 ans et plus vivant en ménage privé ou en ménage collectif non institutionnel est estimée à près de 33 % (ce qui correspond à environ 2 215 100 personnes au Québec).

De plus, les principes directeurs du Plan d'action de Postes Canada font allusion seulement aux personnes qui ont des problèmes de mobilité réduite. Certes, ce type de limitation est important, mais il existe aussi d'autres incapacités dont il faut tenir compte lors de l'élaboration de mesures particulières comme l'indique le tableau ci-dessous.

Taux d'incapacité selon le type d'incapacité [1], population de 15 ans et plus [2]

Incapacités	%	Pe (k) [3]
Agilité	15,2	1 012,6
Mobilité	13,2	874,8
Audition	7,4	489,0
Mémoire	5,3	349,6
Apprentissage	4,8	318,7
Vision	4,6	304,4
Psychologique	4,2	278,0
Parole	1,5	100,0
Déficience intellectuelle/ TED	1,0	66,0
Indéterminée	3,3	237,5

[1] *Une personne peut présenter plus d'un type d'incapacité.*
[2] *Population vivant en ménage privé ou en ménage collectif non institutionnel.*
[3] *Pe : Population estimée ; k : En milliers*

Source : Institut de la statistique du Québec, Enquête québécoise sur les limitations d'activités, les maladies chroniques et le vieillissement 2010-2011.

EN MATIÈRE DE SERVICES

Aménagement

Le nombre de portes pour l'agglomération de Montréal qui seraient affectées par un changement dans le mode de distribution du courrier est estimé à 759 750, soit 677 300 pour la Ville de Montréal et pour les arrondissements, et 82 450 pour les villes liées.

Avec l'hypothèse que les bâtiments à entrée collective continueraient d'être desservis tel qu'actuellement – ils bénéficient en général de boîtes communautaires dans leur hall d'entrée – le nombre de logements privés touchés serait alors moindre. Il s'élèverait plutôt à 700 149 pour l'agglomération et à 628 163 pour la Ville de Montréal. Le tableau de l'annexe B présente les résultats détaillés par ville et par arrondissement.

Voici les principaux enjeux d'intégration urbaine à considérer en amont :

- L'implantation des boîtes postales communautaires sur le territoire montréalais, d'une part, quant à leur contribution à la qualité des milieux de vie et, d'autre part, quant à la qualité de l'intégration urbaine de ces nouveaux équipements sur le domaine public.

- La localisation de ces nouveaux équipements au sein des quartiers, de même que l'envergure des installations requises pour desservir le nombre important de ménages qui les composent, considérant l'importante densité d'occupation qui caractérise le territoire montréalais, notamment ses quartiers centraux.

- La proximité et l'accessibilité de tels équipements, notamment en vue d'assurer un accès aisé en tout temps et à toutes les clientèles, au premier chef les personnes âgées et les personnes à mobilité réduite.

- La qualité du design des équipements proposés par Postes Canada et de leur installation sur le domaine public, le cas échéant.

Entretien

Les activités d'entretien du domaine public étant d'une extrême importance pour la qualité de vie des citoyens montréalais, plusieurs mesures sont déjà prévues, telles que les interdictions de stationnement à certaines heures et jours de la semaine, afin de s'assurer du bon déroulement de ces opérations (balai mécanique, collecte des déchets, déneigement, élagage des arbres…).

Avec le déploiement du projet de Postes Canada, certaines activités d'entretien seraient perturbées. Les obstructions sur le domaine public associées aux emplacements de ces nouveaux équipements et aux mouvements véhiculaires et piétons, en tout temps de la journée, pour la recherche du courrier complexifieraient les opérations d'entretien. Il est important de

mentionner que les activités de déneigement nécessaires à la sécurité des mouvements des citoyens pourraient être affectées en terme de qualité des services, particulièrement aux abords des boites communautaires, ce qui aurait certainement un impact sur la sécurité des citoyens, notamment sur les personnes âgées.

La mise en place des boites postales communautaires risque d'avoir une incidence sur les méfaits liés aux graffitis. En effet, nos constats démontrent que des boites similaires mises en place sur le domaine public par Postes Canada constituent une cible importante pour ces activités. Ce type de mobilité urbain nécessite forcément des opérations de nettoyage accrues.

- ## Stationnement

La mise en place des boites communautaires nécessiterait forcément l'implantation de nouvelles zones de stationnement ou d'attente de courte durée, afin que les citoyens puissent récupérer leur courrier. Dans plusieurs territoires de la ville – particulièrement au centre-ville – la demande pour les espaces de stationnement est de plus en plus élevée alors que la capacité de stationnement est déjà saturée. Il serait certainement difficile de répondre à de nouveaux besoins sans éliminer d'autres espaces offerts actuellement aux citoyens.

- ## Circulation

La présence de boites communautaires générerait certainement des traversées de rue périlleuses par les piétons qui ont tendance à emprunter le chemin le plus court. Cette situation pourrait représenter un risque important d'accidents. De plus, les arrêts fréquents et les mouvements véhiculaires aux abords de ces boites pourraient représenter un facteur de risque supplémentaire pour les piétons et pour les conducteurs.

- ## Sécurité publique

Une préoccupation importante est soulevée par les intervenants du fait que ces équipements, tels que vus actuellement à certains emplacements, pourraient constituer des refuges pour activités illicites avec un risque important de cas d'agressions. Les personnes âgées demeurent des cibles vulnérables dans ce genre de situation. De plus, l'accessibilité à ces boites en tout temps pourrait inciter certains individus à commettre des délits en vu d'accéder au contenu du courrier des citoyens.

- ## Accessibilité universelle

Les mouvements des citoyens avec une limitation fonctionnelle ou présentant une déficience visuelle, particulièrement sur des trottoirs, nécessitent un dégagement minimal de 6 pieds. Dans plusieurs emplacements qui pourraient faire l'objet d'une intervention de Postes Canada en vue de la mise en place des boîtes communautaires, ce dégagement ne pourrait être respecté. Cette situation mettrait en péril la sécurité de ces groupes vulnérables.

SYNTHÈSE

Postes Canada a annoncé officiellement, dans un objectif de réforme des services d'envois postaux visant l'élimination progressive sur cinq ans du service postal porte à porte, sa décision de mettre fin à la livraison du courrier à domicile au moment de la publication de son rapport intitulée *Plan d'action en cinq points – Prête à affronter l'avenir*, et ce, sans consulter ou impliquer les citoyens, citoyens corporatifs, organismes ou administrations municipales.

Le service postal sera remplacé par des boîtes postales communautaires.

Considérant l'ensemble des enjeux sociaux, urbanistiques et de services publics aux citoyens, il s'avère clairement pour la Ville de Montréal que l'intervention de Postes Canada devrait être reconsidérée afin de ne pas nuire à la qualité de vie des citoyens.

Les activités de courrier demeurent essentielles et au cœur du quotidien des citoyens. C'est dans cette perspective que la Commission sur le développement social et la diversité montréalaise a été mandatée afin de faire valoir l'ensemble des enjeux de sécurité en lien avec le projet de Postes Canada, notamment en recueillant les commentaires et les mémoires des citoyens ainsi que des organismes sur cette question par un processus de consultation publique.

ANNEXES

ANNEXE A – PLAN D'ACTION DE POSTES CANADA

Plan d'action **en cinq points**

de Postes Canada

Prête à affronter l'avenir

Décembre 2013

POSTES CANADA CANADA POST

Table des matières

1 Principes directeurs

2 Résumé

Un plan intégré, cinq grandes initiatives

5 Boîtes postales communautaires

8 Nouvelle approche de tarification

12 Bureaux de poste concessionnaires

15 Rationalisation des opérations

18 Main-d'œuvre

21 Options futures à l'étude

22 À propos de l'allégement de la capitalisation du régime de retraite

23 Notre consultation auprès des Canadiens

Principes directeurs

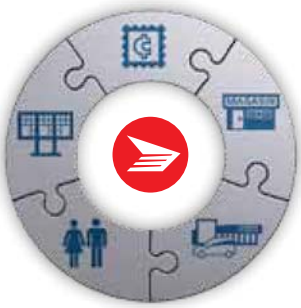
Postes Canada a élaboré ce plan exhaustif pour réorganiser les services postaux et leur tarification afin de répondre aux besoins émergents et futurs des Canadiens, tout en réduisant considérablement les coûts.

Les Canadiens comprennent les défis auxquels Postes Canada est confrontée. Année après année, ils expédient et reçoivent de moins en moins de courrier et s'attendent à voir cette tendance se poursuivre. En même temps, ils souhaitent que Postes Canada les aide à gagner du temps en offrant un service pratique de livraison des biens et des documents qu'ils achètent de plus en plus en ligne. Ce virage est indéniable et il existe un large consensus sur le fait que le statu quo n'est pas viable.

Les Canadiens s'attendent à ce que Postes Canada continue de demeurer autonome sur le plan financier sans faire appel à l'argent durement gagné qu'ils versent en impôt.

Postes Canada comprend bien la nécessité de trouver un équilibre entre son autonomie financière et ses obligations de politique publique. Elle est fière de desservir toutes les adresses canadiennes, non seulement dans les centres urbains densément peuplés, mais aussi dans les collectivités du Nord et les régions rurales réparties d'un bout à l'autre de notre vaste pays. Elle comprend également que pour les petites entreprises, qui sont le moteur économique du Canada, le courrier est essentiel pour l'envoi de factures et la réception de paiements.

Ce plan d'action tient compte de tous ces principes et ne sollicite aucun changement au *Protocole du service postal canadien*. Le but de ce plan est d'offrir aux Canadiens le service postal dont ils ont besoin dans l'économie numérique émergente.



Résumé

L'avènement des communications numériques a complètement changé les besoins postaux des Canadiens. Postes Canada reconnaît que ce virage exige des changements fondamentaux dans la manière dont elle sert les clients. Cependant, le réseau postal demeure un catalyseur essentiel des échanges et du commerce à distance. Sa viabilité à long terme est d'une importance capitale pour les petites entreprises et pour les collectivités rurales et du Nord qui comptent toujours sur le courrier, et pour le nombre croissant de détaillants à l'échelle du pays qui ont besoin d'un réseau de livraison abordable pour leur permettre de participer pleinement à l'économie numérique en forte croissance.

Postes Canada présente ce plan d'action en cinq points dans le but de mieux servir tous ses clients. Ce plan est le reflet de ce que les Canadients ont dit dans le cadre de discussions tenues récemment avec des clients résidentiels et commerciaux à l'échelle du pays. Ces consultations ont confirmé beaucoup des nouvelles tendances que la Société a observées à ses bureaux de poste, dans ses établissements de traitement et dans la composition du courrier.

Le service postal de l'avenir reflétera les nouveaux besoins postaux des Canadiens et répondra à ces besoins. Alors qu'un plus grand nombre de personnes ont commencé à communiquer et à gérer leurs factures en ligne, les volumes d'envois Poste-lettres[MC] ont chuté de façon marquée. Pourtant, à mesure que plus de personnes font leurs achats en ligne, les volumes des colis grimpent. Devant ce virage radical, l'entreprise doit rapidement apprendre à gérer davantage de colis et moins de courrier contenant des articles de plus grande valeur. (Il s'agit notamment de cartes de crédit et de fidélité et de cartes et de permis émis par le gouvernement.) Ce changement fournit une orientation claire à Postes Canada ainsi qu'aux nombreuses entreprises qui cherchent à redéfinir l'expérience client dans un monde de plus en plus numérique.

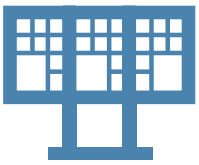
Le service postal de l'avenir reflétera les nouveaux besoins postaux des Canadiens et répondra à ces besoins.

Les initiatives que Postes Canada lance font partie d'une approche intégrée visant à appuyer la transition. Les changements apportés aux opérations internes, qui touchent le traitement et la livraison des colis, soutiendront et favoriseront des améliorations au service à la clientèle, en mettant l'accent sur la commodité et la livraison en toute sécurité. Prises ensemble, les cinq initiatives non seulement jettent les bases d'un modèle d'entreprise viable, mais elles contribueront à la fondation d'un nouveau système postal.

Le nouveau système permettra à Postes Canada d'affronter la concurrence sur le marché mondial des colis où règnent la vitesse et la technologie. Plus important encore, il servira à concentrer les efforts de la Société sur les clients, en fournissant un niveau de service qui procurera des avantages bien au-delà de Postes Canada. Il mettra sur un pied d'égalité les petites entreprises et les autres industries émergentes qui cherchent à adopter le cybercommerce et à accroître leurs activités. Les résidants des collectivités insuffisamment desservies des régions rurales et du Nord pourront bénéficier d'un accès à un plus grand éventail de produits du Canada et d'ailleurs, en plus de la capacité de les retourner au besoin.

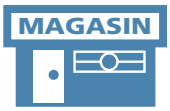
Bien que le volume des articles Poste-lettres traditionnels, comme les factures, les relevés et les lettres, diminue rapidement, la commande d'articles qui peuvent maintenant être achetés ou demandés en ligne en toute sécurité, mais qui ne peuvent pas être livrés par voie électronique, gagne en popularité. On n'a qu'à penser aux permis de conduire, aux autocollants pour plaque d'immatriculation, aux cartes d'assurance-maladie et à d'autres types de pièces d'identité. Les transactions de ce genre entre les grandes institutions et les Canadiens font tourner l'économie numérique du Canada. En offrant des options de livraison sécuritaires, Postes Canada peut aider à soutenir la croissance de cette économie.

Le plan intégré comporte les cinq grandes initiatives suivantes :



Boîtes postales communautaires : Le tiers des ménages canadiens, qui reçoivent encore leur courrier à la porte, feront la transition à des boîtes postales communautaires. (Les deux autres tiers reçoivent déjà leur courrier et leurs colis dans une boîte postale communautaire, une boîte postale multiple ou une boîte aux lettres rurale en bordure du chemin.) Les boîtes postales communautaires sont équipées de compartiments à courrier et à petits paquets individuellement verrouillés, ainsi que de grands compartiments verrouillés pouvant accueillir des colis en toute sécurité.

Nouvelle approche de tarification : Postes Canada lancera une nouvelle structure de tarification progressive pour les envois Poste-lettres, qui tiendra mieux compte du coût réel du service fourni à diverses clientèles. Les gens qui achèteront des timbres en carnets ou en rouleaux paieront 0,85 $ le timbre et des réductions seront offertes aux clients qui utilisent le plus le courrier.



Ajout de bureaux de poste concessionnaires pour une plus grande commodité : Postes Canada renforcera son réseau de vente au détail en augmentant le nombre de bureaux de poste concessionnaires dans les commerces à l'échelle du pays. La Société établira des partenariats avec des entreprises locales de vente au détail qui sont bien situées dans leurs collectivités et qui offrent d'autres avantages, comme des places de stationnement et des heures d'affaires prolongées. Grâce à ces partenariats, les Canadiens qui mènent une vie chargée pourront magasiner de plus en plus à un seul endroit. Postes Canada rationalisera également les bureaux de poste qu'elle exploite elle-même.

Rationalisation des opérations : Les changements apportés aux opérations internes permettront de faire circuler plus efficacement les colis et le courrier du réseau de traitement jusqu'au client. Ces changements s'appuient sur la technologie (comme l'équipement de tri informatisé plus rapide) et la consolidation (comme le traitement du courrier et des colis à un emplacement centralisé). De plus, un plus grand nombre de facteurs conduiront des véhicules à faible consommation d'essence et pourront livrer les colis aussi bien que le courrier. L'amélioration des opérations assurera une livraison plus rentable et plus fiable aux Canadiens, ainsi que de meilleures capacités de suivi des colis.

Solutions auxs coûts de main-d'œuvre : Les coûts actuels de Postes Canada liés à la main-d'œuvre créent une structure beaucoup plus coûteuse que celle de ses concurrents. Cette situation n'est tout simplement pas viable. La Société continuera d'aligner ses coûts de main-d'œuvre sur ceux de ses concurrents, grâce à l'attrition et par la négociation collective au fil des ans. Postes Canada prendra également les mesures nécessaires pour régler définitivement les problèmes qui touchent la viabilité de son régime de retraite. Un effectif plus petit permettra à Postes Canada d'être une entreprise plus flexible et concurrentielle, capable de s'adapter rapidement à un marché en constante évolution.

Ces initiatives aideront la Société à mieux répondre aux besoins émergents des Canadiens, tout en respectant son mandat de demeurer autonome sur le plan financier et d'éviter de devenir un fardeau pour les contribuables. Par exemple, si la livraison du courrier aux boîtes postales communautaires offre commodité et sécurité, elle coûte aussi beaucoup moins cher que la livraison à domicile. Les bureaux de poste concessionnaires procurent des avantages additionnels aux clients et de nouvelles occasions aux petites entreprises qui cherchent à accroître leurs activités, mais leur exploitation est beaucoup moins coûteuse que celle des bureaux de poste exploités par la Société.

La réduction des coûts profitera également aux clients. Des coûts moindres permettront à Postes Canada de maintenir un service de haut calibre, à des prix raisonnables. Le renforcement du réseau de bureaux de poste au moyen de bureaux de poste concessionnaires procure une commodité accrue aux clients à des coûts moindres, tout en offrant des possibilités aux petites entreprises d'attirer de nouveaux clients.

C'est une période excitante tant pour Postes Canada que pour le pays qu'elle dessert avec fierté. L'entreprise se dirige vers l'avenir en lançant un nouveau système postal conçu pour servir les Canadiens. Il offrira de nouvelles possibilités aux entreprises et aux secteurs qui sont en train de redéfinir la manière dont ils établissent des liens avec les clients et dont ils répondent à leurs besoins. Dans la nouvelle ère, les clients seront au premier plan grâce à des opérations rationalisées et un effectif plus flexible. Postes Canada est prête à affronter les défis à venir.

Voici Postes Canada comme vous ne l'aviez jamais vue.

1. Boîtes postales communautaires

Plan

Les communications numériques ont complètement changé la façon dont les Canadiens utilisent le courrier. Afin de répondre à l'évolution des besoins de ses clients, Postes Canada élargira l'utilisation d'une méthode de livraison plus sécurisée, pratique et économique. Cette méthode constitue une meilleure solution pour le traitement des articles commandés en ligne.

Alors que le nombre de factures et de relevés que les Canadiens reçoivent par la poste décroît rapidement, les communications numériques permettent également aux Canadiens d'acheter ou de demander en ligne des articles plus sensibles ou de plus grande valeur qu'auparavant. Pensons aux documents émis par le gouvernement, aux suppléments pour la santé et aux médicaments ou à des produits de détail, tous des articles qui ne peuvent être livrés par voie électronique. Il est important de pouvoir livrer ce type d'articles dans un endroit verrouillé, sécurisé et facile d'accès. Les boîtes postales communautaires répondent bien à ce besoin.

Sur une période de cinq ans qui débutera tard en 2014, Postes Canada convertira aux boîtes postales communautaires le mode de livraison des ménages qui reçoivent la livraison à la porte.

Cette initiative touchera environ le tiers des ménages canadiens, en majorité dans les régions urbaines.

Cette initiative touchera environ le tiers des ménages canadiens, en majorité dans les régions urbaines.

Les autres ménages canadiens, soit les deux tiers restants, reçoivent déjà leur courrier et leurs colis dans une boîte postale communautaire, une boîte postale multiple ou une boîte aux lettres rurale en bordure du chemin. Cette initiative n'entraînera aucun changement pour ces quelque 10 millions de ménages. De même, de nombreuses entreprises continueront de recevoir la livraison à la porte.

Pourquoi ce changement est nécessaire

Les Canadiens communiquent et magasinent davantage en ligne, mais ils ne sont bien souvent pas à la maison durant le jour pour vérifier s'ils ont reçu dans leur boîte aux lettres des articles sensibles comme on en commande de plus en plus par la poste, tels que des pièces d'identité, des cartes de crédit ou des médicaments d'ordonnance.

Les boîtes postales communautaires représentent la solution optimale. Elles offrent la sécurité dont les Canadiens ont besoin et la commodité qu'ils recherchent :

- Les boîtes postales communautaires sont situées près de la maison.
- Les compartiments à courrier sont verrouillés et seules les clés fournies à l'adresse correspondante permettent de les ouvrir.
- Les résidants peuvent avoir l'esprit tranquille lorsqu'ils s'absentent, parce que leur courrier ne s'accumulera pas devant leur porte, ni dans une boîte aux lettres déverrouillée.
- Les boîtes postales communautaires sont accessibles en tout temps et les résidants peuvent y ramasser leur courrier ou leurs colis au moment qui leur convient.
- Chaque boîte postale communautaire comporte des compartiments à colis verrouillés, ce qui facilite le magasinage en ligne pour les Canadiens qui craignent d'avoir du mal à récupérer leur colis s'ils ne sont pas à la maison au moment de la livraison.

Postes Canada livre le courrier de millions de Canadiens dans des boîtes postales communautaires depuis trois décennies. De fait, la grande majorité des nouveaux quartiers résidentiels construits au cours de cette période reçoivent le courrier dans des boîtes postales communautaires. Par différents modes de rétroaction, les Canadiens ont indiqué qu'ils sont globalement satisfaits de ce service et qu'ils comprennent bien les avantages de sécurité et de commodité que les boîtes postales communautaires présentent.

Le coût est un autre facteur qui motive cette initiative visant les boîtes postales communautaires. Face au déclin irréversible du courrier, Postes Canada doit maîtriser ses coûts plus que jamais afin de pouvoir continuer d'offrir un service de haut calibre à des tarifs concurrentiels. La livraison à domicile est beaucoup plus coûteuse que la livraison à une boîte postale communautaire.

Les Canadiens nous ont dit qu'ils sont satisfaits de ce service et qu'ils comprennent bien les avantages de sécurité et de commodité que les boîtes postales communautaires présentent.

La conversion aux boîtes postales communautaires non seulement permettra à Postes Canada d'offrir aux Canadiens la sécurité et la commodité dont ils ont besoin, mais cette initiative renforcera la position de Postes Canada ainsi que l'économie numérique dans laquelle elle évolue.

Voici à quoi les clients peuvent s'attendre

Au cours des cinq prochaines années, Postes Canada convertira aux boîtes postales communautaires le mode de livraison des cinq millions de ménages canadiens qui reçoivent actuellement la livraison à domicile. On annoncera dans un avenir rapproché, une fois que les plans de cette étape initiale auront été mis au point, quels quartiers seront d'abord convertis.

Les conversions de cette ampleur nécessitent plusieurs étapes. Postes Canada s'engage à tenir les collectivités bien informées à chaque étape et à offrir une expérience positive à sa clientèle. Postes Canada vient de conclure une discussion importante avec les Canadiens au sujet de leurs besoins en matière de services postaux, maintenant et à l'avenir.

Postes Canada poursuivra son dialogue avec les Canadiens. Elle communiquera avec tous les clients visés tout au long du processus, afin de les tenir au courant et de les préparer en vue de la transition.

Comme elle le fait depuis trois décennies, Postes Canada travaillera étroitement avec les municipalités afin de trouver des emplacements appropriés pour l'installation de boîtes postales communautaires. Ces emplacements sont choisis en fonction de plusieurs facteurs, tels que la sécurité, l'accessibilité et la proximité des adresses desservies.

En matière d'installation et d'utilisation de boîtes postales communautaires, Postes Canada est l'une des organisations postales les plus expérimentées au monde. Elle tirera profit de ce savoir-faire pour assurer une transition éclairée qui se déroulera en douceur et de façon transparente.

Incidence pour Postes Canada

Cette initiative est essentielle à la capacité de Postes Canada d'offrir aux Canadiens les services dont ils ont besoin et qu'ils recherchent aujourd'hui et pour l'avenir. Elle renforcera la capacité unique de Postes Canada à titre de facilitateur de l'économie numérique du Canada en offrant des solutions de livraison sécurisées, pratiques et fiables pour les articles commandés en ligne. Cette initiative aura un effet crucial sur la capacité de Postes Canada d'assurer son autonomie financière et l'aidera à éviter de devenir un fardeau pour les contribuables :

En matière d'installation et d'utilisation de boîtes postales communautaires, Postes Canada est l'une des organisations postales les plus expérimentées au monde.

- La conversion aux boîtes postales communautaires, une fois entièrement mise en œuvre, réduira les coûts annuels de Postes Canada davantage que toute autre initiative prévue dans ce plan.
- La plupart des économies réalisées en éliminant la livraison à domicile découleront de la réduction du nombre d'employés nécessaire à la livraison.
- La réduction en personnel sera gérée conformément aux conventions collectives, y compris les dispositions sur la sécurité d'emploi. Les postes qui seront éliminés le seront en grande partie par attrition, car des milliers d'employés s'apprêtent à prendre leur retraite au cours des cinq prochaines années.

2. Nouvelle approche de tarification

Plan

Face au déclin rapide des volumes de courrier Poste-lettres et à la multiplication des solutions de rechange numériques, Postes Canada adopte une nouvelle structure tarifaire pour les lettres postées à l'intérieur du Canada. La nouvelle structure tarifaire marquera le lancement d'une approche plus commerciale à l'avantage de ceux qui utilisent le plus le courrier et qui est mieux adaptée au coût réel du service fourni à diverses clientèles.

La nouvelle structure tarifaire marquera le lancement d'une approche plus commerciale à l'avantage de ceux qui utilisent le plus le courrier et qui est mieux adaptée au coût réel du service fourni à diverses clientèles.

Le 31 mars 2014, Postes Canada prévoit lancer une structure de tarification progressive des timbres-poste.

- De nouveaux tarifs seront en vigueur pour les clients qui achètent des timbres en carnets ou en rouleaux, ce qui représente 98 % des ventes réalisées dans cette catégorie. Ainsi, le prix d'un timbre passera de 0,63 $ (actuellement) à 0,85 $ pour les lettres pesant jusqu'à 30 g postées à l'intérieur du Canada.
- Les entreprises qui utilisent les machines à affranchir bénéficieront d'un nouveau tarif commercial réduit de 0,75 $ (par lettre pesant jusqu'à 30 g).
- Pour les expéditeurs qui préparent le courrier de façon à en réduire le coût de traitement (selon le service Poste-lettres à tarifs préférentiels), ils continueront de bénéficier de tarifs plus bas que les tarifs proposés de 0,75 $ pour un envoi affranchi à la machine pesant jusqu'à 30 g.
- Les timbres vendus à l'unité coûteront chacun 1,00 $, une augmentation par rapport au tarif actuel de 0,63 $. Postes Canada estime qu'à peine 2 % des volumes de timbres sont vendus à l'unité. La grande majorité des achats de timbres se feront au tarif de 0,85 $ qui sera offert à l'achat minimal d'un carnet ou d'un rouleau.
- Avec l'approche de tarification progressive, la plupart des clients vont payer entre 15 et environ 30 % de moins que le prix d'un timbre à l'unité.

Les tarifs du courrier Poste-lettres surdimensionné, à destination des États-Unis et du régime international ainsi que ceux du courrier pesant plus de 30 g seront également majorés et correspondront généralement aux niveaux tarifaires nouvellement établis. Cependant, contrairement à ce qui sera en vigueur pour les lettres de moins de 30 g à l'intérieur du Canada, il n'y aura pas de tarif différencié pour les timbres vendus en carnets ou en rouleaux pour ces produits.

Les tarifs des colis et du courrier publicitaire avec ou sans adresse ne sont pas visés par l'augmentation des tarifs Poste-lettres.

Pourquoi ce changement est nécessaire

La tarification progressive est une approche nouvelle à Postes Canada qui témoigne de la nouvelle réalité de la baisse rapide des volumes de courrier ainsi que de la nécessité d'établir les tarifs Poste-lettres en fonction du coût réel du service fourni à diverses clientèles.

La Société comprend pourquoi les Canadiens, y compris certains de ses plus gros clients, communiquent de façon numérique : cela va plus vite et coûte généralement moins cher. De fait, le service postel[MC] de Postes Canada appuie ce mouvement en offrant aux clients une boîte aux lettres numérique permettant la communication électronique entre entreprises et consommateurs. Il ne fait aucun doute que les communications numériques vont prendre de plus en plus de place à mesure que les technologies continuent d'évoluer; le prix des timbres ne changera pas cette réalité.

Cependant, la communication numérique n'a pas entièrement remplacé la communication sur papier. Le service Poste-lettres a toujours un rôle important, un rôle parfois crucial, dans certains secteurs du pays et en certaines occasions pour les consommateurs canadiens :

Le service Poste-lettres a toujours un rôle important, un rôle parfois crucial, dans certains secteurs.

- Certains articles peuvent être commandés en ligne mais ne peuvent pas être livrés par voie électronique; on n'a qu'à penser aux documents d'identité (cartes d'assurance-maladie, permis de conduire, cartes de crédit, preuves de transactions). À mesure que se multiplieront les solutions sécurisées de communication numérique, le nombre de ces articles qui seront livrés par la poste augmentera.
- Les petites entreprises ont encore besoin du courrier pour effectuer certaines de leurs principales fonctions administratives, comme l'envoi de factures et la réception de paiements de leurs clients. Cette réalité pourrait changer à l'avenir lorsqu'un plus grand nombre d'entreprises auront adopté les communications numériques. Pour le moment et à court terme, cependant, le courrier demeure vital pour les petites entreprises tout comme les petites entreprises sont vitales pour l'économie du Canada.
- Les occasions spéciales continuent de susciter des besoins importants pour l'affranchissement d'articles tels que des cartes de Noël, des invitations de mariage et des faire-part de naissance. Le numérique n'a pas encore remplacé la capacité qu'a le papier de transmettre des émotions.

Il est important pour Postes Canada de reconnaître la valeur des clients qui expédient de grands volumes de courrier, de même que les coûts inférieurs de les desservir. Il est moins coûteux de produire et de vendre un carnet de timbres que de produire et de vendre huit ou dix timbres à l'unité. Les clients reconnaîtront un modèle de tarification qui tient compte des coûts du service fourni et qui correspond davantage à l'approche « achetez-en plus et économisez ». C'est un modèle qui s'applique à l'achat d'un grand nombre d'autres biens tels que les titres de transport et les abonnements à des magazines.

Les réductions importantes que Postes Canada continue d'accorder aux clients du service Poste-lettres à tarifs préférentiels encourageront un plus grand nombre d'entreprises à préparer leurs envois de manière à faciliter et à accélérer le tri. Cette façon de procéder réduit considérablement les coûts de traitement. Les réductions que Postes Canada offre aussi aux entreprises et à d'autres organismes qui utilisent les machines à affranchir pourront lui permettre d'augmenter ses revenus et de réaliser des économies de coûts.

Les changements structurels qui touchent la Poste-lettres contribuent également au besoin d'ajuster la tarification des timbres-poste. Le Canada, avec son vaste territoire et la faible densité de sa population, a l'une des structures de coûts les plus imposantes de toutes les administrations postales des pays industrialisés pour le traitement et la livraison des lettres. Cependant, le prix des timbres n'a pas suivi le taux d'inflation. Vu le mouvement irréversible en faveur des communications numériques, les volumes du service Poste-lettres diminuent à un rythme plus rapide. Entre-temps, le nombre d'adresses que doit desservir Postes Canada continue d'augmenter année après année : depuis le début de 2007, ce nombre a augmenté de 845 000 adresses. Moins de courrier, plus d'adresses : le nombre d'articles de courrier transactionnel (factures et relevés) par adresse a diminué de près de 24 %.

Ajuster le prix des timbres en fonction du coût de livraison du courrier partout au pays, tout en offrant aux clients des tarifs raisonnables et des réductions à l'utilisation, sera un élément important dans l'avenir de Postes Canada. Même avec cette majoration, les tarifs d'affranchissement réduits du Canada demeureront très concurrentiels par rapport à ceux des pays industrialisés comparables.

Voici à quoi les clients peuvent s'attendre

Postes Canada reconnaît que cette initiative entraînera des coûts additionnels pour les Canadiens et notamment pour les petites entreprises et les organisations sans but lucratif. En comprenant que le fait d'avoir à composer avec une augmentation de coût représente un défi, l'entreprise réaffirme son engagement à remplir ses obligations de politique publique en maintenant les tarifs d'affranchissement à un taux raisonnable. Même avec ces changements, expédier une lettre n'importe où au Canada continuera de coûter moins cher que le prix d'une tasse de café.

Pour un ménage canadien représentatif, le nouveau modèle tarifaire n'aura qu'un faible impact. Postes Canada estime qu'un ménage moyen achète de 12 à 24 timbres par année; l'augmentation représentera donc moins de 5 $ en coûts annuels par ménage.

Ajuster le prix des timbres en fonction du coût de livraison du courrier partout au pays, tout en offrant aux clients des tarifs raisonnables et des réductions à l'utilisation, sera un élément important dans l'avenir de Postes Canada.

Dans le cas des petites entreprises, qui achètent en moyenne moins de 250 timbres par année, l'augmentation représentera moins de 55 $ par année, en supposant qu'elles profiteront des réductions pour l'achat en quantités.

Les petites et moyennes entreprises qui utilisent les machines à affranchir pour traiter leur courrier achètent en moyenne l'équivalent de 1 800 timbres par année. Pour ces clients, les coûts additionnels seront d'environ 200 $ par année.

Aux entreprises qui sont de gros expéditeurs de courrier, Postes Canada continuera d'offrir des tarifs réduits en vertu du service Poste-lettres à tarifs préférentiels. Ces réductions sont offertes aux clients commerciaux qui préparent leur courrier selon les normes de Postes Canada de manière à rendre le traitement plus facile et plus rapide. La nouvelle tarification du service Poste-lettres à tarifs préférentiels sera calculée à partir du nouveau tarif de base réduit lié aux machines à affranchir, soit 0,75 $ par article.

La date d'entrée en vigueur des changements proposés sera le 31 mars 2014 au terme du processus réglementaire et à la suite d'une période de transition.

Afin de contribuer à minimiser l'effet de majorations tarifaires successives du service Poste-lettres, le tarif de base des lettres du régime intérieur sera offert à 0,63 $ jusqu'au 31 mars, plutôt qu'au tarif réglementé majoré à 0,65 $ en janvier 2014 selon le plan de tarification quinquennal entré en vigueur en 2010. Les autres tarifs Poste-lettres et des lettres à destination des États-Unis et du régime international seront maintenus eux aussi aux niveaux de 2013 au cours de la même période.

Les Canadiens qui possèdent déjà des timbres Permanents[MC] pourront continuer de les utiliser sans nécessiter d'autre affranchissement. Cependant, la vente de nouveaux timbres Permanents sera suspendue jusqu'à ce que la transition soit complétée avec succès.

Incidence pour Postes Canada

Cette initiative aidera Postes Canada de plusieurs manières à se transformer et à devenir plus forte :

- L'entreprise pourra mieux reconnaître la valeur que représentent les clients qui vont continuer de compter sur le courrier et les coûts inférieurs des achats en quantités.
- Postes Canada sera en mesure d'offrir un service de haut calibre à des prix qui demeureront raisonnables pour les clients.
- Elle aidera à contrer les baisses des revenus provenant du courrier, contribuant à l'autonomie financière de la Société et évitant ainsi qu'elle ne devienne un fardeau pour les contribuables.

Processus réglementaire

La tarification du service Poste-lettres est soumise à un processus d'approbation réglementaire du gouvernement du Canada. Ce processus prévoit que l'ensemble des mesures tarifaires soit soumis au gouvernement pour publication préalable dans la Partie I de la *Gazette du Canada*, après quoi des observations peuvent être présentées pendant une période de 30 jours.

Les propositions de mesures tarifaires sont soumises à une série prévue d'examens et de contreparties liée aux modifications réglementaires. Ce processus devrait durer quelques mois.

3. Bureaux de poste concessionnaires

Plan

Avec près de 6 400 comptoirs postaux (au 31 décembre 2012), Postes Canada possède le plus vaste réseau de vente au détail au Canada, dépassant le nombre de restaurants Tim Hortons et McDonald pris ensemble. Le nombre de personnes qui commencent à magasiner en ligne a augmenté ces dernières années, et Postes Canada reconnaît que son réseau de vente au détail joue un rôle clé pour offrir aux Canadiens les services améliorés de livraison des colis qu'ils recherchent pour leurs achats en ligne. Grâce à la disponibilité d'un plus grand nombre d'emplacements où ils peuvent ramasser ou retourner leurs colis, surtout dans les régions rurales et du Nord, Postes Canada aide les Canadiens à magasiner en ligne en toute confiance.

Pour faciliter le magasinage en ligne et offrir aux Canadiens davantage des services postaux qu'ils recherchent de plus en plus, Postes Canada prévoit optimiser son réseau de vente au détail grâce à l'utilisation accrue de bureaux de poste concessionnaires. Ces bureaux concessionnaires sont un ajout pratique à l'intérieur d'un autre commerce et sont situés à un endroit où les gens du quartier magasinent déjà. Postes Canada cherchera à former des partenariats avec des entreprises de vente au détail dans toutes les régions du pays qui pourraient bénéficier de l'ajout de services postaux et de colis dans leurs magasins.

Le nombre de personnes qui magasinent en ligne a augmenté, et Postes Canada reconnaît que son réseau de vente au détail joue un rôle clé pour offrir aux Canadiens les services améliorés de livraison qu'ils recherchent.

Postes Canada rationalisera également son réseau traditionnel de bureaux de poste de la Société. Certains de ces bureaux sont situés dans des emplacements qui ne conviennent plus aux clients. L'entreprise cherchera à apporter des ajustements là où l'achalandage le justifie. Ainsi, à la suite de cet examen, on pourrait par exemple revoir les heures d'ouverture, réduire les stocks ou installer des armoires à colis ou des bornes automatisées en libre-service.

Des solutions autres que des bureaux de poste, comme des bornes ou des détaillants de timbres-poste, seront également mises à l'essai à des endroits pratiques afin de contribuer à agrandir le réseau.

Tous les changements se conformeront aux exigences du *Protocole du service postal canadien* et respecteront le moratoire sur la fermeture de bureaux de poste dans les régions rurales.

Pourquoi ce changement est nécessaire

Postes Canada a été à l'écoute des Canadiens à propos des services qu'ils souhaitent obtenir à leur bureau de poste. Ils ont indiqué qu'ils sont de plus en plus à l'aise à magasiner en ligne et le font avec une plus grande confiance, et ont l'intention de le faire encore davantage à l'avenir. Avoir le choix entre plusieurs options pour le ramassage et le retour des colis, au besoin, est important pour eux. Le fait d'avoir accès à des bureaux de poste situés à des endroits pratiques répond à ce besoin de plusieurs manières :

- pour les colis trop gros pour les compartiments des boîtes postales communautaires;
- pour les articles de valeur qui requièrent une signature;
- pour les articles vulnérables qui doivent être entreposés à la température ambiante;
- pour les clients qui souhaitent ramasser leurs colis près de leur lieu de travail;
- pour un cadeau surprise à l'intention d'un membre de la famille qui habite sous le même toit.

Cependant, le renforcement du réseau de vente au détail de Postes Canada n'est pas simplement une question d'ajout de bureaux de poste concessionnaires. Il s'agit surtout d'**améliorer la commodité** des bureaux de poste. Les bureaux de poste concessionnaires peuvent offrir le même haut niveau de service qu'un bureau de poste de la Société, mais ils présentent également des avantages appréciés des clients. Dans bien des cas, ces bureaux proposent des heures d'ouverture prolongées la semaine et sont ouverts pendant les fins de semaine. La plupart offrent davantage de places de stationnement. Bien entendu, ils sont situés dans des magasins, des centres commerciaux ou des mails qui offrent aussi d'autres produits de détail. Les Canadiens déjà très occupés peuvent ainsi épargner du temps en effectuant une plus grande partie de leur magasinage au même endroit et en un seul déplacement.

Le renforcement du réseau de vente au détail de Postes Canada n'est pas simplement une question d'ajout de bureaux concessionnaires. Il s'agit surtout d'améliorer la commodité des bureaux de poste.

En revanche, les emplacements de bien des bureaux de poste de la Société ont été choisis il y a plusieurs décennies, alors que les habitudes d'utilisation du courrier étaient différentes, que la réalité démographique des collectivités n'était pas la même qu'aujourd'hui. Avant l'ère numérique, les bureaux de poste étaient une destination très fréquentée par beaucoup de Canadiens. Cette réalité justifiait la présence d'un magasin postal n'offrant pas d'autres types de produits de détail. Aujourd'hui, un grand nombre de ces emplacements ne sont plus pratiques et l'achalandage a considérablement diminué. De fait, dans la plupart des cas, les bureaux de poste de la Société ne génèrent pas assez de revenus pour couvrir leurs propres coûts et encore moins couvrir les coûts du tri, du transport et de la livraison du courrier entre ces endroits peu achalandés.

Les bureaux de poste concessionnaires coûtent moins cher à exploiter. Environ 60 % des bureaux de poste sont détenus et exploités par la Société, mais ils génèrent moins de la moitié des revenus du réseau de vente au détail. Renforcer le réseau de Postes Canada par l'ajout de bureaux concessionnaires permettra à la Société de mieux servir ses clients tout en maîtrisant ses coûts. En outre, ces bureaux soutiennent les petites entreprises dont le commerce est hôte du bureau de poste concessionnaire. Dans de nombreuses petites collectivités, Postes Canada a souvent entendu, lors de ses consultations sur l'avenir des services postaux, qu'une papeterie ou un dépanneur achalandé, qui exploite un bureau de poste, est préférable à un bureau de poste de la Société vide.

Voici à quoi les clients peuvent s'attendre

Alors que certaines administrations postales dans le monde commencent à peine à s'intéresser au modèle de concession, Postes Canada possède 25 années d'expérience à cet égard. C'est pourquoi les Canadiens devraient profiter d'une transition en douceur.

Les Canadiens pourront magasiner en ligne plus facilement, sachant qu'ils pourront ramasser ou retourner leurs colis au bureau de poste le plus près si nécessaire. À mesure qu'un plus grand nombre de partenaires de Postes Canada offriront le service Livrer au bureau de poste^MC, plus de Canadiens pourront, au moment de passer leur commande en ligne, diriger leur colis vers le bureau de poste de leur choix. Un des plus gros détaillants en ligne du Canada est le plus récent détaillant à offrir ce service de Postes Canada.

Les Canadiens peuvent aussi s'attendre à avoir de plus en plus d'options pour obtenir des services postaux. Déjà, environ 15 000 détaillants de timbres-poste se trouvent notamment dans les épiceries, les boutiques de cadeaux et les dépanneurs locaux. De plus, Postes Canada continuera d'investir dans son bureau de poste virtuel, postescanada.ca, proposant un plus grand nombre de produits et services postaux en ligne et accordant ainsi aux clients la commodité d'un service postal en tout temps.

Cette initiative représente également une occasion d'affaires pour les propriétaires de petites entreprises, puisque la Société est à la recherche de nouveaux partenaires pouvant offrir des services postaux dans des magasins partout au pays. L'ajout de services postaux à l'offre de services d'un magasin peut en augmenter l'achalandage et favoriser les affaires locales. Postes Canada poursuivra ainsi sa longue tradition de soutien aux petites entreprises dans les collectivités du Canada.

Le vaste réseau de vente au détail de Postes Canada représente une des plus grandes forces de l'entreprise ainsi qu'un avantage concurrentiel indéniable.

Le *Protocole du service postal canadien*, adopté en 2009, maintient le moratoire sur la fermeture des bureaux de poste dans les régions rurales. À l'heure actuelle, plus de 3 700 bureaux de poste desservent les régions rurales, ce qui représente environ 60 % du réseau de vente au détail. Malgré tout, certains bureaux de poste ruraux peu achalandés, tout comme certains bureaux de poste urbains peu achalandés, peuvent être mieux adaptés à l'achalandage qu'ils génèrent. Les changements pourraient inclure notamment :

- le réalignement des heures d'ouverture;
- l'ajustement des stocks, par exemple des pièces commémoratives et des produits philatéliques spécialisés (lesquels seront cependant toujours offerts à postescanada.ca);
- la réorganisation de l'espace afin de permettre aux employés d'effectuer d'autres tâches lorsqu'ils ne servent pas les clients et ajustement de l'effectif en fonction de l'achalandage;
- l'installation de compartiments à colis sécurisés permettant aux clients de récupérer leurs colis sans avoir à attendre en file durant les périodes de pointe.

Incidence pour Postes Canada

Le vaste réseau de vente au détail de Postes Canada représente une des plus grandes forces de l'entreprise ainsi qu'un avantage concurrentiel indéniable. L'optimisation du réseau par l'ajout de bureaux concessionnaires et par des ajustements dans certains bureaux exploités par la Société en fonction des niveaux d'achalandage permettra à Postes Canada de renforcer son secteur d'activité Colis, et donc de fournir des services postaux à des coûts raisonnables.

Incidences de la politique

Postes Canada continuera à respecter ses obligations de service établies dans le *Protocole du service postal canadien* adopté en 2009. Parmi ces obligations, on compte le respect du moratoire sur la fermeture des bureaux de poste dans les régions rurales et le fait de veiller à ce que 98 % des Canadiens vivent dans un rayon de 15 km d'un bureau de poste, 88 %, dans un rayon de 5 km, et 78 %, dans un rayon de 2,5 km.

4. Rationalisation des opérations

Plan

Les Canadiens optent de plus en plus pour la commodité de magasiner, de communiquer et de gérer leurs factures en ligne; ce faisant, ils transforment radicalement le flot de courrier, qui compte moins de lettres et plus de colis.

Des décennies de croissance des volumes Poste-lettres ont poussé Postes Canada à bâtir et entretenir un réseau capable de trier les milliards de lettres mises à la poste chaque année à l'intention des Canadiens. Pendant de nombreuses années, la quantité de courrier destiné à des adresses locales était suffisamment élevée pour qu'il soit tout à fait logique de le trier à la main pour livraison à l'intérieur de la collectivité. Ce n'est plus le cas.

La croissance soutenue des volumes de courrier a rapidement laissé la place à des chutes spectaculaires, alors que les gens ont adopté les solutions numériques plutôt que le courrier. La situation au Canada n'était pas différente de celle des autres pays. Dans son rapport publié en 2012, l'International Post Corporation a indiqué que parmi les 32 administrations postales qui représentent 90 % des volumes de courrier mondiaux, les volumes ont chuté de 15 % pour la période allant de 2006 à 2011.

Postes Canada se prépare depuis plusieurs années à un avenir comportant moins de lettres et plus de colis. Dès 2010, Postes Canada a lancé un ambitieux plan d'investissement visant à remplacer son infrastructure de traitement vieillissante et ses méthodes de livraison par des approches plus modernes et plus économiques fondées sur l'utilisation des technologies.

Face au déclin des volumes Poste-lettres, Postes Canada est bien positionnée pour profiter de son nouvel équipement afin de consolider ses opérations de tri du courrier et de distribution à la grandeur de son réseau.

L'équipement de tri en place aujourd'hui est extraordinairement rapide et précis : il permet un tri séquentiel du courrier en fonction du trajet du personnel de livraison pour chaque itinéraire. En ce qui concerne la livraison, cet investissement a donné lieu à un changement de cap vers la motorisation. Dans de nombreux secteurs urbains, plutôt que des facteurs qui effectuent tous les matins leurs itinéraires à pied, des facteurs quittent leur poste au volant d'une camionnette à faible consommation de carburant et qui contient le courrier et les colis qu'ils doivent livrer le long de leur itinéraire. Le regroupement des lettres et des colis dans un seul véhicule de livraison offre une meilleure expérience au client destinataire, surtout dans le secteur des colis, à des coûts beaucoup plus bas pour la Société.

À mesure que les volumes de courrier Poste-lettres continuent de diminuer, Postes Canada est bien positionnée pour profiter de son nouvel équipement afin de consolider ses opérations de tri du courrier et de distribution à la grandeur de son réseau.

Les cibles d'économies de coûts annuelles associées à ces investissements sont déjà dépassées, grâce en grande partie à l'attrition. Postes Canada s'attend à dépasser les économies visées de 250 millions de dollars par année à l'état final en 2017.

Postes Canada continuera de miser sur ces investissements, ce qui réduira encore davantage les coûts de traitement du courrier. Elle pourra ainsi mieux servir le marché croissant des colis et offrir aux Canadiens les services dont ils auront besoin à l'avenir.

La baisse des volumes Poste-lettres exige que Postes Canada poursuive ses efforts de consolidation du traitement dans les principaux établissements. Cela accroîtra l'utilisation de l'équipement ultrarapide et économique de traitement automatisé du courrier, ce qui créera des occasions de rationaliser le réseau d'établissements.

En raison du déclin rapide du courrier personnel à l'échelle locale, et du déplacement des envois commerciaux principalement entre les grands centres, la Société continuera également d'éliminer le système de boîtes jumelées qui obligeait les clients à déposer le courrier local dans une boîte aux lettres publiques et le courrier destiné à d'autres endroits dans une autre boîte. Au lieu de ce système, on utilisera de plus en plus une boîte aux lettres unique pour toutes les destinations; ainsi, tout le courrier sera dirigé vers un grand établissement pour être trié. Ce changement a été mis en œuvre avec succès dans plus de 100 collectivités en 2013.

Postes Canada prévoit continuer de transformer ses opérations. Cette transformation comportera la réduction du nombre d'heures nécessaires à l'exploitation de son réseau de traitement, mais avec peu d'effet sur le service, en plus de renforcer sa position de chef de file dans le marché de la livraison des colis d'entreprise à consommateur.

À maintes et maintes reprises, Postes Canada a adapté ses opérations afin de répondre aux besoins changeants des clients qu'elle dessert.

Pourquoi ce changement est nécessaire

Postes Canada n'a jamais cessé de transformer ses opérations depuis ses débuts, il y a plus de deux siècles. À maintes et maintes reprises, elle a adapté ses opérations afin de répondre aux besoins changeants des clients qu'elle dessert – de l'adoption des codes postaux à la mise en œuvre de nouveaux moyens de transport.

Aujourd'hui, la transformation vise la transition du courrier aux colis et d'une position de monopole à celle d'un marché où s'exerce une concurrence féroce.

La popularité du magasinage en ligne fait augmenter les volumes de colis, et ce, de manière constante et importante. La valeur des biens que les Canadiens ont commandés pour livraison à domicile en 2012 a atteint 9 milliards de dollars, soit un milliard de plus que l'année précédente. Ce sont des colis de toutes sortes qui circulent dans les établissements, notamment des articles qui requièrent absolument une livraison rapide et précise, qu'il s'agisse de produits de santé ou alimentaires, ou encore d'animaux vivants comme des abeilles ou des poussins. Avec la mondialisation, plus de colis arrivent au Canada et ils doivent être traités selon les mêmes normes élevées.

La nature même du marché fortement concurrentiel de la livraison des colis est un autre facteur justifiant la transformation des opérations. Postes Canada doit continuer de gagner des clients et de les fidéliser grâce à la qualité et à la fiabilité de son service. Sur le marché de la livraison des colis d'entreprise à consommateur, cela suppose l'offre d'un service de livraison rapide, fiable et pratique, d'excellentes options de repérage et des tarifs raisonnables.

Voici à quoi les clients peuvent s'attendre

Les clients peuvent s'attendre à ce que les changements opérationnels maintiennent des normes élevées de livraison des envois Poste-lettres et entraînent une amélioration constante de l'expérience de livraison des colis. Au-delà de ces améliorations, les changements au réseau de traitement auront une incidence minimale sur le service offert aux Canadiens.

Postes Canada a déjà commencé à lancer de nouveaux services qui s'appuient sur les améliorations réalisées grâce à sa transformation opérationnelle. Par exemple :

- Le programme pilote Livré ce soir[MC], lancé en septembre 2013 dans la région du Grand Toronto, et qui se déroulera jusqu'en février 2014, permet aux clients de commander des articles au plus tard dans l'après-midi et de les recevoir entre 17 h 30 et 21 h le soir même. Prennent part au projet pilote certains des cyberdétaillants les plus populaires du Canada : Best Buy, Future Shop, Indigo, Mastermind Toys et Walmart.ca.
- Le service Livrer au bureau de poste[MC] permet aux clients de faire acheminer leurs achats en ligne au bureau de poste de leur choix s'ils jugent qu'il est plus pratique pour eux d'y ramasser leurs articles.
- Des efforts collaboratifs avec des fournisseurs de solutions en cybercommerce permettent d'améliorer le processus d'achat en ligne transfrontalier, renseignant les cyberacheteurs canadiens sur les calendriers d'expédition et les tarifs en dollars canadiens et leur fournissant des numéros de repérage avant même de passer à la caisse.

Les clients peuvent s'attendre à ce que les changements opérationnels maintiennent des normes élevées de livraison des envois Poste-lettres et entraînent une amélioration constante de l'expérience de livraison des colis.

Ces types d'améliorations apportées aux services axés sur les clients ne sont que la première étape. Vu sa position de leader au pays pour ce qui est de la livraison des colis d'entreprise à consommateur, Postes Canada entend tirer pleinement profit de ce rôle.

Incidence pour Postes Canada

La rationalisation des opérations aidera Postes Canada à faire concurrence sur le marché des colis marqué par une très forte concurrence et dont les activités se déroulent à un rythme rapide. Cette initiative permettra également à Postes Canada de miser sur sa position de leadership : déjà, les clients préfèrent faire affaire avec Postes Canada pour la livraison des colis d'entreprise à consommateur, et ce, dans une proportion de deux contre un par rapport à son concurrent le plus proche.

De plus, rationaliser les opérations permettra à la Société de réduire ses coûts. Postes Canada s'attend déjà à dépasser les économies prévues de 250 millions de dollars par année à l'état final d'ici 2017, alors qu'elle complète les investissements et effectue les changements qui ont débuté en 2010. Ces investissements seront maximisés davantage afin de réaliser d'autres économies dans l'ensemble du réseau.

Les importantes économies de coûts que cette initiative crée sont non seulement essentielles à la viabilité financière de Postes Canada, mais elles lui permettront aussi de continuer à offrir à ses clients un service de haut calibre, à des prix raisonnables.

5. Main-d'œuvre

Plan

Postes Canada est prête à poursuivre les initiatives qui veilleront à ce qu'elle soit en mesure de répondre aux besoins futurs des Canadiens. Cependant, elle est bien consciente que le succès dépendra de sa capacité à régler la question des coûts de main-d'œuvre à l'échelle de l'entreprise.

La santé future de l'entreprise repose sur sa capacité, dans la mesure du possible, à offrir des prix compétitifs et à faire preuve de flexibilité dans ses opérations, ce qui est essentiel dans un monde de plus en plus numérique et sur le marché très concurrentiel des colis. Les coûts de Postes Canada liés à la main-d'œuvre sont plus élevés que ceux de ses concurrents, situation qui n'est plus viable. L'harmonisation des coûts de main-d'œuvre pour refléter les changements apportés à l'entreprise est par conséquent cruciale pour sa réussite future.

L'harmonisation des coûts de main-d'œuvre pour refléter les changements apportés à l'entreprise est cruciale pour sa réussite future.

L'âge moyen des employés actuellement au service de Postes Canada est de 48 ans, et elle s'attend à ce que près de 15 000 employés prennent leur retraite ou quittent l'entreprise au cours des cinq prochaines années. Pour Postes Canada, cette situation offre une occasion unique de réduire ses effectifs. La mise en œuvre des changements indiqués dans ce plan permettra à Postes Canada de profiter de cette attrition. Bien que la livraison à toutes les adresses canadiennes demeure une activité à forte main-d'œuvre, Postes Canada s'attend à continuer de réduire ses effectifs syndiqués d'au moins 10 % au cours des 10 prochaines années. En outre, elle prévoit réduire le nombre d'employés cadres et non syndiqués en fonction des changements qui toucheront ses opérations et son personnel syndiqué. Postes Canada a déjà réduit les postes cadres de 18 % depuis 2008.

Postes Canada respecte le processus de négociation collective. Ce plan ne contient aucun changement imminent ni unilatéral dans des secteurs qui font traditionnellement l'objet d'une négociation collective. En fait, Postes Canada a adopté un principe directeur dans son approche de négociation, soit de renforcer la compétitivité et la viabilité de l'entreprise, tout en cherchant du même coup à limiter l'incidence de tout changement sur ses employés actuels.

C'est dans cet esprit que l'entreprise continuera de travailler avec ses syndicats, en étant convaincue qu'une Société concurrentielle et viable est à l'avantage de ses employés actifs et retraités. De fait, Postes Canada doit être concurrentielle et viable pour pouvoir continuer d'offrir des emplois, de verser des salaires et des prestations, et de financer le régime de retraite sur lequel les employés comptent, tout en respectant sa responsabilité envers tout déficit du régime.

Dans ce contexte, la Société abordera les futures rondes de négociations collectives avec l'intention de bâtir sur les économies de coûts réalisées lors de la plus récente ronde de négociations avec son plus important syndicat, le Syndicat des travailleurs et travailleuses des postes (STTP). L'objectif de Postes Canada pendant toutes les négociations collectives est de régler définitivement la question de l'instabilité du régime de retraite, de mieux harmoniser ses coûts avec ceux de ses concurrents et d'améliorer la flexibilité opérationnelle. Cette transformation a fait l'objet d'efforts soutenus à Postes Canada, un énorme pas en avant ayant été fait lors des négociations avec le STTP en 2011. Elle se poursuivra durant les rondes à venir avec tous les agents négociateurs, jusqu'à ce que l'entreprise atteigne une base plus viable pour ses résultats financiers.

Afin d'améliorer la viabilité financière de l'entreprise et de réduire l'écart entre ses coûts de main-d'œuvre et productivité et ceux de ses concurrents, la Société proposera certains changements dans des domaines précis au cours des prochaines rondes de négociations collectives. Ces domaines comprennent notamment :

- les pensions et les avantages sociaux;
- la rémunération du temps non travaillé;
- les salaires;
- l'élimination des règles qui nuisent à la compétitivité;
- la nécessité d'obtenir une plus grande flexibilité permettant à l'entreprise de mieux commercialiser ses produits et de réagir aux forces du marché.

Postes Canada poursuivra également ses efforts visant à régler définitivement la question de la viabilité de son régime de retraite.

En aidant l'entreprise à réaliser les progrès nécessaires dans ces domaines, les employés contribueront de façon significative au succès de ce plan d'action et à celui de la Société. Même après la mise en œuvre de ces mesures, les employés continueront d'effectuer un travail de grande valeur pour lequel ils seront bien rémunérés comparativement à d'autres employés qui font un travail semblable dans d'autres secteurs de l'industrie.

Postes Canada poursuivra également ses efforts visant à régler définitivement la question de la viabilité de son régime de retraite. Là encore, l'entreprise déploiera tous les efforts nécessaires pour réussir à rendre le régime viable en travaillant de façon respectueuse avec ses syndicats, tout en reconnaissant qu'il y a urgence d'en arriver à des résultats concrets. Au cours des dernières années, la Société a déjà négocié et mis en œuvre plusieurs changements :

- Le régime de retraite à prestations déterminées est fermé depuis janvier 2010 à l'égard des nouveaux employés non syndiqués. Ils sont maintenant admissibles à un régime à cotisations déterminées.
- La plus récente convention collective conclue avec le STTP a augmenté de cinq ans l'âge d'admissibilité à une pension non réduite pour les nouveaux employés, de manière à passer de l'âge de 60 ans (ou 55 ans avec 30 années de service) à 65 ans (ou 60 ans avec 30 années de service).
- Les cotisations des employés au régime ont augmenté, se rapprochant d'un partage des coûts de 50/50 avec la Société.

Les employés de Postes Canada comprennent bien que le statu quo n'est pas possible dans un monde en constante évolution. C'est pourquoi Postes Canada poursuivra son dialogue continu avec les employés. La diffusion de son plan de transformation aura comme objectif de leur expliquer le rôle qu'ils pourront jouer pour que Postes Canada devienne une entreprise davantage axée sur la clientèle.

Pourquoi ce changement est nécessaire

Les attentes des Canadiens à l'égard du système postal changent du tout au tout. Cette situation exige des changements tout aussi appréciables en ce qui concerne la taille, la structure et l'orientation de Postes Canada. Pour assurer le succès à l'avenir, il faudra un effectif plus petit, des salaires et avantages plus concurrentiels ainsi qu'une flexibilité accrue permettant d'offrir les types de services que les clients recherchent et dont ils ont besoin.

Incidence pour Postes Canada

Postes Canada gérera ce changement dans son effectif conformément aux conventions collectives et par attrition, dans la mesure du possible, car des milliers d'employés prendront leur retraite au cours des prochaines années. L'allégement des paiements de solvabilité pour le régime de retraite permettra à la Société de transformer ses activités, tout en ajustant le régime pour en assurer la viabilité à l'avenir.

Options futures à l'étude

Postes Canada assure la livraison du courrier aux adresses résidentielles et commerciales du lundi au vendredi depuis plus de 40 ans. Cette attente est bien précisée dans le *Protocole du service postal canadien*.

Lors des consultations menées sur une période de cinq mois plus tôt cette année auprès de la population canadienne, les clients résidentiels ont souvent indiqué qu'ils accepteraient la réduction du service de livraison à domicile à une fréquence inférieure à cinq jours par semaine ou encore l'assouplissement des normes de rendement (vitesse de livraison). Bien que ces options puissent engendrer d'importantes économies de coûts pour Postes Canada, la réduction de la fréquence pourrait accélérer le déclin des volumes de courrier et causer par le fait même l'érosion des revenus.

À mesure que la Société progressera dans la mise en œuvre des changements prévus dans ce plan, elle déterminera la meilleure approche globale pour réduire davantage les coûts de son réseau.

Cependant, lors des mêmes consultations, en très grande majorité, les petites entreprises ont insisté sur l'importance de la livraison quotidienne et à temps. Elles comptent sur la livraison quotidienne en vue de maintenir leurs rentrées de fonds et ainsi assurer leur viabilité. Elles comptent aussi sur la livraison quotidienne pour livrer leurs envois publicitaires un jour précis de la semaine, afin de coïncider avec des offres de courte durée. Pour les petites entreprises, le service Médiaposte[MC] demeure une des façons les plus efficaces de communiquer avec leur clientèle. Et même pour certaines d'entre elles, c'est la seule forme de publicité qu'elles ont les moyens de s'offrir.

Les petites entreprises sont toujours le moteur économique du Canada. Ainsi, pour l'instant, Postes Canada maintient la livraison quotidienne des envois Poste-lettres et des colis ainsi que ses normes actuelles de livraison.

À mesure que la Société progressera dans la mise en œuvre des changements prévus dans ce plan, elle déterminera la meilleure approche globale pour réduire davantage les coûts de son réseau. L'entreprise surveillera les volumes et les usages du courrier pour déterminer si un changement de la fréquence ou des normes de livraison est indiqué et à quel moment.

Des changements de cette nature nécessiteraient des modifications au *Protocole du service postal canadien*.

À propos de l'allégement de la capitalisation du régime de retraite

Le Régime de retraite de Postes Canada (le Régime) est l'un des plus importants offerts par un employeur unique au Canada, ses actifs s'élevant à environ 17 milliards de dollars à leur juste valeur de marché. Au 31 décembre 2012, le Régime est entièrement capitalisé sur le plan de la continuité, ce qui indique qu'il est actuellement en mesure de verser toutes les prestations à mesure qu'elles deviennent payables. Cependant, le Régime accuse un déficit sur le plan de la solvabilité qui, calculé en fonction de la valeur du marché, se chiffre à environ 6,5 milliards de dollars au 31 décembre 2012. Normalement, les déficits de solvabilité sont réduits au cours d'une période de cinq ans au moyen de paiements spéciaux.

L'allégement temporaire permet à Postes Canada de disposer d'un court laps de temps au cours duquel elle pourra s'employer à sa transformation.

Le gouvernement du Canada a informé Postes Canada de son intention d'accorder un allégement temporaire qui la dispense de l'obligation d'effectuer des paiements spéciaux, y compris des paiements de solvabilité. L'allégement temporaire permet à Postes Canada de disposer d'un court laps de temps au cours duquel elle pourra s'employer à sa transformation. Durant cette période, Postes Canada travaillera aussi à restructurer rapidement le Régime afin d'assurer sa viabilité à long terme.

Des régimes de retraite à l'échelle du pays ont du mal à composer avec l'évolution démographique et les réalités économiques qui ne peuvent plus être gérées uniquement au moyen des rendements des placements. Les taux d'intérêt à long terme chroniquement bas et le simple fait que les gens sont en meilleure santé et qu'ils vivent plus longtemps à la retraite exercent d'énormes pressions sur les régimes de retraite qui ont été conçus il y a des décennies et dans des circonstances différentes.

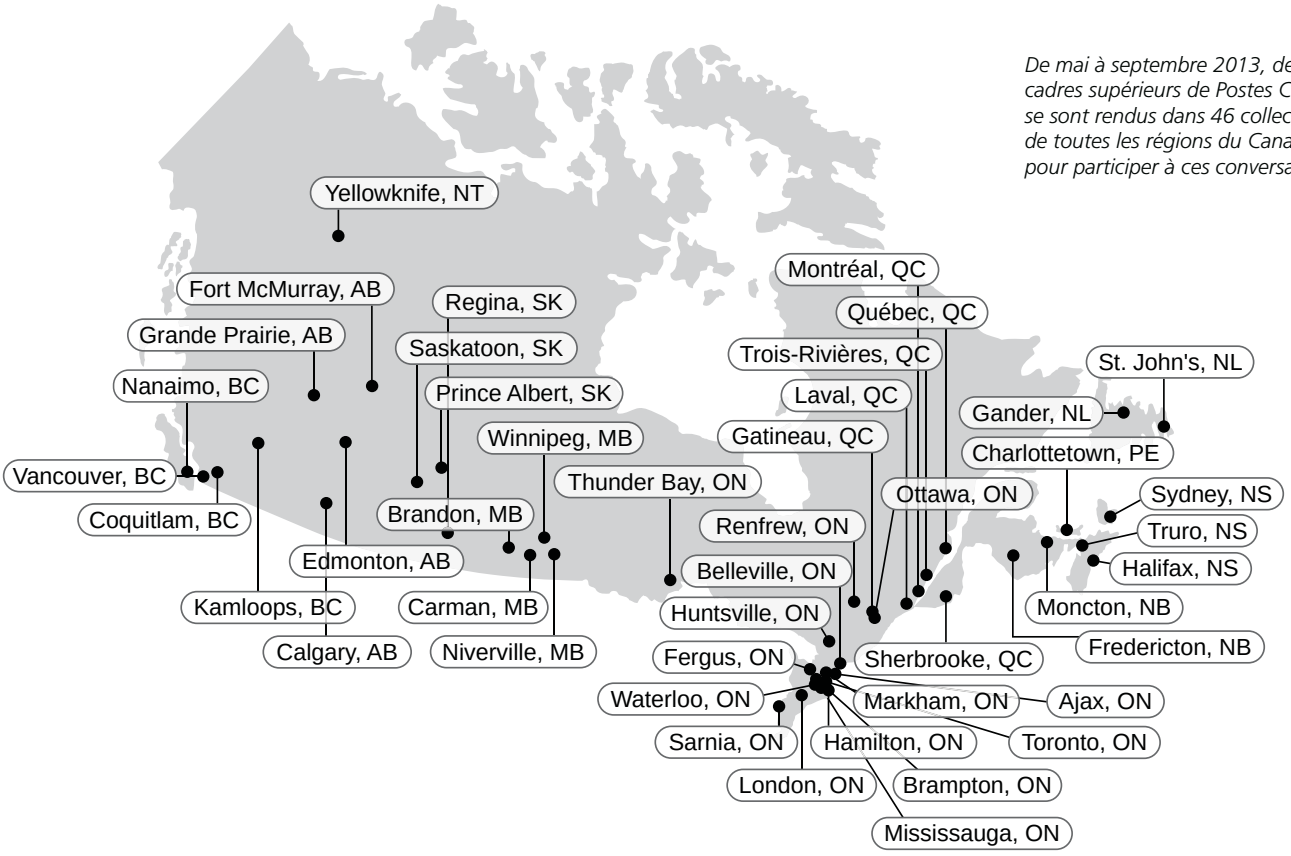
Notre consultation auprès des Canadiens

Les Canadiens se rendent bien compte que leurs choix entraînent des changements importants quant à leurs besoins en matière de services postaux.

Dans l'étude intitulée *L'avenir du service postal au Canada* qu'il a publiée en avril 2013, Le Conference Board du Canada a indiqué que selon ses projections, Postes Canada pourrait perdre environ un milliard de dollars par année d'ici 2020.

En mai 2013, Postes Canada a entamé une conversation de cinq mois avec les Canadiens au sujet de leurs besoins en matière de services postaux, maintenant et à l'avenir. Afin de favoriser un dialogue informé, Postes Canada a invité un échantillon représentatif de Canadiens à discuter directement avec ses cadres supérieurs. De la mi-mai jusqu'en septembre 2013, ces cadres supérieurs se sont déplacés dans 46 collectivités à l'échelle du Canada afin d'avoir ces conversations. Postes Canada a également invité les Canadiens à s'exprimer en ligne et par écrit et des milliers d'entre eux l'ont fait.

Les Canadiens se rendent bien compte que leurs choix entraînent des changements importants quant à leurs besoins en matière de services postaux. En tant que consommateurs, leur utilisation des services postaux est passée d'un recours considérable au service Poste-lettres à un besoin accru pour un service de livraison de colis. Les Canadiens magasinent de plus en plus en ligne et commandent davantage d'articles; ils perçoivent les boîtes postales communautaires comme un moyen sûr et pratique de recevoir leurs colis. Ils constatent également la valeur des envois publicitaires à l'échelle locale.



De mai à septembre 2013, des cadres supérieurs de Postes Canada se sont rendus dans 46 collectivités de toutes les régions du Canada pour participer à ces conversations.

Dans le cadre de ces consultations, les participants ont dit qu'ils appuieraient fortement :

- le passage aux boîtes postales communautaires pour le tiers des adresses canadiennes bénéficiant aujourd'hui de la livraison à domicile, dont la plupart se situent dans des secteurs urbains;
- l'emploi accru des bureaux de poste concessionnaires, qu'ils jugent plus pratiques de par leur emplacement, en plus d'offrir un service de qualité égale ou supérieure à celui offert dans les bureaux de poste de la Société;
- le maintien de la présence postale dans les régions rurales canadiennes en tant que lien essentiel avec le reste du pays.

Les Canadiens ont aussi dit qu'ils accepteraient, dans les limites du raisonnable, des tarifs plus élevés pour les timbres-poste, comme la plupart des ménages canadiens postent rarement des lettres. Ils accepteraient une réduction de la vitesse de livraison pour les articles Poste-lettres, à condition que le rendement en matière de livraison soit fiable, ainsi que la livraison un jour sur deux pour le courrier, mais pas pour les colis.

Cependant, les petites et moyennes entreprises continuent de compter énormément sur la livraison quotidienne du courrier pour l'envoi de leurs factures et la réception d'une source constante de paiements par chèques postés. Elles ont aussi besoin d'un service de livraison quotidienne des envois publicitaires à l'échelle locale et à délais convenus de manière efficace. De plus, elles ont fait savoir qu'une majoration tarifaire importante pour les timbres accélérerait probablement leurs efforts en vue du passage à la facturation et aux paiements par voies électroniques.

Enfin, les Canadiens s'attendent à ce que Postes Canada règle ses problèmes de façon décisive et évite de devenir un fardeau pour les contribuables. Postes Canada tient à remercier tous ceux et celles qui ont pris le temps de lui faire part de leurs points de vue et de lui transmettre leurs commentaires.

Un rapport intitulé *Notre consultation auprès des Canadiens* résume les résultats de cette consultation de cinq mois. Ce rapport est accessible en ligne à l'adresse postescanada.ca.

Livré ce soir[MC], Livrer au bureau de poste[MC], Médiaposte[MC], Permanent[MC] et Poste-lettres[MC] sont des marques de commerce de la Société canadienne des postes.

ANNEXE B – ÉTABLISSEMENTS D'ENTREPRISE ET LOGEMENTS PRIVÉS DANS L'AGGLOMÉRATION

Établissements d'entreprises et logements privés dans l'agglomération de Montréal

Note : Le tableau permet d'estimer le nombre de logements privés qui seraient visés par la cessation de livraison postale à domicile en retirant du nombre total de logements, les logements situés dans les bâtiments qui ont une entrée collective où le courrier est livré, comme les immeubles à appartements et les condominiums

	Logements privés				
Arrondissements et villes liées	**Tous les logements privés***	**Logements dans les bâtiments à entrées collectives****	**Logements hors bâtiments à entrées collectives****	**Tous les établissements d'entreprises*****	**Total**
Ville de Montréal	813 819	185 656	628 163	49 130	677 293
Ahuntsic — Cartierville	61 077	9 957	51 120	3 667	54 787
Anjou	19 806	4 703	15 103	1 552	16 655
Côte-des-Neiges — Notre-Dame-de-Grâce	80 775	25 110	55 665	4 055	59 720
Lachine	19 834	4 444	15 390	1 153	16 543
LaSalle	34 426	5 515	28 911	1 518	30 429
Le Plateau-Mont-Royal	62 740	18 911	43 829	3 825	47 654
Le Sud-Ouest	39 324	7 677	31 647	2 252	33 899
L'Île-Bizard — Sainte-Geneviève	6 927	464	6 463	468	6 931
Mercier — Hochelaga-Maisonneuve	69 512	7 924	61 588	2 432	64 020
Montréal-Nord	37 809	3 024	34 785	1 388	36 173
Outremont	10 102	3 118	6 984	857	7 841
Pierrefonds — Roxboro	25 801	5 759	20 042	1 035	21 077
Rivière-des-Prairies — Pointe-aux-Trembles	43 792	7 304	36 488	2 053	38 541
Rosemont — La Petite-Patrie	74 891	9 735	65 156	2 885	68 041
Saint-Laurent	37 798	16 835	20 963	4 796	25 759
Saint-Léonard	31 896	2 302	29 594	2 182	31 776
Verdun	34 783	13 786	20 997	1 177	22 174
Ville-Marie	54 949	34 642	20 307	9 050	29 357
Villeray — Saint-Michel — Parc-Extension	67 577	4 446	63 131	2 785	65 916
Autres villes	93 574	21 588	71 986	10 471	82 457
Baie d'Urfé	1 423	46	1 377	181	1 558
Beaconsfield	6 811	186	6 625	446	7 071
Côte Saint-Luc	14 302	8 177	6 125	953	7 078
Dollard-des-Ormeaux	17 355	2 198	15 157	1 155	16 312
Dorval	8 433	2 256	6 177	1 182	7 359
Hampstead	2 656	299	2 357	392	2 749
Kirkland	6 921	463	6 458	683	7 141
L'île-Dorval	59		59	1	60
Montréal-Est	1 784	131	1 653	240	1 893
Montréal-Ouest	1 929	-	1 929	174	2 103
Mont-Royal	7 391	1 812	5 579	1 640	7 219
Pointe-Claire	12 482	2 408	10 074	1 526	11 600
Sainte-Anne-de-Bellevue	2 202	159	2 043	156	2 199
Senneville	374	-	374	36	410
Westmount	9 452	3 453	5 999	1 706	7 705
Total pour l'agglomération de Montréal	**907 393**	**207 244**	**700 149**	**59 601**	**759 750**

* Comprend tous les logements privés (occupés ou vacants) lors du recensement de 2011. Les logements collectifs (maisons de chambres, CHSLD, pensionnats, etc.) sont exclus de cette compilation.

** Les bâtiments à entrées collectives sont estimés à partir des unités d'évaluation foncière dont la catégorie immeubles est le multilogis de 12 logements et plus ainsi que la catégorie des ensembles immobiliers.

*** L'établissement est constitué par une usine, un magasin, un bureau, un siège social, un dépôt, etc., situé à une adresse déterminée. Il n'a pas de statut juridique. L'établissement appartient à une seule entreprise, mais une entreprise peut compter plusieurs établissements.

Source : Statistique Canada, Recensement de 2011 et Registre des entreprises, décembre 2012 et Ville de Montréal, extrait du Rôle d'évaluation foncière 2014 (sept. 2013).
Compilation et adaptation : *Montréal en statistiques* , Division de la planification urbaine, D.U.-S.M.V.T. - mai 2014.