

25 avril 2022

(ce fichier PDF est disponible en ligne sur le site Propre.org, sous l'onglet « Documents »)

Aux conseils municipaux désirant préserver le système actuel de livraison des circulaires pour «protéger les journaux locaux»,

Puisque l'avenir de la presse régionale est souvent invoqué dans le cadre du débat entourant la réforme des modalités de distribution du matériel publicitaire, permettez-nous de vous faire part de ce qui suit pour contrer les allégations fautives, incomplètes, biaisées ou non vérifiées qui sont parfois avancées afin d'occulter les objectifs environnementaux de l'initiative.

N'hésitez pas à me contacter si vous désirez plus de renseignements.

Charles Montpetit, porte-parole du mouvement Propre.org (charlesmontpetit@yahoo.com)

Mythe 1 : « les alternatives [au publisac], comme Postes Canada, coûteraient aux éditeurs de trois à cinq fois plus cher¹ »

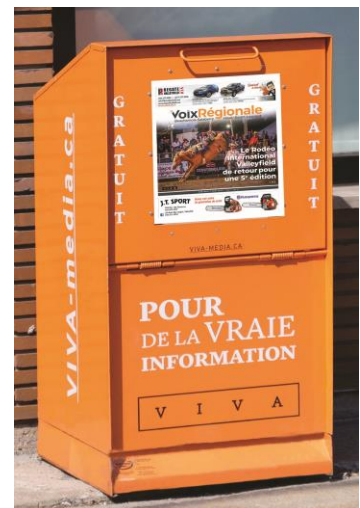
Cette assertion de TC Transcontinental (qui promeut évidemment son propre tarif) ne dit pas tout. Rappelons en premier lieu qu'avant d'être réunies dans le publisac, les circulaires étaient insérées dans les journaux et leur fournissaient d'importants revenus. Par conséquent, un journal distribué hors-publisac peut à nouveau recourir à cette option, ce qui accroît la visibilité de la publication (elle n'est plus noyée parmi d'autres documents), nuit moins à l'environnement (pas de sac) et contre-balance les frais postaux. L'hebdo *Infos Laurentides*, entre autres publications, **épargne ainsi 57 % du tarif de Publisac²** :

COMPARAISON DES COÛTS DE DISTRIBUTION POUR UN JOURNAL DE 51 g TIRANT À 49 000 EXEMPLAIRES	
<u>Publisac</u>	<u>Postes Canada</u>
avec une dizaine d'autres publications, dans un sac	avec deux circulaires de 8 g chacune, sans sac
Tarif : 48 \$ à 52 \$ par 1 000 exemplaires	Tarif de base : 128,47 \$ par 1 000 exemplaires Supplément pour 16 g de plus par exemplaire : 533,12 \$ Encartage : 1 617,00 \$
	MOINS LES REVENUS LIÉS AUX CIRCULAIRES :
	75 \$ par encart à 1 000 exemplaires, soit 7 350,00 \$
Coût net : 2 352 \$ à 2 548 \$	Coût net : 1 095,15 \$

Et la Poste n'est pas la seule option hors-publisac. En plus d'avoir une présence en ligne, plusieurs périodiques gratuits s'accommodent fort bien de boîtes distributrices ou de points de dépôt, comme [24h](#), [Les Libraires](#), [La Scena Musicale](#), [Cult Mtl](#) et [La Voix régionale](#) (photo ci-contre), ou encore de livraisons porte-à-porte dans un quartier donné (comme le [Journal des voisins.com](#)). Pour cette raison, il est incorrect d'affirmer que tout autre mode de distribution « priverait ultimement les citoyens d'une information locale³ ». Pour avoir l'heure juste, il faut consulter les journaux qui ne dépendent pas des publisacs.

Mythe 2 : « 9 Québécois sur 10 consultent le publisac⁴ »

Tout le monde le sait, mais personne ne le dit tout haut : Publisac gonfle artificiellement son lectorat, et ses tarifs sont donc plus élevés que si l'on visait seulement des intéressés. La firme engagée par TC pour sonder la popularité du publisac l'a admis en 2019 : seuls les gens « qui ont une utilisation du produit » sont sondés – s'ils ne se servent pas des sacs, « on ne leur pose pas de questions⁵ ». Par conséquent, au lieu de « 9 Québécois sur 10 », il faudrait plutôt dire que « 9 usagers sur 10 » consultent le publisac, ce qui est bien moins significatif!



¹ [Agir ensemble](#) (mémoire), TC Transcontinental, 21 octobre 2019, p. 14. Consulté le 14 janvier 2022.

² [Billet et commentaires](#) d'André Juteau (éditeur, *Infos Laurentides*), Facebook.com, 7 novembre 2019. Consulté le 13 janvier 2022.

³ Benoit Chartier (président, Hebdomas Québec), cité dans « [Hebdomas Québec prend position](#) », *Nord-Info*, 5 juillet 2019. Consulté le 13 janvier 2022.

⁴ [Votre circulaire de papier toujours aussi pertinente](#) (tract dans les publisacs), TC Transcontinental, 1er février 2021. Consulté le 13 janvier 2022.

⁵ Stéphane Gendron (vice-président, CROP), [Témoignage](#), Consultation sur le contrôle des circulaires, 7 novembre 2019. Consulté le 13 janvier 2022.



Qui plus est, loin de rejoindre 90 % du public, certaines livraisons en desservent à peine 8 à 14 % (voir ci-dessus). Et une grande partie du tirage est simplement larguée dans la nature, dispersée sur la voie publique ou retournée à l'entrepôt (voir ci-dessous).



Alors, quelle est la vraie popularité du publisac? Radio-Canada, *Le Journal de Montréal* et CKOI l'évaluent informellement entre 5 et 18 %⁶, et un sondage Segma commandé par Montréal a montré que 82 % des citoyens et des commerces veulent le voir livré aux intéressés seulement⁷. Avec l'*opt-in*, toute proportion gardée, le tarif facturé à un journal local serait cinq fois plus bas!

Mythe 3 : l'« abonnement est l'équivalent de demander la fin du Publisac⁸ » et de la « mort⁹ » des journaux locaux

D'abord, une correction : une diffusion limitée aux citoyens qui y sont réceptifs n'est pas un abonnement, car aucune inscription n'est requise. Il suffit d'afficher une autorisation (photo ci-contre) au lieu d'obliger les opposants des publisacs à interdire les livraisons, comme c'est présentement le cas. Forcer les gens à recevoir un produit, c'est cela qui constitue un gaspillage déraisonnable, d'autant plus qu'il est ardu de se procurer un logo de refus¹⁰ et que, de toute façon, TC respecte peu le règlement encadrant la distribution¹¹.



⁶ [Radio-Canada](#), 5 novembre 2018; [Le Journal de Montréal](#), 21 mars 2019; [CKOI-FM](#), 25 avril 2019. Consultés le 13 janvier 2022.

⁷ [Sondage d'opinion sur la distribution des circulaires sur le territoire de la Ville de Montréal](#), Segma, 5 août 2019, pp. 10 et 51. Consulté le 13 janvier 2022.

⁸ « [Pertinence et valeur du Publisac](#) » (communiqué), TC Transcontinental, 24 avril 2019. Consulté le 13 janvier 2022.

⁹ Benoit Chartier, « [Je vous annonce la mort de plusieurs journaux](#) » (entrevue), 98,5 FM, 26 juin 2019. Consulté le 13 janvier 2022.

¹⁰ À Montréal, les quantités sont limitées et il faut visiter un Éco-quartier entre 9h et 17h. D'ailleurs, toute mesure visant à « rendre facilement disponible l'autocollant [est vue comme] un recul pour l'information locale » ([L'Express](#), 7 mai 2019, italiques ajoutés, consulté le 13 janvier 2022).

¹¹ « [Des infractions à la distribution des publisacs](#) », *Téléjournal 18h*, Radio-Canada, 30 avril 2018. Consulté le 13 janvier 2022.

N'empêche : peut-on critiquer l'*opt-in* « à cause de sa complexité et des coûts prohibitifs qu'il engendrerait¹² » ? Rien n'étaye ces dires, car rien ne changerait, sinon qu'un camelot devrait repérer des pictogrammes verts et non rouges. Si TC conclut que ça « ne permettrait pas le maintien du Publisac¹² », c'est parce que l'entreprise sait avoir exagéré le nombre de ses adeptes.

Mais une publication tirant à plus de 3,5 millions¹³ est-elle vraiment condamnée si elle n'en conserve au pire que 53,4 % (selon le sondage Segma) ? Calculons : il restera 1,9 millions de publisacs au Québec. Vu qu'en moyenne, chaque hebdo survit avec 25 790 exemplaires¹⁴, on peut sûrement y arriver avec 72 fois plus (rappelons qu'un cousin du publisac – les Pages jaunes – est passé avec succès au *opt-in* en 2010). On n'a donc pas à croire au scénario catastrophe qui est ici présenté sans preuve.

Mythe 4 : TC est « un allié historique et naturel de l'information et des hebdomadaires¹⁵ »



Un allié n'est pas un compétiteur. En accaparant les circulaires qui généraient jadis une forte part du financement des journaux, TC a en fait grevé leur budget. Et que doit-on retenir des articles suivants, selon lesquels l'entreprise s'est délestée de **4650** employés et de **203** périodiques ? Il nous semble qu'un poste ou un journal est loin d'être en sécurité si TC s'en occupe :

« [Transcontinental élimine 1500 postes](#) », *Le Devoir*, 19 février 2009. Emplois affectés : **1500**.

« [L'imprimerie Transcontinental ferme ses portes](#) [à Boucherville] », Radio-Canada, 27 octobre 2010. Emplois affectés : **180**.

« [Transcontinental supprime 500 emplois](#) [à Rivière-des-Prairies / Dartmouth] », Radio-Canada, 20 mars 2012. Emplois affectés : **500**.

« [Transcontinental vend deux imprimeries de livres](#) [à Louiseville / Sherbrooke] », *La Presse*, 16 juillet 2012. Emplois affectés : **114**.

« [Transcontinental ferme son usine de LaSalle](#) », TVA Nouvelles, 1^{er} novembre 2012. Emplois affectés : **150**.

« [Transcontinental cesse la publication de 20 journaux](#) [et en vend 14 autres] », *Le Journal de Montréal*, 3 septembre 2014. Publications affectées : *Abitibi Express Val-d'Or*, *Abitibi Express Rouyn-Noranda*, *Progrès Écho*, *Le Rimouskois*, *Saint-Laurent Portage*, *Impact de Drummondville*, *Écho de Victoriaville*, *Édition Beauce Nord*, *Journal de Magog*, *Voix de la Matanie*, *Voix gaspésienne*, *Le Riverain Sainte-Anne-des-Monts*, *Écho de Repentigny*, *Point de vue Laurentides*, *Écho de la Lièvre*, *Écho de Shawinigan*, *Châteauguay Express*, *Roussillon Express*, *Écho de Saint-Jean-sur-Richelieu*, *Valleyfield Express*, *Journal de Saint-Hubert*, *Rive-Sud Express*, *Écho du Nord*, *Agri-Vallée*, *Chambly Express*, *Journal de Joliette*, *Le Point du Lac-Saint-Jean*, *Le Réveil*, *Écho de la Rive-Nord*, *Écho de Laval*, *Écho de Trois-Rivières*, *Pub Extra Magazine*, *Sorel-Tracy Express*, *Vallée du Richelieu Express*. Emplois affectés : **80**.

« [Fermeture des imprimeries Transcontinental Concord et Transcontinental Edmonton](#) », TC, 23 octobre 2014. Emplois affectés : **120**.

« [Transcontinental cède ses magazines](#) », *Le Devoir*, 18 novembre 2014. Publications affectées : *Coup de pouce*, *Canadian Living*, *Véro*, *Décorag*, *Style at Home*, *Fleurs Plantes Jardins*, *Canadian Gardening*, *Québec Vert*, *Hockey News*, *MaisonNeuves.com*, *Condo Maison Direct*, *Recettes.qc.ca*, *Quoi manger*, *On the table*; et en partie : *Elle Québec*, *Elle Canada*, *Le Bel Âge*, *Good Times*. Emplois affectés : **310**.

« [Transcontinental ferme deux hebdomadaires anglophones](#) », TVA Nouvelles, 15 octobre 2015. Publications affectées : *West Island Chronicle*, *Westmount Examiner*. Emplois affectés : **3**.

« [Transcontinental ferme une imprimerie à Québec](#) », *Le Soleil*, 26 janvier 2016. Emplois affectés : **140**.

« [Transcontinental Sells All Sask. Assets, to Close Saskatoon Printing Plant](#) », *Canadian Manufacturing*, 31 mai 2016. Publications affectées : *Prince Albert Daily Herald*, *Moose Jaw Times Herald*, *unCut*, *Rural Roots*, *Shop P.A.*, *Southwest Booster*, *Triangle News*,

¹² « [Pétition à Montréal au sujet du publisac](#) » (communiqué), TC Transcontinental, 13 mars 2019, soulignement ajouté. Consulté le 13 janvier 2022.

¹³ « [Annoncez avec nous](#) » (site web), TC Transcontinental, 2020. Consulté le 13 janvier 2022.

¹⁴ « [Presse hebdomadaire](#) » (tableau 1), Centre d'étude sur les médias, avril 2020. Consulté le 13 janvier 2022.

¹⁵ « [Agir ensemble](#) », *op. cit.*, p. 13.

¹⁶ Pierre-Alexandre Blouin (p.d.g., ADAQ) et autres, « [N'éliminons pas le publisac](#) », *Le Devoir*, 3 octobre 2019. Consulté le 14 janvier 2022.

Grenfell Sun, Broadview Express, Oxbow Herald, Radville Star, Deep South Star, Southern Life. Emplois affectés: **65**.

« [Transcontinental se déleste de ses actifs dans les Maritimes](#) », Le Devoir, 14 avril 2017. Publications affectées, selon CBC: The Advertiser, Amherst News, Annapolis Valley Register, The Aurora, The Beacon, Cape Breton Post, Citizen Record, Colchester Weekly News, The Compass, The Guardian, Gulf News, Journal-Pioneer, The Labradorian, The News, Northern Pen, The Nor'wester, The Packet, The Pilot, Queens County Advance, Sackville Tribune Post, Southern Gazette, The Telegram, Tri-County Extra, Tri-County Vanguard, Truro Daily News, Valley Journal Advertiser, The Western Star, Novanewsnow.com. Emplois affectés: **950**.

« [Le Journal de Chambly vendu par Transcontinental](#) », Le Journal de Montréal, 17 mai 2017. Publication affectée: Journal de Chambly. Emplois affectés: **7**.

« [Transcontinental vend trois hebdomadaires de Gaspésie](#) », TVA Nouvelles, 14 juin 2017. Publications affectées: Le Pharillon, Écho de la Baie, Le Havre. Emplois affectés: **8**.

« [TC Media se départ de trois journaux au Saguenay-Lac-Saint-Jean](#) », Le Devoir, 10 août 2017. Publications affectées: Étoile du Lac, Le Lac-St-Jean, Nouvelles Hebdo. Emplois affectés: **23**.

« [Transcontinental vend six journaux régionaux](#) », Le Soleil, 23 août 2017. Publications affectées: Journal Saint-François, Soleil de Châteauguay, Brossard Éclair, Courrier du Sud, Le Reflet, Information d'Affaires Rive-Sud. Emplois affectés: **65**.

« [Transcontinental se départit de trois autres journaux régionaux](#) », Le Devoir, 30 août 2017. Publications affectées: L'Express (deux éditions), Le Peuple Lotbinière. Emplois affectés: **26**.

« [TC Media vend trois autres journaux](#) », Le Devoir, 7 septembre 2017. Publications affectées: Information du Nord Mont-Tremblant, Information du Nord Sainte-Agathe, Information du Nord Vallée de la Rouge. Emplois affectés: **14**.

« [Transcontinental vend le Journal Le Nord](#) », Le Journal de Montréal, 21 septembre 2017. Publication affectée: Journal Le Nord. Emplois affectés: **10**.

« [TC Media vend l'hebdomadaire Les 2 Rives de Sorel-Tracy](#) », La Presse, 25 octobre 2017. Publication affectée: Les 2 Rives. Emplois affectés: **8**.

« [Transcontinental vend 21 journaux hebdomadaires](#) », Le Journal de Québec, 8 novembre 2017. Publications affectées: Avenir de l'Érable, Nouvelle Union (deux éditions), Beauce Média, Éclaireur Progrès, Hebdo Régional, Voix du Sud, Courrier Frontenac, Progrès de Coaticook, Reflet du Lac, Courrier Sud, Écho La Tuque/Haut-St-Maurice, Écho de Maskinongé, Hebdo du St-Maurice, Hebdo Journal, Avenir et des Rivières, Granby Express, Le Guide, Canada Français, Le Richelieu, Coup d'œil. Emplois affectés: **168**.

« [TC Media vend le Courrier Laval pour une somme non précisée](#) », La Presse, 15 novembre 2017. Publication affectée: Courrier Laval. Emplois affectés: **16**.

« [Transcontinental vend 12 journaux locaux à Groupe Lexis Medias](#) », TVA Nouvelles, 12 décembre 2017. Publications affectées: Citoyen Rouyn-Noranda, Citoyen de la Vallée-de-l'Or, Écho abitibien, La Frontière, Action D'Aulnay, L'Action (deux éditions), Express Montcalm, Hebdo Rive-Nord, Le Bulletin, La Petite-Nation, La Revue. Emplois affectés: **75**.

« [Transcontinental vend 30 publications de Québec et Montréal](#) », Le Soleil, 27 avril 2018. Publications affectées: L'Actuel, L'Appel, L'Autre Voix, Beauport Express, Charlesbourg Express, Le Jacques-Cartier, Journal Habitation, Québec Express, Québec Hebdo, Métro, Ambiance/Rendez Vous, Avenir de l'Est, Cités Nouvelles, Courrier Ahuntsic, Courrier Bordeaux-Cartierville, Corriere Italiano, Express d'Outremont/Mont-Royal, Flambeau Mercier-Anjou, Guide Montréal-Nord, Magazine de l'Île-des-Sœurs, Informateur de Rivière-des-Prairies, Journal de Rosemont, Messenger Lachine et Dorval, Messenger LaSalle, Messenger Verdun, Nouvelles Hochelaga-Maisonnette, Nouvelles Saint-Laurent News, Le Plateau, Progrès Saint-Léonard, Progrès Villieray/Parc-Ex, Voix Pop. Emplois affectés: **139**.

« [Les hebdomos L'Avantage et L'Avant-Poste vendus](#) [par Transcontinental] », Radio-Canada, 6 juin 2018. Publications affectées: L'Avantage, L'Avantage gaspésien, L'Avant-poste. Emplois affectés: **26**.

« [10 Employees Laid off at Transcontinental Printing Plant in Borden-Carleton](#) », CBC News, 26 juin 2018. Emplois affectés: **10**.

« [TC Transcontinental vend Les Affaires](#) [et 12 autres publications] », La Presse, 19 septembre 2019. Publications affectées: Les Affaires, Les Affaires +, Événements Les Affaires, Acqizition.biz, Benefits Canada, Avantages, Canadian Investment Review, Canadian Institutional Investment Network, Contech, Finance et Investissement, Investment Executive, Advisor's Edge, Conseiller. Emplois affectés: **±62**.

« [Transcontinental Laying off up to 5 People at Halifax Printing Plant](#) », CBC News, 21 novembre 2019. Publication affectée: Coast. Emplois affectés: « au moins **15** » dans les Maritimes.

« [Publications Look for Other Options with Transcontinental Closing P.E.I. Printing Plant](#) », CBC News, 22 novembre 2019. Publications affectées: West Prince Graphic, Eastern Graphic, Island Farmer, County Line Courier, Buzz P.E.I., Salty Magazine, Voix acadienne, Employment Journal, Penny Saver P.E.I. Emplois affectés: **11**.

En parallèle, TC a pris plus de distance avec la distribution papier en créant le site [publisac.ca](#) (qui ignore les journaux locaux) et en amorçant « un virage stratégique vers l'emballage¹⁷ » – virage souligné par l'arrivée d'un spécialiste de ce domaine à la tête de l'entreprise¹⁸. Il semble donc que les jours du publisac distribué de porte à porte soient d'ores et déjà comptés, que de nouveaux règlements soient adoptés ou non, et un périodique serait mal avisé de miser sur la pérennité de ce mode de distribution. Ce n'est même pas une bonne politique d'affaires pour un journal de se rendre dépendant d'un unique fournisseur de services; comme le disait l'ancien directeur du groupe de récupération Coderr en 2020, toute entreprise liée

¹⁷ « [Agir ensemble](#) », op. cit., p. 8.

¹⁸ « [Le président François Olivier tire sa révérence après 13 ans](#) », La Presse, 25 septembre 2021. Consulté le 14 janvier 2022.

à l'industrie du papier devrait éviter de se « retrouver dans une situation où la compagnie ne met pas d'argent pour faire de la recherche ou du développement [et] attend qu'il n'y ait plus de marché pour simplement fermer¹⁹ ». C'est aussi là la position adoptée par le principal regroupement d'hebdomadaires au Québec : dans un éditorial portant sur l'annonce par la Ville de Montréal d'une conversion au système *opt-in*, le président de Métro Média a clairement annoncé qu'il « appuie cette décision²⁰ ».

Mythe 5 : l'*opt-in* est « discriminatoire » et « porte sévèrement atteinte au droit à la liberté d'expression²¹ »



La liberté n'est pas absolue : il est parfaitement légitime de circonscrire un mode d'expression si la situation le justifie – pensons par exemple aux graffitis ou au tapage nocturne. Les chartes canadienne et québécoise le précisent elles-mêmes :

Canada : 1. La Charte canadienne des droits et libertés garantit les droits et libertés qui y sont énoncés. Ils ne peuvent être restreints que par une règle de droit, dans des limites qui soient raisonnables et dont la justification puisse se démontrer²².

Québec : 9.1 Les libertés et droits fondamentaux s'exercent dans le respect des valeurs démocratiques, de l'ordre public et du bien-être général des citoyens du Québec. La loi peut, à cet égard, en fixer la portée et en aménager l'exercice²³.

Vu que TC accepte les pictogrammes de refus et en fournit même aux plaignants, en quoi un autocollant d'autorisation est-il inacceptable ? Et vu que le gouvernement fédéral interdit carrément une diffusion sauvage en ligne quand les destinataires n'y ont pas consenti²⁴, pourquoi ne peut-on agir ainsi avec les livraisons non virtuelles, plus nuisibles pour l'environnement ? C'est pourquoi la Ville de Mirabel a remporté le procès que TC lui a intenté pour avoir adopté un règlement contrôlant les circulaires. D'après le juge, il faut savoir faire preuve d'une « autocritique à propos de la gestion des matières résiduelles²⁵ ».

Mythe 6 : La distribution des journaux locaux est effectuée par une « entreprise citoyenne responsable²⁶ »

Charles Montpetit (Propre.org) : *Est-ce dans l'avantage des détaillants et des journaux locaux d'être associés à quelqu'un qui enfreint la loi ? Il me semble que vous ne pouvez pas appuyer ça, n'est-ce pas ?*

Benoit Chartier (Hebdomadaires Québec) : *Eh bien, assurément, ben, il y a... on ne peut pas appuyer quelqu'un qui enfreint la loi²⁷.*

De 2018 à 2021, 30 000 infractions ont été photographiées lors des livraisons de publisacs à Montréal, dont 8 sur 10 dans une zone représentant à peine 0,1% de la surface de la Ville²⁸. Le taux d'infractions est allé jusqu'à 45,4% des résidences, ce qui représenterait **21 247 200 infractions par année** dans la métropole entière²⁹. D'après les registres municipaux du Québec, TC a d'ailleurs reçu plus de 100 amendes en lien avec la distribution³⁰. Est-ce là un comportement responsable ?

¹⁹ Gérald Tremblay, en entrevue à l'émission « [Style libre](#) », Radio-Canada, 7 janvier 2020. Consulté le 15 janvier 2022.

²⁰ Andrew Mulé, « [Distribution sur demande du Publisac : les impacts sur la presse locale](#) », *Métro*, 11 avril 2022. Consulté le 25 avril 2022.

²¹ *TC c. Mirabel* (pourvoi en contrôle judiciaire), Cour supérieure, n° 700-17-016434-192, 5 septembre 2019.

²² [Charte canadienne des droits et libertés](#), Gouvernement du Canada, mis à jour le 10 janvier 2022. Soulignement ajouté. Consulté le 15 janvier 2022.

²³ [Charte des droits et libertés de la personne](#), LégisQuébec, mis à jour le 31 octobre 2021. Soulignement ajouté. Consulté le 15 janvier 2022.

²⁴ [Loi canadienne anti-pourriel](#), Gouvernement du Canada, 2014. Consulté le 15 janvier 2022.

²⁵ [Médias Transcontinental c. Ville de Mirabel](#) (jugement), district de Terrebonne, n° 700-17-016434-192, 20 avril 2022. Consulté le 25 avril 2022.

²⁶ « [À propos](#) » (présentation du site), TC Transcontinental, 2021. Consulté le 15 janvier 2022.

²⁷ Débat diffusé à l'émission [Mise à jour](#) (26:02 à 26:18), MaTV, Vidéotron, 30 janvier 2019. Consulté le 7 septembre 2019.

²⁸ « [30 000 infractions repérées en 2018-2021](#) », *Propre.org*, 31 mai 2021. Consulté le 15 janvier 2022.

²⁹ *Idem*, note 9.

³⁰ « [100 constats et amendes liées aux publisacs](#) », *Propre.org*, 31 mai 2021. Consulté le 15 janvier 2022.

Distribuer des publisacs à Montréal, ça équivaut en poids à abandonner 62 autobus dans les rues. CHAQUE SEMAINE³⁰.



Mais surtout, au beau milieu d'une crise environnementale qui tue quatre fois plus de gens par heure que la Covid³² (crise environnementale qui deviendra irréversible si rien ne change d'ici 2030³³), il est irresponsable de maintenir un gaspillage aussi criant que la livraison non sollicitée de milliers de tonnes de matériel annuel, et ce, en recourant à des affirmations trompeuses comme :

- le sac est « fait à 100 % de plastique recyclé³⁴ » (tout comme le plastique neuf, le plastique recyclé constitue un poison³⁵)
- le plastique #4 est « recyclable³³ » (cela a rarement lieu³⁶... voire pas du tout pour le plastique mélangé avec du papier)
- le papier est fait de « résidus de scieries³³ » (quand 45 % d'un tronc est transformé en papier³⁷, ce n'est pas un « résidu »)
- le papier est « recyclé sans fin³⁸ » (faux – on le fait au plus cinq fois, et la fibre se dégrade dès la première opération³⁹)
- les « journaux paient une taxe pour assurer le recyclage³⁷ » (Montréal paie aussi, soit 31,7 millions de dollars en 2018⁴⁰)
- le « publisac [ne produit] aucun déchet³⁷ » (voir plutôt les dégâts ci-dessous; TC ne défraie pas le coût de ce nettoyage-là).



TRANSCONTINENTAL : « RESPONSABLE » DE QUOI, AU JUSTE ?

On pourrait continuer longtemps à déboulonner les arguments de TC et de ses pairs, que ce soit en soulignant le problème des sites d'enfouissement qui atteindront bientôt leur pleine capacité⁴¹, ou encore en rappelant que, selon Santé Québec, le coronavirus survit trois jours sur les sacs en plastique⁴² (ce qui rend peu indiqué d'en déposer régulièrement sur tous les perrons, alors que ces sacs ont été bannis des restaurants et des épiceries). Mais concluons plus simplement: sur le seul plan des relations publiques, est-ce une bonne idée de prendre la défense d'un grand pollueur quand on sait qu'un tel partenariat a contribué à la défaite électorale d'un candidat à la mairie⁴³ et que le publisac est de plus en plus vilifié dans les médias⁴⁴ ?

Bonne réflexion.

³¹ Calcul effectué à partir d'[autobus de 8 tonnes](#) et de 900 000 sacs hebdomadaires pesant en moyenne 0,55 kg chacun.

³² Comparer : « [23% des décès au monde liés à l'environnement](#) », *La Presse*, 15 mars 2016 / « [Bulletin situation mondiale](#) », Covinfo, 15 janvier 2022.

³³ « [Il faut agir avant 2030, dit le GIEC](#) », *La Presse*, 17 janvier 2014. Consulté le 15 janvier 2022.

³⁴ « [Saviez-vous que ?](#) », TC Transcontinental, 2021. Consulté le 15 janvier 2022.

³⁵ Paolo Garoscio. « [Même recyclé, le plastique est un poison](#) », ConsoGlobe, 15 décembre 2021. Consulté le 15 janvier 2022.

³⁶ Rémi Leroux, « [Les sept familles de plastique](#) », *Protégez-vous*, 24 février 2020. Consulté le 15 janvier 2022.

³⁷ Tamar Atik, « [Visite d'usines entre le bois franc et le bois d'œuvre](#) », *Opérations forestières et de scieries*, 21 mars 2018. Consulté le 15 janvier 2022.

³⁸ Frédéric Couture (président, Groupe Lexis Média), « [L'heure juste sur le publisac](#) », *L'Action*, 5 décembre 2019. Consulté le 15 janvier 2022.

³⁹ « [Le papier est-il recyclable à l'infini ?](#) », *SciencePost*, 6 mars 2019. Consulté le 15 avril 2022.

⁴⁰ Transport inclus. [Consultation publique sur le contrôle des circulaires](#) (document préparatoire), septembre 2019, p. 29. Consulté le 15 janvier 2022.

⁴¹ Jean-Thomas Léveillé, « [La plus grosse poubelle du Québec bientôt pleine](#) », *La Presse*, 6 juillet 2019. Consulté le 15 janvier 2022.

⁴² « [Symptômes, transmission et traitement](#) », Gouvernement du Québec, 2022. Consulté le 15 janvier 2022

⁴³ Hugo Joncas et autres, « [Denis Coderre a aussi travaillé pour Transcontinental](#) », *La Presse*, 3 novembre 2021. Consulté le 15 janvier 2022.

⁴⁴ Voir entre autres cet [extraît](#) du spectacle de Virginie Fortin, *Du bruit dans le cosmos*, Juste pour rire, 27 septembre 2019. Consulté le 15 janvier 2022.

ANNEXE – Lettres d'appui



Friends of the Earth
Les Ami(e)s de la Terre

Protecting the Earth for tomorrow / Pour protéger l'avenir de la Terre

June 13, 2018

To Mayor Valerie Plante and City Council Members

Dear Madame Mayor and Councillors,

Friends of the Earth Canada is a member of a 75 country federation of Friends of the Earth International addressing the most compelling environmental and social issues of our time. Plastic waste, with its impact on terrestrial and marine ecosystems, is certainly one of these compelling issues. Allow us to congratulate the Council for its foresight in banning the use of plastic bags from all retail stores effective this year.

However, as Montreal resident Charles Montpetit points out, there are additional important opportunities to continue your good work in reducing plastic waste. Friends of the Earth supports M. Montpetit's proposal to restrict the distribution of advertising material to residences that actually subscribe to it, as well as his subsidiary proposal to ban the use of plastic bags for such purposes in order to reduce the need for triage at the recycling stage. According to Montreal's éco quartier website, some 900,000 plastic bags called "Publisacs" are distributed every week on an unsolicited basis.

We hope you will consider M. Montpetit's proposals carefully and take action on them.

Best regards,

Beatrice Olivastri, CEO
Friends of the Earth

Arlyle Waring, CDN/NDG - Montreal
Board member, Friends of the Earth

c.c. Charles Montpetit
Christian Arseneault



member of / membre du
**Friends of
the Earth
International**

200 - 251 Bank Street, Ottawa, Ontario K2P 1X3 Canada Tel.: (613) 241.0085 Fax: (613) 566.3449
Email: foe@foecanada.org www.foecanada.org



Jeudi, 7 juin 2018

Att.: Charles Montpetit

L'Association québécoise de lutte contre la pollution atmosphérique (AQLPA) appuie avec détermination les actions justes et nécessaires comme celle-ci visant à bannir l'utilisation des plastiques à usages uniques comme les sacs de publicité.

Ces plastiques sont une nuisance environnementale sérieuse entre autres pour la biodiversité et leur production à base de pétrole contribue aussi à la production de gaz à effet de serre.

Nous encourageons les autorités municipales à poser les gestes qui font la différence.

Merci,

André Bélisle
Président
AQLPA

473, Rue Principale - Saint-Léon-de-Standon - Québec - G0R 4L0
581 371 8761 / info@aqlpa.com / www.aqlpa.com / www.facebook.com/aqlpa



Montréal, le 30 juin 2018

Monsieur Charles Montpetit

Objet : Appui aux amendements proposés au Règlement sur la distribution d'articles publicitaires

Monsieur,

Nous avons bien reçu votre communication relative à la Réglementation municipale sur la distribution d'articles publicitaires. Nous vous remercions d'avoir porté à notre attention les éléments de cette réglementation qui contribuent au gaspillage des matières premières, à la pollution de notre environnement par le plastique et à l'augmentation des déchets dans nos centres de tri qui sont actuellement débordés.

Nous appuyons votre démarche et les deux demandes d'amendements que vous proposez car elles contribueront à limiter l'utilisation abusive de nos ressources naturelles et énergétiques, ainsi qu'à réduire la pollution de l'air et de l'eau associées à la production, au transport et à l'enfouissement des biens de consommation. Votre suggestion d'utiliser des matériaux moins délétères que le plastique ou d'opter pour une méthode « zéro déchet » pour la distribution de ces circulaires sera très certainement bénéfique à court terme.

Toutefois, votre proposition de modifier la réglementation actuelle – qui autorise la livraison des circulaires à toute la population, excepté aux résidences arborant le logo officiel « *pas de circulaire* » – afin de limiter la distribution uniquement aux personnes qui en font la demande expresse nous semble plus féconde à long terme. D'une part parce qu'elle contribuera à la réduction à la source, qui compte parmi les actions les plus efficaces en gestion des matières résiduelles : le bien qu'on ne produit pas, ne pollue pas ! Mais également parce que cette proposition rejoint notre mission : « *Promouvoir l'éducation relative à l'environnement, au développement durable et à l'écocitoyenneté au Québec* ».

L'atteinte des objectifs liés à notre mission repose donc sur une prise de conscience des impacts environnementaux de nos façons d'agir et de réfléchir tant individuelle que collective. Ainsi, nous sommes d'avis que l'amendement proposé à la réglementation actuelle contribuera à la réduction à la source des produits de consommation mais également au développement d'un comportement plus écoresponsable de nos sociétés et des individus qui la composent. Le fait de considérer que toute la population ne souhaite pas forcément *a priori* recevoir ces articles publicitaires suggère l'adoption de valeurs moins consuméristes et l'essor de collectivités plus écoresponsables. Bref, nous appuyons votre démarche car les amendements que vous proposez vont dans ce sens, correspondent à notre mission et répondent aux priorités d'un nombre croissant de citoyens et de citoyennes écoresponsables. Nous souhaitons que vos actions aboutissent non seulement à la modification de nos règlements municipaux, mais également à la généralisation d'engagement écocitoyen remarquable tel que le vôtre.

Veuillez accepter, Monsieur Montpetit, nos remerciements ainsi que nos salutations distinguées.

Robert Litzler et Judith Granger-Godbout, Co-président et co-présidente AQPÈRE

Montréal, 22 juin 2018

Madame Valérie Plante
Mairesse de Montréal
275, rue Notre-Dame est
Montréal (Québec)
H2Y 1C6

Madame la Mairesse,

Par la présente, la Coalition Climat Montréal signifie son appui aux propositions de Monsieur Charles Montpetit à l'effet que :

1. les sacs de matériel publicitaires ne soient désormais distribués qu'aux seules personnes qui affichent un autocollant d'acceptation sur leur boîte aux lettres ;
2. que tout sac ou enveloppe servant à regrouper un assortiment de matériel publicitaire ou à emballer des circulaires individuelles soit constitué du matériau le moins dommageable possible pour l'environnement et n'ait pas à être séparé de son contenu par les destinataires lors de sa mise au recyclage.

Comme l'a souligné Monsieur Montpetit, 900 000 sacs sont livrés chaque semaine aux portes des résidents montréalais dans le cadre des distributions de *Publisacs*, ce qui représente 500 tonnes hebdomadaires de matériel, non sollicité dans la plupart des cas.

Notre environnement est présentement gravement menacé par la charge des activités humaines, ce qui exige que nous consommions désormais beaucoup plus sobrement les ressources de la planète. Les propositions soumises ici auront pour bénéfice de limiter significativement le gaspillage de papier et d'énergie qu'entraîne le mode actuel de distribution d'effets publicitaires. L'initiative de Monsieur Montpetit est ainsi fort louable et mérite qu'on lui donne suite.

Je vous remercie de votre attention et vous prie, Madame la Mairesse, d'agréer l'expression de mes sentiments distingués.



Jean-François Boisvert
Au nom de la Coalition Climat Montréal



June 13, 2018

To whom it may concern,

The Council of Canadians supports Charles Montpetit's proposed amendment to restrict the distribution of advertising material to residences that request to receive said materials as well as the proposed amendment that would ban the use of plastic bags containing the advertising materials in order to reduce the need for triage at the recycling stage.

Mark Calzavara
 Regional Organizer, Ontario-Québec-Nunavut
 416-979-5554 / 1-800-387-7177
 mark@canadians.org
 The Council of Canadians
 300-251 Bank Street, Ottawa, ON, K2P 0W8
www.canadians.org

**Proposed amendment to Montreal's
 By-Law Concerning the Distribution of Advertising Material (R.B.C.M. c. D-4 / 96-189)**

Proposition # 1:

In keeping with the spirit of the *Canadian Anti-Spam Legislation* which was adopted in 2017 to keep unsolicited advertising from being sent to online email accounts,

replace Article 8 of the *By-Law*:

No advertising material may be placed on private property if the owner or occupant specifies, by way of a sign in accordance with schedule A, that he refuses to receive that material.

by the following text:

Advertising material can only be placed on private property if the owner or occupant specifies, by way of a sign in accordance with schedule A, that he accepts such material.

Proposition # 2:

In keeping with the spirit of the *By-Law Prohibiting the Distribution of Certain Shopping Bags in Retail Stores* (16-051),

add the following article to the *By-Law Concerning the Distribution of Advertising Material*:

Any bag or other type of container used in the distribution of advertising material must be made of a material which is less damaging to the environment than plastic and which does not require that it be separated from its contents by consumers in order to be recycled.

Schedule A
(red)



Schedule A
(blue)





ENvironnement JEUnesse conscientise les jeunes du Québec aux enjeux environnementaux, les outille à travers ses projets éducatifs et les incite à agir dans leur milieu.

Montréal, le jeudi 2 août 2018

Madame Valérie Plante
Mairesse de Montréal
275, rue Notre-Dame Est
Montréal (Québec) H2Y 1C6

Objet : Lettre d'appui aux Amendements proposés au *Règlement sur la distribution d'articles publicitaires* (R.R.V.M. c. D-4)

Madame la Mairesse,

Nous avons pris connaissance des Amendements proposés au *Règlement sur la distribution d'articles publicitaires* (R.R.V.M. c. D-4) par un de nos membres, Monsieur Charles Montpetit. Par la présente, ENvironnement JEUnesse souhaite porter appui à cette proposition.

ENvironnement JEUnesse est un organisme d'éducation relative à l'environnement qui vise à conscientiser les jeunes du Québec aux enjeux environnementaux, les outiller à travers ses projets éducatifs et les inciter à agir dans leur milieu. ENvironnement JEUnesse est un réseau qui valorise le développement de l'esprit critique et qui donne la parole aux jeunes engagés afin qu'ils fassent connaître leurs préoccupations, leurs positions et leurs solutions concernant les enjeux environnementaux actuels.

Ainsi, les membres d'ENvironnement JEUnesse sont conscient(e)s de l'importance d'assurer un plein déploiement de l'éducation en matière d'environnement et d'écocitoyenneté au sein de notre société. Étant donné les grands défis du recyclage au Québec, nous sommes d'avis qu'il faut proposer aux citoyen(ne)s des mesures qui facilitent le tri et qui démontrent un engagement fort de nos institutions. En ce sens, la Ville de Montréal pourrait jouer un rôle de leader en obligeant la réduction à la source des articles publicitaires envoyés à l'enfouissement.

Enfin, je vous prie de recevoir, Madame la Mairesse, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

Catherine Gauthier
Directrice générale | ENvironnement JEUnesse
cgauthier@enjeu.qc.ca | 514-252-3016, poste 228



Montréal, le 15 juin 2018

Madame Valérie Plante
Mairesse de Montréal
275 rue Notre-Dame Est
Montréal, Québec
H2Y 1C6

**Objet : Lettre d'appui aux Amendements proposés au
*Règlement sur la distribution d'articles publicitaires (R.R.V.M. c. D-4)***

Madame la Mairesse,

Nous avons pris connaissance des Amendements proposés au *Règlement sur la distribution d'articles publicitaires* (R.R.V.M. c. D-4) par Monsieur Charles Montpetit. Équiterre souhaite, par la présente, porter appui à cette proposition.

Alors que sévit une crise du recyclage au Québec, nous avons urgemment besoin de mesures réglementaires, d'une part pour obliger la réduction à la source et d'autre part pour faciliter le tri des matières. Les amendements proposés vont dans ce sens et répondent aux souhaits d'un nombre grandissant de citoyens.

Avec ses 115 000 sympathisants, 22 000 membres, 200 bénévoles et 50 employés, Équiterre est l'organisme environnemental le plus influent et le plus important au Québec. Nous tenons à remercier Monsieur Montpetit de nous avoir interpellés sur ce dossier et de le féliciter pour son grand engagement citoyen.

Veuillez agréer, Madame la Mairesse, nos salutations distinguées,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Colleen Thorpe". The signature is fluid and cursive.

Colleen Thorpe
Directrice des programmes éducatifs

p. j.



**DAVID SUZUKI
FOUNDATION**
One nature.

**FONDATION
DAVID SUZUKI**
Un monde. Une nature.

davidsuzuki.org

14 juin 2018

Monsieur Charles Montpetit
3013, rue Holt
Montréal, QC
H1Y 1R2

Objet: Lettre d'appui aux propositions d'amendement au Règlement sur la distribution d'articles publicitaires

M. Montpetit

Je vous fais part, par la présente lettre, de mon appui moral aux propositions d'amendement au Règlement sur la distribution d'articles publicitaires que vous présenterez prochainement à la Ville de Montréal. Je suis persuadé que l'une ou l'autre de ces propositions apportera une différence marquée dans la quantité de rebus produits par les foyers québécois.

Je soutiens vos démarches pour un meilleur encadrement sur la distribution et/ou l'emballage de prospectus publicitaires à travers les villes du Québec. Vos propositions cadrent avec notre prise de position sur l'évitement du gaspillage des ressources naturelles. Je suis d'avis qu'une réglementation plus explicite en ce qui a trait au publipostage est souhaitable afin d'envisager des villes plus vertes et viables.

Soyez assuré de mon appui dans ce projet et acceptez, M. Montpetit, l'expression de mes sentiments les meilleurs,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Karel Mayrand'.

Karel Mayrand
Directeur général pour le Québec
Fondation David Suzuki kmayrand@davidsuzuki.org
514-871-4932, poste 1451

VANCOUVER (HEAD OFFICE)
219 – 2211 West 4th Avenue
Vancouver, BC V6K 4S2

TORONTO
102 – 179 John Street
Toronto, ON M5T 1X4

MONTRÉAL
540 – 50, rue Ste-Catherine Ouest
Montréal QC H2X 3V4



Madame la mairesse,

Par la présente, nous tenons à exprimer notre appui pour l'amendement que le citoyen Charles Montpetit vous propose de faire au Règlement sur la distribution d'articles publicitaires, comme quoi l'autorisation actuelle de livrer des documents non sollicités à toute la population (sauf aux résidences qui arborent le logo officiel « pas de circulaires ») serait remplacée par l'obligation de limiter la distribution aux personnes qui expriment expressément leur accord avec une telle livraison.

Comme M. Montpetit, nous estimons que cette mesure réduira sensiblement le gaspillage, la pollution et les désagréments liés aux circulaires dans la métropole, et s'harmoniserait parfaitement avec la Loi canadienne anti-pourriel adoptée par le gouvernement fédéral pour régir la distribution de matériel publicitaire en ligne.

Nous appuyons également la proposition subsidiaire d'amender le même règlement de façon à ce que les sacs jetable présentement utilisés lors de la distribution de circulaires ne recourent plus au plastique, ou au bioplastique comme matière de remplacement, mais à un matériau qui soit moins délétère pour l'environnement, voire à une méthode de distribution ne créant pas de déchet. Maintenant que la Ville de Montréal a banni l'usage des sacs de plastique par tous les détaillants, il nous semble logique d'en faire autant pour les tonnes de sacs qui sont encore aujourd'hui distribués chaque semaine à toute la population.

Cette initiative concorde avec la lutte que Greenpeace mène présentement contre la prolifération des déchets plastiques et la pollution dans les océans. Les articles en plastique jetables, même lorsqu'ils sont jugés recyclables ou compostables, représentent un risque sérieux pour l'environnement, jonchent les rues et les parcs, obstruent les flux de déchets municipaux et aboutissent souvent dans nos océans. Le problème a atteint un niveau de crise et a un impact particulièrement troublant sur les communautés côtières et la faune marine.

Dans l'espoir de voir ces deux amendements être adoptés sans tarder par la Ville de Montréal, nous vous prions d'agréer l'expression de nos meilleurs sentiments.

Agnes Le Rouzic
Chargée de communications digitales pour la Campagne Plastique
Greenpeace Canada



GREENPEACE.ca
1 800 320 7183

33 Cecil Street, **Toronto**, Ontario M5T 1N1
454, avenue Laurier Est, **Montréal** Québec H2J 1E7
1726 Commercial Drive, **Vancouver**, British Columbia V5N 4A3
Unit B 10187 - 104 St, Edmonton, AB T5J 0Z9



Lundi, 11 juin 2018

Bonjour,

Comme le Canada tout entier a récemment banni la distribution de circulaires en ligne avec la *Loi canadienne anti-pourriel*, et comme la Ville de Montréal en a fait autant avec les sacs de plastique dans la plupart des commerces, Nature Québec appuie votre initiative de demander à la Ville de Montréal d'amender son *Règlement sur la distribution d'articles publicitaires* de deux façons :

- 1) en remplaçant la clause qui permet la distribution de circulaires à tout foyer qui n'arbore pas un logo rouge par une clause limite la distribution aux foyers qui arborent un logo vert;
- 2) en exigeant le remplacement des sacs de plastique par des enveloppes de papier pour éliminer le problème de triage que représente le mélange actuel de plastique et de papier.

Nature Québec appuie donc formellement la proposition que vous lui avez fait parvenir à cet effet (qui sera entérinée à la prochaine séance de son Conseil d'administration).

Vous pouvez cependant utiliser dès maintenant notre appui et notre nom dans vos démarches.

Merci de votre implication et de cette belle initiative.

Christian Simard

Directeur général

[418-648-2104](tel:418-648-2104) poste 2071

www.naturequebec.org





June 17, 2018

Ms. Valérie Plante
Mayoress of Montreal
275 East Notre-Dame Street
Montreal, Quebec H2Y 1C6

Dear Ms. Plante.

I am writing as a representative of RAVEN (Respecting Aboriginal Values and Environmental Needs). We wish to inform you of our support of Charles Montpetit's proposal to restrict the distribution of leaflets to the homes that post a logo expressing their acceptance of such material, as opposed to the current system of distribution which only excludes consumers who use the official "no leaflet" logo.

We also support the subsidiary proposal to use the most ecologically sound material for the bags or envelopes that will contain the leaflets, as long as these do not need to be separated from their contents by the consumers in order to be recycled.

We are an organization that supports Indigenous communities that are on the front lines of unmitigated expansion of tar sands developments. We envision a world that moves beyond on our collective reliance on plastics and petroleum based products. We urge you to take a step in this direction.

We commend M. Montpetit for bringing this issue forward.

With kind regards,

Laurie MacKenzie
RAVEN Development Director
laurie@raventrust.com
250-885-1777





Le 21 juin 2018

Madame la mairesse Valérie Plante
et conseillers municipaux
Hôtel de Ville de Montréal
275, rue Notre-Dame Est
Montréal (Québec) H2Y 1C6

Madame la Mairesse,

Je vous exprime mon appui et celui du Projet de la réalité climatique Canada pour les propositions de M. Charles Montpetit visant à amender le Règlement sur la distribution d'articles publicitaires de la Ville de Montréal. La livraison de circulaires devrait être limitée aux résidences qui les acceptent, et les sacs de plastique utilisés à cette fin devraient être remplacés par un substitut plus écologique.

Ces mesures permettront de réduire les matières résiduelles des Montréalais, et d'améliorer la qualité des matières recyclables collectées à Montréal. De plus, elles s'inscriraient très bien dans la série de mesures prises par votre administration qui permettent aux Montréalais de réduire leur empreinte écologique.

Salutations cordiales,

Audrey Dépault
Directrice nationale
Projet de la réalité climatique Canada



June 17, 2018

To Mayoress Valérie Plante and Montréal City Council:

We are writing on behalf of Sierra Club Canada Foundation to support Charles Montpetit's proposal to restrict the distribution of advertising material to residences that actually subscribe to it, as well as his subsidiary proposal to ban the use of plastic bags for such purposes.

Sierra Club Canada Foundation (SCCF) is a national, grassroots environmental organization that empowers people to explore, enjoy, and protect a healthy and safe planet. The global plastic pollution problem has reached a crisis point, and plastic pollution is contaminating freshwater and oceans, choking wildlife, and overwhelming municipal waste management systems.

SCCF has encouraged waste reduction and promoted the "polluter pays" principle for decades and is currently working with our membership to reduce plastic use, inspire others, and demand action on behalf of governments. Recently, we joined with 40 + other leading organizations to push for a zero plastic waste Canada by 2025 (<http://www.sierraclub.ca/en/Joint-Declaration-On-Plastics>).

We congratulate Montréal on being the first major city in Canada to ban thin single-use plastic bags at retail stores, and hope further measures will be taken to reduce waste and encourage a circular economy where waste products are reused and recycled. We believe Montréal can go even further to enhance its efforts to reduce unnecessary waste, and encourage you to take immediate steps recommended by Mr. Montpetit to further reduce unnecessary plastic and paper waste.

Every week, 900,000 plastic bags (called "Publisacs") filled with various store leaflets are delivered to just about every residence in Montréal. In order for a resident to decline Publisac delivery, the existing bylaw requires a resident to get an official red "no leaflet" sticker from the nearest district office and paste it on their mailbox. Needless to say, few people bother to do so, and the weekly distribution of 500 tonnes of unsolicited paper & plastic bags goes on almost unabated. The municipality is then responsible for collecting and, if possible, recycling this waste. Unfortunately, because people often do not separate the plastic and paper waste this overwhelms the triage centres and keeps the paper from being recycled because there is too much plastic left in the reprocessed mix. Some Publisacs do not enter the waste system at all, and remain as litter in the environment.

We recommend Montréal Municipal Council support Mr. Montpetit's initiative and take the following steps :

- 1) amend the sticker regulation (Article 8) so that advertising material can be delivered ONLY to those who expressly post a "leaflets welcome" sticker; and
- 2) extend the ban of plastic bags to those used in the distribution of advertising material.

Thank you for your attention. We look forward to seeing even greater progress in reducing waste in Montréal.

Sincerely,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Isabelle-Anne Bisson".

Isabelle-Anne Bisson, PhD
Director and Co-chair, Quebec Chapter

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Gretchen Fitzgerald".

Gretchen Fitzgerald
National Program Director