

Mémoire de TC Transcontinental

Consultation sur le Projet de Plan métropolitain de gestion des matières résiduelles 2024-2031

Communauté métropolitaine de Montréal (CMM)

Le 10 février 2023



Table des matières

1. Portrait de TC Transcontinental	3
2. Objets de la consultation	3
3. Les circulaires, un outil pour déjouer l'inflation	4
4. Le recyclage du papier.....	5
5. Conclusion : Prôner la collaboration	7

1. Portrait de TC Transcontinental

Fondée en 1976 par Rémi Marcoux, TC Transcontinental, dont le siège social est à Montréal, est le plus important imprimeur au Canada, un chef de file en emballage souple en Amérique du Nord et le plus important groupe canadien d'édition pédagogique de langue française. TC Transcontinental a comme mission de créer des produits et services de qualité permettant aux entreprises d'attirer, de joindre et de fidéliser leur clientèle cible.

TC Imprimeries Transcontinental, le secteur de l'impression de TC Transcontinental, compte aujourd'hui environ 3700 employés au Canada et dispose d'un réseau de 13 usines. L'entreprise dessert une clientèle variée qui se compose d'éditeurs de livres, de magazines et de journaux, ainsi que de détaillants (surtout dans le marché de l'alimentation, la pharmacie et la rénovation) pour qui la Société imprime plusieurs millions de circulaires chaque semaine et en assure la distribution.

2. Objets de la consultation

La Communauté métropolitaine de Montréal (CMM) invite les municipalités, les organismes et les citoyens et citoyennes à prendre connaissance du projet de PMGMR 2024-2031 et à déposer leurs commentaires ou leur mémoire d'ici le 10 février 2023. À cette fin, le document publié le 10 novembre 2022 dernier présente les six orientations et 41 mesures qui ont été adoptées par la CMM.

TC Transcontinental souhaite soulever ses inquiétudes au sujet de l'une de ces mesures, soit la mesure 3 souhaitant encadrer la distribution d'imprimés publicitaires. Cette mesure stipule qu'« *afin de limiter la distribution aux seules personnes intéressées à les recevoir, dans l'objectif de réduire les impacts environnementaux qui lui sont associés, la distribution d'imprimés publicitaires doit être encadrée. Un règlement type destiné aux municipalités sera développé afin de freiner la distribution systématique des imprimés et de limiter ainsi le gaspillage des ressources et la quantité de matières envoyées à l'enfouissement* ».

Cette approche, aussi appelée « *opt-in* », a été longuement discutée lors de la consultation publique sur le contrôle des circulaires de la Ville de Montréal en automne 2019. TC Transcontinental avait alors déposé un [mémoire](#), qui expliquait en quoi le changement de modèle de distribution serait complexe, entraînerait un coût prohibitif et mènerait ainsi à la fin du Publisac dans sa forme actuelle. De plus, Postes Canada, en tant que société de la Couronne, n'est pas assujettie aux règlements municipaux. Il serait donc possible pour les commerçants de passer par voie postale pour continuer une distribution porte-à-porte de leurs circulaires. Cette situation est non seulement discriminatoire pour TC Transcontinental, qui elle devrait modifier son mode de distribution, mais surtout ne permettrait pas d'atteindre l'objectif premier de la réglementation, soit la réduction à la source.

À l’opposé, le système actuel (« *opt-out* ») fonctionne très bien et permet concrètement la réduction à la source. Plus de 240 000 foyers québécois se prévalent actuellement du système *opt-out*, ce qui prouve que celui-ci fonctionne. Les citoyens qui ne souhaitent plus recevoir de circulaires peuvent communiquer avec notre Service à la clientèle au numéro indiqué sur le sac ou en visitant www.publisac.ca. Nous leur faisons alors parvenir gratuitement un pictogramme autocollant, avec la procédure d’installation, qu’il leur suffit d’apposer sur leur boîte aux lettres afin qu’il soit bien visible pour le camelot. Nous ajoutons alors les adresses des demandeurs dans notre système informatique, les répertorions et assurons une gestion efficace des demandes de retraits, en réduisant à la source les quantités de circulaires à imprimer et distribuer.

De plus, nous collaborons de façon régulière avec nos clients dans le but d’optimiser le type de papier utilisé, les formats des circulaires et les quantités distribuées grâce à un meilleur ciblage des codes postaux. Le découpage du territoire du Québec selon les codes de recensement de Statistiques Canada permet en effet le ciblage selon le profil socio-démographique recherché, et ainsi la déclinaison de jusqu’à 6 500 versions différentes du contenu du Publisac chaque semaine dans plus de 4 000 routes.

Plutôt que de changer de façon radicale le mode de distribution, il est donc possible d’en faire davantage simplement en optimisant le système actuel, afin de conserver les bénéfices qu’il entraîne pour la population, les commerçants et l’information locale.

3. Les circulaires, un outil pour déjouer l’inflation

En cette période inflationniste, les circulaires sont plus utiles et pertinentes que jamais pour les consommateurs et les commerçant. En effet, à l’aide de celles-ci, les détaillants compétitionnent afin d’attirer les consommateurs avec des rabais, ce qui entraîne une baisse de prix pour des produits de consommation courants comme l’alimentation et la pharmacie. Une étude récente menée par l’Université Dalhousie le confirme, en démontrant que les consommateurs peuvent économiser jusqu’à 1 500 \$ par année grâce à la consultation des circulaire¹. Pour les achats en épicerie, la facture moyenne s’élève à 102 \$ et les consommateurs attribuent une économie de 21 \$ à la consultation de la circulaire imprimée, soit 21 % de leurs dépenses².

Les consommateurs continuent donc de lire et de se fier aux circulaires imprimées : environ 53 % des utilisateurs ont affirmé que les circulaires sont devenues plus importantes pour eux au cours de l’année dernière, soit une augmentation de 4 % depuis 2020. Elles les aident à planifier leurs achats et à économiser de l’argent³.

¹ Source : Étude Université Dalhousie 2022

² Source : Sondage BrandSpark 2022

³ Source : Sondage BrandSpark 2022

Les circulaires sont des véhicules performants qui permettent aux détaillants, qu'ils soient propriétaires indépendants ou franchisés de grandes chaînes, de rejoindre leur clientèle de proximité et de faire connaître leurs produits et services de manière efficace et à un coût raisonnable. Elles leur permettent aussi de tirer leur épingle du jeu face aux géants du commerce en ligne, communément appelés les GAFA (Google, Apple, Facebook et Amazon), qui dominent le marketing numérique à l'aide d'algorithmes et les résultats de recherches payantes qui ne sont pas favorables aux commerçants locaux. De plus, les circulaires aident les détaillants à faire découvrir leurs magasins et produits : 53 % des lecteurs de circulaires imprimées découvrent et achètent des produits qu'ils n'auraient pas remarqués en ligne, ce qui aide les détaillants à attirer les clients dans leurs magasins⁴.

En effet, 64 % des consommateurs canadiens sont d'accord pour dire que la réception d'une circulaire imprimée les incite à se rendre dans un magasin plutôt qu'un autre, alors que 86 % estiment que les circulaires leur permettent de faire des économies⁵. Cette performance éprouvée des circulaires imprimées explique pourquoi les grands détaillants canadiens leur allouent la plus grande partie de leur budget marketing à l'échelle du pays, notamment dans le Publisac au Québec. Ces dépenses s'élèvent annuellement à 1,1 milliard de dollars au Canada et à 300 millions de dollars au Québec.

Après plusieurs années d'expérimentation, de plus en plus de détaillants se questionnent sur la valeur relative des plateformes numériques par rapport aux médias de masse, comme la circulaire imprimée. En effet, la transition des consommateurs vers le numérique s'effectue lentement, la majorité préférant encore obtenir les circulaires en format imprimé : 57 % des consommateurs canadiens affirment combiner les circulaires imprimées et numériques. La complémentarité des deux formats reste stable par rapport à 2020, ce qui indique un plafonnement de la consultation des circulaires numériques⁶.

Afin de réduire leurs coûts de marketing, certains détaillants ont essayé au cours des dernières années de diminuer leur fréquence de distribution de circulaires. Ces essais ont entraîné des baisses significatives des ventes en magasin. Pour les détaillants alimentaires, cela rend aussi difficile la gestion efficace de leurs chaînes d'approvisionnement et de leurs achats, ce qui peut entraîner des pertes et des enjeux de mise en marché⁷.

4. Le recyclage du papier

Au Québec, ce ne sont pas les contribuables qui défraient les coûts du recyclage. Le principe de responsabilité des producteurs est en vigueur et ce sont les entreprises qui mettent sur le marché des contenants, des emballages et des imprimés qui doivent assumer 100 % des coûts

⁴ Source : Sondage BrandSpark 2022

⁵ Source : Sondage BrandSpark 2022

⁶ Source : Sondage BrandSpark 2022

⁷ Rapport CQIC – Étude pour la Ville de Montréal sur les alternatives à la distribution de circulaire papier, 2019

nets des services municipaux de collecte sélective efficaces et performants associés à ces produits. TC Transcontinental, comme distributeur, et ses clients détaillants versent donc des contributions de plusieurs millions de dollars par année à Éco Entreprises Québec (ÉEQ) et qui sont redistribuées aux villes. En 2019, la contribution totale de l'industrie des contenants, des emballages et des imprimés sera de 145 millions de dollars.

Le Québec a créé une véritable économie circulaire du papier. Le taux de récupération des journaux et des encarts et circulaires en papier journal dans le secteur résidentiel au Québec est parmi les plus élevés parmi les matières recyclables, s'établissant à 86 %⁸. Ces matières peuvent ensuite être transformées de nouveau par d'autres entreprises comme Cascades pour fabriquer, entre autres, des contenants d'œufs et des porte-gobelets en pâte moulée, ainsi que des boîtes de carton plat, comme des boîtes de céréales, suivant les principes de l'économie circulaire.

Selon le [mémoire](#) présenté à par le Conseil des entreprises en technologies environnementales du Québec (CETEQ) lors de la consultation publique sur le contrôle des circulaires de la Ville de Montréal⁹, le papier provenant des circulaires et des journaux locaux ne cause aucun problème pour les centres de tri. Il s'agit d'un papier de qualité qui permet de maintenir des revenus stables. Le CETEQ indique que la distribution des circulaires cessait à Montréal et, sous l'effet d'entraînement, dans les autres régions du Québec, plusieurs de ses membres perdraient une importante source de matière.

5. Un allié de l'information et des hebdos

La distribution des journaux locaux est étroitement liée à celle des circulaires. En effet, en partageant le système actuel de distribution porte-à-porte des circulaires, les hebdos bénéficient d'importantes économies d'échelle, puisque le coût de distribution est partagé avec les autres annonceurs. Ce système leur permet également une flexibilité dans les délais, leur offrant donc de plus longues périodes de rédaction et de vente de publicité. Dans l'éventualité d'un changement au mode de distribution, les alternatives, comme Postes Canada, coûteraient aux éditeurs de trois à cinq fois plus cher, soit des coûts additionnels de millions de dollars qu'ils ne pourraient pas absorber.

Alors que les différents paliers de gouvernement donnent d'une main aux médias pour assurer la poursuite de leur mission, il serait contradictoire, au même moment, de reprendre de l'autre en privant les hebdos locaux et régionaux de leur distributeur principal.

⁸ Source : RECYC-QUÉBEC / Éco Entreprises Québec - ÉEQ

⁹ Source : [Commentaires du CETEQ dans le cadre de la consultation publique sur le contrôle des circulaires](#)

6. Conclusion : Prôner la collaboration

Nous partageons les objectifs des gouvernements, des municipalités et des citoyens visant la réduction à la source et le recyclage, mais nous différons d'avis quant aux moyens à prendre dans le cas de la distribution des circulaires.

Plutôt que d'inverser le modèle de distribution, nous proposons d'agir de concert avec la Communauté métropolitaine de Montréal et toutes les parties prenantes afin de maintenir en place un service qui est plus que jamais utile et pertinent. Nous croyons fermement que la collaboration et l'amélioration continue, dans le contexte du modèle *opt-out*, sont les meilleurs moyens de favoriser la réduction à la source.

Imposer le renversement du mode de distribution actuel entraînerait la fin du Publisac dans sa forme actuelle, et ainsi des conséquences négatives pour les consommateurs, les commerçants et les journaux locaux dans un contexte économique difficile. Ce sont les consommateurs qui ont en main l'avenir du Publisac : ce sont eux, par leurs habitudes de consommation et leur exercice de l'option de retrait, qui continueront de déterminer la pertinence et la valeur de ce mode de distribution. Les différents paliers de gouvernement ne devraient pas se substituer, à notre avis, au choix de la grande majorité des consommateurs et au libre marché.

Énoncés prospectifs

Ce mémoire peut contenir des énoncés ou objectifs prospectifs qui sont basés sur les attentes de la direction et assujettis à un certain nombre de risques et d'incertitudes intrinsèques, connus ou non. Les résultats ou événements réels pourraient différer de façon importante des attentes exprimées ou sous-entendues dans ces énoncés prospectifs.

Les risques, incertitudes et autres facteurs qui pourraient avoir une incidence sur les résultats réels sont décrits dans le *Rapport de gestion pour l'exercice clos le 28 octobre 2018* ainsi que dans la plus récente *Notice annuelle* de la Société, lesquels sont disponibles sur son site web au www.tc.tc.

Pour des renseignements supplémentaires :

Charles David Mathieu-Poulin

Chef, Affaires publiques et relations avec les parties prenantes

TC Transcontinental

Téléphone : 514 298-0586

charlesdavid.mathieu-poulin@tc.tc