



**fccq** | Fédération des chambres  
de commerce du Québec

# CONSULTATION PUBLIQUE PORTANT SUR LE CONTROLE DES CIRCULAIRES

Mémoire déposé à la Ville de Montréal le 21 octobre 2019

## Table des matières

<b>Sommaire exécutif</b> .....	2
<b>Mise en contexte</b> .....	2
<b>1. Le modèle « opt-in » pour remplacer le « opt-out » ?</b> .....	3
<b>2. L'importance de préserver les médias écrits et de favoriser la publicité et l'achat local</b> .....	4
<b>3. Pour une économie circulaire du plastique</b> .....	5
<b>4. Améliorer la performance des centres de tri</b> .....	6
<b>5. Conclusion</b> .....	6

## AVANT-PROPOS

Grâce à son vaste réseau de plus de 130 chambres de commerce et de 1 100 entreprises établies au Québec, la Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ) représente plus de 50 000 entreprises exerçant leurs activités dans tous les secteurs de l'économie et sur l'ensemble du territoire québécois.

Considérée comme le plus important réseau de gens d'affaires et d'entreprises au Québec, la FCCQ est à la fois une fédération de chambres de commerce et une chambre de commerce provinciale. Elle défend les intérêts de ses membres au chapitre des politiques publiques, favorisant ainsi un environnement d'affaires innovant et concurrentiel, respectueux des principes de développement durable.

À ces fins, la FCCQ se fait un devoir de participer aux débats publics et de formuler des recommandations sur les enjeux politiques, économiques et sociaux qui font les manchettes de même que sur les enjeux qui préoccupent ses membres.

## SOMMAIRE EXÉCUTIF

Selon la FCCQ, le modèle « opt-in » ne peut pas venir remplacer le modèle en place, dit « opt-out ». Ce changement pourrait menacer sérieusement la viabilité de la distribution de circulaires, notamment le Publisac. La FCCQ souhaiterait plutôt voir la Ville de Montréal miser sur une modernisation du modèle « opt-out », afin d'en limiter les erreurs de distribution.

La FCCQ considère que les médias écrits sont des sources d'information locale essentielles au développement socioéconomique et à la vitalité démocratique du Québec. Sans le mécanisme de distribution des circulaires, plusieurs journaux devraient être distribués de porte-à-porte, ce qui ferait doubler ou tripler les coûts de distribution dans plusieurs cas. La survie de plusieurs quotidiens serait alors menacée, ce que déplore la FCCQ. Elle rappelle du même souffle que l'impact d'une décision de la Ville de Montréal sur ce modèle d'affaires pourrait avoir des incidences ailleurs au Québec. En outre, il importe de mentionner que le nombre de lecteurs pour les hebdomadaires locaux et régionaux demeure très élevé et stable.

Par ailleurs, une limitation de la distribution de masse des circulaires papier pourrait générer un transfert des budgets marketing vers des outils comme Facebook et Google, amenant une partie possiblement importante des investissements marketing actuellement dépensés localement vers l'étranger.

La FCCQ considère également que nous devons collectivement voir le défi du recyclage du plastique comme une opportunité économique, dans une philosophie d'économie circulaire. Par exemple, le Publisac désormais fabriqué à 100 % de plastique recyclé, sera toujours 100 % recyclable, ce qui représente un beau modèle d'économie circulaire.

Finalement, la FCCQ est d'avis qu'il est essentiel d'investir dans la modernisation et l'amélioration de la performance des centres de tri, de pair avec une meilleure sensibilisation du public aux pratiques adéquates en vigueur.

## MISE EN CONTEXTE

D'entrée de jeu, la FCCQ souhaite réitérer qu'elle souscrit totalement au principe de développement durable et qu'elle reconnaît l'importance de faire de réels efforts pour lutter contre les changements climatiques.

Il y a au sein de la population une préoccupation grandissante à l'égard de l'environnement, du réchauffement climatique et des enjeux qui y sont associés. Les questions du suremballage, du gaspillage alimentaire, des choix de consommation plus responsables, de l'économie circulaire et bien d'autres occupent une place de plus en plus importante dans le débat public. Ce mouvement rejoint les entreprises qui sont pressées d'y apporter une contribution tangible et rapide. Tout cela crée une dynamique qui est porteuse de changements. Mais, pour que cela fonctionne, il faut travailler à renforcer les synergies, les alliances stratégiques entre les producteurs et les consommateurs. Il faut trouver des lieux de rencontre où les ambitions et les contraintes des uns et des autres sont présentées avec le maximum d'objectivité.

C'est ce qui est en train de se produire. Partout au Québec, des initiatives émergent qui influencent le comportement des consommateurs. Les entreprises s'adaptent à ces mouvements, cherchant même souvent à

en faire un levier de croissance et de différenciation. Le consommateur exerce une influence de plus en plus perceptible : s'il décide qu'il cesse d'utiliser des pailles de plastique ou des contenants en styromousse, les producteurs vont rivaliser d'ingéniosité pour trouver des contenants alternatifs plus écologiques. Des investissements importants sont réalisés, tant dans les institutions publiques de recherche que dans les départements de R&D des entreprises, afin de mettre au point des produits d'emballage et des procédés de conservation plus conformes aux attentes d'un nombre grandissant de nos concitoyens à la cause environnementale.

Dans cette dynamique, les gouvernements sont incités à prendre différentes mesures pour répondre à ces préoccupations. En mai dernier, la Communauté métropolitaine de Montréal a tenu une consultation publique sur le Projet de modification du Plan métropolitain en gestion de matières résiduelles 2015-2020 à laquelle la FCCQ a participé.

La présente consultation publique de la Ville de Montréal porte spécifiquement sur les objets suivants :

1. Amender le règlement pour qu'une circulaire puisse seulement être déposée sur une propriété si le résidant l'accepte en affichant un logo représentant une circulaire entourée d'un cercle bleu;
2. Faire remplacer tout sac de plastique pour circulaire par un emballage qui n'a pas à être séparé du contenu pour être recyclé;
3. Appliquer fermement l'amende prévue quand une infraction est commise.

La FCCQ y participe pour faire valoir que la distribution de circulaires, notamment le Publisac, est un service utile, responsable et légitime qui doit être maintenu.

## 1. LE MODÈLE « OPT-IN » POUR REMPLACER LE « OPT-OUT » ?

Présentement, un autocollant apposé sur la boîte aux lettres, distribué par la municipalité ou par TC Transcontinental, permet au citoyen de signifier qu'il ne souhaite pas recevoir de circulaires ou de Publisac. Ce modèle est communément appelé « opt-out ». La Commission de la Ville de Montréal devra choisir entre recommander le maintien de ce modèle avec de possibles améliorations, ou recommander une nouvelle l'option, un modèle « opt-in », où un citoyen devra apposer un autocollant sur sa boîte aux lettres s'il souhaite recevoir un Publisac.

La FCCQ croit qu'un changement pour le système « opt-in » pourrait menacer sérieusement la viabilité de la distribution de circulaires. Non seulement le niveau de ressources nécessaires pour traiter les demandes sera bien plus grand pour l'entreprise, mais le total de circulaires distribuées chutera également drastiquement, ne serait-ce que si la demande est mal comprise par le public.

Par exemple, TC Transcontinental, l'entreprise qui distribue le Publisac, affirme recevoir en moyenne 111 plaintes par semaine en rapport au non-respect du pictogramme, ce qui signifie que le taux d'efficacité du respect du pictogramme se situe à environ 99 % chaque semaine. Certes, des améliorations et des corrections devront être apportées pour éviter que ce genre de scénario ne se perpétue pour les gens qui ne souhaitent pas recevoir de circulaires. À ce titre, l'entreprise TC Transcontinental s'est déjà engagée à rendre son système de « opt-out » plus efficace et à corriger les erreurs dans la distribution.

Afin de limiter les erreurs et d'éviter les surplus de production, il est également fortement recommandé d'appeler directement l'entreprise TC Transcontinental pour se désabonner du Publisac. Cette option doit être mieux communiquée au public, puisqu'elle permet à l'entreprise de produire un nombre de Publisac mieux adapté à la demande réelle. L'utilisation du pictogramme à elle seule permet certes d'éviter de recevoir le Publisac, mais ne permet pas d'en réduire la production à la source.

De plus, la synthèse des recherches publiée par la Ville de Montréal, dans le cadre de cette consultation, nous révèle qu'il n'existe pas de précédent de modèle « opt-in » ayant réussi à s'implanter avec succès, ailleurs dans les autres villes. Bien que cette solution soit régulièrement envisagée un peu partout, celle-ci fait face à des défis réglementaires et légaux importants, en lien avec la liberté d'expression. En effet, la Ville de Halifax, qui a considéré cette option, a conclu qu'elle ne respecterait pas la liberté d'expression des distributeurs. La Ville de San Francisco est arrivée à la même conclusion pour différentes solutions ayant été évaluées afin de diminuer

la quantité de circulaires distribuées<sup>1</sup>. Ainsi, il n'existe aucun cas recensé de ville ayant adopté durablement ce système, pour le moment. **La FCCQ recommande à la Ville de Montréal de miser sur une modernisation du modèle « opt-out », afin d'en limiter les erreurs de distribution, plutôt que sur l'adoption d'un nouveau modèle de type « opt-in ».** Des sondages ont démontré d'ailleurs que l'intérêt du public pour ce mode favorise le modèle « opt-out. »

## 2. L'IMPORTANCE DE PRÉSERVER LES MÉDIAS ÉCRITS ET DE FAVORISER LA PUBLICITÉ ET L'ACHAT LOCAL

Les médias écrits sont des sources d'information locale essentielles au développement socioéconomique et à la vitalité démocratique du Québec. Bien qu'elle soit consciente que la modernisation de ces plateformes médiatiques se fait, entre autres, par un usage prononcé et accéléré du numérique, la FCCQ est d'avis qu'il est normal qu'une part de l'information soit transmise en version papier.

Depuis 2008, ce sont au moins 260 médias qui ont disparu au Canada, dont 189 journaux communautaires. Cette crise qui sévit au sein de cette industrie n'a fait que s'accroître depuis l'adoption du projet de loi 122 qui a aboli l'obligation, pour les municipalités, de publier leurs avis publics dans les journaux régionaux. L'augmentation de la présence publicitaire dans les réseaux sociaux a également un impact notable sur la vitalité économique de ces entreprises.

À Montréal, comme partout ailleurs au Québec, plusieurs de ces médias se servent de la distribution de circulaires pour réduire leurs coûts de distribution de manière significative. Au total, c'est plus de 100 journaux locaux qui sont distribués via le Publisac au Québec, ce qui représente une majorité.

Déjà dans une situation financière précaire, cette augmentation des coûts de distribution à prévoir pourrait être difficile à avaler pour les plus petits joueurs et pourrait carrément mener à la disparition de certains.

Selon Hebdo Québec, le modèle d'affaires de plusieurs hebdomadaires est basé sur la distribution de circulaires. En changeant le modèle actuel de « opt-out » pour le remplacer par un modèle « opt-in », plusieurs journaux devraient être distribués de porte-à-porte, ce qui ferait doubler ou tripler les coûts de distribution dans plusieurs cas. De plus, le niveau d'organisation demandé pour réaliser cette opération serait irréaliste.

La réalité, c'est que ces changements proposés pourraient entraîner la disparition de plusieurs petits quotidiens, qui ne pourront survivre à l'impact financier négatif qu'engendrera la forte augmentation de leurs coûts de distribution. En d'autres mots, cela signifiera malheureusement que les salles de rédaction ne seront pas épargnées et que des emplois de journalistes pourraient être touchés. Les médias écrits québécois ne peuvent pas se permettre cette nouvelle embuche.

Cette situation de précarité est également démontrée dans la synthèse des recherches publiée par la Ville de Montréal dans le cadre de cette consultation, en utilisant des exemples de villes internationales et nord-américaines. Les recherches nous ont permis de constater que dans plusieurs villes, les journaux locaux sont financés par la distribution des circulaires et il serait impossible de maintenir ceux-ci sans ce mode de financement. Également, les journaux locaux et les circulaires sont fréquemment distribués ensemble. Cette méthode de fonctionnement n'est pas unique au Québec et elle permet à plusieurs petits journaux locaux de survivre ailleurs dans le monde. L'impact d'une décision de la Ville de Montréal sur le modèle d'affaires pourrait avoir des incidences ailleurs au Québec. En outre, il importe de mentionner que le nombre de lecteurs pour les hebdomadaires locaux et régionaux demeure très élevé et stable. Par exemple, pour les journaux du regroupement Hebdomadaires Québec, « le nombre d'exemplaires lus par mois se maintient à 3,2 depuis 10 ans. »<sup>2</sup>

**Pour la FCCQ, il est primordial de préserver cette accessibilité à l'information locale, auquel tiennent plusieurs citoyens. Les hebdomadaires québécois ont un rôle important à jouer dans la diffusion de l'information, car ils fournissent aux citoyens une information de proximité, que de nombreux lecteurs recherchent dans leur quartier.** Ce rôle doit être vu en complément des grands médias nationaux, qui n'ont pas l'intérêt ni le temps de traiter tous les enjeux d'intérêt local.

1

[http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/COMMISSIONS\\_PERM\\_V2\\_FR/MEDIA/DOCUMENTS/DOC\\_WSP\\_CIRCULAIRES\\_20190\\_918.PDF](http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/COMMISSIONS_PERM_V2_FR/MEDIA/DOCUMENTS/DOC_WSP_CIRCULAIRES_20190_918.PDF)

2 <https://www.infopresse.com/article/2017/4/19/quel-avenir-pour-les-journaux-hebdomadaires-locaux-et-regionaux>

Par ailleurs, une part non négligeable de journaux des communautés culturelles est aussi distribuée grâce au Publisac. Il s'agit d'un enjeu peu connu, mais bien réel. Ces petits médias ne disposent que de très peu de moyens pour fonctionner, mais sont très appréciés par les membres des différentes communautés.

De plus, **la FCCQ est d'avis, comme le confirme d'ailleurs les résultats de l'étude commandée par la Ville de Montréal, qu'une limitation de la distribution de masse des circulaires papier pourrait générer un transfert des budgets marketing vers des outils comme Facebook et Google<sup>3</sup>**, amenant une partie possiblement importante des investissements marketing actuellement dépensés localement vers l'étranger.

Dans la foulée de la crise touchant le monde des médias, plusieurs acteurs ont souligné l'importance de diversifier les sources de publicité, qui se concentrent de plus en plus chez les gros joueurs du web (GAFAM). Le changement étudié du modèle de distribution du Publisac, qui menace sa survie, viendrait diminuer encore une fois l'offre d'achat de publicité locale.

De plus, les circulaires locales représentent un bon outil de promotion de l'économie locale. Devant les pressions grandissantes de l'achat sur le web, souvent effectuées auprès de détaillants étrangers, les circulaires aident les petits et grands commerçants ayant des activités dans le quartier à attirer une clientèle locale en magasin.

### 3. POUR UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU PLASTIQUE

Certains pays du G7 se sont donné l'objectif de récupérer 100 % de tous les plastiques d'ici 2040, grâce aux technologies innovantes de recyclage. Le premier budget du nouveau gouvernement du Québec, qui inclut un budget de 100 millions \$ pour améliorer la gestion des matières résiduelles, notamment par la modernisation des centres de tri pour le traitement du plastique représente une opportunité de développer des technologies innovantes permettant 100 % du recyclage des plastiques.

D'ailleurs, il faut souligner que la sensibilisation et l'éducation encouragent de plus en plus les consommateurs à exiger une utilisation plus responsable du plastique. Ce mouvement porte déjà ses fruits alors que de plus en plus d'entreprises dans le domaine de la restauration, par exemple, abandonnent le plastique, comme la distribution de pailles ou de gobelets à usage unique.

À ce titre, l'entreprise TC Transcontinental, qui produit le Publisac, a débuté une intéressante modernisation. Elle s'est formellement engagée à remplacer, dès cet automne, le sac actuel fait de résine de plastique vierge, par un sac fait à 100 % de plastique recyclé, qui sera toujours 100 % recyclable, souhaitant créer ainsi un des premiers modèles d'économie circulaire du plastique au Québec. Ces nouveaux formats utiliseraient de 10 % à 25 % moins de plastique.

D'une manière plus globale, **la FCCQ est d'avis que nous devons collectivement voir le défi du recyclage du plastique comme une opportunité économique, dans une philosophie d'économie circulaire.** Plusieurs exemples québécois nous démontrent d'ailleurs que cette avenue est possible et souhaitable.

Récemment, le gouvernement du Québec a accordé un prêt de 4,6 millions \$ à l'entreprise Loop industries pour le développement de son usine pilote de Terrebonne. La compagnie a inventé un procédé qui permet de recycler les contenants de plastiques contaminés. Le procédé Loop arrive à extraire les bases des déchets pour fabriquer du plastique recyclé. Ainsi, des milliers de bouteilles de condiments, de shampoing, de savon et des fibres de tapis polyester qui servent dans les vêtements et les tapis pourront être recyclés, si le projet avance comme il se doit.

De son côté, l'entreprise Enviroplast, d'Anjou, vient de commencer à exploiter un colossal équipement européen qui pourra recycler jusqu'à 7 000 tonnes métriques de plastique par année, dont une bonne partie sera issue des collectes sélectives. Il s'agirait du plus gros volume au Canada. L'entreprise affirme avoir attiré des fabricants en leur vendant le modèle d'économie circulaire. En étant en mesure de réutiliser sa propre matière, les fabricants sont en mesure de non seulement réduire leur empreinte écologique, mais également de réduire leurs coûts de production.

La FCCQ salue ces initiatives visant à réduire et à moderniser, de manière progressive, mais significative, notre utilisation du plastique.

---

3

[http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/COMMISSIONS\\_PERM\\_V2\\_FR/MEDIA/DOCUMENTS/DOC\\_CQIC\\_CIRCULAIRES\\_20190\\_918.PDF](http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/COMMISSIONS_PERM_V2_FR/MEDIA/DOCUMENTS/DOC_CQIC_CIRCULAIRES_20190_918.PDF)

## 4. AMÉLIORER LA PERFORMANCE DES CENTRES DE TRI

Les entreprises privées qui génèrent les contenants, les emballages et les imprimés qui se retrouvent dans le bac financier déjà à 100 % les coûts nets de la collecte sélective.

Il est essentiel pour les organisations municipales, responsables de la gestion des matières résiduelles, de moderniser et d'améliorer la performance des centres de tri. La FCCQ l'a d'ailleurs souligné lors de son passage aux auditions sur le *projet de modification du Plan métropolitain de gestion des matières résiduelles 2015-2020*. Elle est d'avis que l'amélioration de la performance des centres de tri (de même que des systèmes de collecte) doivent être traités comme des priorités.

Le papier et le sac du Publisac ne peuvent actuellement pas être recyclés lorsqu'ils ne sont pas séparés, lorsque déposés dans un bac de recyclage. Nous croyons d'ailleurs qu'il faut poursuivre les efforts de sensibilisation du public à ce sujet. Cependant, il est anormal que les centres de tri ne possèdent pas la technologie ou le niveau d'organisation nécessaire pour traiter des cas où le papier n'aurait pas été séparé du sac. Certains des centres les plus avancés et les plus modernes sont en mesure de le faire, mais ce n'est pour l'instant qu'une infime minorité. **La modernisation des centres de tri doit s'accélérer, de pair avec une meilleure sensibilisation du public aux pratiques adéquates en vigueur.**

Nous réitérons ici qu'une approche collaborative avec l'industrie, comme en témoigne les résultats du *plan Verre l'innovation*, une initiative d'Éco Entreprises Québec, est une approche beaucoup plus prometteuse pour traiter les matériaux représentant un degré de recyclabilité plus élevée, que l'approche punitive. Cette initiative vise à moderniser les centres de tri québécois et à soutenir la croissance des marchés pour offrir une deuxième vie au verre avec l'objectif de permettre le recyclage de 100 % du verre récupéré de la collecte sélective.

Elle constitue un bel exemple pour les autres matériaux représentant un degré de recyclabilité plus élevée, comme c'est le cas pour le plastique, qui n'est présentement recyclé qu'à un taux de 18% au Québec.

## 5. POUR CONCLURE

En conclusion, nous exprimons les prises de position suivantes :

- La FCCQ recommande à la Ville de Montréal de miser sur une modernisation du modèle « opt-out », afin d'en limiter les erreurs de distribution, plutôt que sur l'adoption d'un nouveau modèle de type « opt-in ».
- Pour la FCCQ, il est primordial de préserver cette accessibilité à l'information locale, auquel tiennent plusieurs citoyens. Les hebdomadaires québécois ont un rôle important à jouer dans la diffusion de l'information, car ils fournissent aux citoyens une information de proximité, que de nombreux lecteurs recherchent dans leur quartier.
- La FCCQ est d'avis qu'une limitation de la distribution de masse des circulaires papier pourrait générer un transfert des budgets de publicité investis localement vers les GAFAM.
- La FCCQ considère que nous devons collectivement voir le défi du recyclage du plastique comme une opportunité économique, dans une philosophie d'économie circulaire.
- Selon la FCCQ, la modernisation des centres de tri doit s'accélérer, de pair avec une meilleure sensibilisation du public aux pratiques adéquates en vigueur.