



Association des Sociétés  
de développement  
commercial de Montréal



**LA VENTE D'ALIMENTS SUR LE DOMAINE PUBLIC –  
LA CUISINE DE RUE**

Mémoire présenté à la Commission permanente sur  
le développement économique et urbain et l'habitation

par L'Association des SDC de Montréal (ASDCM)

28 novembre 2012

## LA VENTE D'ALIMENTS SUR LE DOMAINE PUBLIC – LA CUISINE DE RUE

---

Merci de recevoir l'Association des Sociétés de développement commercial de Montréal (ASDCM), qui a tenu à faire connaître sa position sur la vente d'aliments sur le domaine public. Notre association réunit les 16 Sociétés de développement commercial (SDC) de la ville de Montréal.

### **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 toutes les entreprises (commerces, services et bureaux professionnels) d'un territoire ou d'une artère commerciale qui lui est dévolue par la loi. 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.

*La Loi sur les Cités et Villes (chapitre C-19, articles 458.1 à 458.44)* permet aux villes, dont Montréal, de constituer des SDC par voie de règlement municipal. Ces dernières doivent respecter 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 et territoires commerciaux de Montréal, stimuler la fréquentation des établissements et faire de leur quartier des lieux animés, propres et sécuritaires. Ces interventions sont possibles grâce aux cotisations obligatoires des entreprises membres, qui constituent un fonds de provenance privée destiné à être réinjecté dans le milieu sous forme de projets.

Les SDC par ce statut officiel sont des interlocuteurs de premier ordre auprès des autorités publiques et des autres acteurs du développement économique 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 entreprises membres d'une SDC sont passées à 19 000. Notre 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 plus de 300 000 emplois. Des emplois au cœur même des milieux de vie, parce que les entreprises y réinvestissent leurs profits de façon directe. Des emplois qui sont occupés dans une large mesure par les gens du milieu environnant.

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 additionnels versés par les gens d'affaires, sous forme de cotisations obligatoires. Près de 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. *La vente d'aliments sur le domaine public à Montréal***

L'objet de la consultation publique menée par la Commission porte sur la cuisine de rue, une activité qui se répand depuis quelques années dans certaines grandes villes d'Amérique du Nord. Les cas des villes New York, San Francisco, Portland ou encore Vancouver sont bien connus.

D'entrée de jeu, l'ASDCM indique à la Commission que nos membres s'opposent formellement à ce que cette activité soit autorisée sur les territoires commerciaux desservis par une SDC, à moins d'obtenir l'accord préalable de la SDC concernée.

Nos raisons sont nombreuses et légitimes, considérant le contexte d'exploitation et l'environnement d'affaires dans lequel nos 19 000 places d'affaires évoluent.

- **Une concurrence déloyale;** plus de 1 650 restaurants sont déjà en exploitation dans les territoires et artères desservis par les SDC montréalaises, et ce, sur une base permanente. En plus d'avoir à opérer quotidiennement durant de longues heures, ces établissements sont en opération 12 mois par année afin d'offrir à la population montréalaise une alimentation de qualité. Montréal a déjà une excellente réputation au plan de la restauration, elle n'a donc rien à envier aux autres villes d'Amérique à ce sujet. Nous offrons qualité, diversité, originalité, ambiance et un excellent rapport qualité / prix. Montréal a-t-elle vraiment

besoin d'introduire une concurrence additionnelle dans le secteur de la restauration ? Montréal permettra-t-elle également la vente itinérante de biens de consommation, vêtements, chaussures et autres sur la voie et les espaces publics? Plusieurs propriétaires de restaurants ne seraient-ils pas tentés de mettre fin à leur bail locatif contraignant au profit de l'exploitation d'un restaurant « éphémère » mobile n'opérant que durant les périodes payantes de l'année?

- **L'iniquité fiscale** ; nos places d'affaires paient déjà un lourd fardeau fiscal, les taxes municipales ayant augmenté de manière importante depuis les deux derniers rôles fonciers. Ce fardeau fiscal est de loin le plus élevé dans la région métropolitaine et Montréal est déjà perçue comme n'étant pas compétitive par rapport aux villes de banlieues sur le plan de la fiscalité des places d'affaires et des commerces.
- **La propreté du domaine public**; en faisant partie d'une SDC, nos places d'affaires ajoutent à leurs coûts d'exploitation et à leurs comptes de taxes, une cotisation annuelle obligatoire à la SDC, laquelle est en partie utilisée pour entretenir et nettoyer l'espace public autour de leur commerces. En outre, les restaurateurs sont déjà responsables de gérer leurs déchets, avec les coûts que cela entraîne. Allons-nous devoir utiliser leur cotisation ou encore leurs taxes municipales pour nettoyer l'espace public autour des kiosques ambulants qui vendraient de la nourriture près de leurs commerces ? De plus, les divers restaurants permanents font depuis toujours office de « toilettes publiques » pour tous (clients, touristes,...) puisque ce service est inexistant à Montréal. Devront-ils en plus rendre leurs toilettes accessibles aux clients des camions ambulants de nourriture de rue?
- **L'attractivité et l'animation de nos secteurs commerciaux**; toutes nos artères commerciales représentées par une SDC possèdent leurs bons petits restaurants de quartier, leurs cafés sympathiques, participant ainsi à l'attractivité de la rue et à leur animation. Quel message voulez-vous envoyer à ces commerçants ? Qu'ils ont besoin de kiosques ambulants pour créer de l'animation sur leur rue, pour être attrayant aux yeux des consommateurs ? Un tel message irait à l'encontre du concept d'investissement direct des commerçants dans leur communauté respective, sur une base permanente et récurrente, prôné par les SDC.

#### **4. Une proposition constructive de l'Association des SDC de Montréal**

Ceci nous amène au cœur du sujet ; l'animation de la rue. Nos commerces en général, et plus particulièrement nos restaurateurs, cafés et bars contribuent fortement à l'animation des quartiers et des artères commerciales. Pensez au Vieux-Montréal, à la Petite Italie, à l'Avenue du Mont-Royal, à la rue Saint-Denis, au Village avec sa section piétonnière

estivale et à tant d'autres. Ces destinations sont réputées offrir une ambiance extraordinaire, à échelle humaine, originale et distinctive.

Les commerçants sont les principaux responsables de ces ambiances et de l'animation qu'on y retrouve. Plutôt que de miser sur des kiosques ambulants pour créer une animation de rue, pourquoi ne pas miser d'abord sur des professionnels qui ont fait le choix d'investir durablement à Montréal, de prendre des risques et qui cherchent à satisfaire leurs clientèles sur une base permanente ?

Actuellement, à Montréal les entraves réglementaires et tarifaires sont nombreuses et n'incitent pas ceux qui veulent opérer une terrasse à le faire. Les normes d'aménagement sont excessives et variables d'un arrondissement à l'autre, le processus d'octroi de permis est long, compliqué et très coûteux, rendant les coûts d'exploitation élevés.

À titre d'exemple, dans Ville-Marie, sur la rue Saint-Catherine Est dans le Village, les frais associés à une terrasse de dimension régulière de 35m<sup>2</sup> sont les suivants :

- Frais pour étude du dossier – Ville de Montréal : 545 \$
- Frais d'émission du permis – Ville de Montréal : 63 \$
- Frais pour location du domaine public – Ville de Montréal : 1 300 \$
- Plan d'architecte : 500 \$
- Frais d'étude de dossier – RACJ : 240 \$
- Frais d'émission du permis – RACJ : 525 \$
- Aménagement de la terrasse : 3 000 \$

**Total de 6 200 \$**

À ces frais s'ajoute bien souvent une quote-part de chaque propriétaire de terrasse au décor de rue et à l'animation offerte par leur SDC respective, une facture globale qui dépasse dans bien des cas largement les 10 000 \$. De telles installations participent pourtant grandement à l'ambiance et à l'animation d'un quartier. À titre comparatif, quels sont les coûts d'installation sur le domaine public d'un véhicule ambulant ?

Les foires commerciales, aussi appelées « vente trottoir » ou « braderies », sont un autre exemple d'activité commerciale qui contribue à l'animation sur rue. Leur nombre est malheureusement contingenté, généralement limité à trois par année, les normes exigées par les divers arrondissements de la Ville sont imposantes (sécurité, propreté, bruit, etc.) et bien souvent divergents et les coûts extrêmement élevés.

Certains de ces événements sont devenus au fil des ans de véritables petits festivals de 3 jours, générant un achalandage et une ambiance sans égale et très prisée. Pourquoi ne pas miser davantage sur les SDC et leurs membres pour poursuivre les efforts d'animation sur rue plutôt que d'ajouter à une offre déjà amplement suffisante au niveau alimentaire ?

## 5. *En conclusion*

L'Association des SDC de Montréal recommande à la Commission :

- D'interdire la cuisine de rue, sous toutes ses formes, sur les territoires desservis par une SDC, en tout temps et en toute circonstance, à moins que la SDC concernée y consente de son plein gré, selon ses propres conditions et sur son territoire.
- D'assouplir les règles entourant l'aménagement d'une terrasse sur le domaine public sur les territoires desservis par une SDC;
- D'appuyer davantage les SDC dans l'organisation d'événements de type foire commerciale et autres.

Si la Ville de Montréal tient absolument à permettre cette activité ambulante, elle devrait la circonscrire uniquement dans des endroits mal desservis par la restauration tels que les déserts alimentaires, dans un cadre réglementaire rigoureux tel que celui que doit respecter tout restaurant, notamment au plan de la salubrité publique, et équitable au plan fiscal par rapport aux places d'affaires permanentes.

Toutes ces recommandations ont pour but de rendre encore plus agréable l'expérience du consommateur et l'animation dans nos quartiers, tout en renforçant et valorisant le commerce indépendant déjà présent et primordial à la vitalité économique de Montréal.

Pour l'Association des SDC de Montréal,

Mike Parente

Pierre Boudreault

Bernard Plante

### Coordonnées :



Association des Sociétés  
de développement  
commercial de Montréal

6841, rue Saint-Hubert, Montréal, Québec H2S 2M7  
Téléphone: 514 276-8501 Télécopieur: 514 276-9303  
info@asdc.com



Association des Sociétés  
de développement  
commercial de Montréal

## DÉCLARATION de juin 2009

En juin 2009, à l'occasion d'un premier colloque organisé par l'Association des Sociétés de développement commercial de Montréal et portant sur le commerce de proximité, le développement des artères commerciales et du centre-ville de Montréal, nous déclarons :

### **Que la vitalité de nos artères commerciales a un impact direct sur la qualité de vie de nos milieux, de nos quartiers et des Montréalais.**

En ce sens, il est attendu que :

**le commerce de proximité** constitue une base tangible de l'économie de Montréal. En cette époque de mondialisation et de crise, le commerce de proximité est le seul élément qui ne subit pas de délocalisation ;

**le commerce de proximité** est un lieu fondamental d'échanges pour les citoyens montréalais. Il constitue un pilier essentiel de l'équilibre urbain au même titre que le logement, les institutions et les infrastructures ;

**le commerce de proximité** permet la mise en valeur et la différenciation de Montréal à l'échelle métropolitaine et le maintien du caractère distinctif des quartiers de Montréal. Il apporte créativité et originalité au tissu économique local ;

**l'artère commerciale montréalaise** offre tous les volets de l'expérience urbaine. Elle est la seule destination commerciale accessible à toutes les catégories de citoyens et assure des liens fonctionnels entre les pôles résidentiels, culturels et d'emplois ;

**l'artère commerciale** contribue au développement durable, car elle dessert son quartier d'attache, favorisant ainsi le transport actif. La rénovation et la mise à niveau de l'artère commerciale constitue une utilisation responsable des ressources disponibles ;

**l'artère commerciale** peut demeurer compétitive dans la mesure où elle est prise en charge par le milieu et suffisamment structurée pour lui permettre de faire la promotion de son secteur et mettre en valeur son caractère distinctif ;

**Montréal**, comme les autres centres urbains d'importance dans le monde, est un espace unique d'intégration et de développement, propice à la création de petites et moyennes entreprises commerciales et de services, qui contribuent à la richesse économique, culturelle et sociale de notre ville ;

**Montréal**, et plus exactement ses centres de convivialité que représentent les artères commerciales, constitue un bien collectif et public, tant au centre-ville que dans les quartiers montréalais.

**Il est attendu également que l'étalement urbain**, les formats commerciaux jetables et l'urbanisme commercial de courte vue menacent non seulement la vitalité de nos artères commerciales et de notre centre-ville, mais aussi celle des quartiers montréalais.

**Pour toutes ces raisons, il est essentiel d'inciter les différents acteurs du milieu, qui ont un pouvoir d'influence et qui sont en mesure de contribuer au développement de Montréal, à se mobiliser autour d'un objectif commun.**

**Celui de trouver des façons de redynamiser, stimuler et appuyer collectivement le commerce de proximité et les artères commerciales de quartier, car la prospérité future et le rayonnement de notre métropole en dépend.**

Nous demandons à l'ensemble des élus et à leur administration, de s'engager à :

- considérer les artères commerciales de Montréal en tant que patrimoine urbain et bien collectif ;

- soutenir et favoriser le développement des artères commerciales et du commerce de proximité en tant qu'éléments prioritaires à la qualité de vie des Montréalais ;

- considérer la revitalisation des artères commerciales et l'aménagement de l'espace public en tant qu'éléments essentiels au développement et au rayonnement de Montréal ;

- doter Montréal et ses arrondissements d'un plan d'action permettant d'atteindre ces objectifs et d'y attacher les investissements nécessaires à sa réalisation.

À ces fins, nous considérons essentiel que les partenaires d'affaires, chercheurs universitaires, agents économiques et sociaux impliqués dans le développement de Montréal s'engagent à supporter ces demandes pour notre bien-être commun.

**Pour sa part, l'ASDCM s'engage à :**

- poursuivre et développer son partenariat avec la Ville de Montréal ;

- assurer le leadership nécessaire à l'élaboration d'un véritable plan de développement commercial pour les quartiers de Montréal ;

- initier, avec ses partenaires, une réflexion sur la revalorisation urbaine en milieu commercial et jouer un rôle actif dans la réalisation du plan d'action qui sera mis en œuvre ;

- poursuivre sa mission de contribuer par ses initiatives à promouvoir le développement commercial, culturel et social des quartiers de Montréal, par l'émergence et la croissance des sociétés de développement commercial.

En conclusion, voici la ville que nous voulons ;

**UNE VILLE TRANSFORMÉE PAR DES ACTIONS CONCERTÉES ET RESPONSABLES ;  
UNE VILLE MODERNE, CRÉATIVE, COHÉRENTE, ACCESSIBLE ET HUMAINE ;  
UNE VILLE RICHE DE SES MILIEUX DE VIE, DE SES QUARTIERS ET DU CARACTÈRE DISTINCTIF DE SES ARTÈRES COMMERCIALES ;  
UNE VILLE EMBELLIE, AMÉNAGÉE AVEC DES ESPACES PUBLICS ET DES LIEUX DE RENCONTRES ;  
UNE VILLE OÙ IL FAIT BON VIVRE, TRAVAILLER, APPRENDRE, SE DIVERTIR, ACCUEILLIR, PROSPÉRER, INNOVER, CRÉER ;  
UNE VILLE POUR TOUS ET DONT NOUS SERONS FIERS.**





Association des Sociétés  
de développement  
commercial de Montréal

## Liste des SDC membres de l'ASDCM



1473, rue Fleury Est, Montréal (Québec) H2C 1S3  
Téléphone : 514 387-0022 Télécopieur : 514 387-7032  
[info@promenadefleury.com](mailto:info@promenadefleury.com) [www.promenadefleury.com](http://www.promenadefleury.com)



4398, boulevard Saint Laurent, bureau 309, Montréal (Qc) H2W 1Z5  
Téléphone : 514 286-0334 Télécopieur : 514 286-0967  
[info@boulevardsaintlaurent.com](http://info@boulevardsaintlaurent.com) [www.boulevardsaintlaurent.com](http://www.boulevardsaintlaurent.com)



3875A, rue Saint-Denis, Montréal H2W 2M4  
Téléphone: (514) 563-0697  
[dg@rue-st-denis.ca](mailto:dg@rue-st-denis.ca) [www.rue-st-denis.ca](http://www.rue-st-denis.ca)



Toujours une bonne adresse  
1012, avenue Mount-Royal Est, Suite 101, Montréal, Québec H2J 1X6  
Phone: 514 522-3797 Fax: 514 522-2413  
[info@mont-royal.net](mailto:info@mont-royal.net) [www.mont-royal.net](http://www.mont-royal.net)



5349 4<sup>e</sup> Avenue, Montréal, Québec H1Y 2V4  
Téléphone: 514 525-4386 Télécopieur: 514 525-5018  
[sdcm.promenade.masson@qc.aira.com](mailto:sdcm.promenade.masson@qc.aira.com) [www.promenademasson.com](http://www.promenademasson.com)



SDC PETITE ITALIE  
MARCHÉ JEAN-TALON  
MONTREAL

SDC Petite-Italie - Marché Jean-Talon  
201, rue St-Zotique Est, Montréal (Québec) H2S 1L2  
Téléphone: (514)439-4591  
[info@petiteitalie.com](mailto:info@petiteitalie.com) [www.petiteitalie.com](http://www.petiteitalie.com)



6841, rue Saint-Hubert, Montréal, Québec H2S 2M7  
Téléphone: 514 276-8501 Télécopieur: 514 276-9303  
[info@maplaza.ca](mailto:info@maplaza.ca) [www.maplaza.ca](http://www.maplaza.ca)



6658, Boulevard Monk, Montréal, Québec H4E 3J1  
Téléphone: 514 766-4131 Télécopieur: 514 766-6427  
[sdcm-monk@ville-emard.com](mailto:sdcm-monk@ville-emard.com)



Promenade  
Wellington  
3993, rue Wellington, Verdun, Québec H4G 1V6  
Téléphone: 514 766-6437 Télécopieur: 514 766-4021  
[info@promenadewellington.com](mailto:info@promenadewellington.com) [www.promenadewellington.com](http://www.promenadewellington.com)



2000, rue Peel, bureau 580, Montréal, Québec H3A 2W5  
Téléphone: 514 398-9438 Télécopieur: 514 398-0074  
[info@destinationcentreville.com](mailto:info@destinationcentreville.com) [www.destinationcentreville.com](http://www.destinationcentreville.com)



4, Notre-Dame est, bureau 1003, Montréal, Québec H2Y 1B8  
Téléphone: 514 732-8685 Télécopieur: 514 844-4448  
[info@sdcvieuxmonreal.com](http://info@sdcvieuxmonreal.com) [www.sdcvieuxmontreal.com](http://www.sdcvieuxmontreal.com)



1324 rue Saint-Catherine Est, Montréal, Québec H2L 2H5  
Phone: 514 529-1168 Fax: 514 529-3063  
[info@sdcvillage.com](mailto:info@sdcvillage.com) [www.unmondeunvillage.com](http://www.unmondeunvillage.com)



1750, rue Saint-Denis, bureau 202, Montréal, Québec H2X 3K6  
Téléphone: 514 849-4906 Télécopieur: 514 849-0090  
[info@quartierlatin.ca](mailto:info@quartierlatin.ca) [www.quartierlatin.ca](http://www.quartierlatin.ca)



6020, rue Jean-Talon Est, bureau 380, Saint-Léonard, Québec H1S 3B1  
Téléphone: 514 448-6726 Télécopieur: 514 256-5984  
[info@ruejeantal.com](mailto:info@ruejeantal.com) [www.jeantalonest.com](http://www.jeantalonest.com)



4026 rue Ontario, Montréal, Québec H1W 1T2  
Téléphone: 514 522-6581 Télécopieur: 514 522-6581  
[infosdc@promenade-ontario.com](mailto:infosdc@promenade-ontario.com) [www.promenade-ontario.com](http://www.promenade-ontario.com)



4262 Saint-Catherine Rue est, bureau 204, Montréal, Québec H1V 1X6  
Téléphone: 514 254-4242  
Télécopieur: 514 254-6003  
Courriel: [promenade@ste-cath.com](mailto:promenade@ste-cath.com)