



# MARCHÉ D'ÉTÉ DE MONT-TREMBLANT

Analyse et perspective de  
développement

Préparé pour la Ville de Mont-Tremblant

Novembre 2022



# AVANT- PROPOS

Le **Carrefour bioalimentaire Laurentides** (CBL) a comme mission de contribuer au développement de systèmes alimentaires plus durables dans les Laurentides. Le moyen privilégié pour remplir sa mission est la concertation des acteurs régionaux et territoriaux, tant sociaux qu'économiques, autour de priorités bioalimentaires collectivement identifiées et le développement de projets structurants.

Suite aux multiples échanges impliquant les divers acteurs du milieu, c'est au CBL que la région a choisi de confier la mise en œuvre de la Stratégie bioalimentaire des Laurentides 2018-2023, démarche qui est le résultat d'un exercice de concertation important au cours duquel plusieurs partenaires et entreprises ont démontré leur volonté d'unifier leurs efforts afin de trouver des solutions collectives aux enjeux du secteur bioalimentaire régional.

Une des orientations ciblées par cette stratégie vise à positionner la région des Laurentides comme destination gourmande via la mise en valeur des produits locaux et la promotion de l'achat local. Le CBL facilite donc la mise en valeur des producteurs et transformateurs locaux, favorise la visibilité de leurs produits et augmente la présence de ces produits auprès des consommateurs. **Le marché d'été de Mont-Tremblant s'insère dans cette orientation via son initiative visant à rapprocher le producteur du citoyen.**

Au cours des dernières années, le CBL a été mandaté par l'Association des Marchés publics du Québec (AMPQ) en tant que partenaire régional, afin d'accroître le réseautage et la concertation entre les marchés publics d'un même territoire. Le CBL fait la promotion des marchés publics de la région auprès des consommateurs.

Le présent document a été rédigé en fonction des informations obtenues au moment de la rédaction de ce rapport. Le rapport ainsi que ses recommandations sont donc établis en fonction de la situation actuelle au moment de sa rédaction. Le Carrefour bioalimentaire Laurentides ne peut, de ce fait, être tenu responsable de toute interprétation provenant d'informations erronées ou incomplètes ou encore de changements futurs pouvant avoir un impact sur le plan réalisé.

# LE MANDAT

Favoriser l'essor du Marché d'été de Mont-Tremblant par l'analyse des enjeux et des perspectives de développement.

## OBJECTIFS

- Connaître les besoins et attentes des marchands actuels, passés et futurs pour les questions d'emplacement du marché, les équipements nécessaires, la journée souhaitée, les heures à privilégiées, etc.;
- Connaître les préoccupations des commerçants de Mont-Tremblant face au Marché;
- Consulter la population afin de favoriser notamment l'acceptabilité sociale et un achalandage local;
- Définir les lieux potentiels du Marché d'été de Mont-Tremblant;
- Émettre des recommandations d'un concept de marché d'été amélioré.



# LA DÉMARCHE

La démarche préconisée visait à saisir les besoins des citoyens, des exposants et des commerçants quant au développement du marché d'été. À cet effet, trois sondages numériques ont été créés pour les marchands, les commerçants du Centre-ville et les citoyens.

Le sondage dédié aux citoyens a été mis en ligne et diffusé via les réseaux sociaux de la Ville de Mont-Tremblant, ainsi que dans une infolettre transmise aux citoyens par courriel.

Un sondage a également été transmis, par courriel, à tous les exposants du marché d'été, par le Service de la culture et des loisirs de la Ville.

La Chambre de commerce du Grand Mont-Tremblant a transmis à deux reprises, via ses réseaux sociaux, le sondage à ses membres.

Des entrevues individuelles ont également été effectuées avec des ressources clefs, ciblées par la Ville : élus, citoyens, organismes et producteurs.

# QU'EST-CE QU'UN MARCHÉ PUBLIC?

Considéré comme une extension des activités de la ferme ou des entreprises, les produits offerts en marché public doivent provenir principalement de producteurs, de transformateurs et d'artisans du secteur bioalimentaire québécois.

Selon l'**Association des Marchés Publics du Québec (AMPQ)**, un marché public est reconnu comme tel, si :

- Deux tiers et plus (+) des marchands sont des producteurs, transformateurs ou artisans agroalimentaires;
- Sa structure juridique est, soit un organisme à but non lucratif, soit une coopérative ou un organisme paramunicipal;
- L'organisation maintient un lien technique et/ou financier avec la ville hôte.



# UN MARCHÉ PUBLIC C'EST AUSSI

- Un **service essentiel déclaré par le gouvernement** au même titre que les grandes chaînes d'alimentation;
- Une activité de **valorisation des circuits courts**;
- Un contact privilégié entre les producteurs et les consommateurs;
- Une activité qui **influence les bonnes habitudes de consommation** au profit de l'achat local;
- Une agriculture de proximité favorisant les saines habitudes de vie et l'écoresponsabilité;
- Une place publique nourricière qui contribue au dynamisme communautaire;
- Une vitalité économique et sociale;
- Une attractivité territoriale qui rayonne.





# PORTRAIT DES MARCHÉS PUBLICS DU QUÉBEC

- Réalisé par Raymond Chabot Grant Thornton

- En moyenne, les marchés publics sont **ouverts 1.4 jours/semaine**, durant **16 semaines**;
- Le nombre de **kiosques moyen est de 21**, avec un taux d'occupation de 86 %, en moyenne;
- **53 % des marchés ont un minimum d'un employé permanent**, 73 % un minimum d'un employé à temps partiel et 78 % un minimum d'un bénévole (la moyenne étant de 6);
- **65 % sont gérés par un organisme à but non lucratif et moins de 10 % par une municipalité**;
- Près de la moitié (48 %) des kiosques sont tenus par des producteurs agricoles et 29 % par des transformateurs agroalimentaires;
- En moyenne, le prix moyen d'un kiosque est de **45,50 \$** par jour;
- **Les deux tiers des visiteurs parcourent moins de 10 km** pour se rendre au marché public.

# PORTRAIT DU MARCHÉ D'ÉTÉ DE MONT-TREMBLANT

- Le Marché d'été de Mont-Tremblant est ouvert **les samedis PM**, durant **13 semaines**;
- Le nombre de kiosques moyen au Marché d'été de Mont-Tremblant est de **25**;
- **Aucun employé travaille à temps plein pour le Marché d'été**;
- Des employés du Service de la culture et des loisirs de la Ville **se partagent les tâches administratives et de gestion**, le **Service des travaux publics le montage/démontage** et **deux employés de Vivaction assurent l'accueil les jours de marché**. Le **Service des communications assure la promotion**;
- Le Marché d'été est géré par la Ville de Mont-Tremblant;
- Près de **26 %** des kiosques sont tenus par des producteurs agricoles et **52 %** par des transformateurs agroalimentaires;
- Plus de **80 % des citoyens de la Ville de Mont-Tremblant habitent à plus de 10 km** du lieu actuel du Marché, situé dans le secteur Village;
- Les kiosques sont offerts **gratuitement aux exposants**, seul un dépôt est demandé en début d'année pour assurer une assiduité. Des frais de 50 \$ par absence non justifiée sont retenus du dépôt jusqu'à concurrence de 100 \$. Après 3 absences, le marchand n'est plus autorisé à vendre au marché de l'été en cours.

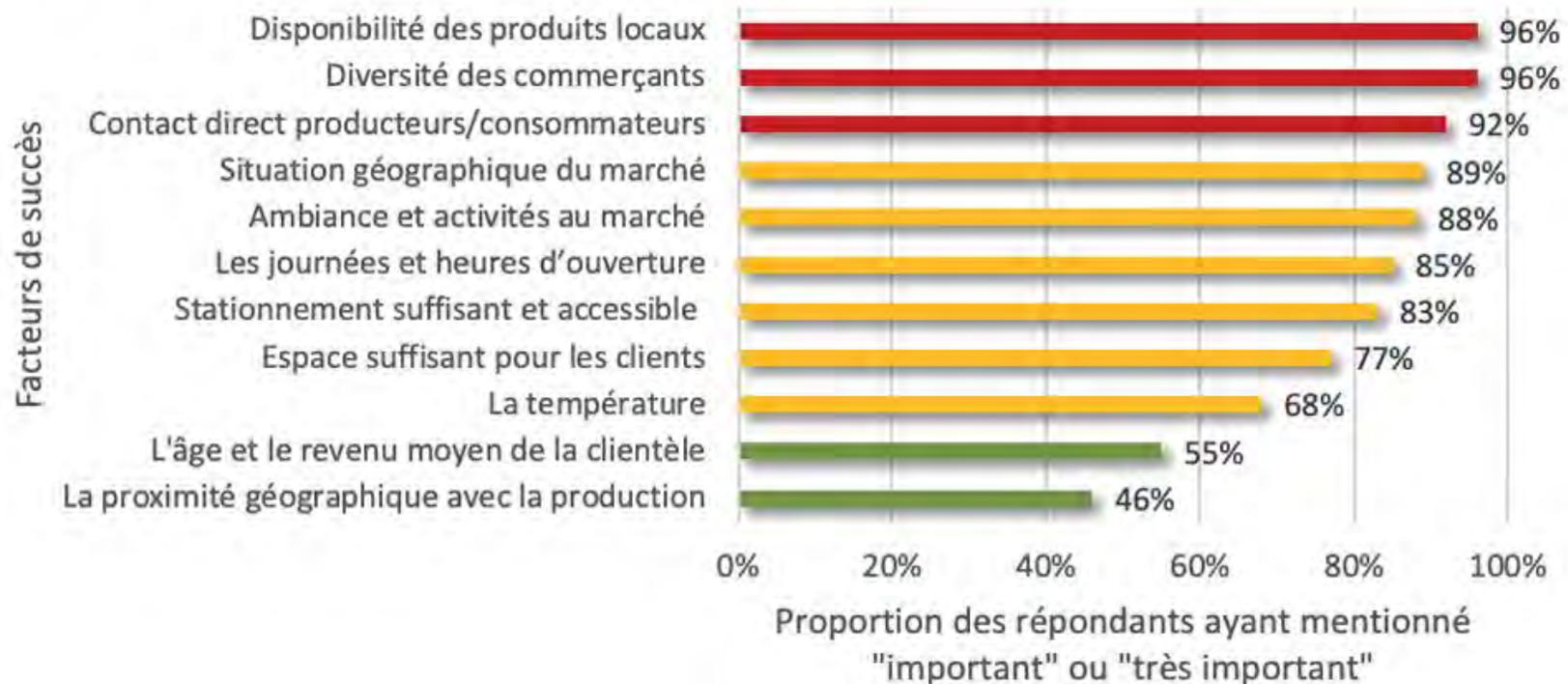
# FACTEURS DE SUCCÈS

- Mettre en valeur la **provenance et la fraîcheur des produits**;
- Offrir une **grande variété de produits**;
- Promouvoir la liste des producteurs et des produits;
- Afficher les prix de manière visible et uniforme;
- Mettre en vedette les **produits de saison**;
- Tenir des **dégustations et des événements spéciaux**;
- Offrir suffisamment d'espaces de **stationnement**;
- Ouvrir **en soirée** la semaine ou durant la fin de semaine;
- Promouvoir le marché sur plusieurs plateformes;
- Miser sur les producteurs en les impliquants à divers niveaux. Ex : Membre du comité de sélection, services conseils pour l'organisation, etc.





## Perspective des producteurs et marchands (n=155)



Source : MCE Conseils



# SONDAGE CITOYENS

- **328** personnes ont répondu;
- **82 %** des répondants sont des **résidents permanents**;
- **95 %** des répondants ont déjà visité le marché public;
- **15 %** des répondants ont visité le marché toutes les semaines, **31 %** une fois par mois et **34 %** une fois par saison.

# MOTIF DES VISITES

## Raisons des visites, par ordre d'importance

- **Achat local** et soutien aux producteurs locaux;
- **Produits frais**, de saison et de **qualité**;
- Curiosité / découverte;
- **Proximité**;
- Variété et choix;
- **Ambiance**;
- **Produits biologiques**;
- Activité avec des amis ou visite;
- Diversité de produits pour faire une **épicerie complète**;
- Lieu de rencontre avec la communauté;
- Produits distinctifs (ex.: huile d'olive, empanadas, pâtisserie, etc.).

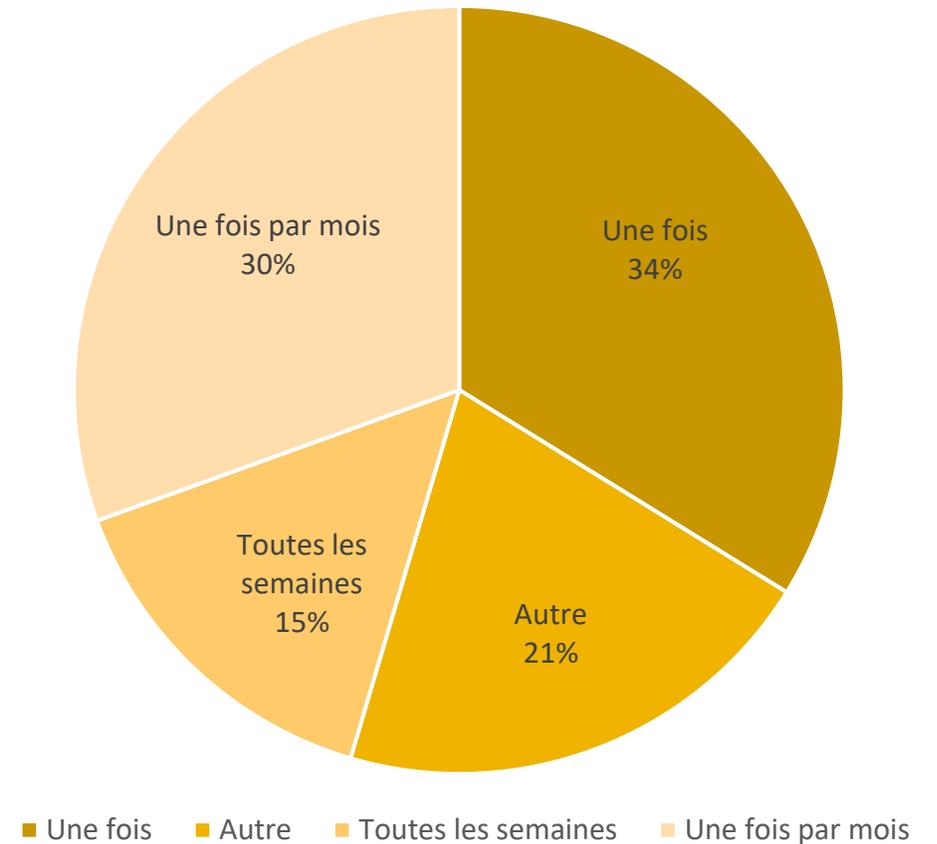
## Activités

- **56 %** des répondants ont pratiqué une activité à proximité (ex. : vélo, marche, baignade);
- **43 %** des répondants ont mangé à proximité (ex. : restaurants, cafés);
- **47 %** des répondants ont également visité un commerce à proximité.

# Ce qui limite les visites

- **24 %** des répondants considèrent que **rien ne limite leurs visites** au marché d'été;
- **20 %** considèrent que **le lieu** limite leurs visites au marché;
- **20 %** des répondants mentionnent que **les produits limitent** leurs visites;
- **77 %** des répondants sont, moyennement à pas du tout satisfaits de **l'accessibilité du lieu (espaces de stationnements)**;
- **90 %** des répondants sont, moyennement à pas du tout, satisfaits **de la convivialité du lieu** (accueil, ambiance, animation);
- **80 %** des répondants sont, moyennement à pas du tout, satisfaits **de la distance du lieu par rapport à leur résidence**;
- Autres éléments : manque de diversité et d'exposants, prix trop élevés, horaire, préférence pour d'autres marchés (Val-David et Labelle).

Nombre de visites



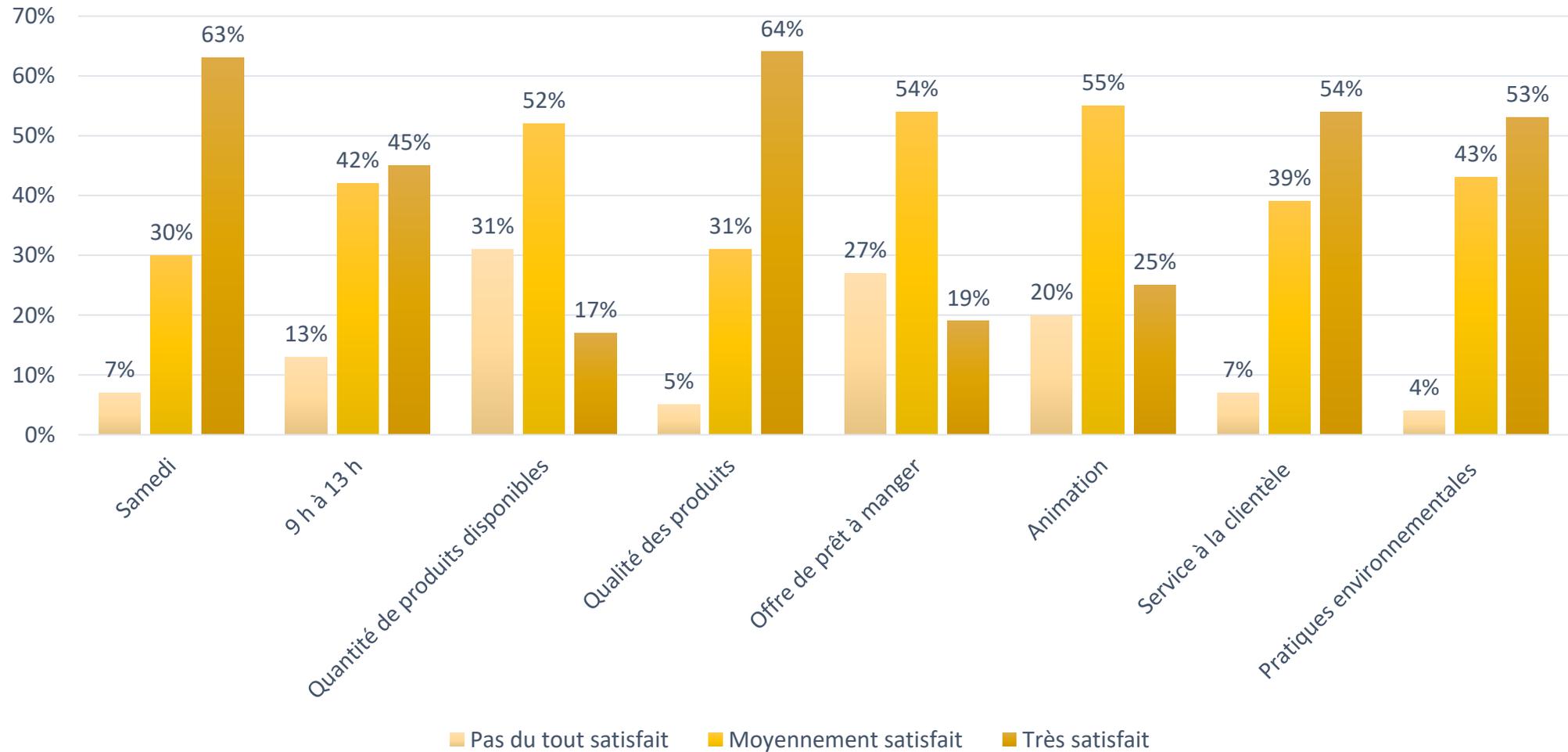
# PRODUITS

## Souhaits exprimés par les citoyens

- Des produits frais locaux et abordables (fruits, légumes, fromages, **viandes**);
- **Une offre de prêt-à-manger;**
- Une offre de produits diversifiés permettant de faire une épicerie complète;
- Fruits et légumes variés, en bonne quantité et à toutes les semaines.



# Niveau de satisfaction concernant l'organisation actuelle du marché d'été

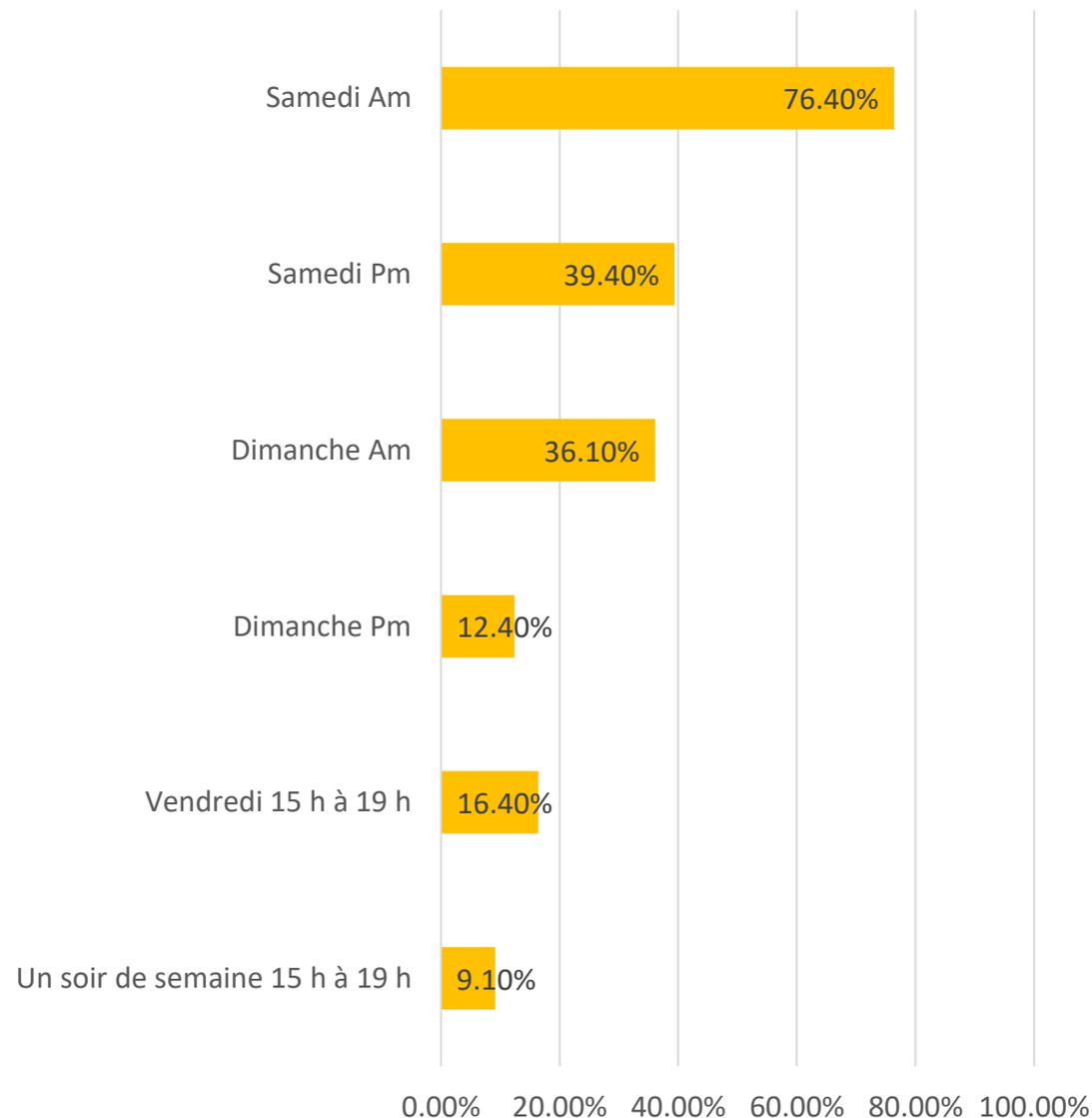


# Moment idéal pour la tenue du Marché

**Selon les citoyens**, le moment idéal pour la tenue du marché public serait le samedi matin. Certains répondants et intervenants en entrevues ont soulevé que les heures d'ouverture devraient être allongées en après-midi.

**Les exposants ayant répondu au sondage sont également d'avis à 94 %, que le meilleur moment pour le marché d'été est le samedi matin.** Ajouter des heures en après-midi au marché nécessiterait des ajustements pour le maintien de la fraîcheur de certains produits (ex.: légumes).

De plus, certains exposants soulèvent que cette **sixième journée de travail commence déjà tôt pour eux (4 h du matin)**, considérant la logistique de la marchandise, le transport et la préparation des kiosques.



**Considérant que l'accessibilité et l'achalandage sont des facteurs clés pour la réussite d'un marché public, autant pour les consommateurs que les marchands, quel serait le meilleur emplacement pour le Marché?**

- **67 % des répondants** considèrent que le marché devrait être au centre-ville de Mont-Tremblant;
- **52 % des répondants citoyens** considèrent que le meilleur emplacement pour la tenue du marché public serait l'Espace public, situé à l'intersection des rues de Saint-Jovite et Labelle;
- 15 % à l'arrière de l'hôtel de ville de Mont-Tremblant;
- 32 % ont répondu l'emplacement actuel;
- Plusieurs commentaires ont été émis concernant la nécessité d'un lieu avec **plus (+) de stationnement.**

**Les ressources clés consultées et 62,5 % des exposants sont d'avis que le centre-ville de Mont-Tremblant est plus achalandé que le secteur Village et que cela serait bénéfique pour les marchands et les citoyens.**



# L'Espace public

situé en plein cœur du centre-ville de Mont-Tremblant, semble posséder plusieurs attributs pour accueillir le marché.

- Plusieurs espaces de **stationnement** disponibles;
- Accès par **transport collectif**;
- Proximité des services (ex.: **installations sanitaires, guichets automatiques**, etc.);
- **Accessible à pied** pour un grand bassin de citoyens.



## SONDAGE CITOYENS - Activités

**Seulement 32 % des répondants estiment que des activités pour enfants et (30 %) des espaces de jeux seraient à ajouter au marché d'été. 83 % des répondants souhaiteraient des démonstrations et ateliers culinaires.**

**Voici certains commentaires émis quant aux activités recherchées par les citoyens :**

- **Prioriser l'offre de produits;**
- Créer des **ateliers culinaires participatifs et organiser des démonstrations**, recettes et dégustations via chefs invités;
- Effectuer des tirages de paniers gourmands;
- Réserver des musiciens (musique), **food-trucks** (nourriture sur place), bières, café, aire de pique-nique;
- Inviter à tour de rôle, **les restaurateurs locaux** à venir présenter leur menu;
- Communiquer avec les citoyens : Session d'infos agricoles, représentant municipal pour expliquer les projets publics et répondre aux questions des citoyens;
- Offrir des activités pour divertir les enfants et permettre aux parents d'échanger avec les producteurs (maquillages, espaces de dessins, mini-ferme, etc.).

**Selon l'enquête, *Portrait et performance des marchés publics au Québec*, réalisée par l'AMPQ en 2021, l'animation active (atelier/démonstration culinaire, musicien, etc.) était le dernier élément ciblé par les répondants. Seulement 18 % considèrent que cela contribue au succès d'un marché.**

# SONDAGE CITOYENS

## Activités

Certains participants ont fait des suggestions :

- Plus (+) de kiosques / marchands (80 kiosques à Val-David);
- Marché **orienté vers les résidents** plutôt que les touristes;
- **Prioriser l'alimentation et les agriculteurs** plutôt que des produits non comestibles;
- **Animation, musique, food-trucks, chefs, dégustations,** etc.;
- **Ouvert plus de journées et de plus longues heures;**
- Permettre les chiens en laisse (ce qui n'est pas suggéré par le MAPAQ).



# SONDAGE MARCHANDS

**Le Service de la culture et des loisirs a transmis par courriel un sondage dédié aux marchands ayant occupé un kiosque durant la saison 2022.**

- 16 entreprises ont répondu;
- 20 % participent au marché d'été depuis plus de 5 ans, 13 % depuis 3 ans, 38 % depuis deux ans et 25 % depuis un an;
- 63 % souhaiteraient occuper un kiosque à toutes les semaines et 31 % à toutes les deux semaines;
- **82 % sont très satisfaits des heures d'ouverture du marché public;**
- **94 % considèrent que le samedi matin est le moment idéal pour la tenue du marché.**
- **94 % seraient prêts à payer jusqu'à 40 \$ par semaine pour la location d'un kiosque.**



# SONDAGE MARCHANDS - services

**81 % des exposants semblent satisfaits des services offerts par la Ville de Mont-Tremblant (ex. : promotion, accueil, service à la clientèle, etc.).**

Voici certains commentaires émis sur les questionnaires des marchands :

- Allonger la période, par exemple de 9 h à 15 h;
- Une page FB consacrée au marché et des panneaux publicitaires sur la Montée Ryan;
- Accès à plus de tables au besoin et à une petite caisse pour de la monnaie;
- Ne pas manquer de sacs à l'effigie du marché;
- Responsable sur place **en tout temps**;
- Marché couvert avec couverture rigide;
- Kiosques plus permanents qui seraient étanches lors des jours de pluie;
- Avoir l'option d'occuper deux chapiteaux ou **chapiteau double**;
- Ne pas changer l'emplacement des exposants;
- **Meilleur suivi hebdomadaire**;
- Installer des rideaux à l'arrière, au début de la saison, pour le froid;
- Refaire le panneau électrique qui saute souvent;
- Avoir accès aux toilettes de la bibliothèque sans avoir à chercher une personne avec la clé.

# SONDAGE MARCHANDS

## Choix des exposants

Selon les marchands, voici les critères de sélection à privilégier

- Artisans régionaux (Laurentides);
- Favoriser les gens locaux et la **variété des produits**;
- **Fait ici par ceux qui le vendent**;
- Choisir une diversité d'exposants et une variété de produits, afin que les gens puissent faire une **épicerie complète**;
- Produits originaux;
- Être producteur et non distributeur;
- Reconnaissance envers les exposants fidèles, saison après saison;
- Exiger la présence des exposants pour limiter l'absentéisme;
- **Complémentarité** entre les exposants (ne pas mettre des exposants qui vendent la même chose);
- Favoriser la présence d'artisans de différentes communautés culturelles.

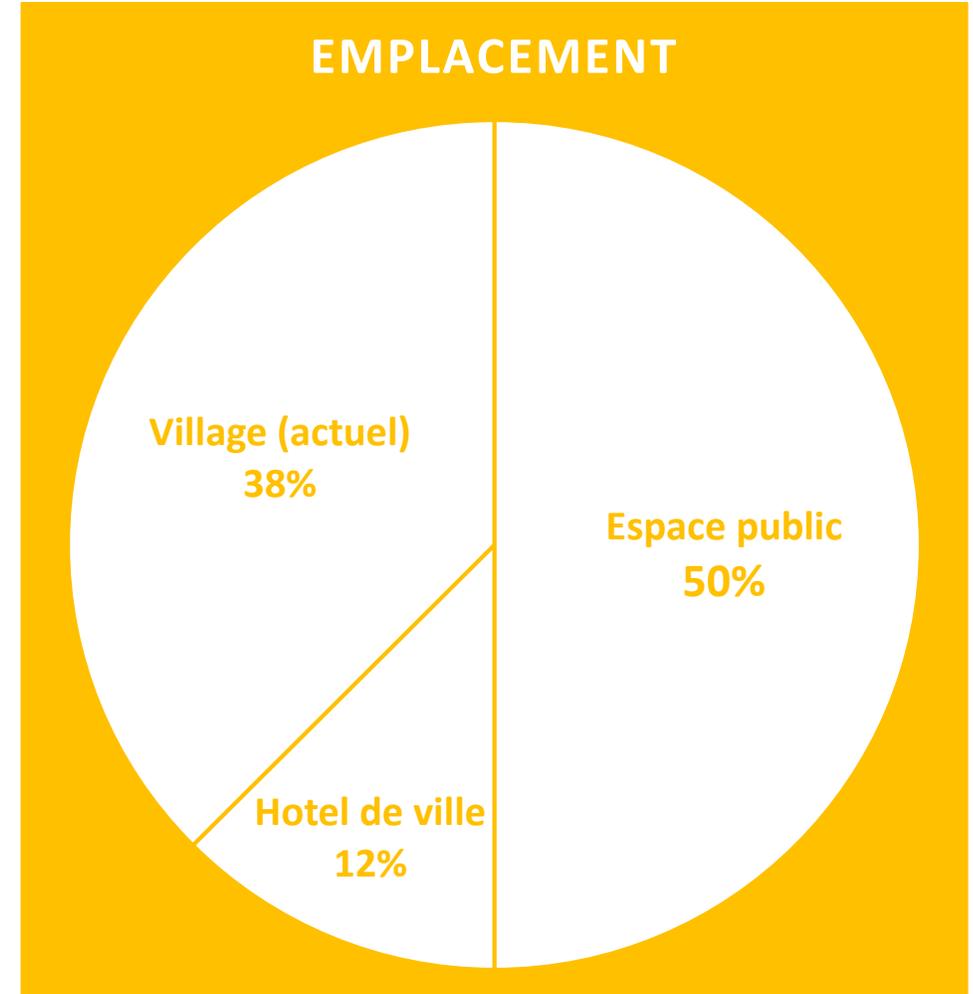


# SONDAGE MARCHANDS - Emplacement

Selon les exposants ayant répondu au sondage, 62.5 % considèrent que le meilleur emplacement pour tenir le marché public est au centre-ville.

Voici certains commentaires émis par les marchands :

- Nous discutons depuis longtemps d'un déménagement au centre-ville de Saint-Jovite. À mon avis, les résidents de Mont-Tremblant bénéficieraient davantage de cet emplacement;
- Les gens demandent souvent pourquoi nous ne sommes pas plutôt situés dans le secteur de Saint-Jovite, qui est plus facile d'accès et plus passant. Nous avons reçu beaucoup de commentaires disant qu'il serait plus facile pour les clients si le marché était situé dans ce secteur plutôt qu'à l'emplacement actuel;
- Le marché fonctionnerait beaucoup plus au centre-ville où se trouve aussi le marché des fêtes.



# RECOMMANDATIONS

À la lumière des réponses des citoyens, des exposants et des commerçants

## LE LIEU

**L'Espace public** est le lieu ayant été ciblé majoritairement par tous, pour accueillir le Marché d'été. En raison de sa proximité avec les citoyens, de son achalandage naturel et de ses facilités d'accès, autant par transport en commun que par ses nombreux espaces de stationnement disponibles à proximité.

La Boite à surprises pourrait être utile comme scène pour des ateliers culinaires, des démonstrations par des chefs invités, etc.

Quant au secteur Village, des événements étant dédiés aux touristes pourraient y être organisés sous le thème des produits du terroir intégrant les produits agroalimentaires.



## LE MOMENT

Il est recommandé par les exposants de maintenir le même moment pour la tenue du marché d'été, soit le **samedi de 9 h à 13 h**.

Notons que la préparation des exposants en amont, des heures d'ouverture du marché et la fraîcheur des produits limitent l'extension des heures du marché. Certains citoyens ont soulevé que d'étendre jusqu'à 14 h pourrait permettre aux citoyens d'aller au marché après l'heure du lunch.

Une **période supplémentaire en soirée, le jeudi ou le vendredi** pourrait également être ajoutée afin de s'ajuster aux habitudes d'achat des **citoyens**.





## LES PRODUITS

Une variété de produits est recherchée par les citoyens afin qu'une **épicerie complète** puisse être réalisée dans un seul arrêt au marché.

**Cibler des producteurs et transformateurs diversifiés et complémentaires en priorisant ceux de la région et des environs** dans un premier temps.

**Des commerces environnants complétant l'offre**, telle la poissonnerie par exemple, pourraient également être intégrés au marché d'été afin d'offrir une variété de produits aux consommateurs. Les serres pourraient aussi offrir des plants, fleurs et plantes tout en agrémentant le marché.

## LES INSTALLATIONS

**Le mobilier du marché d'été pourrait être repensé** en fonction des exigences du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), tout en **osant l'innovation**.

Des kiosques **conçus en fonction des besoins des exposants** et des équipes chargées de l'assemblage et du désassemblage pourraient être envisagés pour le marché d'été (+ alimentation électrique, installations de lavage, etc.)

## L'ORGANISATION

Si le marché d'été prend de l'envergure, **des ressources supplémentaires à l'équipe déjà en place à la Ville seraient à prévoir**. Une ressource expérimentée dans le domaine dédiée à la gestion du marché et présente à 100% sur place lors des journées de marché serait à privilégier. Sinon, **l'organisation du marché pourrait être confiée à contrat à une organisation externe** professionnelle, supervisée par le Service de la culture et des loisirs. (comme le font les villes de Sainte-Agathe-des-Monts, Ste-Marguerite, Mont-Saint-Hilaire, Val-David, Lac-Brome, etc.)



## SERVICE DE RESTAURATION

Il y aurait un avantage à avoir des **kiosques d'aliments à consommer sur place**, autant pour les visiteurs du marché que pour les exposants ayant une fringale.

Des **kiosques de prêt-à-manger** seraient complémentaires à l'offre des autres exposants et pourraient prolonger la durée de visite des consommateurs, même les attirer durant l'heure du lunch, tout en visitant le marché.



# AUTRES ACTIONS

## DYNAMISATION DU CENTRE-VILLE – Retombées sur les commerces

Une **extension du marché d'été vers les commerçants** du centre-ville pourrait être pensée afin de favoriser une dispersion des visiteurs vers les commerces environnants. Les commerçants du secteur Centre-ville pourraient participer à animer la rue de Saint-Jovite et des environs en installant par exemple, **des kiosques extérieurs devant leurs commerces, les journées de marché.**

Concevoir **une carte du secteur Centre-ville avec les accès aux stationnements et arrêts d'autobus pour se rendre au marché.** Afficher cette carte dans les arrêts d'autobus et sur le site du marché.

**Créer un circuit des entreprises du secteur Centre-ville proches du marché et afficher ce circuit sur le site et sur la rue pour orienter les visiteurs du marché vers ces commerces.**

# CONCLUSION

À la lumière des études, des réponses aux sondages et des entrevues réalisées, la tendance qui se dessine pour favoriser le développement du Marché d'été de Mont-Tremblant serait d'abord de le déménager à proximité du plus grand bassin de sa population, soit le Centre-ville. Ensuite, il est recommandé de miser sur l'amélioration des infrastructures du marché et de réviser la structure organisationnelle. Il serait également intéressant d'intégrer les commerces avoisinants l'Espace public afin de compléter l'offre au marché et ainsi avoir un impact sur le dynamisme de ce secteur. Ainsi, les commerçants de Mont-Tremblant pourraient bénéficier d'une visibilité sans pareil auprès d'une large et, possiblement, nouvelle clientèle.

Les producteurs et transformateurs agroalimentaires doivent être au cœur du marché d'été, ceux à qui les clients s'identifieront et s'attacheront. Le marché doit être inclusif et à l'image des besoins de la population de Mont-Tremblant : on doit y retrouver une marchandise diversifiés avec des produits de qualité et à des prix raisonnables.

La valorisation des métiers et produits bioalimentaires est à privilégier au niveau de la promotion du marché. Cet aspect vient contribuer à la transformation des habitudes de consommation alimentaire au profit d'une agriculture de proximité et de l'achat local. Il contribue également à mettre de l'avant les saines habitudes de vie.

La Ville de Mont-Tremblant, par son initiative de marché d'été situé au cœur de sa population et avec une structure organisationnelle efficiente, rendrait ainsi disponible une place publique nourricière et dynamique pour ses citoyens, contribuant aussi à la vitalité économique de sa communauté d'affaires.

# RÉFÉRENCES

- <https://ampq.ca/devenir-membre/>
- Portrait et performance des marchés publics au Québec - Enquête 2021, réalisée par l'Association des Marchés publics du Québec et Raymond Chabot Grant Thornton
- <https://drive.google.com/file/d/19aZT6R9Lhw5XOkvK2UzfZD89MyGHb-Wa/view>
- <https://www.agrireseauAvant-propos.net/agricultureurbaine/blogue/95798/les-marches-publics-10-facteurs-de-succes>
- [https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Lignes\\_di\\_rectrices\\_marches\\_publics\\_hygiene\\_salubrite.pdf](https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Lignes_di_rectrices_marches_publics_hygiene_salubrite.pdf)

