



Rapport annuel 2014

Collectif Rutabaga

Table des matières

À l'origine du Marché public de Limoilou	1
Collectif Rutabaga	2
Partenaires	4
Communications	5
Campagne de financement	7
États financiers	8
Bénévoles	10
Logistique du marché	11
Inauguration du marché	13
Marchands présents	14
Achalandage du marché	16
Résultats des sondages clients	17
Avenir du marché	18
Remerciements	19
Informations des membres	21
Informations sur l'organisme	21

À l'origine du Marché public de Limoilou

Le Collectif Rutabaga a organisé en 2014 la première édition du Marché public à Limoilou et vise à pérenniser l'initiative pour les années à venir.

Le Marché public de Limoilou a vu le jour le dimanche 3 août 2014 après plusieurs mois de travail. L'activité a eu lieu pendant huit semaines consécutives, soit jusqu'au 21 septembre, de 11 h à 14 h, sur la 3^e avenue entre les 8^e et 9^e rues. L'édition du 31 août a malheureusement dû être annulée en raison de risques élevés d'orages.

Chaque dimanche, le Marché public de Limoilou a été un succès, tant du point de vue des citoyens participants que des marchands présents. Lieu de rassemblement par excellence, le Marché a permis à ses visiteurs de découvrir les produits offerts à 15 différents kiosques, d'y faire des découvertes et de rencontrer d'autres résidents du quartier autour d'une limonade.



Collectif Rutabaga

Un groupe de sept résidents de Limoilou est à l'origine du Collectif Rutabaga. Ayant à cœur le dynamisme du quartier, la motivation était de favoriser l'accès à des produits frais et locaux au plus grand nombre.

Notre mission est de donner accès aux citoyen-ne-s de Limoilou à des fruits, des légumes et autres aliments frais ainsi qu'à des produits transformés divers et variés provenant de producteurs ou transformateurs de la région de la Capitale-Nationale et des environs, issus prioritairement de l'agriculture rationnelle ou biologique et à un coût raisonnable.

Nous voulons ainsi favoriser le contact entre la population urbaine de Limoilou et les producteurs et transformateurs locaux, en plus de renforcer le tissu social et communautaire de notre quartier.

Le Collectif vise également à permettre aux commerçants du Vieux-Limoilou de se faire connaître en offrant un marché complémentaire à l'offre alimentaire déjà présente sur la 3^e avenue et à proximité.

C'est appuyé sur ces valeurs que les premières discussions devant mener à la création du Marché public de Limoilou ont eues lieu en septembre 2013. Le Collectif Rutabaga est devenu officiellement un organisme à but non lucratif (OBNL) en décembre.

Le Collectif Rutabaga est appuyé dans son mandat par une vingtaine de bénévoles dévoués, sans qui l'édition 2014 n'aurait pas été possible. 127 membres se sont jusqu'ici joints au Collectif et soutiennent ses activités. Le Collectif compte également des membres marchands, qui vendent leurs produits récoltés ou transformés lors du Marché.

Conseil d'administration

Le conseil d'administration fondateur du Collectif Rutabaga est composé de :

Jeanne Marcotte, présidente

Dominique Dupont, vice-présidente

Sophie Gosselin, trésorière

Claude Villeneuve, secrétaire

Étienne Larivière, responsable des communications

Bernhardt Beaudry, responsable du suivi avec les producteurs

Louis-Philippe Huot, responsable du suivi avec les producteurs



De gauche à droite : Étienne Larivière, Louis-Philippe Huot, Dominique Dupont, Sophie Gosselin, Jeanne Marcotte, Bernhardt Beaudry et Claude Villeneuve.

Partenaires

La Caisse Desjardins de Limoilou

Suzanne Verreault, conseillère municipale de Limoilou

Geneviève Hamelin, conseillère municipale de Maizeret-Lairet

André Drolet, député de Jean-Lesage à l'Assemblée nationale

Raymond Côté, député de Beauport-Limoilou à la Chambre des Communes

Monlimoilou.com

Ville de Québec

Supermarché IGA Pierre Jobidon

Dactylo Communication

CLD de Québec

SDC 3e Avenue

Collectif Fardoche - Marché Saint-Sauveur

Initiative 1,2,3 Go! Limoilou

La Ruche Québec

Communications

Pour faire connaître le Marché public de Limoilou, nous avons opté pour une stratégie de communication ludique, à l'image des citoyens du quartier.

« Mangez Limoilou »

L'une de nos premières préoccupations était d'éviter de faire concurrence aux commerces alimentaires déjà présents dans le quartier. Plus encore, nous souhaitons faire leur promotion et faire découvrir Limoilou comme destination commerciale. Le slogan « Mangez Limoilou » fut choisi.

Notons que nous avons confié le graphisme à Dactylo communication, une boîte du quartier Limoilou.

Réseaux sociaux

Notre page Facebook est sans contredit l'outil central de notre campagne de communication. Idéale pour rejoindre les citoyens et les marchands, c'est par cette plateforme que toutes les informations sur la création et la tenue du marché étaient diffusées. Au début avril 2015, la page compte 2 178 membres.

Publicité

Nous avons conçu des messages composés d'expressions québécoises traditionnelles, imprimés sur des affiches aux couleurs très voyantes. Elles ont été installées dans les commerces du Vieux-Limoilou. Une banderole géante rouge vif se trouvait sur la 3^e avenue.

Un encart publicitaire a été distribué à plus de 12 000 portes de Limoilou et à plus de 4 000 visiteurs du Marché. Celui-ci présentait d'un côté les informations générales et de l'autre, la carte gourmande « Mangez Limoilou ». La préparation de ce tract fut notamment financée grâce aux contributions des commerces alimentaires qui souhaitaient apparaître sur le tracé (images page suivante).

Carte gourmande « Mangez Limoilou »



MARCHÉ PUBLIC
-Limoilou-

- DU 3 AOÛT AU 21 SEPTEMBRE -
TOUS LES DIMANCHES, DE 11H À 14H
3^E AVENUE, ENTRE LA 8^E ET LA 9^E RUE
WWW.MONLIMOILOU.COM/MARCHE

PRÉSENTÉ PAR

 **Desjardins**
Caisse de Limoilou

Et vos commerces de quartier...


VERT LIME
TRAITEUR


La Boîte à Pain
boulangerie artisanale


LA SOUCHE
Brasserie Artisanale


LA FOLLE
FOURCHETTE


LE TRIPLIX
suspendu


SUSHI NICKY


Loukoum
cupcake


PIERRE
JOBIDON
IGA


LES COLOCS
CAFÉ-RESTO


Le Bal du Lézard


chococâlin


Le fun
en bouche


la Réserve


BOUCHERIE
LE CROC
MIGNON



CARTE GOURMANDE

1. BOÎTE À PAIN - CAFÉ NAPOLI	8. CHOCOCÂLIN
2. LES COLOCS	9. LE TRIPLIX SUSPENDU
3. LOUKOUM CUPCAKE	10. LE BAL DU LÉZARD
4. BOUCHERIE LE CROC MIGNON	11. LE FUN EN BOUCHE
5. SUSHI NICKY	12. VERT-LIME TRAITEUR
6. LA FOLLE FOURCHETTE	13. IGA PIERRE JOBIDON
7. LA RÉSERVE	14. BRASSERIE LA SOUCHE



MANGEZ X LIMOILOU
est. 2014

Relations publiques

Nous avons d'abord annoncé en primeur la tenue du Marché public de Limoilou sur Monlimoilou.com. Cette nouvelle a atteint des milliers de lecteurs.

Jusqu'à ce jour, le Marché a fait l'objet de dix-neuf articles de journaux. La présidente du marché a également donné une entrevue au téléjournal d'Ici Radio-Canada Télé Québec, a accordé une entrevue à l'émission Radio-Canada cet après-midi sur Ici Radio-Canada Première, et à participer à l'émission Deux poids, deux mesures à CKRL. La vice-présidente du marché a aussi accordée une entrevue radiophonique au FM93 à Québec. Il faut ajouter à cela une série de sept billets sur les marchands participants sur le site Web Monlimoilou.com.

Campagne de financement

L'autonomie financière est une des conditions pour viser la pérennité d'un marché public. Dès sa première année, le Collectif Rutabaga a cherché à être créatif. Ainsi, bien que le financement du premier Marché public de Limoilou soit majoritairement assuré par des dons et des subventions, les revenus autonomes ont somme toute été importants, assurant la tenue d'une deuxième édition.

Parmi les subventions obtenues, notons celle de la Caisse Desjardins de Limoilou, depuis son Fonds d'aide au développement du milieu. Une somme de 10 000 \$, sur deux ans, qui nous a aidé à démarrer en grand. À cette contribution s'ajoute celle du Centre local de développement de Québec de 2 000 \$.

Le Collectif a ensuite lancé une campagne de sociofinancement à l'aide de la plateforme La Ruche. Cela nous a permis de récolter un peu plus de 5 000 \$ en un temps record. L'exercice aura également contribué à faire connaître le projet et à mobiliser les citoyens du quartier dans sa réalisation. La vidéo de présentation peut être visionnée à l'adresse suivante : https://youtu.be/T4S4_ZKILM.

Les sources de revenus autonomes ont été variées : vente d'objets promotionnels (tabliers, sacs réutilisables et planches à découper); cotisation annuelle des membres citoyens et des membres marchands; espace publicitaire sur la carte gourmande « Mangez Limoilou »; finalement, la plus importante, la location de kiosques aux marchands. Le tout pour un montant de 7474 \$. Les entrées d'argent ont été fortement soutenues par la stratégie de communication et de promotion de l'initiative.

The screenshot shows a crowdfunding page for 'MARCHÉ PUBLIC DE LIMOILOU'. The page features a progress bar indicating that 144% of the goal has been reached, with 7,210\$ raised out of a 5,000\$ target. It also shows 168 contributors and 0 days remaining. A video player is embedded, showing a woman smiling. The page includes a logo for 'MARCHÉ PUBLIC LIMOILOU' and a section for 'LE PROJET' with a video player. Below the video, there are statistics for 'CONTRIBUTEURS' (168) and 'CONTRIBUTEURS' (3). The page also includes a 'MARCHÉ PUBLIC DE LIMOILOU' logo and a section for 'LE PROJET' with a video player. Below the video, there are statistics for 'CONTRIBUTEURS' (168) and 'CONTRIBUTEURS' (3). The page also includes a 'MARCHÉ PUBLIC DE LIMOILOU' logo and a section for 'LE PROJET' with a video player. Below the video, there are statistics for 'CONTRIBUTEURS' (168) and 'CONTRIBUTEURS' (3).



États financiers

REVENUS

Monétaires

Caisse Desjardins de Limoilou	10 000 \$
Campagne de sociofinancement <i>La Ruche</i>	4 870 \$
Centre local de développement de Québec	2 000 \$
Vente d'objets promotionnels (sacs, tabliers, planches)	534 \$
Location kiosques	4 040 \$
Membership (marchands et citoyens) (dont 760 \$ amassés via <i>La Ruche</i>)	1 800 \$
Ventes publicitaires (logos sur la carte gourmande)	1 100 \$
André Drolet député	500 \$

Sous-total revenus monétaires	24 844 \$
--------------------------------------	------------------

Contributions non monétaires

<i>Monlimoilou.com</i> (commandite et accueil site Internet)	1 500 \$
Bénévoles (équivalent en salaires)	10 000 \$
IGA — Marché Jobidon (commandite et lunches des bénévoles)	500 \$
Dactylo communication (stratégie de communication et graphisme)	18 100 \$
Ville de Québec (fermeture de rue)	1 000 \$

Sous-total revenus non monétaire	31 100 \$
---	------------------

TOTAL REVENUS	55 944 \$
----------------------	------------------

DÉPENSES

Monétaires

→ Administration

Assurances et comptabilité	555 \$
Dépenses de fonction (C.A.)	245 \$

Enregistrement OSBL	160 \$
Adhésion CQSA, AMPQ et CLD	344 \$
Opérations bancaires et frais de compte	241 \$
Rencontres de bénévoles	457 \$
→ Marketing	
Impression et distribution (affiches, bannières, encarts)	4 189 \$
Objets promotionnels (sacs, tabliers, planches, paniers cadeaux)	4 955 \$
Tournée des grands-ducs (<i>La Ruche</i>)	800 \$
→ Logistique	
Location matériel (camion, tentes, tables)	3 210 \$
Achat matériel (rallonges électriques, ruban adhésif, nappes, etc.)	1 107 \$
Sous-total dépenses monétaires	(16 263)\$
Dépenses non monétaires	
<i>Monlimoilou.com</i> (commandite et accueil site Internet)	1 500 \$
Bénévoles (équivalent en salaires)	10 000 \$
IGA — Marché Jobidon (commandite et lunches des bénévoles)	500 \$
Dactylo communication (stratégie de communication et graphisme)	18 100 \$
Ville de Québec (logistique fermeture de rue)	1 000 \$
Sous-total dépenses non monétaires	(31 100)\$
Remboursement de 50 % des taxes	466 \$
TOTAL DÉPENSES	(46 897)\$
DÉPENSES — REVENUS	9 047 \$

Bénévoles

La réalisation du Marché public de Limoilou n'aurait jamais été possible sans la mobilisation enthousiaste des citoyennes et des citoyens du quartier. Plus d'une vingtaine de personnes se sont ajoutées aux membres du conseil d'administration pour déployer les équipements sur le site chaque dimanche. C'est minimalement une dizaine de bénévoles qui se présentait à chacune des éditions, certains sans même avoir été prévus à l'horaire. Cette forte participation démontre que la population était prête à accueillir son marché et que cette initiative était attendue.

Le comité organisateur considérait nécessaire de fidéliser les bénévoles en renforçant leur sentiment d'appartenance au projet. Pour cette raison, un t-shirt a été remis à chacun d'entre eux, le diner leur était offert chaque dimanche et une activité de remerciement a été tenue la dernière semaine, sous la forme d'une épluchette de blé d'Inde au Bal du Léopard.

Pour la suite des choses, les membres du conseil d'administration jugent qu'en plus de l'autonomie financière, la rétention et la relève des bénévoles seront le nerf de la guerre de la pérennité du Marché public.



Logistique du marché

Afin de rendre l'expérience du Marché public agréable aux visiteurs, aux marchands et aux bénévoles, le comité organisateur s'est doté d'une logistique solide, prudente et adaptable.

Avant chaque dimanche de marché, un plan de localisation sur rue était dessiné. Celui-ci comprenait l'espace que chaque marchand devait occuper, le nombre de tables qui lui étaient réservées et ses besoins en termes d'équipements et de services, l'électricité par exemple. Celle-ci était fournie par 1, 2, 3, Go! Limoilou puis distribuée de part et d'autre de la voie pour alimenter les kiosques au moyen de fils d'extension.

Grâce à une entente avec la Ville nous autorisant à tenir le Marché dans la rue, la chaussée était fermée à la circulation automobile chaque dimanche. Des pancartes interdisant le stationnement ont été installées et le Service de police de la Ville de Québec a offert sa collaboration pour faire remorquer les voitures stationnées dans les heures d'interdiction. Les marquises qui ont meublé l'espace du Marché public de Limoilou ont été louées pour les 8 semaines au Collectif Fardoche qui s'occupe du Marché Saint-Sauveur et les tables ont été louées au Centre Durocher pour la même période.

Voici le déroulement d'une journée typique de marché :

- À chaque édition, au moins 2 organisateurs et environ 6 bénévoles sont présents.
- Vers 8 h, un organisateur et 3 bénévoles se rendent louer le camion pour aller chercher les tables et les tentes au Centre Durocher.
- Au même moment, un autre organisateur et quelques bénévoles se rejoignent sur le site pour fermer les rues. Le groupe s'occupait ensuite de préparer l'espace pour l'arrivée du camion et du matériel.
- Les kiosques sont montés par toutes les personnes présentes sur place.
- À l'arrivée des marchands, deux bénévoles leur indiquent l'emplacement leur étant attribué en s'assurant régulièrement que toutes leurs demandes soient remplies.
- Durant les heures de marché, quelques bénévoles s'occupent de compter les entrées, de faire des sondages auprès des clients, de répondre aux

questions des visiteurs et des marchands, d'aller chercher les boites à lunch offertes par IGA Jobidon ainsi que de vendre les articles promotionnels à la table du Collectif.

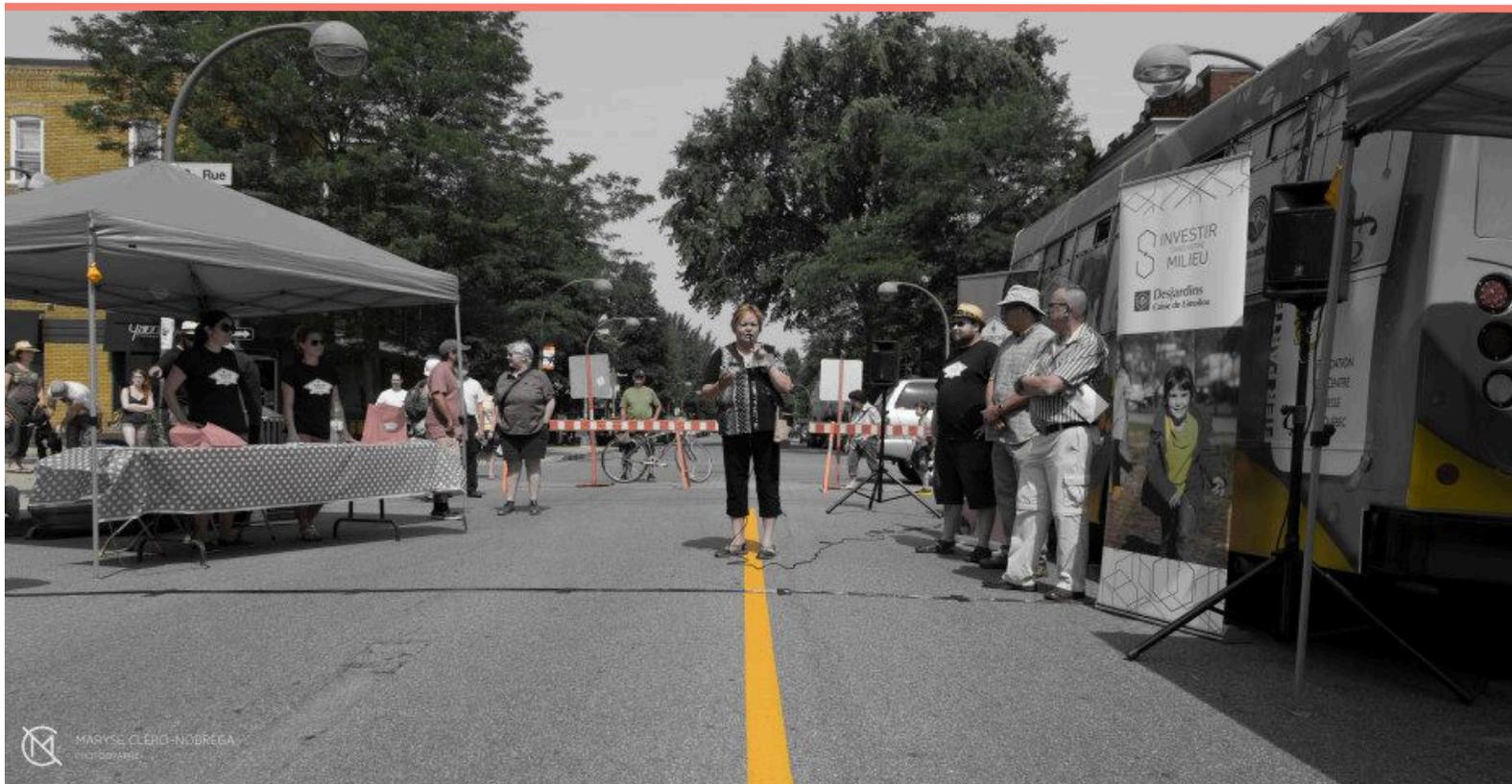
- À la fin du marché, tous s'occupent de démonter les tentes et les tables, remettre le matériel dans le camion puis de nettoyer la rue pour ensuite la rouvrir à la circulation.
- Un cartable avec tous les détails concernant les marchands, le plan du marché, les numéros de téléphone d'urgence, les assurances et les permis est laissé à la table du Collectif.



Inauguration du marché

Le 3 août 2014, les membres du conseil d'administration et les bénévoles présents étaient tous très fébriles avant la tenue de la première édition du Marché public de Limoilou. Nous avons eu le bonheur de constater que notre sentiment était partagé par les citoyens du quartier, qui se sont présentés en grand nombre, avant même l'ouverture du site, pour assister à la cérémonie d'inauguration.

Au moyen d'un support en sonorisation fourni par 1, 2, 3 Go! Limoilou, différents orateurs se sont adressés aux Limouloises et aux Limoulois. S'y trouvaient notre présidente, Mme Jeanne Marcotte, la conseillère municipale de Limoilou, Mme Suzanne Verreault, de même que le directeur général de la Caisse Desjardins de Limoilou, M. Robert Desrosiers. Soulignons également la présence de M. Raymond Côté, député de Beauport-Limoilou. C'est une très belle écoute et même une certaine émotion que nous avons ressenties chez tous les citoyens présents, bien qu'ils aient manifestement très hâte de découvrir les produits de nos marchands.



Marchands présents

La participation des marchands au lancement du Marché public de Limoilou a été des plus satisfaisantes. Avant même d'avoir lancé des invitations formelles, nous avons déjà reçu plusieurs offres de marchands qui désiraient être présents. Dès le mois de juillet, le calendrier était complété.



C'est avec beaucoup d'enthousiasme et de satisfaction que les 28 marchands ayant participé à une ou plusieurs des éditions ont répondu à notre sondage maison.

En voici les résultats :

Quelle est votre impression de votre expérience au marché selon chacun des éléments	Très satisfait(e)	Assez satisfait(e)	Peu satisfait(e)	Insatisfait
Achalandage	26	1	1	0
Horaire du marché	18	6	1	0
Complémentarité entre les différents marchands	23	2	1	0
Site et aménagement	23	3	1	0
Services et équipement fournis par l'organisation du marché public	24	2	1	0

À la lumière des résultats obtenus, il est manifeste que les marchands étaient majoritairement très satisfaits de l'achalandage, de la complémentarité entre les produits offerts, de l'aménagement du site ainsi que des services et de l'équipement à fournir par l'organisation. 6 marchands sur 28 ont néanmoins considéré que les heures du Marché pourraient être étendues.

Les marchands sondés ont également apporté des suggestions constructives à l'amélioration du Marché, par exemple de prévoir une animation musicale, d'offrir plus d'espace ou de tables par kiosque, de rendre disponibles davantage d'aires de repos et de poubelles, ainsi que d'aider les marchands à nouer des relations entre eux. Le prochain conseil d'administration devra réfléchir à ces propositions.

Achalantage du marché

Un décompte de l'achalandage a été effectué chaque jour de marché. Voici les résultats compilés.

- 3 août : 2832 personnes
- 10 août : 2862 personnes
- 17 août : 2632 personnes
- 24 août : 2452 personnes
- 31 août : annulé
- 7 septembre : 1934 personnes
- 14 septembre : 2100 personnes
- 21 septembre : 1109 personnes

2260 personnes en moyenne ont donc visité le marché public de Limoilou chaque dimanche.



Résultats des sondages clients

L'équipe de bénévoles du Marché public de Limoilou a sondé les gens sur le site tous les dimanches. Au total, 51 personnes ont répondu au sondage.

De ces personnes, 11 ont connu le Marché grâce aux réseaux sociaux, 8 grâce à Monlimoilou.com, 9 ont vu les affiches dans le quartier, 3 ont reçu un dépliant par la poste, 2 en ont entendu parler à la radio, 10 ont vu un reportage à la télévision et 17 en ont entendu parler par le bouche-à-oreille dans le quartier.

25 personnes se disent très satisfaites de la diversité des produits trouvés au Marché alors que 23 sont assez satisfaites et une personne est peu satisfaite. 17 personnes sont très satisfaites des prix des produits au Marché et 27 sont assez satisfaites. Une personne se dit peu satisfaite des prix proposés par les marchands. L'ambiance du marché était très satisfaisante pour 37 personnes et assez satisfaisante pour 10 personnes alors que 40 personnes étaient très satisfaites du lieu où a été tenu le marché et 9 personnes étaient assez satisfaites. 20 personnes sont très satisfaites de l'horaire du marché de 11h à 14h alors que 19 personnes en sont assez satisfaites et 7 personnes en sont peu satisfaites.

23 personnes ont profités de leur présence au Marché public de Limoilou pour fréquenter d'autres commerces de la 3e avenue. Dans les commentaires effectués par les personnes sondées, plusieurs mentionnent qu'ils apprécieraient que les heures de marché soient étendues. Beaucoup aimeraient que le Marché se termine plus tard dans l'après-midi. Certains mentionnent également qu'ils aimeraient voir au Marché plus de kiosques de fruits et légumes et quelques-uns disent aussi qu'ils aimeraient une ambiance musicale pendant les heures de marché. Certains des répondants ont également laissé savoir qu'ils aimeraient que plus de commerces soient ouverts sur la 3e avenue le dimanche.

Le Collectif Rutabaga prendra en considération toutes ces suggestions pour apporter des améliorations à l'édition 2015 du Marché public de Limoilou.

Avenir du marché

Le conseil d'administration du Collectif Rutabaga travaille déjà sur l'édition 2015 du Marché public de Limoilou. Ayant pris en considération les commentaires des clients et des marchands participants, le Collectif Rutabaga prévoit tenir le Marché à nouveau les dimanches d'août et de septembre prochains, sur le même site que l'an dernier. Une réflexion doit être tenue sur la possibilité d'élargir les dates et les heures d'ouverture.

Le Collectif souhaite également attirer autant sinon plus de marchands que lors de la première édition, avec le souci d'inclure un plus grand nombre de producteurs de fruits et légumes. De nouveaux marchands manifestent chaque semaine leur intérêt à participer.

À noter que nous avons établi des contacts féconds avec les organisations de tous les marchés publics de la région de la Capitale nationale et plus particulièrement avec ceux des quartiers centraux. Différentes formes de collaboration sont envisagées.



Remerciements

Le Marché public de Limoilou n'aurait pu voir le jour sans le soutien de partenaires dévoués et engagés dans notre communauté.

Le Collectif Rutabaga tient à remercier tout particulièrement la Caisse Desjardins de Limoilou d'avoir cru au projet ainsi que pour le soutien précieux dans la réalisation de cette première édition.

Un grand merci également à Mmes Suzanne Verreault et Geneviève Hamelin, conseillère municipale de Limoilou et de Maizeret-Lairet respectivement, qui ont appuyé et ouvert toutes les portes au Collectif dans ses démarches visant à créer le Marché. Merci aussi au personnel de la Ville de Québec pour leur accompagnement dans l'obtention des permis nécessaires et leur soutien pour la fermeture de la rue.

Merci à M. André Drolet, député de Jean-Lesage à l'Assemblée nationale du Québec, pour son appui financier et à M. Raymond Côté, député de Beauport-Limoilou à la Chambre des communes pour sa présence et ses prises de parole publiques.

Le Collectif Rutabaga tient à remercier chaleureusement le Supermarché IGA Pierre Jobidon de Limoilou pour sa contribution. L'ouverture et la collaboration qui ont été offertes dès le départ ont été des plus appréciées et sont tout à l'honneur de cet épicier de quartier.

Un merci tout spécial à Monlimoilou.com qui a appuyé le Collectif Rutabaga dès le début en donnant de la visibilité au projet. Cet appui fut des plus précieux.

Merci aussi à Dactylo communication pour leur créativité au moment de créer la campagne de marketing et de visibilité qui a permis de faire connaître le Marché public de Limoilou. Vous nous avez offert audace et professionnalisme.

Merci au CLD de Québec pour son accompagnement et les conseils prodigués dans le démarrage du projet ainsi que pour le soutien financier accordé. Votre présence nous manquera, comme à de nombreuses autres organisations du milieu.

Le Collectif Rutabaga tient également à remercier la Société de développement commerciale (SDC) de la 3e avenue pour son ouverture et ses conseils avant, pendant et après la tenue du Marché public de Limoilou.

Un immense merci au Collectif Fardoche, fondateur du Marché Saint-Sauveur, pour l'accueil, le partage d'information et l'accès à leur équipement. Cette collaboration est prometteuse.

Merci à l'Initiative 1,2,3 Go! Limoilou pour sa disponibilité et sa générosité. Un merci spécial à M. Marc Bergeron pour sa présence et son aide chaque jour de marché. Vous avez été une condition essentielle au succès de notre projet.

Merci à La Ruche Québec pour le soutien et les encouragements lors de la campagne de sociofinancement lancée par le Collectif Rutabaga.

Un merci au Bal du Léopard, à sa direction et à son personnel qui nous ont appuyés et accueillis, notamment lors de la tenue de la fête des bénévoles.

Finalement, un merci important à chacun de nos marchands, de nos bénévoles et, surtout, de nos visiteurs. Vous êtes la raison d'être de ce projet, la fin et le moyen. C'est pour vous que nous travaillons déjà à bâtir un Marché public qui va durer à Limoilou.



Informations des membres

Jeanne Marcotte
Présidente
Jeanne.marcotte@gmail.com

Dominique Dupont
Vice-présidente
Dominique.dupont@gmail.com

Sophie Gosselin
Trésorière
Sophie.gosselin@outlook.ca

Claude Villeneuve
Secrétaire
Clauvevilleneuve5@hotmail.com

Étienne Larivière
Responsable des communications
Etienne.lariviere3@gmail.com

Bernhardt Beadry
Responsable du suivi avec les producteurs
Bernhardt_beadry@hotmail.com

Louis-Philippe Huot
Responsable du suivi avec les producteurs
louisphilippehuot@gmail.com

Informations sur l'organisme

Collectif Rutabaga
<https://www.facebook.com/CollectifRutabagaLimoilou>
www.monlimoilou.com/marche

