

Mémoire déposé dans le cadre de l'examen public portant sur la *vente d'aliments sur le domaine public*



En collaboration avec la



Novembre 2012

MAC – Marchés Ahuntsic-Cartierville

433, Chabanel Ouest

Suite 304

H2N 2J4 Montréal (QC)

514 858-1018

Table des matières

MAC – Qui sommes-nous?.....page 3

Mise en contexte.....page 4

Le cadre de discussionpage 5

Recommandation 1 : Proposer une alimentation de qualité.....page 6

**Recommandation 2 : Prioriser les entreprises d'économie
social**.....page 8

**Recommandation 3 : Porter une attention à la complémentarité de
l'offre et prioriser les secteurs géographiques ayant une
problématique d'accessibilité alimentaire**page 10

Conclusion et synthèse des recommandationspage 12

MAC – Qui sommes-nous?

Marchés Ahuntsic-Cartierville (MAC) est un acteur important au niveau de l'accessibilité alimentaire dans son arrondissement. Cette entreprise d'économie sociale a pour mission de coordonner l'organisation de 16 marchés saisonniers ainsi que d'apporter un soutien financier et en matière d'approvisionnement au milieu. Ces marchés saisonniers ont lieu dans des secteurs mal desservis en offre d'aliments sains et ciblent une population dite vulnérable.



Depuis 2011, pour remplir cette mission sociale, MAC développe un volet économique afin de pérenniser les marchés saisonniers. En effet, en développant des kiosques de ventes de fruits et légumes à la sortie des métros Henri-Bourassa et Sauvé, l'organisme a comme objectif d'engendrer suffisamment de revenus pour satisfaire sa mission sociale. Le choix de l'économie sociale pour viabiliser le projet est fait en considérant le manque de financements et de subventions publiques en lien avec l'accessibilité alimentaire. L'idée de viabiliser un projet à vocation sociale par des revenus auto-générés permet une certaine autonomie et une pérennité.



Le conseil d'administration de MAC est composé de 5 acteurs représentant le milieu :

- | | |
|------------------------------------|--|
| - La Corbeille (Économie Sociale) | - CDEC Ahuntsic Cartierville |
| - Café Barista (Entreprise Privée) | - Arrondissement Ahuntsic-Cartierville |
| - Ville en Vert (Organisme) | |

MAC est également membre du « Chantier en sécurité alimentaire d'Ahuntsic », de la « Table Bien manger dans Bordeaux Cartierville » qui cible une zone RUI, et de la « Coalition des marchés publics » à l'échelle montréalaise.

MAC est un partenaire engagé, dans son milieu, mais aussi au-delà de l'arrondissement.

Mise en contexte

C'est avec beaucoup d'intérêt que les membres du Conseil d'administration de MAC et ses partenaires œuvrant en sécurité alimentaire vont suivre l'évolution de la consultation publique concernant la vente d'aliments sur le domaine public. MAC salue cette démarche et est heureux d'apporter sa contribution à la réflexion.

L'année 2012 fut pleine de défis pour MAC, en raison, entre autres, de la lourdeur logistique liée à la gestion de ses activités. Lourdeur logistique qui va considérablement être amoindrie en 2013 car MAC envisage d'opérer ses marchés et kiosques par le biais d'un camion aménagé en fruiterie mobile. Ce camion permettra de continuer la commercialisation à la sortie de stations de métro ainsi que de se positionner sur d'autres lieux stratégiques. **La rentabilité économique et sociale du projet exige une mobilité afin de mieux toucher la clientèle.**

MAC pourra ainsi se positionner dans des lieux publics pour mieux répondre à sa mission.

- ✓ D'une part, se positionner dans des lieux pour profiter d'opportunités commerciales intéressantes.
- ✓ D'autre part, se positionner dans des lieux pour répondre à des problèmes sociaux en lien avec l'accessibilité alimentaire.

La modification de la réglementation serait donc essentielle pour le développement des actions de MAC : tant pour répondre à des problèmes d'accessibilités alimentaires que pour profiter d'opportunités économiques qui lui permettraient de s'autofinancer.

Pour conclure, cette mobilité permettra à MAC de remplir sa mission sociale en profitant d'une opportunité commerciale. En considérant que la population est vieillissante et que les jeunes familles sont des clientèles identifiées comme ayant besoin d'une accessibilité alimentaire accrue, cette mobilité devient stratégique dans l'atteinte des objectifs établis par l'organisme.

Le cadre de discussion

Lors de la présentation du dossier le 29 octobre 2012, le cadre fut lancé. La cuisine de rue fut définie comme suit :

« Vente de nourriture préparée et servie à l'intérieur d'équipements ambulants divers installés sur le domaine public (parcs, rues, trottoirs) de façon temporaire. »

Nous aimerions souligner l'importance d'élargir cette définition à la nourriture en général, y compris celle non préparée tels que des fruits et légumes.

Rappelons qu'à New York, donné à titre d'exemple lors de la présentation, 1 permis sur 5 concerne des vendeurs de fruits et légumes.

Nous pensons que le cadre devrait donc être le suivant :

« Vente de nourriture servie à l'intérieur d'équipements ambulants divers installés sur le domaine public (parcs, rues, trottoirs) de façon temporaire» et donc aller au-delà de la nourriture préparée.

Recommandation 1 :

Proposer une alimentation de qualité

Montréal est maintenant reconnue pour sa gastronomie inventive, abordable et variée. Tourisme-Montréal en fait d'ailleurs largement la promotion tant au niveau des grands restaurants que des petits artisans locaux.

« Il y a 10 ans, les gens venaient ici surtout pour l'histoire, pour le fait français, explique Charles Lapointe. Mais depuis cinq ans, dans les éléments qui attirent les touristes, la gastronomie arrive à égalité avec l'attrait historique. »

(Source : Charles Lapointe, Président Directeur Général de Tourisme Montréal)

La « bouffe de rue » doit s'inscrire dans la même optique pour ne pas nuire à cette image de marque, cette signature propre à Montréal. La bouffe de rue peut même devenir un attrait pour découvrir d'autres restaurants.

Deux moyens sont identifiés afin d'arriver à cet objectif :

- Privilégier les produits locaux : En utilisant un approvisionnement local, les commerçants s'assurent d'une fraîcheur, de produits typiques à la région et encouragent ainsi l'économie de son secteur. De plus, cela donne une identité propre à la gastronomie montréalaise
- Privilégier l'accès à une alimentation saine : En privilégiant la vente de produits sains, cela invitera les commerçants à utiliser des produits frais et de qualité et cela obligera à établir une offre de service intéressante pour Montréal.

« Les choix alimentaires individuels sont fortement influencés par les environnements physiques, socioéconomiques et culturels. Mais au-delà des choix faits par l'individu, la responsabilité des choix alimentaires est aussi collective. Plus que jamais, la qualité nutritionnelle et sensorielle et la salubrité doivent être des éléments incontournables dans la confection et le service de repas pour une collectivité. »

(Source : Direction de la Santé Publique, tirée de « Politiques alimentaires dans le réseau de la santé)

Notons que l'offre en aliments de type « fast food » est déjà largement répandue dans l'industrie, il serait étrange d'augmenter cette offre à moins qu'elle soit reliée à une notion de qualité ou d'authenticité (ex. Grumman 78, MuvBox Homard du Québec)

Dans cette optique, il devient intéressant de privilégier les commerçants locaux dans l'attribution des permis, commerçants garants de l'authenticité et de l'originalité de l'offre.

La « bouffe de rue » doit être considérée comme un outil de promotion de la qualité de la nourriture qui fait la réputation de la ville et du même coup, elle peut très bien valoriser les saines habitudes de vie, un enjeu majeur en matière de santé publique.

N'oublions pas qu'à Montréal, on dénombre 1 restaurant pour 295 habitants. Il est nécessaire de démarquer les futures unités mobiles par une offre différenciée et de qualité.

Recommandation 2 :

Soutenir les entreprises d'économie sociale

« L'histoire de l'économie sociale est celle des hommes et des femmes qui se mobilisent pour répondre aux défis de leur époque et aux besoins de leur milieu. Depuis plus d'une centaine d'années, l'économie sociale imprime ses couleurs dans le développement du Québec. Sous diverses formes et dénominations, à travers plusieurs générations, des organisations et des entreprises collectives ont contribué au développement d'une société et d'une économie plus humaines. »

(Source : Chantier de l'économie sociale, « Historique »)

Les entreprises d'économie sociale évoluent dans un environnement concurrentiel aux côtés des entreprises privées. Pourtant, leur nature même les porte à répondre à des besoins sociaux essentiels.

Les entreprises d'économie sociale participent à la vitalité de l'économie montréalaise. Leur double mission en fait des acteurs incontournables. Plusieurs d'entre elles œuvrent dans le domaine de la sécurité alimentaire : saine alimentation, services de première ligne, insertion professionnelle, accessibilité alimentaire... Voici quelques domaines couverts par des entreprises d'économie sociale.

De plus en plus, ces entreprises sont confrontées à un désengagement des bailleurs de fonds. Pour faire face à des besoins grandissants, elles doivent augmenter la part d'autofinancement de leurs activités. Plusieurs d'entre elles ont développé des volets variés : marchés à la sortie de métro, fruiteries, marchés fermiers... autant de solutions pour assurer leur viabilité économique.

Nous pensons qu'une priorité devrait être donnée aux entreprises d'économie sociale dans l'attribution des permis. De plus, un tarif préférentiel pour les entreprises d'économie sociale devrait être pensé. La modification de la réglementation peut être une véritable opportunité économique pour plusieurs d'entre elles. Ceci leur permettrait d'optimiser leurs revenus pour assurer de remplir pleinement leur mission sociale.

« L'économie sociale fait partie du paysage socio-économique de Montréal depuis plus d'un siècle. Les entreprises collectives à statut coopératif, mutualiste et à but non but lucratif ont contribué au développement de la métropole en répondant aux besoins des citoyens de diverses façons.

Par la reconnaissance de l'économie sociale, Montréal se démarque d'autres métropoles en faisant de l'innovation sociale une clé de son développement. En s'engageant dans une démarche partenariale avec les acteurs de l'économie sociale, la Ville de Montréal reconnaît le rôle complémentaire joué par l'économie sociale dans le développement de la métropole. Elle mise sur les contributions dynamiques de chacune des parties prenantes. »

(Source : Ville de Montréal, « Un partenariat en économie sociale pour un développement solidaire et durable »)

Cette modification de réglementation constituerait donc un moyen intéressant de faire une place à l'économie sociale comme prévu par la Ville de Montréal.

Pour donner l'exemple de MAC, remplir notre mission sociale nous oblige à développer des moyens d'autofinancement. Le marché alimentaire est très concurrentiel et un positionnement stratégique s'avère essentiel. C'est en augmentant notre marge d'autofinancement que nous nous assurons de pouvoir répondre correctement aux besoins sociaux grandissants en matière de sécurité alimentaire.

Recommandation 3 :

Porter une attention à la complémentarité de l'offre et prioriser les secteurs géographiques ayant une problématique d'accessibilité alimentaire

Assurer une mixité de l'offre dans une zone commerciale est complexe étant donné que celle-ci est liée à un jeu du marché privé. Lorsqu'un nouveau commerce s'établit sur une artère par exemple, il peut ne pas contribuer au développement de celle-ci quand l'offre similaire est déjà comblée. La complémentarité de l'offre est essentielle pour un développement efficient d'une zone.

L'importance de la complémentarité de l'offre est aussi importante que de palier à une problématique de « déserts alimentaires ». Plusieurs secteurs de la ville sont identifiés comme des « déserts alimentaires », c'est-à-dire que l'on n'y retrouve pas une offre alimentaire intéressante pour la population. En 2010, près de 40 % des Montréalais habitent ces fameux « déserts alimentaires », définis comme des zones où l'accès à des fruits et légumes frais à moins de 500 mètres de marche est difficile (Source : Direction Santé Publique).

Une étude de la DSP en 2006 constate : « Cette étude révèle de grandes variations dans la disponibilité d'aliments santé sur l'île de Montréal. (...) L'analyse géomatique révèle qu'à plusieurs endroits la voiture est nécessaire pour permettre aux montréalais d'avoir accès à une abondance de fruits et légumes. (...) Dans une perspective de développement durable, cette situation devra être sérieusement analysée, car elle appelle à de nouveaux aménagements urbains, de nouveaux moyens commerciaux et écologiques pour assurer l'approvisionnement alimentaire.

(Source : Direction de la Santé Publique, « Les disparités dans l'accès à des aliments santé à Montréal »)

Plusieurs raisons peuvent être identifiées quant à la cause de ces déserts. Le concept de « bouffe de rue » devient une alternative intéressante pour développer ces marchés potentiels dans un format plus léger et moins coûteux. Être mobile devient un avantage intéressant pour atteindre la rentabilité économique. Cette recommandation est d'autant plus vraie pour le secteur des fruits et légumes frais.

«Selon nos plus récentes études, des inégalités sociales subsistent dans l'accès aux aliments sains. De plus, fait consternant, près des 2/3 des Montréalais consomment des fruits et légumes frais moins de 5 fois par jour. Cela confirme qu'il est plus qu'important de créer des conditions favorables à une alimentation saine, accessible à tous»

Source : Dr Richard Lessard, anciennement Directeur de santé publique de Montréal

MAC croit donc qu'une gestion des permis en lien avec le territoire doit être développée. Cependant, cela n'exclut pas les rues commerçantes qui sont mieux desservies. La délivrance des permis dans ces secteurs devra donc toujours considérer l'offre existante. L'exemple de la ville de Vancouver est probant en ce sens : dans cette ville, l'unité ne peut se retrouver à moins de 60 mètres d'un commerce établi qui offre un produit similaire.

Rien n'empêche de permettre la « bouffe de rue » dans un secteur commercial, mais il est primordial de bien étudier le contexte de chacune de ces rues. La complémentarité des offres de service devrait être prise en compte, ainsi que la priorisation des zones victimes de déserts alimentaires.

Cette recommandation s'inscrit comme un outil de revitalisation de secteurs.

Conclusion et Synthèse des recommandations

MAC est fortement en faveur d'une modification de la réglementation. Ceci sous conditions pour assurer une offre de qualité et une équité sur ce nouveau marché. Nous insistons sur le fait que la définition devrait aller au-delà des aliments préparés et couvrir aussi les produits non cuisinés.

Voici une synthèse des recommandations faites :

Recommandation 1 : Proposer une alimentation de qualité

La « bouffe de rue » doit être considérée comme un outil de promotion de la qualité de la nourriture qui fait la réputation de la ville et du même coup, elle peut très bien valoriser les saines habitudes de vie, un enjeu majeur en matière de santé publique.

Recommandation 2 : Soutenir les entreprises d'économie sociale

Dans l'attribution des permis, nous recommandons d'assurer une place aux entreprises d'économie sociale qui souhaitent en obtenir. Nous recommandons également que soit établi un tarif préférentiel pour ces entreprises-là. Nous soulignons que les entreprises d'économie sociale qui soumettent une demande de permis devraient faire la preuve d'une réponse à une problématique sociale et à des enjeux de société.

Recommandation 3 : Porter une attention à la complémentarité de l'offre et aux secteurs géographiques ayant une problématique d'accessibilité alimentaire

Les unités ne devraient pas entrer en concurrence avec des commerces déjà établis. La complémentarité des offres devrait être prise en compte. De plus, il est recommandé de prioriser les secteurs souffrants d'un manque de diversité de l'offre et d'accessibilité alimentaire. Cette recommandation s'inscrit comme un outil de revitalisation de secteurs.

MAC envisage le développement du projet de Camion mobile qui commercialisera des fruits et légumes frais, locaux, ainsi que des produits du terroir en 2013. L'enjeu de cette consultation est donc essentiel. Nous suivrons de très près l'évolution de la consultation publique. Et bien sûr, nous nous tenons à la disposition de la commission pour tout complément d'information.