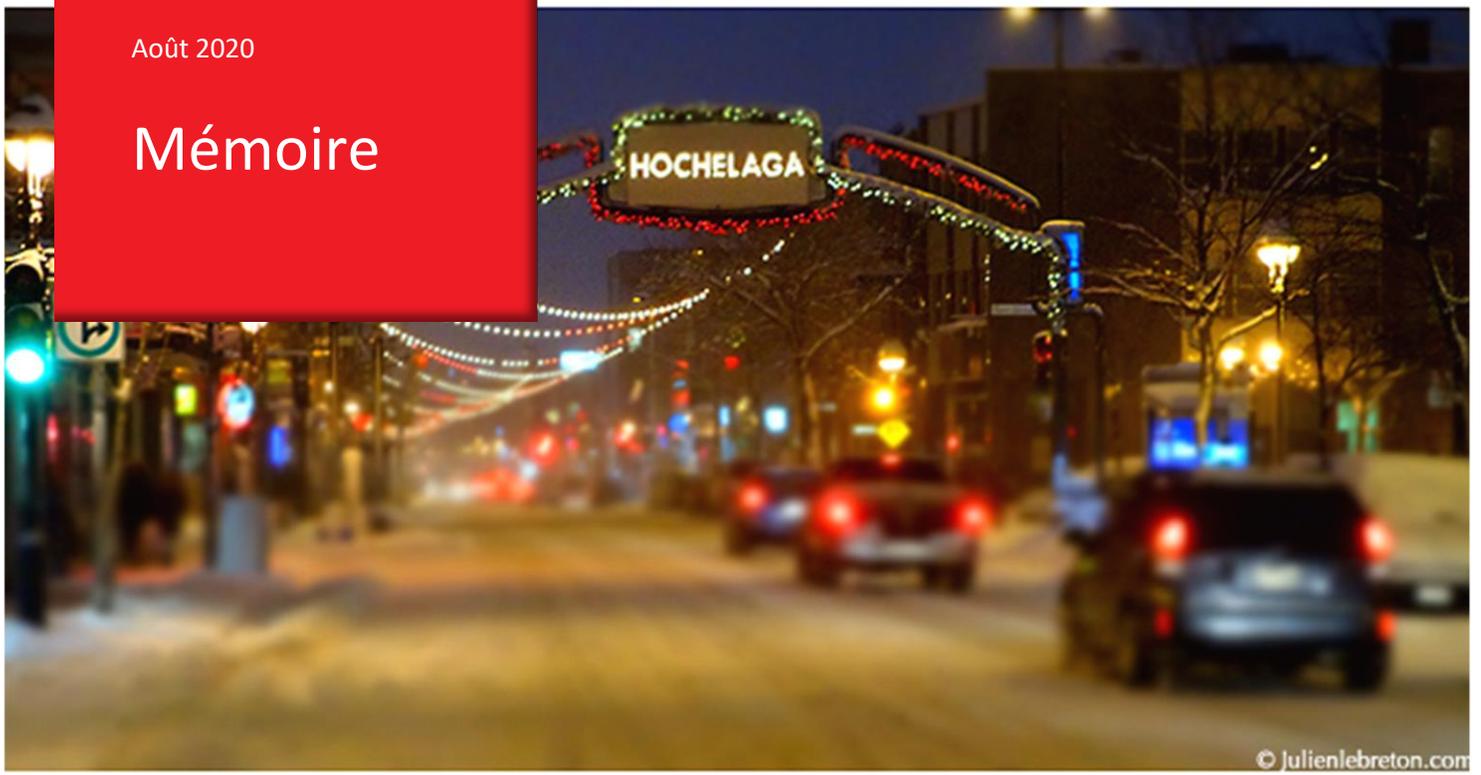


Août 2020

# Mémoire



© Julienlebreton.com

## REDÉFINIR LA RELATION ENTRE LA VILLE ET LES DÉTAILLANTS

CONSULTATION PRÉBUDGÉTAIRE 2020-2021

VILLE DE MONTRÉAL

# À propos du Conseil canadien du commerce de détail

---

Le Conseil canadien du commerce de détail constitue la principale organisation œuvrant à la défense et à la promotion des intérêts des détaillants.

Fondé en 1963, le Conseil a pour mission d'être la voix des détaillants au Québec et au Canada en offrant un large éventail de services de représentation, de recherche, d'éducation ainsi que d'autres services destinés à favoriser la réussite des détaillants et à mieux faire connaître leur contribution auprès des collectivités et des consommateurs qu'ils servent.

Le Conseil regroupe près de 45 000 établissements au Canada, dont près du tiers sont au Québec. De plus, il est aussi la voix des distributeurs alimentaires du Québec et du Canada. Il s'agit de l'une des plus grandes associations sans but lucratif financées par l'industrie, regroupant tous les types de détaillants tels que les grands magasins, les magasins « grand public », les chaînes spécialisées, les magasins indépendants et les commerces en ligne.

Le commerce de détail est le plus important employeur privé au Canada. Les 2,2 millions de Canadiens qui travaillent dans notre industrie perçoivent des salaires évalués à plus de 60 milliards de dollars et les ventes du secteur ont atteint approximativement 516 milliards de dollars, sans compter les ventes de véhicules et de carburant. Les membres du Conseil canadien du commerce de détail représentent plus des deux tiers des ventes au détail réalisées au Canada.

# Le commerce de détail au Québec

Au Québec, le commerce de détail est l'employeur de près de 503 000 personnes, soit 11,8 % de la main d'œuvre. Les deux tiers de ces emplois sont des emplois à temps plein (plus de 30 heures par semaine) et le tiers des emplois sont à temps partiel.

Ce secteur génère des ventes annuelles estimées à 109 milliards de dollars et représente 18,24 milliards de dollars en matière d'activité économique, ou 5 % du PIB québécois.



# AVANT-PROPOS

---

*«À quelles conditions le commerce est-il moteur de croissance et source de vitalité urbaine ? Quelles politiques faut-il mettre en œuvre pour encourager cette vitalité et nourrir plus de diversité ? Comment mesurer les effets de ces politiques ? La seule mesure de la croissance économique est-elle un indicateur suffisant ? »*

Les réponses apportées par les urbanistes et les élus municipaux à ces questions sont désormais obsolètes puisque celles-ci ont été condamnées aux oubliettes par la pandémie en cours. Comment sauver les commerces de proximité? Ce n'est plus la bonne question à poser. Il faut plutôt se demander comment nous pouvons sauver le commerce de détail tel que nous le connaissons présentement.

Entrée en matière alarmiste ? Oui certes un peu, mais tout de même pas si loin de la réalité. Quand on constate que des géants du commerce mondial tombent les uns après les autres, que plusieurs compagnies comme Chanel, Nike ou Adidas ont cessé leur production pendant plusieurs semaines... pour un commerçant, il y a de quoi avoir froid dans le dos.

Au-delà des enjeux des détaillants grands et petits, il y a le tissu urbain et la vie de quartier. Les différents quartiers et arrondissements de la Ville de Montréal sont des écosystèmes complexes et fragiles. Les résidents du secteur, les commerces, les organismes communautaires, les institutions et services municipaux ainsi que les touristes provenant de d'autres arrondissements, et même de d'autres villes, contribuent à construire ensemble l'atmosphère ou la « vibe » d'un secteur.

Par exemple, peut-on imaginer vivre dans Hochelaga Maisonneuve sans la Promenade Ontario ? La réponse est non, et poser la question pour toutes les rues commerciales des arrondissements de Montréal amènerait la même réponse. Les différents commerces de ces rues ont une offre de service diversifiée et adaptée aux résidents du secteur. Souvent, cette offre de service est tellement nichée et originale qu'elle devient un facteur d'attraction et de rétention de population et/ou de tourisme intra et extra municipal.

Bref, les détaillants grands et petits font partie de la vie des arrondissements et de leur personnalité propre. Les différents événements de l'année 2020 ont fortement fragilisé les commerçants et si certains d'entre eux devaient ne pas survivre au cumul des contraintes actuelles, c'est tout le tissu urbain de Montréal qui en serait affecté.

# La taxation commerciale

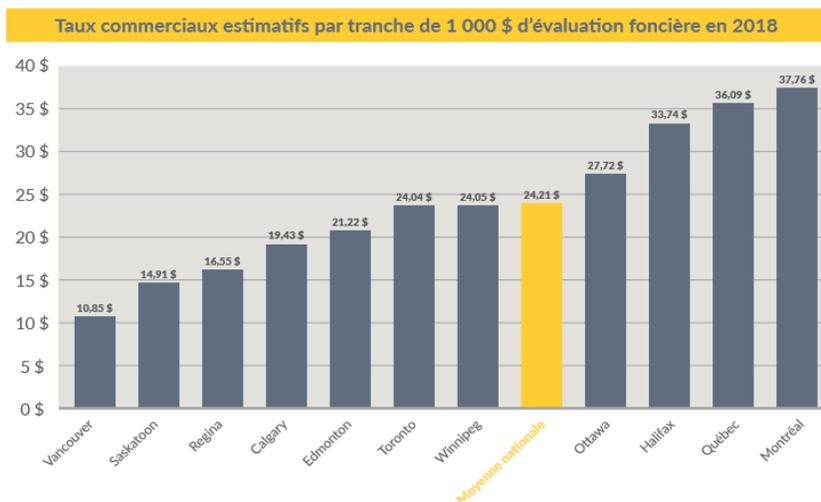
## Montréal, l'une des villes les plus taxées en Amérique du Nord

Bien qu'il s'agisse d'une formule éculée, il n'en est pas moins exact de dire que, du point de vue des détaillants, Montréal est la grande ville canadienne la plus taxée en Amérique du Nord. (voir graphique plus bas) Lorsque les affaires se portent bien, que la clientèle est au rendez-vous et que l'environnement urbain est concurrentiel, un équilibre s'installe entre le taux de taxation et la profitabilité d'un commerce.

Pour l'année 2020-2021 le Conseil canadien du commerce de détail tient à souligner que cet équilibre est rompu. Frappés de plein fouet par le blocus ferroviaire en début d'année, le confinement, la pandémie et la grève au Port, les détaillants du grand Montréal ont vu leurs ventes s'effondrer. Extrêmement sensible aux perturbations économiques, l'écosystème du commerce de détail est souvent l'objet d'une mauvaise compréhension de la part des autorités civiles.

Pour un commerçant, comme pour les citoyens, les taxes foncières sont une forme de pacte social entre la municipalité et ceux qui y vivent. Plus précisément, le pacte social tacite convenu entre les commerçants et leur municipalité est celui-ci : les taxes commerciales payées devraient permettre de créer un environnement favorable à l'attraction de clientèle, aux développements des affaires et à des services municipaux conséquents.

Depuis quelques années, ce pacte social semble avoir été oublié par les municipalités, et la Ville de Montréal ne fait pas exception à la règle. Les détaillants ne veulent plus et ne peuvent plus être considérés comme une simple source de revenu fiscaux par la Ville de Montréal.



En cette *Annus Horribilis*, le **CCCD** demande **ad minima** un gel du taux de taxes commerciales et au mieux une réduction du taux d'imposition foncier.

# Le tissu urbain

---

## Espace public, commerces et vitalité urbaine

*« Les commerces de proximité fournissent des services du quotidien à des populations peu mobiles et sont également porteurs de lien social » - Valérie LASEK Directrice générale d'Epareca »*

La fermeture d'un commerce de proximité (détaillants locaux ou grandes chaînes) est souvent catastrophique d'un point de vue économique et social. Outre les fonctions dites « attendues » d'un commerce (biens de première nécessité, loisir, artisanat, etc.) il y a aussi cette fonction de porteur de lien social.

Lieux de rencontres, d'échanges directs et indirects, les commerces sont plus que de simples lieux d'achat, ce sont des vitrines pour les producteurs et les artisans d'ici, des occasions de socialisation pour les personnes vivant seules et des moteurs de vie urbaine dans leur secteur.

Comme cela a été constaté dans les derniers mois, les autorités montréalaises ont pris des décisions dans une perspective d'urbanisme "moderne" du XXe siècle qui considère la ville comme une machine que l'on peut "piloter" d'en haut.

En 2020, Montréal a mis en branle de nombreuses "initiatives", dont des fermetures de rues, des réfections de secteurs commerciaux, de la réduction d'espaces de stationnement, des piétonisations, des élargissements de pistes cyclables, etc. et ce, sans beaucoup d'égards pour le tissu urbain existant. Cette vision "hors sol" de l'urbanisme a tendance à ignorer non seulement les réalités géographiques et sociales, mais aussi l'écosystème d'un secteur et les externalités attendues par les citoyens.

Bien que nous soyons convaincus que ces initiatives s'inscrivaient dans une perspective de support et de développement urbain, le manque de consultation et d'adhésion des détaillants dans ces initiatives a conduit la Ville à en abandonner certaines. C'est donc dans cette perspective que nous croyons essentielle la redéfinition de la relation ou du pacte entre les détaillants et la Ville.

Les détaillants font partie de la trame qui compose le tissu urbain. Dans cet esprit, ils doivent être considérés comme de vrais partenaires d'urbanisation et non comme une simple source de revenu fiscal. C'est pourquoi il est primordial qu'en 2021 une discussion s'engage entre les représentants du commerce de détail et les autorités de la Ville.

**Le CCCD réclame la mise sur pied d'un chantier de discussion afin de redéfinir, dans une perspective d'inclusion, la relation en la Ville de Montréal et ses commerçants.**

## Les nouvelles contraintes

### **Pandémie, confinement, ralentissement économique, conflits de travail**

Inutile ici de refaire le bilan des événements externes de cette moitié d'année désastreuse pour les détaillants montréalais. Cependant, il serait intéressant de faire l'analyse des contraintes induites par les décisions de la Ville de Montréal dans la perspective des événements déjà décrits.

Il serait injuste d'accuser l'administration municipale d'avoir manqué de prévoyance en lançant plusieurs chantiers de revitalisation urbaine pour 2019-2020. Mais il serait tout aussi inconséquent de ne pas en tenir compte pour 2020-2021.



Dans ses discussions avec ses membres, le CCCD a noté plusieurs inquiétudes et préoccupations face aux différents chantiers en cours et à venir. Le sentiment général est que pour l'instant, il faut cesser toutes nouvelles initiatives et compléter le plus rapidement possible les initiatives en cours de réalisation. Une rue en travaux est une entrave majeure à la circulation de la clientèle et les détaillants n'ont plus le loisir de jongler avec de nouvelles contraintes.

Du point de vue de l'environnement réglementaire, les détaillants nous ont aussi fait part de leur inquiétude de voir le cadre réglementaire municipal, notamment en matière de gestion des matières résiduelles, ajouter de nouvelles contraintes à un moment bien mal choisi.

**Le CCCD recommande à la Ville de Montréal de sursoir à toutes nouvelles initiatives non-essentiels autant en matière de réfection de rues commerciales qu'en matière de modifications de l'environnement réglementaire.**

# Conclusion

---



Le projet *Doing Business in North America (DBNA)* de l'Arizona State University fournit chaque année des mesures objectives de l'échelle et de la portée des réglementations commerciales dans 115 villes de 92 États, provinces et districts fédéraux des États-Unis, du Canada et du Mexique. Il utilise ces mesures pour noter et classer les villes en fonction de la facilité ou de la difficulté de créer, d'exploiter et de fermer une entreprise.

Il est triste que ce classement ne retienne pas Montréal alors que des villes canadiennes comme Québec, Calgary, Moncton et Halifax en font partie. En effet, nous avons découvert que la métropole québécoise sous-performait tellement face à ses consœurs nord-américaines, que le Center for the Study of Economic Liberty a décidé de ne pas retenir Montréal dans sa liste comparative.

Il est temps que cela change et que Montréal prenne les moyens pour redéfinir sa relation avec ses commerçants. Le CCCD croit qu'il est possible d'arriver à un *modus operandi* qui permettra aux détaillants de réaliser leur mission commerciale et sociale tout en permettant à l'administration municipale de réaliser ses ambitions.

# Remerciements

---

Le Conseil canadien du commerce de détail tient à remercier le photographe Julien Lebreton ([julienlebreton.com](http://julienlebreton.com)) de nous avoir permis d'utiliser ses œuvres afin d'illustrer ce document.



Pour plus d'informations :

Août 2020

**Jean François Belleau**

Directeur relations gouvernementales, Québec

Tel: 514.982.0267 | 1.877.229.0922 Ext. 332

Courriel: [jfbelleau@cccd-rcc.org](mailto:jfbelleau@cccd-rcc.org)

**Conseil canadien du commerce de détail**

550, rue Sherbrooke Ouest, Bureau 1680, Tour

Ouest | Montréal (Québec) | H3A 1B9

Tél. : (514) 982-0267 | Sans frais: (877) 229-0922