



10 janvier 2020

Redonner vie à nos grandes artères commerciales

Mémoire présenté à la Commission sur le développement économique et urbain de l'habitation de la Ville de Montréal dans le cadre des consultations publiques sur les locaux vacants sur les artères commerciales

Renaud Brossard

Fédération canadienne des contribuables

Table des matières

À Propos de la Fédération canadienne des contribuables	3
Problématique	4
Le Rôle de la Fiscalité dans la revitalisation des artères commerciales montréalaises	5
Sur les effets pervers d'une taxe sur les locaux vacants	7

À propos de la Fédération canadienne des contribuables



Fédération canadienne des contribuables

501 - 2201 11th Ave
Regina, SK S4P 0J8

Renaud Brossard,
Directeur Québec

514-743-2883
rbrossard@contribuables.ca

La Fédération canadienne des contribuables (FCC) est un organisme à but non-lucratif, non-partisan, de défense des citoyens, qui lutte pour moins d'impôts, moins de gaspillage et plus d'imputabilité au gouvernement. La FCC a été fondée en Saskatchewan en 1990 lorsque l'*Association of Saskatchewan Taxpayers* et la *Resolution One Association of Alberta* ont joint leurs forces afin de créer une association nationale de défense des contribuables. Aujourd'hui, la FCC a plus de 225 000 supporters à travers le pays.

La FCC a un bureau fédéral à Ottawa, ainsi que des bureaux régionaux en Colombie-Britannique, en Alberta, dans les Prairies (SK et MB), en Ontario, au Québec et dans le Canada Atlantique (NB, PE, NS et NL). Les bureaux régionaux de la FCC font de la recherche et des activités en lien avec leur mission de défense des contribuables de leurs régions, en plus de leur rôle de représentants locaux d'initiatives pancanadiennes.

Les bureaux régionaux de la FCC font des centaines d'entrevues à chaque mois, tiennent des conférences de presse et émettent régulièrement des communiqués de presse, lettres d'opinion et autres publications au nom de tous les supporters de la FCC. La publication phare de la FCC, le magazine *The Taxpayer* (en anglais seulement) est publié quatre fois par année. Les courriels *Info-action* sont envoyés au fur et à mesure que des enjeux font surface. Les bureaux de la FCC envoient aussi des commentaires semi-hebdomadaires à plus de 800 médias et personnalités publiques dans l'ensemble du pays.

Chaque contribuable canadien supportant la mission de la Fédération canadienne des contribuables **peut, gratuitement, devenir l'un de nos sympathisants** en s'inscrivant à notre liste d'envoi **Info-action**. **Les sympathisants ayant fait un don** peuvent aussi recevoir notre publication phare, le **magazine *The Taxpayer*** (en anglais), publié 4 fois par an.

La Fédération canadienne des contribuables est un organisme indépendant, sans affiliation institutionnelle ou partisane. Il est prohibé pour ses employés et membres du conseil d'administration d'être membres de partis politiques. En 2018-2019, la **Fédération a amassé 5,1 millions de dollars grâce à 30 507 dons**. Les dons effectués à la FCC ne sont pas déductibles d'impôt.

Problématique

Autrefois l'un des symboles de la vitalité de la Ville, les grandes artères commerciales montréalaises se sont vidées au cours des dernières années. Sur Saint-Hubert, autrefois l'une des principales artères commerciales de la ville, près d'un local commercial sur six est vacant. Au Centre-Ville, c'est plus d'un sur cinq. Sur Saint-Denis, on en est presque à un sur quatre.¹

La dévitalisation des artères commerciales montréalaises a un impact sur la vie de chaque strate de la société montréalaise. Pour les commerçants, la fermeture de commerces avoisinants représente une diminution de l'achalandage commercial dans le quartier. Pour les citoyens, la perte de commerces de proximité et de destinations commerciales en Ville signifie une perte de qualité de vie.

Si les locaux commerciaux se vident sur les grandes artères commerciales montréalaises, c'est parce que la rentabilité n'est pas au rendez-vous. Au fil des ans, la croissance des revenus potentiels dans ces locaux n'a pas su accoter l'accroissement des dépenses, érodant la rentabilité potentielle des locaux. Les domaines d'actions possibles pour l'administration municipale auront donc un impact sur l'une de deux catégories : les revenus des commerces ou les dépenses des commerces.

Sur le plan des revenus, les actions de l'administration municipale se voient être limitées aux actions sur l'accessibilité des commerces. Si la Ville a diminué les inconvénients causés par les nécessaires travaux de voirie ces dernières années, en combinant les travaux routiers aux travaux d'aqueduc lorsque possible, la nécessaire remise à niveau des infrastructures montréalaises laisse néanmoins entrevoir un frein à l'accessibilité des commerces sur une période s'étendant entre le moyen et le long terme.

Les programmes provinciaux et fédéraux de réfection des ponts et infrastructures autoroutières majeures de la métropole constituent un autre obstacle inévitable à l'accessibilité des commerces pour les citoyens des diverses couronnes de banlieue de la Ville. Bien que les travaux des gouvernements municipal, provincial et fédéral soient nécessaires, il est important de reconnaître l'impact qu'ils ont sur l'accessibilité des commerces de la Ville, et donc sur leurs revenus.

Nous devons reconnaître que, bien qu'imparfaites, les actions de la Ville pour mitiger certains des problèmes occasionnés par ce blitz de travaux ont permis de sauver bon nombre de commerces, et d'amenuiser l'impact sur les revenus commerciaux. Bien que des améliorations puissent être possible, nous considérons que les actions de la Ville pourraient mieux répondre aux demandes des commerçants et des Montréalais et Montréalaises en s'attaquant aux dépenses commerciales sous le contrôle direct de l'administration municipale, soit la fiscalité.

¹ <https://www.journaledemontreal.com/2019/11/20/22-des-commerces-inoccupes>

Le rôle de la fiscalité dans la revitalisation des artères commerciales montréalaises

Le problème d'accessibilité causé par la remise à niveau des infrastructures de transports de la grande région de Montréal ne touche pas que les commerces situés directement sur les sites des travaux, mais bien l'ensemble des destinations commerciales de la Ville de Montréal. Tandis que les commerçants doivent composer avec une diminution de l'accessibilité à leurs commerces, ils se trouvent aussi soumis aux taxes commerciales les plus élevées au pays. Autrement dit, les actions des divers paliers de gouvernements diminuent leurs revenus et augmentent leurs dépenses. On comprend donc le rôle qu'ont joué les administrations publiques dans les déboires de bon nombre de petits commerces.

Un rapport du Groupe Altus² a évalué les taxes commerciales en vigueur dans les grandes villes canadiennes, et Montréal trône au sommet avec une facture moyenne de 37,977\$ pour chaque tranche de 1 000\$ de valeur foncière non-résidentielle. La moyenne nationale, quant à elle, atteint un niveau beaucoup plus raisonnable de 24,229\$ pour chaque tranche de 1 000\$ de valeur foncière non-résidentielle. Non seulement les taxes commerciales montréalaises sont elles les plus élevées au pays, mais leur écart à la normale est particulièrement élevé, atteignant 56,74 pour cent.

Cette facture fiscale élevée touche tous les commerçants montréalais, et il est clair qu'ils en vivent l'impact chaque jour. L'administration municipale montréalaise a mandaté la firme Segma Recherche afin de sonder les commerçants quant aux mesures que la Ville devrait privilégier afin de lutter contre la problématique des locaux commerciaux vacants. L'option privilégiée par les commerçants était la réduction du fardeau fiscal municipal, avec 25 pour cent³ des répondants l'identifiant comme la première action à privilégier. S'ils le demandent tant, c'est justement parce que ces taxes représentent une grande source de dépenses pour eux et sont sous le contrôle direct de l'administration municipale.

Ville	Taxes foncières commerciales payées pour chaque tranche de 1 000\$ d'évaluation foncière
Montréal	37,977\$
Québec	34,823\$
Halifax	34,320\$
Ottawa	27,010\$
Winnipeg	24,196\$
Toronto	22,768\$
Calgary	22,022\$
Edmonton	21,850\$
Regina	16,971\$
Saskatoon	15,251\$
Vancouver	9,329\$
MOYENNE :	24,229\$

Source : Groupe Altus

En réduisant les dépenses fiscales des commerçants, la Ville permettrait de réduire le seuil de rentabilité des locaux commerciaux montréalais, réduisant ainsi le nombre de fermeture de commerces. Et aidant à revitaliser nos artères commerciales de manière durable.

Ces deux dernières années, la Ville a pris l'approche de créer deux paliers d'imposition différents afin d'aider les commerçants montréalais. Tel qu'il a été annoncé dans le dernier budget municipal⁴, les premiers 625 000\$ d'évaluation foncière non-résidentielle seront soumis à un niveau de taxation 12,5 pour cent moins élevé que le taux régulier en vigueur. Bien que cette mesure permette d'aider certains commerçants, elle offre une aide minimale aux commerçants sur les grandes artères montréalaises et introduit une iniquité favorisant les commerces des quartiers excentrés aux dépens des commerces des quartiers centraux.

² <https://www.altusgroup.com/services/resources/reports/canadian-property-tax-rate-benchmark-report-2019/>

³ http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/COMMISSIONS_PERM_V2_FR/MEDIA/DOCUMENTS/DOC_SEGMA_VACANT_20191126.PDF

⁴ https://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/page/service_fin_fr/media/documents/budget_2020_pti_2020_2022_fr.pdf

Parmi les secteurs commerciaux qui affichent l'un des plus importants déclinés à Montréal, l'on retrouve le Centre-Ville, où le taux de vacance atteint aujourd'hui 22,3 pour cent, en hausse de 4,6 points de pourcentage depuis 2015⁵. Cette hausse du taux de vacance est particulièrement préoccupante considérant que le secteur compte notamment les rues Sainte-Catherine et Crescent, qui contribuent à faire la renommée internationale de Montréal. Lorsque l'on sait que la valeur moyenne d'un bâtiment sur la rue Sainte-Catherine tourne autour de 26 millions de dollars⁶, il est clair que l'application d'un rabais sur les premiers 625 000\$ de valeur foncière a un impact peu significatif sur les locaux commerciaux qui s'y trouvent. Or, ces commerçants aussi demandent un peu de souffle à la Ville.

Bien que la situation au Centre-Ville y soit la plus aberrante, elle est vécue à un moindre niveau par les commerçants des quartiers centraux, tels ceux de la rue Saint-Denis, du Plateau Mont-Royal, et de Griffintown, où les valeurs foncières tendent à être plus élevées. Pour ceux-ci, l'addition d'un nouveau palier fiscal offre une aide relativement faible par rapport aux commerçants des quartiers excentrés, où la valeur foncière est moindre. Si les besoins de revitalisation sont grands dans les artères commerciales des quartiers excentrés, telles les Promenades Sainte-Catherine et Ontario dans Hochelaga, ou encore la Plaza Monk dans Ville-Émard, les besoins sont tout aussi grands dans les artères des quartiers centraux. En créant deux paliers distincts, l'administration municipale crée effectivement une situation inéquitable où les commerçants des quartiers excentrés se voient favorisés par rapport aux commerçants des quartiers centraux, bien que les besoins en répit fiscal y soient les mêmes.

Pour ces raisons, nous recommandons à la Ville de soumettre un plan de réduction du fardeau fiscal commercial, en se donnant pour objectif de redescendre à la moyenne nationale, dans l'optique d'aider l'ensemble des commerçants de la Ville de Montréal, où qu'ils soient, à rester en affaires afin que les Montréalais et Montréalaises puissent à nouveau pleinement profiter d'artères commerciales dynamiques, locales et variées.

⁵ <https://www.journaldemontreal.com/2019/11/20/22-des-commerces-inoccupes>

⁶ <https://www.altusgroup.com/services/resources/reports/canadian-property-tax-rate-benchmark-report-2019/>

Sur les effets pervers d'une taxe sur les locaux vacants

Parmi les solutions étudiées par la Ville de Montréal afin de régler la problématique des locaux commerciaux vacants se trouve l'idée de créer une nouvelle taxe sur les locaux vacants afin d'inciter les propriétaires à trouver des locataires pour leurs locaux disponibles. Loin d'être une solution à la problématique des locaux vacants, nous n'y voyons rien de plus qu'une tentative, de la part d'une administration publique gourmande, d'aller chercher toujours plus d'argent pour assouvir son appétit fiscal.

Pour le propriétaire d'un immeuble à revenu, son habileté à faire fructifier son investissement dépend de deux facteurs directement reliés :

1. La hausse de la valeur de son bâtiment;
2. Le taux d'occupation de ses locaux.

Bien qu'il y ait des différences quant aux besoins de locataires résidentiels et commerciaux, les facteurs assurant la rentabilité des bâtiments pour les propriétaires demeurent les mêmes.

Un propriétaire d'immeuble à revenu, qu'il soit commercial ou non, a un niveau élevé de frais fixes à assumer, que ses locaux soient loués ou non. Il doit en payer les coûts fiscaux, l'entretien régulier et le chauffage, pour ne nommer que ceux-ci. Lorsqu'un local est vacant, certains autres coûts d'acquisition de locataires s'ajoutent à ceux-ci, notamment en frais de publicité et d'agent d'immeuble. Pour un propriétaire d'immeuble à revenu, chaque local vacant représente à la fois un revenu non réalisé, et un coût récurrent. Un propriétaire refusant de louer ses locaux perdrait non seulement un revenu annuel, mais devrait aussi essayer de lourds coûts associés à son investissement déficitaire.

Pour le propriétaire d'un immeuble à revenu, une part significative de la valeur marchande de son bâtiment provient du taux d'occupation et de la rentabilité de ses locaux, mise sous forme de valeur locative. Cela provient notamment du fait qu'une valeur locative élevée, via un taux d'occupation élevé, réduit le risque tant pour les acheteurs potentiels que pour les financiers potentiels, étant donné qu'un niveau stable de revenus y est déjà associé. En plus du fait qu'il dirait non à une source de revenus annuels stable et récurrente, permettant de couvrir ses frais fixes, un propriétaire refusant de louer ses locaux n'obtiendrait pas la pleine valeur marchande de son bâtiment, étant donné que cette valeur locative s'en trouverait diminuée.

Pour un propriétaire d'immeuble à revenu, tous les incitatifs, qu'ils soient au niveau des coûts et revenus potentiels récurrents, ou encore sur la base de la valeur de revente, décourageant déjà le maintien volontaire de locaux vacants. Y ajouter un autre incitatif, en créant une nouvelle taxe, ne changerait pas substantiellement les incitatifs existants, qui encouragent déjà la maximisation des locations. Lorsqu'une mesure de revenu supposément punitive n'a aucun impact punitif significatif, elle n'est rien de plus qu'une mesure de revenu.

Considérant l'impact insignifiant que cette mesure aurait sur l'incitatif de location, et donc sur la problématique des locaux commerciaux vacants, il est de notre avis que la Ville devrait rejeter la création de cette nouvelle taxe.