

LES SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL, DES ACTEURS DE PREMIER PLAN DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE LOCAL

Mémoire présenté à la Commission permanente sur le développement économique et urbain et l'habitation par l'Association des SDC de Montréal

Monsieur le Président,

Madame et Messieurs les commissaires

Merci de recevoir l'Association des sociétés de développement commercial de Montréal, qui a tenu à faire connaître son opinion sur la valorisation du développement économique local. Notre association réunit les 16 sociétés de développement commercial ou SDC de la ville de Montréal. Avec la SDC de Sainte-Anne-de-Bellevue, l'agglomération en compte 17. À l'échelle du Québec, on en compte une quarantaine.

1. Les SDC : un rôle unique au cœur de la collectivité, un mandat encadré par la loi, une mobilisation de fonds privés sans équivalent

Une SDC regroupe les commerces, les entreprises de services et les bureaux professionnels d'un centre-ville ou d'une artère commerciale. Elle est vouée à l'essor économique de son milieu et à l'amélioration de la qualité de vie, en stimulant le dynamisme local et en soutenant des projets concrets et novateurs.

C'est dire que les SDC et leurs membres sont au cœur du développement économique local. Et c'est ce qui nous amène devant vous aujourd'hui. Nous souhaitons démontrer que la contribution des SDC est de première importance pour mettre pleinement en valeur le potentiel local, incluant l'entrepreneuriat.

Les SDC, rappelons-le, sont régies par un règlement municipal. Elles suivent des processus démocratiques pour leur création et leur fonctionnement.

Dans l'exercice de leur mandat, les SDC conçoivent, développent et mettent en œuvre des interventions concrètes pour soutenir la vitalité des artères commerciales, stimuler la fréquentation des établissements et faire de leur quartier des lieux d'innovation et de culture. Ces interventions sont possibles grâce aux cotisations des entreprises membres, qui constituent un fonds de provenance privée à réinjecter dans le milieu sous forme de projets.

Ainsi, même si leur mandat diffère de celui des organismes de développement économique communautaire, les SDC ont un statut tout aussi officiel, ce qui en fait des interlocuteurs de premier ordre auprès des autorités publiques et des autres acteurs du développement local.

2. Les SDC de Montréal : dynamiques, en croissance, créatrices d'emplois et agents privilégiés de la qualité des milieux de vie...

Les SDC de Montréal sont en croissance : entre 2009 et 2011, elles sont passées de 14 à 16. Elles représentent les communautés d'affaires de 13 artères commerciales et de trois districts commerciaux.

De 15 000 qu'ils étaient en 2009, les commerces et places d'affaires membres d'une SDC sont passés à 19 000. L'Association qui rassemble les SDC de Montréal est, de loin, le plus important regroupement d'affaires de l'agglomération montréalaise et du Québec.

Les SDC de Montréal, c'est aussi 300 000 emplois. Des emplois au cœur même des milieux de vie, parce que les entreprises y réinvestissent leurs profits. Des emplois qui sont occupés dans une large mesure par les gens du milieu environnant. Des emplois qui ne peuvent pas être délocalisés.

Les SDC comptent parmi leurs membres certains des acteurs les plus visibles et les plus dynamiques de l'entrepreneuriat local. Soutenir les SDC, c'est favoriser le rôle entrepreneurial que les membres jouent au quotidien, au cœur même des quartiers.

Les SDC maintiennent la diversité et la mixité de l'offre commerciale, une offre particulièrement accessible à pied et par transport en commun. Elles participent aussi à l'intégration des immigrants dans le tissu social, économique et culturel de Montréal.

Enfin, les SDC de Montréal, c'est près de 10 millions \$ de fonds privés versés par les gens d'affaires, sous forme de cotisations. 10 millions qui sont injectés annuellement dans la promotion et le développement des quartiers. À cela s'ajoutent les revenus générés par d'autres initiatives des SDC.

3. ...mais les autres grandes villes valorisent mieux leurs groupements d'affaires

L'Association des SDC de Montréal est membre de l'International Downtown Association, le réseau mondial des regroupements d'affaires comparables aux SDC. Qu'on les appelle BID, « Business Improvement Districts », ou BIA, « Business Improvement Areas », ou autrement, la formule a donné des résultats concrets et fait ses preuves dans les grands centres urbains du Canada et d'ailleurs. Vancouver et Toronto, Londres et New York sont autant de villes où s'activent des groupements d'affaires comparables aux SDC.

Seulement voilà : pourquoi n'y a-t-il que 16 SDC à Montréal alors que TABIA, la « Toronto Association of Business Improvement Areas », compte 72 BIA membres, qu'elle regroupe 30 000 commerces et places d'affaires, et que les cotisations permettent de réinjecter 28 millions \$ dans les quartiers ? Serait-ce parce que Toronto s'est donné une vraie stratégie de développement et de soutien des artères commerciales, avec son concept de « Neighbourhood City » ?

Pourquoi New York compte-t-elle maintenant près de 70 Business Improvement Districts ? Est-ce à cause du maire Bloomberg, qui a promis d'asseoir la relance économique de sa ville sur les entreprises de 20 employés ou moins ? Et aussi parce qu'il a tenu sa promesse en créant un service voué aux petites entreprises locales, le « New York City Department of Small Business Services » ?

À quand un véritable partenariat entre les administrations publiques et les entreprises, comme, par exemple, celui qui a revalorisé l'activité commerciale et touristique de Barcelone en soutenant de façon particulière les entreprises et les services de proximité?

4. L'avenir des artères commerciales et des centres-villes : des enjeux critiques

Les enjeux et les défis auxquels font face les membres des SDC touchent aussi l'état de santé de l'économie locale, quartier par quartier. Les commerces de détail sont l'un des éléments baromètres de la vitalité de l'économie locale, l'un des plus visibles aussi.

Or, comme vous le savez, la relation avec le consommateur est influencée par de multiples facteurs. L'achat en ligne, les clubs entrepôts, les « Power Centres » et les « Lifestyle Centres », sont autant de formes de sollicitation extérieures aux lieux de commerce traditionnels. Il y a aussi des facteurs qui influencent la configuration de l'accessibilité commerciale, comme les nouvelles infrastructures qui conduisent la clientèle aux pôles d'attraction extérieurs, pendant que les chantiers de Montréal rendent la vie difficile aux commerces locaux.

Pour toutes ces raisons et en dépit de plusieurs projets de revitalisation, la majorité des développements commerciaux des 20 dernières années se sont faits en dehors des artères commerciales et des centres-villes. Si bien que l'espace occupé par les grandes surfaces a quadruplé.

Alors, quel est l'avenir de nos quartiers si leur équipement commercial décline ? Peut-on parler d'économie locale florissante si les emplois dans les commerces et les services aux consommateurs disparaissent ?

5. Les SDC, des partenaires stratégiques

La Stratégie de développement économique 2011-2017 de la Ville de Montréal veut « Favoriser le développement d'une offre commerciale complète afin de contribuer à la vitalité des quartiers ».

Reconnaissant le rôle des SDC, la Stratégie annonce que « Montréal misera sur les artères commerciales et leur formule associative, les SDC, pour favoriser le développement et l'essor du commerce de proximité ».

Nous en sommes très heureux. Nous soulignons cependant que cette promesse devra se traduire en engagements concrets, en résultats à atteindre et en échéances. La multiplication des SDC nous apparaît aussi comme un objectif concret et prioritaire.

Les SDC et leur Association se voient comme des alliées de premier plan. Elles mobilisent, rappelons-le, des fonds privés de l'ordre de 10 millions \$ qui sont réinvestis localement et dont l'effet de levier se manifeste dans les initiatives des entreprises membres et dans les retombées économiques qui en découlent. En somme, l'impact réel des SDC et de ceux qui y travaillent est considérable en regard de leur petit nombre.

Bien sûr, la pluralité des partenaires du développement économique pose, comme l'écrit le document de référence de votre commission, un « défi particulier de mobilisation et de coordination. » Pour ce qui est de la mobilisation des partenaires publics et privés, les SDC ont des états de service remarquables. Pour ce qui est de la coordination, notre expérience nous incite à voir dans la multiplicité des ressources un potentiel de synergie.

Telle que nous la voyons, cette synergie repose sur la complémentarité, sur la concertation dans la planification et sur une coopération respectueuse des mandats et des prérogatives de chacun.

L'avenir du développement économique local

L'Association des SDC de Montréal est d'accord avec le diagnostic général qui a été déposé devant votre commission. Elle souscrit aussi à la Stratégie de développement économique 2011-2017 et se réjouit de sa mise en œuvre.

Pour nous, les artères et les districts commerciaux en santé sont indispensables à la vitalité économique locale et à la qualité des milieux de vie, qui sont les objectifs fondamentaux des SDC et de leur Association.

Pour atteindre ces objectifs, les liens de coopération entre l'Association et la Ville doivent être resserrés. Les attentes de l'Association sont les suivantes :

- 1. Qu'elle soit reconnue officiellement comme interlocuteur essentiel en matière de développement économique, dans un partenariat véritable et avec un soutien financier durable.**
- 2. Qu'un véritable plan de développement commercial pour les quartiers de Montréal soit élaboré et mis en œuvre.**
- 3. Que la Ville contribue au soutien et à la croissance des SDC.**
- 4. Que la Ville favorise l'implantation de nouvelles SDC à Montréal.**

Quant à nous, notre engagement à l'égard du développement économique local est sans équivoque. En travaillant ensemble, nous pouvons viser à faire doubler, d'ici cinq ans, les fonds privés réinjectés dans les artères et les districts commerciaux de Montréal. L'activité économique, l'entrepreneuriat et l'emploi à l'échelle locale en seront les premiers bénéficiaires.

Monsieur le Président, Madame et Messieurs les commissaires, merci d'avance de l'attention que vous porterez au commerce local et à ses effets bénéfiques.

L'Association des SDC de Montréal

Claude Rainville, directeur général, SDC Quartier latin, *président*

Michel Depatie, directeur général, SDC L'Avenue du Mont-Royal, *vice-président*

Pierre Boudreault, directeur des opérations, SDC Destination Centre-Ville, *secrétaire*

Mike Parente, directeur général, SDC Plaza Saint-Hubert, *trésorier*

(En annexe : la carte de localisation des SDC de Montréal)

LES TERRITOIRES DES SDC DE MONTRÉAL

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| 1 Promenade Fleury | 9 Promenade Wellington |
| 2 Promenade Ontario | 10 Destination Centre-Ville |
| 3 Promenade Sainte-Catherine Est | 11 Quartier latin |
| 4 Boulevard Saint-Laurent | 12 Vieux-Montréal |
| 5 L'Avenue du Mont-Royal | 13 Du Village |
| 6 Promenade Masson | 14 Jean-Talon |
| 7 Plaza Saint-Hubert | 15 Petite-Italie et Marché Jean-Talon |
| 8 Avenue Monk | 16 Pignons rue Saint-Denis |

