



Marché public à Pointe-aux-Trembles

Synthèse des travaux réalisés et des orientations privilégiées
par le comité de pilotage du marché public
de la CDC de La Pointe – région Est de Montréal

MARS 2011



Table des matières		
	1. Introduction	2
	a. Mise en contexte	2
	b. Objectifs du comité de pilotage	3
	c. Les défis	3
	d. Objectif général du document	3
	2. Chronologie des travaux réalisés par le comité de pilotage	4
	3. Présentation des principaux constats issus des travaux du comité	6
	a. Situation des marchés publics à Montréal et au Québec	6
	b. Évaluation des besoins de la clientèle visée	8
	c. Localisations envisagées et choix de localisation	13
	d. Critères de succès identifiés	16
	4. Recommandations	17
	5. Mise en œuvre du projet par l'arrondissement	19
	Références bibliographiques	20
	Liste des annexes jointes	
	i. Résultats du sondage	
	ii. Grille d'analyse des sites potentiels	
	iii. Pré-projet	
	iv. PowerPoint synthèse des travaux en juin 2010	
	v. Lettre de l'arrondissement	
	vi. Références bibliographiques	

I Introduction

Mise en contexte

En 2008, la Corporation de développement communautaire (CDC) de La Pointe – région Est de Montréal recevait la visite de deux citoyens, pétition en main, signée par plus de 1 000 personnes habitant le quartier, en faveur de l'implantation d'un marché public à Pointe-aux-Trembles.

Partageant les préoccupations des citoyens à cet égard, la CDC les invita à présenter cette idée à la Table de développement social, qui accueillit favorablement la démarche en l'inscrivant dans son plan d'action.

Un comité de travail fut donc mis en place pour développer ce projet, supporté par la CDC, qui regroupe des organisations communautaires du territoire de Pointe-aux-Trembles et Montréal-Est œuvrant dans divers champs d'activités.

Le souci de la CDC par rapport à ce comité, tout comme pour l'ensemble des comités qu'elle accompagne, était d'inscrire les citoyens dans une démarche collective et de soutenir leur enthousiasme face au projet, qui s'échelonna sur une période de trois ans.

En septembre 2008 la CDC, appuyée par le Centre de santé et de services sociaux (CSSS) de la Pointe-de-l'Île, dépose une demande d'aide financière à l'Agence de Santé et des services sociaux de Montréal dans le cadre du *Programme de soutien aux initiatives en sécurité alimentaire de la région de Montréal 2008-2012*. Une subvention triennale lui est accordée afin de réaliser la mise en place d'une offre alimentaire sur le territoire, soit plus précisément d'un marché public.

Après cette annonce, le comité de travail initial s'adjoit des partenaires essentiels à la réalisation du projet et se transforme en comité de pilotage du marché public de Pointe-aux-Trembles. La CDC anime la démarche. À cette époque, le comité de pilotage se compose des personnes suivantes : Mario Blanchet (citoyen), Jacques Pichette (citoyen), Lyne Pépin (CSSS) et Marthe Tessier (CDC). Il est accompagné par un consultant externe (Histoires de gourmands).

La démarche du comité s'est inscrite en continuité avec les orientations de l'Agence de la santé et des services sociaux de Montréal qui déposait en 2007 son *Rapport sur les disparités dans l'accès à des aliments santé à Montréal*. On y relevait que pour le territoire de Pointe-aux-Trembles – Montréal-Est, l'accessibilité à des fruits et légumes frais est l'une des plus mauvaises sur l'île et que la population de ce secteur doit parcourir de grandes distances pour aller faire son épicerie, soit au-delà de 500 mètres pour les personnes à pied et plus de 3 kilomètres pour les ménages motorisés.





Objectifs du comité de pilotage

Le comité de pilotage avait pour objectif la mise en place d'un marché public à Pointe-aux-Trembles, ce dernier s'inscrivant dans une optique de revitalisation de quartier et de développement durable, dans un système alimentaire diversifié.

La démarche retenue vise à favoriser le fait que le plus grand nombre de personnes possible puisse avoir accès à une offre alimentaire saine et de proximité, dans un environnement convivial. On souhaite revitaliser un secteur plus défavorisé en permettant de développer une vie de quartier animée, d'améliorer l'accessibilité à des fruits et légumes frais et d'offrir des prix compétitifs.

Les défis

En plus de se familiariser avec les nombreux enjeux inhérents à l'implantation d'un marché public tels que la commercialisation des circuits courts, la diversification et la constance de l'offre, le potentiel d'acheteurs et la gestion des marchés, plusieurs défis attendaient le comité de pilotage.

Un des défis auxquels le comité de pilotage devait faire face était le fait qu'il fallait développer une vision partagée du type de marché public souhaité et inclure la communauté dans le processus de réflexion et d'élaboration du projet. Pour y arriver, le comité a mobilisé et associé à sa démarche divers partenaires provenant du secteur privé, public, de l'économie sociale et de l'agroalimentaire.

Un autre défi consistait à faire consensus autour du lieu d'implantation du projet et donc tenir compte de la proposition citoyenne, qui demandait qu'un marché public puisse se développer en zone riveraine, afin de redonner aux citoyens du quartier un accès au fleuve et pour permettre qu'un volet d'animation vienne s'y greffer.

Objectif général du document

Ce document fait rapport des travaux réalisés par le comité de pilotage du marché public de Pointe-aux-Trembles. Il a également pour objectif de faire valoir la vision partagée au sein du comité d'un marché public de quartier et de transmettre certaines recommandations découlant de l'ensemble des recherches, réflexions et travaux menés par ce dernier.

Il s'adresse à l'ensemble de la communauté, dont l'arrondissement, qui sera le maître d'œuvre du premier marché public de Pointe-aux-Trembles, prévu à l'été 2011.



2 Chronologie des travaux réalisés par le comité de pilotage

L'un des premiers travaux du comité de pilotage fut la réalisation d'un lexique alimentaire visant à doter l'ensemble de ses membres d'un langage commun et utilisé dans le secteur agroalimentaire.

Le comité a par la suite créé une grille d'animation permettant l'analyse des sites qui seraient examinés en regard d'enjeux sociaux, économiques, environnementaux et politiques du quartier. Il a d'abord sillonné le territoire en tenant compte d'éléments particuliers (histoire, patrimoine, environnement, etc.) afin d'ancrer le projet dans son milieu. Puis, des visites de sites potentiels ont été organisées.

Le comité de pilotage a participé à différentes consultations publiques dont celle sur le *Plan particulier d'urbanisme (PPU) du Vieux Pointe-aux-Trembles*.

Dans le cadre des élections municipales de 2009, la CDC organisait une rencontre publique avec les candidats aux élections, les questionnant sur les préoccupations citoyennes et communautaires, entre autres sur les enjeux en sécurité alimentaire, dont le projet de marché public. Des membres du comité de pilotage ont collaboré à cette démarche.

Tout au long de la démarche, la CDC et le CSSS ont participé aux activités de diverses instances régionales en lien avec les enjeux de sécurité alimentaire.

Ils ont assuré le suivi du projet de marché public auprès du bailleur de fonds, soit l'Agence. Ce suivi a requis la rédaction de bilans d'activités, le dépôt de rapports et du plan d'action ainsi que la participation aux nombreuses rencontres organisées par l'Agence dans le cadre des *Initiatives intégrées en sécurité alimentaire*.

Après ces étapes, le comité a déposé un pré-projet faisant la synthèse de l'ensemble des travaux réalisés et s'adjoignait des partenaires stratégiques (SODEC, CIBIM, arrondissement).

Des rencontres avec les services d'urbanisme de l'arrondissement et de la Direction de santé publique en vue de peaufiner le projet s'en sont suivies.

Tout au long des travaux et des visites, des échanges permirent de mieux connaître la réalité de l'offre et de la demande en lien avec l'implantation d'un marché public. Ainsi, les marchés publics de Bécancourt, Repentigny, Lanoraie et L'Assomption ont fait l'objet de visites et de rencontres avec leurs responsables. Des échanges avec un producteur maraîcher ont permis de mieux comprendre les enjeux liés à la mise en place de circuits courts¹.

¹ Cueillette et livraison en 24 heures

Une rencontre avec des représentants du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) eut lieu afin de discuter du projet, de son développement et d'une aide financière possible pour son démarrage.

Le comité procéda également à une étude des structures de fonctionnement des marchés publics au Québec (coopératives, OBNL).

L'un des éléments importants des travaux fut la réalisation au printemps 2010 d'un sondage auprès de plus de 300 citoyens du secteur avec la firme Convercity. Ce sondage venait confirmer les besoins et attentes de la population de Pointe-aux-Trembles en regard de l'arrivée d'un marché public saisonnier.

En juin 2010, le comité de pilotage produit un document PowerPoint faisant le bilan des travaux réalisés et le présente aux élus de l'arrondissement.

Il débute subséquemment la recherche d'un site pour un projet-pilote de marché saisonnier prévu à l'été 2011.

Il se met à la recherche d'une ressource pour la mise en œuvre de ce projet-pilote et s'occupe de l'appel de candidatures, de la préparation et de la réalisation des entrevues avec les candidats sélectionnés.

Arrivant à la fin d'une étape cruciale dans ses travaux et ayant identifié la ressource désirée pour la mise en place du projet de marché public de l'été 2011, le comité doit malheureusement interrompre sa démarche, la ressource identifiée s'étant retirée compte tenu des modifications apportées à la proposition initiale.

Dans ce contexte, une rencontre est organisée avec l'arrondissement pour clarifier entre autres choses la gouvernance du projet. Suite à cette rencontre, une demande est adressée à l'arrondissement, l'invitant à assurer la mise en œuvre du marché public de l'été 2011.

Faisant suite à cette demande, l'arrondissement a transmis au comité une lettre affirmant son intention d'être porteur de la mise en œuvre du marché public de 2011².

² Voir lettre en annexe



3 Présentation des principaux constats issus des travaux du comité

Situation des marchés publics au Québec et à Montréal

Au Québec

Selon les données de Statistiques Canada, en 2007, on comptait 65 marchés publics au Québec, dans 13 des 17 régions administratives (il est à noter que près d'une vingtaine d'autres marchés ont officiellement vu le jour depuis 2008).

Toujours selon cette source, 63 % des marchés publics ont moins de 10 ans d'existence, ce qui illustre un changement assez récent dans les habitudes de consommation des Québécois. Parmi les marchés publics, 75 % sont extérieurs.

78 % des marchés publics sont saisonniers, tandis que 22 % fonctionnent à l'année.

Au plan de la gouvernance, en 2007, 46 % des marchés publics sont gérés par une municipalité, 18 % sont des associations ou des coopératives de solidarité, 12 % sont des regroupements de producteurs-marchands et 24 % sont gérés par l'Office de tourisme ou l'Office de développement agricole.

89 % des villes et municipalités concernées fournissent des infrastructures et/ou des services d'appoint à leur marché public.

En ce qui a trait à l'offre, elle est composée entre autres à 42 % de produits maraîchers frais et à 39 % de produits alimentaires transformés.

Selon une étude publiée par l'Association des marchés publics du Québec (AMPQ)³, en 2007, 8,8 % des superficies en légumes produits au Québec sont destinées aux marchés publics. Sur 308 entreprises rejointes, 20 % d'entre elles écoulent la totalité ou une partie de leur production sur un marché public. Pour 44 de ces 308 entreprises, le marché public est le principal canal de distribution. Compte tenu du fait que les marchés publics permettent de dégager une marge bénéficiaire plus élevée pour les petits producteurs, il y a donc un intérêt clair pour les producteurs maraîchers de s'impliquer dans ce type de mise en marché.



³ Source : Fédération des producteurs maraîchers du Québec, *Légumes offerts sur les marchés publics : détermination des attentes des consommateurs (salubrité, provenance, qualité, etc.) et de la volonté de la production à répondre à ces attentes*, étude produite par Zins Beauséne et associés, mars 2008



À Montréal

En 2007, on comptait à Montréal 17 marchés publics dont 13 de quartiers.

L'achalandage annuel des marchés publics à Montréal s'approche de 4 millions de personnes et entre 1993 et 2006, on y a dépensé plus de 40 millions de dollars.

La Corporation de gestion des marchés publics de Montréal (CGMPM), un organisme à but non lucratif, existe depuis 1993. Elle est mandatée par la Ville de Montréal pour gérer ses marchés et son conseil d'administration regroupe des membres provenant de la direction des différents marchés, des producteurs et des marchands participants.

Par ailleurs, depuis 2006 la Conférence régionale des élus (CRÉ)⁴ de Montréal supporte des initiatives visant l'organisation de marchés saisonniers locaux dans des cours d'écoles ou des lieux publics, afin d'améliorer l'offre en fruits et légumes à des populations vivant dans des zones isolées. L'objectif est de rassembler des partenaires locaux d'un quartier avec une population défavorisée autour d'un projet qui vise la promotion d'une meilleure alimentation.

⁴ Projet pilote des marchés saisonniers (CRÉ-Nourrir Montréal), 2008

Portrait général de la population de PAT-ME

Selon les données de 2006⁵, la population de Pointe-aux-Trembles compte près de 50 000 personnes. Sa moyenne d'âge est de 42,9 ans, ce qui est supérieur à celle de l'ensemble de l'île de Montréal (39,2 ans). Ceci s'explique en partie par un taux inférieur de personnes âgées de 20 à 44 ans à celui de l'ensemble de l'île de Montréal (31 % contre 38 %), et par un taux supérieur de personnes âgées de 45 à 64 ans (32 % contre 26 %).

Le nombre moyen de personnes par ménage du secteur est de 2,3 contre 2,2 pour l'ensemble de l'île de Montréal.

14 100 familles occupent le territoire de Pointe-aux-Trembles. Sur ce nombre, 5 555 sont des familles avec enfants et 2 960 sont monoparentales. Le taux de monoparentalité du secteur (21 %) est le même que pour l'ensemble de l'île de Montréal.

Le revenu moyen des ménages de Pointe-aux-Trembles (56 832 \$) se rapproche de celui de l'ensemble des ménages de l'île de Montréal (57 736 \$). Quant au revenu médian pour les ménages du secteur⁶, il est de 48 461 \$, soit sensiblement supérieur à la moyenne montréalaise (40 279 \$). 19 % de la population de Pointe-aux-Trembles vit dans des ménages privés à faible revenu (avant impôt), comparativement à 29 % pour la population de l'île de Montréal.

Par ailleurs, le territoire n'est pas homogène dans ses caractéristiques sociodémographiques. Ainsi, la carte suivante fait état de l'indice de défavorisation matérielle et sociale du secteur. L'indice de défavorisation matérielle et sociale comprend 6 indicateurs tirés du recensement de 2006. Sa composante matérielle rend compte des variations de scolarité, du revenu moyen et du taux d'emploi. Sa dimension sociale touche la conjugalité, la monoparentalité, et la résidence. Être en situation de défavorisation matérielle et sociale expose les individus à une grande vulnérabilité en termes de santé et de bien-être.

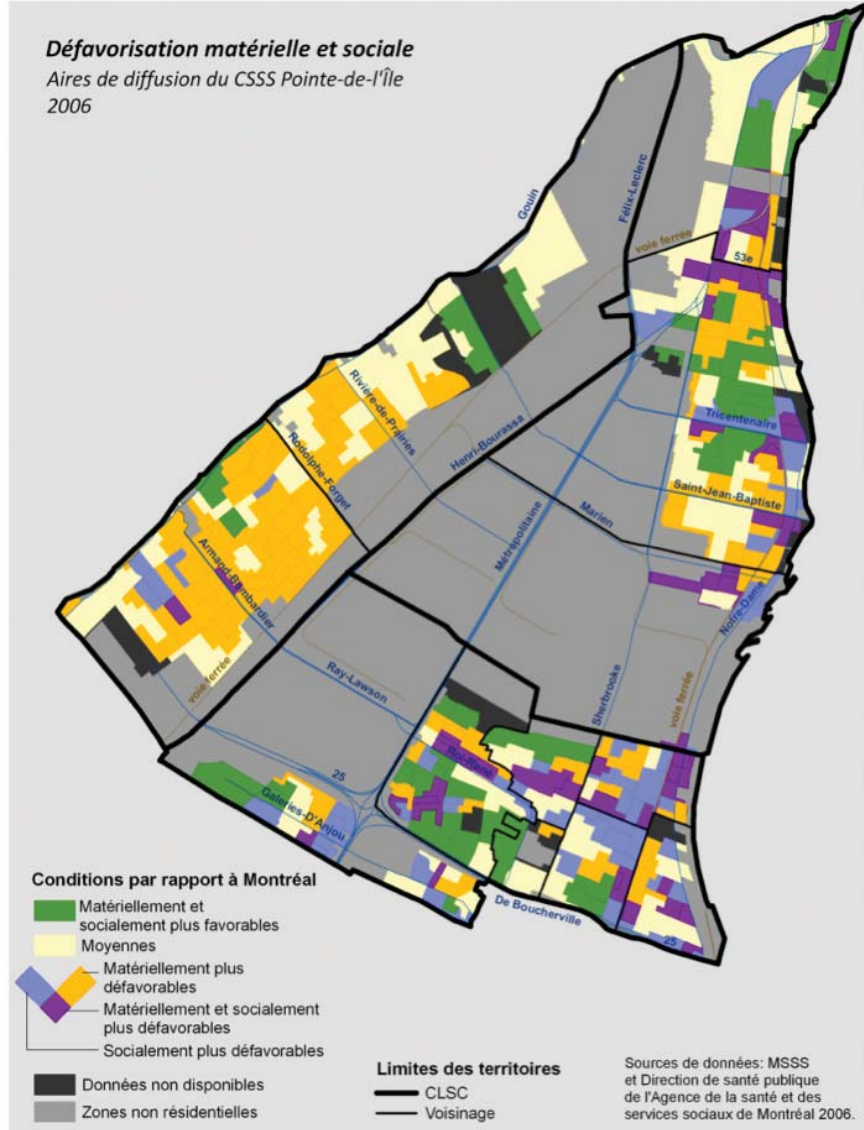
La carte suivante illustre que cette situation est concentrée en certains endroits. Ainsi, plus de 10 000 personnes de Pointe-aux-Trembles et Montréal-Est vivent en milieu défavorisé tant sur le plan matériel que social.



⁵ Source : données du recensement de Statistique Canada, 2006

⁶ Définition revenu médian des ménages de Statistique Canada : Valeur en dollars qui représente le milieu d'une répartition des ménages classés selon la taille du montant du revenu du ménage

Défavorisation matérielle et sociale
Aires de diffusion du CSSS Pointe-de-l'île
2006





Sondage auprès de la population

Au printemps 2010, le comité de pilotage effectuait avec l'aide de la firme Convercité un sondage auprès de plus de 300 résidents de Pointe-aux-Trembles en vue d'identifier les habitudes et les déterminants de la fréquentation en matière d'alimentation et d'évaluer l'intérêt des citoyens à l'égard de l'implantation d'un marché public saisonnier à Pointe-aux-Trembles.

MÉTHODOLOGIE

Le sondage a été complété par téléphone entre le 26 avril et le 9 mai 2010 auprès de 300 résidents de Pointe-aux-Trembles, répartis à peu près également entre les secteurs Ouest (le Vieux Pointe-aux-Trembles et ses alentours), Centre (le boulevard de La Rousselière et ses alentours) et Est (le Bout de l'île).

Le questionnaire comprenait 23 questions et s'adressait aux personnes âgées de 18 ans et plus, responsables des achats en alimentation pour le ménage. La marge d'erreur était de 5,6 %, 19 fois sur 20, pour l'ensemble de l'échantillon.

PROFIL DES RÉPONDANTS

L'âge moyen des répondants est de 52,3 ans et trois répondants sur quatre sont des femmes. Le nombre moyen de personnes par ménage est de 2,4, contre 2,3 selon les données du recensement de 2006.

81 % des répondants affirment posséder une automobile. Les revenus moyens des ménages sondés sont légèrement inférieurs aux revenus moyens des ménages recensés en 2006 dans le secteur.

HABITUDES DE FRÉQUENTATION COMMERCIALE

Dans l'ensemble, 80 % des répondants utilisent la voiture pour se rendre à l'épicerie. Cette proportion s'élève à 90 % dans le secteur Est. Seulement 1 % des résidents de ce secteur marchent pour se rendre à l'épicerie.

Les répondants prennent en moyenne 9 minutes pour se rendre à l'épicerie et pour les résidents du secteur Est, le trajet moyen est de 11 minutes.

Les ménages de Pointe-aux-Trembles dépensent en moyenne 96 \$ en alimentation par semaine (achats locaux seulement, en excluant les restaurants). Pour leur part, les ménages du secteur Est dépensent hebdomadairement en moyenne 104,60 \$.

Par ailleurs, selon une étude de Compusearch de 2007 intitulée *Dépenses à la consommation des ménages de Pointe-aux-Trembles*, les achats alimentaires hebdomadaires locaux des ménages de Pointe-aux-Trembles diffèrent de ceux de la population de l'ensemble de l'île de Montréal. Ainsi, les ménages de Pointe-aux-Trembles dépensent localement chaque semaine 6 \$ pour des fruits frais (7,15 \$ pour les ménages montréalais) et 7,52 \$ pour des légumes frais (8,37 \$ pour les ménages montréalais).

En moyenne, les répondants fréquentent 2,5 commerces d'alimentation par semaine. Plus de 80 % des dépenses en alimentation sont réalisées dans les supermarchés et 10 % dans une épicerie spécialisée. 35 % des répondants ne fréquentent aucun commerce d'alimentation spécialisée sur une base régulière.

La fraîcheur des produits est jugée très importante dans le choix d'un lieu d'achat par 84 % des répondants. Le fait de trouver tout sous un même toit, c'est-à-dire une offre alimentaire comprenant fruits et légumes, viandes, produits de boulangerie et fromages, est jugé comme étant très important par 70 % des répondants. Pour 66 % d'entre eux, la proximité par rapport à la maison est un facteur très important. 61 % des répondants considèrent très important le grand choix de produits locaux. En ce sens également, les spéciaux et aubaines de la circulaire sont très importants pour 57 % des répondants et 42 % d'entre eux considèrent très important le grand choix de produits spécialisés.

INTÉRÊT À L'ÉGARD D'UN MARCHÉ PUBLIC SAISONNIER

50 % des répondants avaient fréquenté un marché public au cours des 12 derniers mois. Le marché Jean-Talon et Les Halles d'Anjou sont actuellement les marchés les plus visités par les gens de Pointe-aux-Trembles.

85 % des répondants sont intéressés ou très intéressés par rapport à l'implantation d'un marché public saisonnier à Pointe-aux-Trembles.

Les répondants qui ont fréquenté un marché public au cours des 12 derniers mois sont généralement plus intéressés par l'établissement d'un marché saisonnier à Pointe-aux-Trembles que les autres. Par ailleurs, le fait de fréquenter ou non de manière régulière les magasins d'alimentation spécialisée n'a pas d'impact sur l'intérêt à l'égard de l'implantation d'un marché public saisonnier à Pointe-aux-Trembles.

Le tableau suivant illustre les principaux produits que les répondants aimeraient trouver dans un marché public saisonnier à Pointe-aux-Trembles et le pourcentage des répondants qui les demandent.

Principaux produits souhaités	% de répondants les demandant
FRUITS ET LÉGUMES	90 %
BOUCHERIE	37 %
PÂTISSERIE, BOULANGERIE	26 %
FROMAGERIE	26 %
PRODUITS DU TERROIR	23 %
PRODUITS FRAIS/DE SAISON	19 %
POISSONNERIE	18 %
PRODUITS D'HORTICULTURE	11 %
ÉPICERIE FINE	8 %
PRODUITS BIOLOGIQUES	8 %
SPÉCIALITÉS ETHNIQUES, IMPORTATIONS	7 %
VINS ET PRODUITS ALCOOLISÉS	5 %
PRODUITS TRANSFORMÉS (PLATS CUISINÉS)	5 %

Parmi les principaux éléments qui motiveraient les répondants à fréquenter un marché public saisonnier à Pointe-aux-Trembles, mentionnons la fraîcheur et la qualité des produits pour 35 % d'entre eux, la diversité des produits (20 %), le meilleur prix (16 %), la proximité de la maison (15 %), la qualité de l'aménagement du site (10 %), la localisation et l'emplacement (7 %) et enfin, l'animation et l'ambiance (7 %).

S'il n'était ouvert qu'une seule journée par semaine, la fin de semaine, 78 % des répondants affirment qu'ils fréquenteraient le marché public saisonnier à toutes les semaines.

La période de la semaine la plus populaire pour fréquenter un marché saisonnier se situe entre le jeudi et le dimanche. 60 % des répondants préféreraient le samedi.

Parmi les critères déterminant l'emplacement du marché public saisonnier de Pointe-aux-Trembles, la facilité d'accès en automobile est considérée comme un facteur très important pour 84 % des répondants. Suivent la facilité d'accès en autobus (57 %), la proximité d'une activité commerciale (51 %), la facilité d'accès en vélo (49 %) et la proximité du fleuve (35 %).

Pour 45 % des répondants, le secteur Centre serait le secteur à retenir pour la localisation du marché public de Pointe-aux-Trembles. Pour 28 % d'entre eux, ce serait le Bout de l'Île et pour 27 %, le Vieux Pointe-aux-Trembles. Par ailleurs, la préférence pour un secteur est directement reliée au lieu de résidence des répondants.

En résumé

Les citoyens de Pointe-aux-Trembles affichent un intérêt marqué pour l'implantation d'un marché public dans leur quartier. Cet intérêt est partagé, peu importe le profil sociodémographique des ménages.

On souhaite d'abord retrouver dans un marché public saisonnier à Pointe-aux-Trembles des fruits et légumes frais mais aussi une offre alimentaire complémentaire (boucherie, boulangerie, fromagerie). La fraîcheur des produits et la diversité sont très recherchées.

Compte tenu des habitudes actuelles de consommation, la localisation du futur marché sera un facteur déterminant dans le succès du projet. En très grande majorité, les consommateurs utilisent l'automobile pour se rendre au marché.

Pour favoriser le succès d'un futur marché public saisonnier, surtout s'il n'est ouvert qu'une journée par semaine, il faudra donc offrir des conditions qui inciteront les gens à modifier leurs habitudes de consommation. Ces conditions incluent notamment un accès facile en automobile, des espaces de stationnement en nombre suffisant, ainsi qu'une offre alimentaire complète à proximité d'un pôle commercial.





Localisations envisagées et choix de localisation

La première condition pour assurer le succès d'un marché public est le choix d'un bon site. Le site idéal doit être central, au cœur du quartier et avec une bonne densité de population à proximité. Accessible en automobile, en transport en commun et à bicyclette, il est visible en provenance de toutes les directions et signalisé partout sur un rayon de 10 km.

Le site est fonctionnel et équipé de tous les services nécessaires. Il est entretenu de façon impeccable et dispose de suffisamment d'espaces de stationnement à proximité pour les voitures et les camions.

La proximité du fleuve serait un atout complémentaire à considérer dans le choix du site.

Sites considérés

Pour la visite du 4 juin 2009, huit (8) sites avaient été retenus par le comité de pilotage du marché public de Pointe-aux-Trembles. Pour faciliter son choix, une grille d'analyse (en annexe) a été développée afin d'évaluer chaque site. Nous soulignerons dans ce rapport les principaux points retenus par le comité pour chacun des sites et la recommandation d'un site pour l'implantation du marché public.

SITE #1:

EMPLACEMENT DE LA FUTURE PLACE PUBLIQUE DU VIEUX POINTE-AUX-TREMBLES

Situé en bordure du fleuve, ce site est à l'angle du boulevard Saint-Jean-Baptiste et de la rue Notre-Dame. Il est bien desservi par le réseau de transport. On y aménagera éventuellement la future Place publique dans le cadre des travaux de revitalisation du Vieux Pointe-aux-Trembles. Un marché saisonnier d'une journée par semaine pourrait y être implanté. Cette activité contribuerait à l'animation de la place publique. Bien que ce site soit vu comme très intéressant par le comité il faudra tenir compte des travaux d'infrastructures concernant la revitalisation du Vieux Pointe-aux-Trembles, ce qui reporterait à une période indéterminée l'arrivée prochaine d'un marché.

SITE #2:

PARC NEUVILLE-SUR-VANNE (FACE À L'ÉCOLE MCLEARON CÔTÉ SUD)

Le parc Neuville-sur-Vanne est situé sur la rue Notre-Dame au bord du fleuve. Le terrain du parc est gazonné et assez accidenté, ce qui complique l'installation de chapiteaux et d'étals. Il n'y a pas d'espaces de stationnement. Un feu clignotant serait nécessaire pour inciter les automobilistes à ralentir près du parc.

SITE #3:

ÉCOLE MCLEARON

L'école McLearn est située sur la rue Notre-Dame, en face du parc Neuville-sur-Vanne. Cette école desservait autrefois les enfants des directeurs et ouvriers anglophones qui travaillaient dans les nombreuses manufactures établies à Pointe-aux-Trembles à l'époque de l'industrialisation du territoire. Ce site représente un bon intérêt historique qui est assez mal connu à Pointe-aux-Trembles. Du côté aménagement, on trouve sur le site



suffisamment d'espaces de stationnement pour les producteurs, les transformateurs et la clientèle. L'eau et l'électricité y sont disponibles. De plus, il y aurait possibilité d'utiliser l'intérieur de l'école pour les besoins de rangement et même d'animation. On pourrait y tenir un marché saisonnier d'une journée par semaine et éventuellement prévoir des activités à l'intérieur du bâtiment.

SITE #4:

MARINA (TRICENTENAIRE)

Bien situé au bout du boulevard Tricentenaire et face au fleuve, l'emplacement est intéressant. Toutefois, ce site est privé et actuellement occupé par une marina. Cet établissement est relativement jeune dans l'histoire de Pointe-aux-Trembles et semble en bonne situation financière et plutôt en développement qu'en déclin. On parle donc d'investissement majeur (achat coûteux et aménagement du site) pour installer le marché.

SITE #5:

TERRAIN SOUS LES PYLÔNES ÉLECTRIQUES

Le site est en bordure du fleuve, sous les pylônes d'Hydro-Québec. Il appartient d'ailleurs à Hydro-Québec. De l'opinion générale du comité, son aménagement serait onéreux et la proximité des pylônes ne paraît pas souhaitable pour l'implantation et l'ambiance d'un marché public.

SITE #6:

31^{ième} AVENUE ET FLEUVE

C'est un site privé, en bordure du fleuve. La vue sur l'eau est très intéressante mais son accès est un peu exigu et les voisins limitrophes sont très rapprochés. Il n'y a pas de stationnement, de source d'électricité ni d'eau potable à proximité. L'installation du marché demanderait un changement de zonage, l'achat du terrain et un aménagement complet en infrastructures.

SITE #7:

PARC CLÉMENTINE-DE-LA-ROUSSELIÈRE

Le Parc Clémentine-de-la-Rousselière est situé au bout du boulevard De la Rousselière en bordure du fleuve. La vocation actuelle du parc est sportive; on y trouve en effet des terrains de baseball et de soccer. Il y a toutefois des sections du parc où un marché saisonnier d'une journée par semaine pourrait être installé. Le plan d'aménagement du parc prévoit toutefois une vocation sportive pour tout le parc. Comme l'emplacement du marché serait en bordure du fleuve, la visibilité du site à partir de la rue est déficiente.

SITE #8:

ÉGLISE SAINTE-GERMAINE-COUSIN

Le site aurait pu être intéressant pour l'implantation du marché, mais étant donné le projet de construction de logements qui occuperont une grande partie du terrain autour de l'église, il devient difficile d'y intégrer un marché. De plus, l'aménagement nécessiterait de gros investissements.

Autres sites envisagés

Certains autres sites ont aussi retenu l'attention du comité mais n'ont pas fait l'objet d'une analyse approfondie, par exemple le site de la future gare de Pointe-aux-Trembles (sur la rue Sherbrooke, à l'est du boulevard de La Rousselière), l'ancien couvent des Sœurs de la Congrégation Notre-Dame et le site d'une ancienne épicerie sur la rue Saint-Jean-Baptiste.

Choix du site retenu par le comité

Le site McLearn apparaît comme l'option la plus facile et la moins coûteuse à aménager. C'est le site qui respecte le mieux les critères d'analyse que le comité de pilotage s'était donné pour la mise sur pied d'un marché public à Pointe-aux-Trembles.

L'avantage majeur du site McLearn est sa facilité d'aménagement à des coûts raisonnables. Contrairement aux autres sites, certaines infrastructures de base seraient disponibles sur place. Par ailleurs, il est au cœur du tissu urbain de Pointe-aux-Trembles et très facile à repérer. Il offre en outre des possibilités d'accès et d'aménagement intéressants en raison des grands terrains qui l'entourent. L'accès piétonnier et via le transport en commun sont déjà en place, tandis que la circulation piétonnière sur le site peut se faire sans danger. La surface asphaltée offre un grand avantage en ce qui a trait aux règles d'aménagement de ce genre d'activité. Enfin, le site permet d'offrir éventuellement des animations et des événements spéciaux en complément aux activités du marché et il est possible d'y prévoir une offre alimentaire élargie. En plus de l'extérieur, qui semble être le site idéal pour y démarrer un marché public hebdomadaire à peu de frais, l'intérieur de l'école pourrait accueillir des activités connexes telles qu'ateliers de cuisine et de jardinage, cuisines collectives et marché de Noël.

C'est un endroit où l'on peut penser développer un pôle agroalimentaire important pour la communauté pointelière. Ainsi, les grands terrains vagues adjacents pourraient par exemple accueillir des jardins communautaires éducatifs qui serviraient à la formation scolaire des jeunes ou des adultes.

Il faut retenir que ce site appartient à la Commission scolaire anglophone et que des pourparlers avec l'arrondissement étaient en cours au moment des travaux du comité, pour évaluer la possibilité d'une éventuelle utilisation pour des services de loisirs. Le comité n'a donc pas entrepris de démarche concernant l'éventualité d'un projet de marché public avec la commission scolaire.

À la suite du sondage auprès de la population et afin de vérifier l'intérêt d'un marché public sur le terrain, le comité a envisagé la mise en place d'un projet pilote pour l'été 2011. Dans ce contexte, des visites ont été organisées et deux sites ont été retenus. Ces sites sont respectivement localisés dans le parc Saint-Jean-Baptiste et dans le stationnement du Carrefour de la Pointe.



Critères de succès identifiés dans la mise en place d'un marché public

Cette section résume les principaux critères de succès d'un marché public identifiés par les sources d'informations que nous avons consultées⁷. Ils font également référence aux résultats du sondage réalisé auprès de la population pointelière au printemps 2010.

Pour le consommateur, le marché public vise à répondre à un besoin d'authenticité et il crée un lien direct avec le producteur. On y retrouve des produits frais, dans une ambiance chaleureuse. Lieu d'échanges, le marché public doit aussi jouer un rôle de rassembleur, d'intégrateur des citoyens et citoyennes de toutes origines, dans une ambiance festive. Un marché public participe à l'amélioration de la vie communautaire et économique de son milieu d'insertion.

Outre la fraîcheur recherchée des produits, les préoccupations des consommateurs comprennent la salubrité, l'innocuité et la traçabilité des produits. L'achat local et équitable ainsi que le développement durable sont également au cœur des priorités de ces derniers.

Le marché public est un lieu privilégié pour la commercialisation des produits régionaux et les produits artisanaux y sont mis en valeur. Il s'agit d'un lieu idéal pour présenter et goûter des produits nouveaux, différents et inusités et pour toute forme d'éducation populaire en lien avec l'alimentation. De plus, l'offre des fruits et légumes est de loin supérieure en fraîcheur, saveur et variété à ce qu'on retrouve dans les grandes surfaces.

Pour les agriculteurs et les artisans, le service de vente directe à la communauté se voit comme une extension des activités de production et de transformation et les produits vendus au marché offrent une marge bénéficiaire plus intéressante sans que le consommateur paie la différence. De plus, le contact direct avec le consommateur permet de saisir rapidement les attentes de ce dernier et ainsi d'améliorer son offre et ses produits.

Au plan de sa localisation, un marché public met toutes les chances de succès de son côté s'il est central, fonctionnel et bien équipé en services, au cœur d'un quartier doté d'une bonne densité de population.

Il doit être accessible en automobile (avec suffisamment de stationnement), en transport en commun et à bicyclette, visible en provenance de toutes les directions et signalisé dans un rayon de 10 kilomètres.

⁷ Voir annexe sur les références bibliographiques

4 Recommandations

L'arrivée d'un marché public saisonnier est attendue avec enthousiasme par les citoyens. Compte tenu des habitudes de consommation des résidents de Pointe-aux-Trembles, la localisation du futur marché sera un facteur déterminant de son succès.

Situé près d'un pôle commercial, le futur marché public devra offrir une bonne visibilité et se doter d'une signalisation adéquate. Il doit être accessible en automobile et en transport en commun et offrir suffisamment d'espaces de stationnement. Selon le sondage, le secteur centre (boulevard De La Rousselière et ses alentours), semble être un lieu rassembleur et offrir une bonne alternative pour les résidents de l'est et l'ouest du quartier.

Les gestionnaires du marché devront s'assurer de la qualité et de la fraîcheur des produits et on devra retrouver une offre alimentaire élargie (fruiterie, boulangerie, pâtisserie, fromagerie, boucherie).

Il faudra tenir compte des habitudes de consommation locales (fréquentation maximale de 2,5 commerces par semaine et tendance à privilégier un lieu qui regroupe plusieurs types de produits) afin d'assurer le succès d'un futur marché public saisonnier.

Enfin, l'ambiance du marché public devra être festive, avec des animations, des dégustations et diverses activités thématiques s'adressant à la population.



5 Mise en œuvre du projet par l'arrondissement

À la demande du comité de pilotage, l'arrondissement a confirmé son intention de poursuivre le travail du comité en agissant comme porteur de la phase de réalisation. Dans une lettre adressée au comité⁸, il souligne le travail accompli par ce dernier. En plus d'approfondir la connaissance des défis inhérents à la réalisation du projet et de spécifier les besoins de la population, le comité a soutenu la mobilisation, permettant de faire de ce projet un véritable enjeu à Pointe-aux-Trembles.

Dans cette optique de collaboration et de continuité des travaux réalisés, des membres du comité de pilotage demeurent disponibles pour participer avec l'arrondissement à la mise en œuvre du projet de marché public saisonnier à Pointe-aux-Trembles.

⁸ Voir lettre en annexe

Références bibliographiques

Agence de la santé et des services sociaux de Montréal, *Les disparités dans l'accès à des aliments santé à Montréal, Le CSSS de la Pointe-de-l'Île*, octobre 2007

Association des marchés publics du Québec (AMPQ), « *Faites votre marché...public* » / *Guide pour le démarrage, le développement et la consolidation d'un marché public*, 2009

Berthelot, Rémi, CSSS de la Pointe-de-l'Île, *Marché public, Profil démographique de la population de Pointe-aux-Trembles*, 2010

Comité de pilotage du marché public de Pointe-aux-Trembles, *Implantation d'un marché public saisonnier à Pointe-aux-Trembles*, sondage auprès des résidents réalisé par la firme Convercité, juin 2010

Comité de pilotage du marché public de Pointe-aux-Trembles, *Présentation (ppt) Projet de marché public à Pointe-aux-Trembles*, 2010

CRÉ-Nourrir Montréal, *Projet pilote de marchés saisonniers*, 2008

Fédération des producteurs maraîchers du Québec, *Légumes offerts sur les marchés publics : détermination des attentes des consommateurs (salubrité, provenance, qualité, etc.) et de la volonté de la production à répondre à ces attentes*, rapport produit par Zins Beauchesne et associés, mars 2008

Histoire de Gourmands et le comité de pilotage du marché public de Pointe-aux-Trembles, *Pré-projet, Marché public Pointe-aux-Trembles (PAT)*, édition révisée de février 2011

Statistiques Canada, *Données du recensement de 2006*

RELECTURE ET MISE EN FORME :



convercité
L'agence de valorisation urbaine