

Mémoire de la Corporation de gestion des marchés publics de Montréal

**Présenté à la la Commission sur le développement social et la diversité montréalaise
(Ville de Montréal)**

**dans le cadre de la consultation publique
« Analyse de l'opportunité, pour l'agglomération de Montréal, de se doter d'un conseil
de politiques alimentaires (CPA) »**

5 octobre 2015

Les Marchés Publics de Montréal (MPM), c'est une Corporation qui regroupe 250 membres, producteurs et commerçants, disséminés dans les quinze marchés de la ville.

Fondée en 1993, la Corporation a pour mission d'assurer à la population de la région du Grand Montréal un accès aux produits de la terre, dans des marchés qui correspondent à leur identité. La Corporation perpétue ainsi la tradition du marché public d'antan et maintient bien vivant un patrimoine où culture urbaine et monde rural convergent. Chaque marché accorde une large place aux produits du terroir québécois tout en offrant un contact humain et expert. Enfin, un marché étant un lieu d'échange par excellence, les MPM proposent régulièrement leurs places aux organismes communautaires.

Les MPM ont à cœur de rapprocher les marchés des Montréalais à travers une politique de transparence quant aux produits proposés sur les étals et une valorisation des produits du terroir québécois. Tournés vers l'avenir, les MPM s'appliquent également à promouvoir la relève. Enfin, ancrés dans le patrimoine de la ville, les MPM sont soucieux de leur empreinte écologique et, de ce fait, suivent une politique de développement durable.

Finalement, les MPM développent actuellement un projet porteur, structurant et rassembleur d'implantation de marchés solidaires sur les stations de métro de Montréal. Nous sommes dès lors convaincus que des liens naturels existent entre l'accès alimentaire et la mobilité durable et l'intermodalité. Ce projet, soutenu dans le cadre du plan d'action SAM 2025, permettra à terme d'implanter près d'une dizaine de nouveaux marchés solidaires au cœur des quartiers montréalais. Par solidaire, nous faisons ici référence à un marché de produits sains et majoritairement locaux opéré par un OBNL ou une entreprise d'économie sociale qui recherche et fixe un juste de prix de ses produits en trouvant un équilibre entre le montant offert à l'agriculteur, le montant nécessaire à la logistique du marché et le prix de vente offert à la communauté environnante. Les MPM réalisent donc présentement, et conjointement avec ses partenaires des milieux à l'étude, des études de marché pour évaluer la viabilité économique d'une telle initiative. Nous devrions assister à la création de trois nouveaux marchés en 2016 et trois de plus en 2017. L'objectif final est d'avoir d'ici 2018, 10 marchés solidaires aux abords des stations de métro de Montréal et ce, en partenariat avec les communautés locales.

C'est avec un immense honneur que les MPM souhaitent contribuer aux réflexions de la commission sur la diversité sociale portant sur la pertinence de doter la Ville de Montréal un conseil sur les politiques alimentaires

Avons-nous besoin d'un conseil des politiques alimentaires?

Comme vous le constaterez à la lumière du présent mémoire, les MPM souhaite vivement la création d'un conseil des politiques alimentaires. Que cela soit à Boston, à Los Angeles, à Toronto ou à Vancouver pour ne nommer que ces villes-là, la mise en place de conseils sur les politiques alimentaires ont permis le développement et la consolidation de plusieurs initiatives alimentaires, de développer une vision concerté du système alimentaire tout en formulant des recommandations pour répondre aux lacunes du système. Parmi ces initiatives, notons le soutien règlementaire et financier à la mise en marché des produits régionaux par le soutien aux marchés publics, par l'autorisation de vente de la « bouffe de rue saine » sur le domaine public, par l'achat d'aliments locaux dans les installations des villes et par l'émergence d'initiative tel que de programme de distribution de « dollar alimentaire local ».

Quelle serait la valeur ajoutée d'une telle structure pour les citoyennes et les citoyens ?

La mise en place d'un CPA à l'échelle régionale aurait des effets positifs directs et indirects sur les citoyennes et les citoyens. D'une part, ce conseil permettrait d'assurer une veille sur l'état de la situation du système alimentaire montréalais tout en formulant des recommandations pour répondre aux défis qu'un tel système engendre. Les principaux défis se retrouvent possiblement d'une part, dans l'accès réglementaire et physique des producteurs et transformateurs locaux au marché montréalais et de l'autre côté l'accès physique et économique aux aliments frais, locaux et abordables produits par des mêmes agriculteurs et transformateurs. En effet, force est de constater, qu'il persiste encore aujourd'hui plusieurs barrières réglementaires, politiques et urbanistiques qui empêchent le développement d'un système alimentaire de proximité axé sur l'accès à des produits locaux, frais et abordables. En effet, il est important de rappeler que 95% des parts du marché québécois de la vente au détail alimentaire est concentré entre les mains de 3 grands joueurs des épicerie en libre-service que sont Loblaws, Sobeys et Métro (tous les trois inscrites à la bourse de Toronto) et d'une poignée de magasins entrepôts et de pharmacie tels que Wal-Mart, Costco et shoppers drug mart. Les marchés publics, les épicerie indépendantes et les réseaux de distribution tel que le programme ASC se partagent donc qu'un maigre 5% de la part de marché. Cette situation n'est pas sans répercussion sur le système alimentaire montréalais notamment sur la volatilité des prix offerts aux consommateurs et sur la délocalisation de l'industrie de la production et de la transformation.

Quel serait son rôle : concertation, action, soutien à l'action directe, réflexion, intervention politique ou autre?

Le conseil pourrait avoir plusieurs rôles en ce qui a trait à la concertation des acteurs, le soutien aux initiatives, la mise en valeur de celles-ci et l'intervention politique par le rôle de groupe-conseil sur les enjeux prioritaires dont ceux concernant les enjeux réglementaires et urbanistiques et la mise en place de programme favorisant un meilleur accès des agriculteurs aux marchés montréalais et un meilleur accès économique des montréalais les plus vulnérables aux agriculteurs locaux. À titre d'exemple, le CPA de Boston, instance rattaché au bureau du Maire de Boston, organise chaque année une grande campagne de financement auprès du public permettant ainsi de distribuer des milliers de « dollars fermiers » échangeable dans les marchés fermiers de la ville de Boston. Parallèlement, le CPA de Boston offre son appui aux promoteurs de marchés fermiers tant au niveau de l'assouplissement de ses règlements de zonage qu'au niveau d'un financement. L'argent ainsi injecté dans le système reste dans le système en favorisant une économie régionale et solidaire à échelle humaine. En sciences économique, on appelle ce principe l'effet multiplicateur de l'injection d'argent dans l'économie locale. En d'autres mots, chaque dollar injecté dans le système crée de la richesse plutôt que de créer de la fuite des capitaux comme on le constate dans les systèmes alimentaires mondiaux. Le CPA de l'agglomération de Montréal ne pourra pas y arriver seul et devra sans aucun doute s'arrimer et influencer les politiques nationales (notamment celles du MAPAQ) et locales (en arrondissements et au sein des villes liées).

Quel serait le modèle le plus approprié : public, hybride, OBNL ou autre?

Le modèle hybride semble être le modèle le plus efficace en ce qui a trait à la connaissance des enjeux et l'arrimage avec les initiatives mais également avec le poids politique que peuvent avoir des élus sur un tel conseil. Force est de constater malgré tous les efforts

déployés, que le SAM n'a pas été en mesure d'incarner un tel modèle notamment par la trop peu grande implication des élus sur le comité des partenaires du SAM.

Quels seraient ses enjeux prioritaires : production alimentaire, accès aux aliments, transformation et/ou distribution alimentaire, gestion des résidus alimentaires?

Bien que l'ensemble de ces enjeux soient prioritaires, notre organisme défend plus particulièrement les intérêts des producteurs et transformateurs locaux dans leur désir de mettre en marché leurs produits. Nous trouvons en ce point un creuset fertile à la réflexion notamment au niveau des nombreux leviers disponibles à l'émergence de tels marchés. Une stratégie concertée de l'agglomération de Montréal sur le développement des marchés publics permettrait certainement d'améliorer la situation pour le bénéfice autant des consommateurs que de nos membres actuels et à venir.

Quelle est l'instance à laquelle le CPA devrait être rattaché?

Nous croyons que le CPA devrait être rattaché à l'agglomération de Montréal en lui octroyant les pouvoirs et les ressources nécessaires à son bon fonctionnement. De plus, il serait pertinent d'avoir des antennes de ce CPA à la CMM permettant d'y insérer les enjeux des producteurs agricoles tout en ayant des antennes au sein des arrondissements permettant d'y attaché certaines préoccupation notamment sur les questions de zonage et d'urbanisme.

Quels seraient les ressources requises pour lui permettre de remplir adéquatement son rôle?

Premièrement, nous devrions lui octroyé un minimum d'équivalent de trois ressources humaines à temps plein. De plus, un budget annuel de 500 000 pourrait lui être attribué. Un budget de 250 000 pris des enveloppes des programmes déjà existants (quartier intégré, RUI, MESS-ville) et un montant de 250 000 d'argent neuf affecté à l'alimentation montrant un engagement clair de l'agglomération dans son rôle en regard aux enjeux alimentaires.

Quelle serait notre contribution à un CPA MTL?

Représentant plus de 250 membres, notre rôle se situerait au niveau du comité de coordination ayant en tête les préoccupations des producteurs et transformateurs présents sur nos quinze marchés à travers Montréal. Nous pourrions plus particulièrement, comme nous l'avons été depuis plus de 25 ans, jouer un rôle central dans l'élaboration d'une stratégie de développement des marchés publics montréalais au cours des prochaines années.

En guise de conclusion, nous tenons à vous remercier de tenir une telle consultation.

Marc Anger, Directeur général

Patrizia Cusinato, Directrice des communications et du développement

Jean-Philippe Vermette, Conseiller stratégique