

Rapport annuel



2015

Table des matières

| | |
|---|----|
| Mot du président | 4 |
| Le Collectif Rutabaga | 5 |
| Les partenaires | 6 |
| Finances – Édition 2015 du marché | 7 |
| Dépenses par poste budgétaire et conclusion | 8 |
| Prévisions budgétaires pour 2016 | 9 |
| La logistique du marché | 10 |
| Les bénévoles | 11 |
| Communications | 13 |
| Les exposants de l'édition 2015 | 15 |
| L'achalandage du marché | 16 |
| Les résultats des sondages | 17 |
| L'avenir du Marché public de Limoilou | 19 |
| Remerciements | 20 |

Mot du président

C'est avec beaucoup de fierté que nous vous présentons ce bilan de la deuxième année d'existence du jeune Marché public de Limoilou.

Cette édition 2015 s'est déroulée sous le signe de la recherche de pérennité. Devenir une habitude dans l'été de nos visiteurs, entretenir la fidélité de nos marchands et renforcer notre collaboration avec nos partenaires étaient notre priorité.

Nous avons atteint nos objectifs et même plus grâce à une autre relation dont nous ne pourrions nous passer. Il s'agit de l'adhésion de nos bénévoles. C'est avec émotion que nous constatons que ces citoyennes et citoyens de Limoilou aiment leur marché et sont désireux de le faire vivre.

À titre de président intérimaire je désire également souligner le travail effectué par les membres fondateurs du Collectif et saluer le fait que de nouveaux bénévoles ont choisi de s'investir au sein du conseil d'administration. C'est à mon avis le signe que notre organisation devient plus mature et que le marché est promis à un bel avenir : les Limouloises et les Limoulois se le sont approprié.

Étant déjà à pied d'œuvre pour la préparation de la 3^e édition du Marché public de Limoilou, nous faisons aujourd'hui rapport du travail accompli jusqu'ici.

Claude Villeneuve, avril 2016

Le Collectif Rutabaga

Le Collectif Rutabaga est un organisme à but non lucratif géré par un conseil d'administration formé de membres bénévoles. Le CA 2014 (voir la figure 2) comptait les six fondateurs en plus de Bernhardt Beaudry, qui s'est joint à l'équipe par la suite. Ensemble, et avec l'aide du Collectif Fardoche, responsable du Marché public de Saint-Sauveur, les administrateurs ont monté un plan d'action puis se sont mis en recherche de financement, et ont réussi, de fil en aiguille, à bâtir la première édition du Marché public de Limoilou.

L'équipe d'administratrices et d'administrateurs a pu recevoir un mandat formel lors de la tenue de la première assemblée annuelle des membres du Collectif, le 11 avril 2015. Elle a fait l'objet de quelques ajustements depuis. Voici l'équipe formant actuellement le conseil d'administration :

- Claude Villeneuve, président ;
- Jeanne Marcotte, vice-présidente ;
- Bernhardt Beaudry, responsable du suivi avec les productrices et producteurs.
- Jean-Thomas Grantham, responsable des communications ;
- Julie Roy, responsable de la logistique et des bénévoles ;
- Olivier Tremblay, responsable des finances.
- Roxanne Plamondon, secrétaire ;

Les partenaires

La tenue du Marché public ne serait pas possible sans la contribution de précieux partenaires. Que leur aide soit financière, logistique ou médiatique, c'est leur appui et leur enthousiasme qui donnent vie à notre initiative.

Les partenaires de l'édition 2015 :

- La Caisse Desjardins de Limoilou, présentatrice du Marché;
- Monlimoilou.com;
- La Ville de Québec et les conseillères municipales Geneviève Hamelin et Suzanne Verreault;
- Supermarché IGA Pierre Jobidon;
- SDC 3^e Avenue;
- Initiative 1,2, 3 Go! Limoilou;
- Limoilou en vrac;
- Le Collectif Fardoche — Marché Saint-Sauveur;
- Les AmiEs de la Terre;
- Le Collectif Le Banc.

Finances – Édition 2015 du marché

Encaisse initiale : 9 844, 25 \$

Revenus totaux : 12 106 \$

Dons, subventions, vente de matériel, etc. : 3206,00 \$

Location d'emplacement : 8 900 \$

Dépenses totales : 18 146,76 \$

Logistique : 7 474,31 \$

Salaire (coordonnateur) : 5 554,39 \$

Bénévoles : 1 926,78 \$

Promotion et communication : 1 264,28 \$

Administration : 1 927,00 \$

Déficit pour l'édition 2015 du marché : 6 040,76 \$

Encaisse restante : 3 803, 49 \$

Dépenses par poste budgétaire et conclusion

La logistique

Les dépenses impliquées concernent la location et la réparation du camion, les frais pour le chauffeur, le loyer du local, la location des tentes et des tables et l'achat de matériel. Diminuer les dépenses associées à la logistique est essentiel pour la pérennité du Marché.

Salaire

Le salaire et les charges sociales du coordonnateur. La subvention fédérale couvre une partie de ce montant.

Bénévoles

Coûts reliés aux activités des bénévoles (cadeaux, boissons, transport) et aux t-shirts qui leur est remis pour les identifier. Le montant peut paraître élevé, mais l'implication de nos bénévoles est incontournable pour le succès du marché puisqu'ils nous ont fournis près de 850 heures de travail, ce que nous évaluons sur une base financière à une valeur de 13 528 \$ pour 2015. Il faudra néanmoins compresser ces dépenses pour 2016.

Promotion

Principalement relié aux frais pour la banderole sur la 3^e avenue et les affiches. Ces dépenses devront diminuer sensiblement en 2016

Administration

Sommes versés pour les assurances, la comptabilité (incluant pour des services associés à l'édition du marché en 2014) et autres petites dépenses. Montant difficilement compressible.

En conclusion, le déficit d'environ 6 000 \$ en 2016 est trop élevé et s'explique en partie par l'achat de matériel et par un bris au camion qui a coûté très cher (environ 1 000 \$). Le Collectif demeure très à risque – trop – en raison de la location du camion et ce facteur devra être analysé dans le futur pour diminuer le coût et le risque financier associé à cet élément de la logistique. De manière globale, le Collectif devra réduire ses dépenses de fonctionnement en 2016, tout en augmentant et diversifiant ses revenus. On peut, raisonnablement, espérer plus de subventions et de commandites pour 2016. La vente de matériel promotionnel doit également être explorée. Néanmoins, d'une année à l'autre, le déficit ne pourra évidemment pas être aussi élevé, il faudra dans l'absolu que chaque édition du marché soit autofinancée.

Prévisions budgétaires pour 2016

Encaisse initiale : 3 803,49 \$

Revenus totaux : 13 500 \$

Dons, subventions, vente de matériel, etc. : 4 000 \$

Marchands : 9 500 \$

Dépenses totales : 14 500 \$

Logistique : 6 000 \$

Salaire (coordonnateur) : 5 500 \$

Bénévoles : 1 000 \$

Promotion et communication : 250 \$

Administration : 1 750 \$

Déficit : 1 000 \$

Encaisse restante : 2 803,49 \$

La logistique du marché

Comme pour la première année du Marché, la 3^e avenue a été fermée à la circulation chaque dimanche de 8 h à 16 h, au moyen du matériel fourni par la Ville de Québec. Le Service de police faisait remorquer tout véhicule ne respectant pas l'interdiction de stationnement.

Cette année, l'embauche de coordonnateur, Kevin Mark, a considérablement allégé la tâche des administrateurs du Marché. Celui-ci établissait un plan de localisation des marchands selon l'espace requis et ses besoins en équipements, eau et électricité. Celle-ci faisant l'objet d'une demande croissante, nous nous branchions sur les réseaux de la Caisse populaire, du Pub Limoilou ainsi que de 1, 2, 3, Go! Limoilou.

Chaque semaine, le coordonnateur, deux responsables et une équipe de 6 bénévoles étaient minimalement requis pour le montage, l'opération et le démontage du marché. Le rendez-vous était donné à 8 h pour fermer la rue et aller chercher le matériel au centre Durocher et l'opération inverse était effectuée entre 15 h et 16 h.

L'augmentation du nombre de tentes, de tables et de matériel divers ainsi que l'entreposage au premier étage d'un immeuble de la 3^e avenue ont rendu la planification et la charge de travail beaucoup plus lourde en 2015. En plus des marquises louées au Collectif Fardoche, d'autres l'ont été auprès des AmiEs de la Terre.

Les bénévoles

Encore une fois en 2015, la tenue du Marché public de Limoilou n'aurait jamais été possible sans la mobilisation de citoyennes et de citoyens du quartier. Bien que cette édition ait vu le retour de la plupart des bénévoles de 2014, beaucoup de nouvelles personnes se sont ajoutées à nous.

Au total, près de quarante (40) bénévoles ont aidé les membres du conseil d'administration à installer les équipements et assurer l'accueil sur le site, pour un total de près de 850 heures de travail. C'est donc une moyenne de 15 personnes (C.A. inclus) qui se sont investies chaque dimanche.

Chaque journée de marché s'est conclue par une rencontre informelle de débriefage et de détente autour d'un verre et de bouchées, sur une terrasse du quartier ou au local du Collectif. La fin de la saison fut saluée en octobre, par un souper de famille sur la superbe terre de la Ferme Gilles Simard, à Sainte-Anne-de-Beaupré.

Nos bénévoles ont développé des liens amicaux et ont continué de se voir dans l'entre-saison. Pour notre plus grande surprise, des activités ont été spontanément organisées, comme des brunchs dominicaux au restaurant Chez Mde Charlotte et une fête de Noël chez Mario Lapointe, leader parmi nos bénévoles.

L'augmentation de la participation bénévole par rapport à l'été 2014 démontre l'attachement de la population à son marché. Cette mobilisation contribuera à assurer le succès des prochaines éditions ainsi que la pérennité de l'initiative. Notre organisation développe ainsi son mandat de ciment du tissu social et de ferment de mixité au sein de notre quartier.



Communications

Pour assurer la visibilité du Marché public de Limoilou et consolider son statut de plus grand marché citoyen à Québec, nous avons opté pour une stratégie de continuité dans nos communications.

La bannière

La bannière du Marché a été suspendue au-dessus de la 3^e avenue du 7 juillet au 24 septembre. Malheureusement, un problème avec notre fournisseur a causé une erreur sur les informations affichées. Nous avons donc dû procéder à une correction plutôt inesthétique.

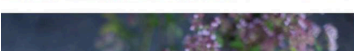
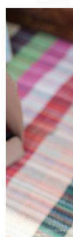
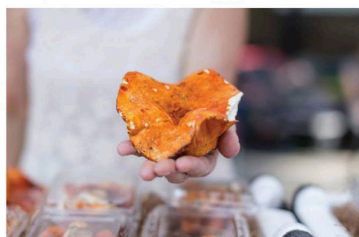


L'affichage dans le quartier

Encore cette année, une tournée d'affichage dans les commerces a été organisée. Les affiches reprenaient le visuel de l'année précédente avec les messages d'expressions québécoises traditionnelles comme « Venez vous bourrer la fraise » et « Appuyez sur le champignon ». Cette opération permet de faire la promotion du Marché et d'aller à la rencontre des commerçants pour les inciter à appuyer ouvertement l'évènement.

La distribution de cartes postales

En 2014, le Collectif avait réalisé une carte gourmande publicitaire destinée à être distribuée à aux portes de Limoilou ainsi qu'à visiteurs du Marché. Devant le succès plutôt mitigé de cette initiative, le Collectif a opté en 2015 pour une carte postale plus simple et moins coûteuse qui a été distribuée dans le quartier pour inviter les gens au Marché.



Photos prises par Maryse Cléro-Nobrega

Au Marché public de Limoilou, sur la 3e Avenue entre la 8e et la 9e Rue, les dimanches du 2 août au 20 septembre, de 11h à 15h.

La couverture médiatique

Pour assurer une couverture médiatique en continu du Marché durant l'été, nous avons maintenu notre partenariat avec l'organisme Monlimoilou.com afin que chaque semaine un marchand soit présenté sur le web.

Même si le Marché n'était plus une « nouveauté » dans le paysage médiatique, nous avons profité du vide de nouvelles créé par les vacances de la construction. Plusieurs articles ont été publiés dans le Journal de Québec, Le Soleil, le Québec Express et le Québec Hebdo. Également, des reportages de Radio-Canada télé et radio ainsi que de MATV ont couvert notre deuxième édition.

Les réseaux sociaux

La page Facebook du Marché demeure notre principal outil de promotion et d'information. 3271 personnes « aiment » cette page du Marché alors qu'en avril 2015 elle comptait 2 178 membres. C'est une progression de 50 %. La portée moyenne de nos publications est de 2000 à 3000 personnes. Il est intéressant de noter que 70 % des personnes qui aiment la page du Marché sont des femmes et 48 % sont âgées de 25 et 34 ans.

Les exposants de l'édition 2015

Au cours de ses huit dimanches, le Marché public de Limoilou a reçu en 2015 35 exposants au total. En moyenne, 16 tables étaient occupées par ces marchands, chaque jour. Nous sommes fiers de la diversité et de la qualité des produits offerts aux visiteurs cette année, fruit de la sélection d'un comité formé à cet effet. Nous le sommes également devant l'implication et la confiance que nous accordent nos producteurs et transformateurs.

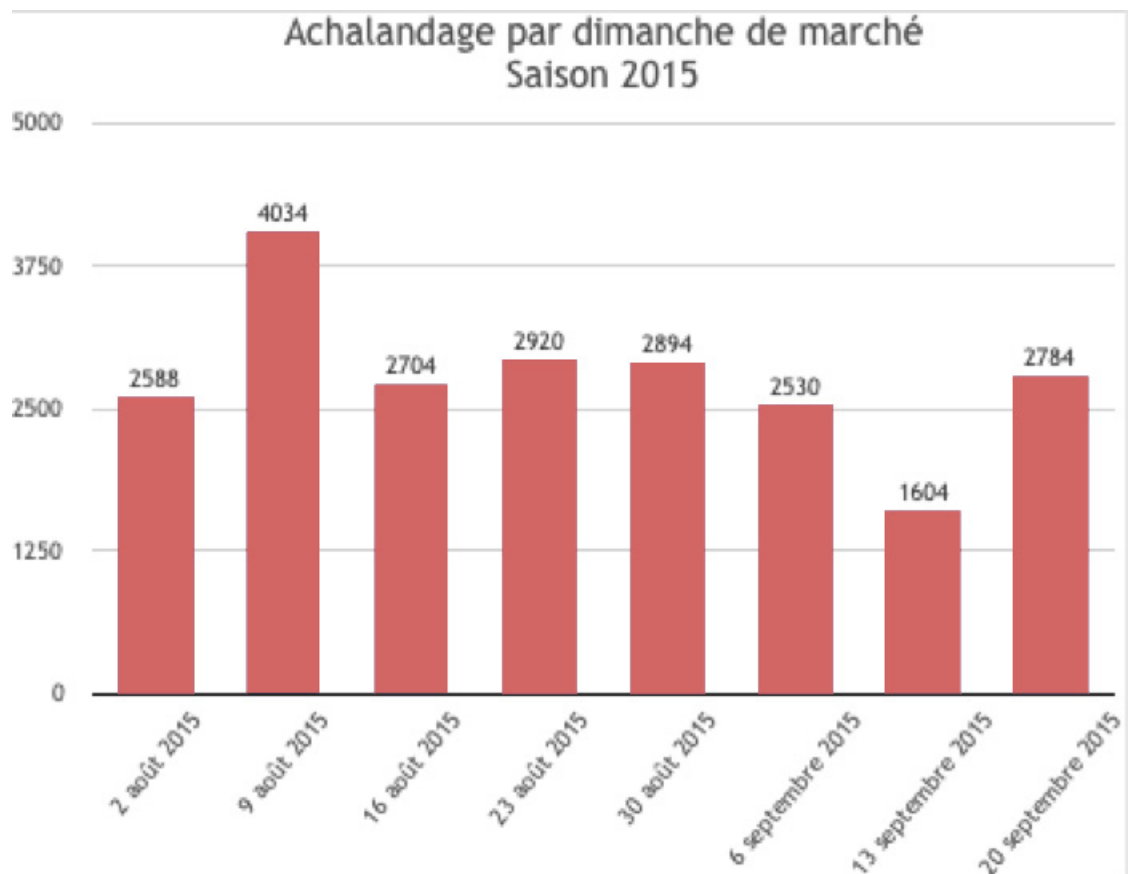
Voici la liste des exposants qui ont fait vivre l'édition 2015 du Marché public de Limoilou :

- 1, 2, 3 Go! Limoilou (organisme communautaire)
- Alimentex
- Bio-Limo (kiosque de limonade)
- Boulangerie Borderon
- Caprices d'Orléans
- Cerisaie La Belle des bois
- Chapeau les Bois
- Chez Mde Charlotte (restaurant)
- Craque-Bitume (organisme communautaire)
- Domaine de L'Ange-Gardien
- Kebaberie Izgara
- La Baconnerie
- La Bouche Bée (traiteur)
- La Cité Agricole
- La Ferme Hantée
- La Ferme Labonté et filles
- La Ferme Poulin-Turcotte
- La Ferme Gilles Simard
- Le Domaine du Bocage
- Le Ricaneux
- Les Boissons du Roy
- Les Canards des Cantons
- Les Colocs (restaurant)
- Les Fumoirs P. Beaulieu
- Les Jardins d'Eschambault
- Les Petits pots de Lulu
- L'Herbe à Lou
- Mama Grilled Cheese (restaurant)
- Maryse Cléro-Nobrega, photographe
- Miss Marmite
- PM-O Terroir et distinction
- Rafaluccia
- Café Sobab
- Viandes Lystania
- Yannick Fromagerie

L'achalandage du marché

En 2015, la structure du Marché public de Limoilou s'est améliorée grandement par rapport à 2014. La saisie de statistiques précises a permis d'observer une amélioration constante tout au long de la saison.

L'heure d'ouverture supplémentaire, de 14 h à 15 h, a permis de mobiliser plusieurs centaines de visiteurs de plus chaque dimanche. Le graphique suivant présente l'achalandage par semaine pour l'édition 2015.



Ces chiffres montrent que le Marché public de Limoilou a maintenu un achalandage assez stable tout au long de sa saison. Notons par contre que le deuxième dimanche, soit le 9 août, a été extraordinairement achalandé, avec 4 034 personnes qui se sont déplacées sur la 3^e Avenue. Le Collectif explique cette donnée par la météo particulièrement favorable et une forte présence médiatique dans les jours précédents. Bénéficiant de conditions climatiques exceptionnelles, les autres semaines ont été assez constantes, à l'exception du 13 septembre, une journée plus fraîche et nuageuse.

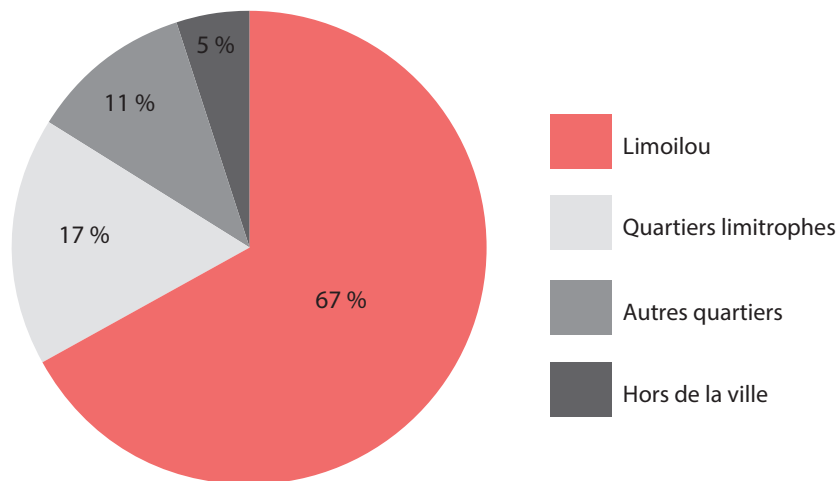
Les résultats des sondages

Tout au long de la saison, les bénévoles ont sondé les visiteurs afin de connaître leur opinion sur le Marché public de Limoilou. Voici un aperçu des données recueillies.

1) Provenance des visiteurs

De tous les visiteurs sondés, la grande majorité, soit 67 %, vient du quartier Limoilou. Charlesbourg se trouve en deuxième position quant au bassin de provenance des clients du marché. Parmi les autres quartiers de la ville, on retrouve Cap-Rouge, Val-Bélair, Neufchâtel, Vieux-Québec, Saint-Jean-Baptiste et Sainte-Foy. Les quelques personnes qui arrivent de l'extérieur ont mentionné Montréal, Saint-Étienne, Thetford Mines, le Lac-Saint-Jean, Notre-Dame-des-Laurentides, Blainville et Saint-Augustin.

Provenance des visiteuses
et visiteurs en 2015



Les résultats du sondage indiquent également que la majorité des visiteurs ont entendu parler du Marché public de Limoilou par bouche-à-oreille, grâce à l'affichage dans le quartier, aux articles de journaux ou encore au site monlimoilou.com.

2) Niveau de satisfaction des visiteurs

Le sondage permet de voir que près de la totalité des 137 répondants, soit toujours plus de 120 personnes se disent très et/ou assez satisfaites de leur expérience au marché. La satisfaction générale des visiteurs a été évaluée selon cinq critères distincts, soit la diversité et le prix des produits, l'ambiance, la convivialité du site et l'horaire.

3) Commentaires des visiteurs

Les sondeurs ont demandé aux répondants du sondage s'ils avaient des commentaires ou des suggestions à propos du Marché public de Limoilou. Concernant les cinq critères de satisfaction, voici quelques-uns des messages reçus.

Diversité des produits

Plusieurs visiteurs ont été surpris de la diversité des produits malgré l'espace compact du marché ou ont aimé l'ajout d'un boulanger à notre offre. Certains ont mentionné qu'il s'agissait d'un bon complément au supermarché IGA Jobidon. Les clients aiment les découvertes alimentaires qu'ils ont pu faire grâce au marché.

Prix des produits

Bien que certains visiteurs aient trouvé les prix un peu élevés, les gens considèrent généralement qu'ils étaient compétitifs avec les supermarchés et autres marchés publics. Il fut apprécié que l'affichage des prix, à chaque kiosque, soit plus clair que l'an dernier.

Ambiance

Les gens se sentent bien accueillis sur le site du marché. Ils trouvent l'ambiance agréable et charmante. Certains ont mentionné qu'ils aimeraient un peu d'animation ou de musique pour agrémenter leur visite.

Convivialité du site

Les visiteurs étaient très satisfaits de l'emplacement du site, en particulier du fait qu'une rue est fermée pour l'évènement. Les familles ont profité du sondage pour remercier les organisateurs d'avoir pensé à des espaces pour les enfants.

Horaire

Le commentaire le plus fréquent à propos de l'horaire, c'est que les visiteurs aimeraient que le marché soit en activité plus longtemps, soit en commençant plus tôt ou en fermant plus tard. D'autres voudraient que la saison du marché soit plus longue. Certains proposent d'ouvrir le samedi, ou même le samedi et le dimanche.

Les résultats des sondages démontrent que la satisfaction des visiteurs face au Marché public de Limoilou est très bonne et fournissent des idées intéressantes pour faire évoluer le marché et renforcer le lien d'appartenance des citoyens.

L'avenir du Marché public de Limoilou

Conservant toujours au centre de ses préoccupations la nécessité de pérenniser l'initiative du Marché public de Limoilou, le Collectif Rutabaga a comme priorité absolue cette année de simplifier sa logistique, afin de la rendre moins lourde pour les bénévoles et de diminuer ses coûts de fonctionnement.

Il importe également de travailler sur la colonne des revenus en professionnalisant notre recherche de commandites et notre offre de visibilité et en offrant à nos visiteurs du matériel promotionnel attirant et profitable.

Les communications devront être mises à profit pour y parvenir et pour développer la promotion du Marché dans les quartiers limitrophes, mais aussi dans Limoilou où notre notoriété n'est pas encore optimale. Une attention particulière doit être portée aux populations immigrantes, souvent rompues à la fréquentation des marchés publics et désireuses de participer à notre vie de quartier.



Remerciements

On ne répètera jamais assez à quel point une initiative citoyenne comme le Marché public de Limoilou dépend pour exister de l'engagement de plusieurs intervenants.

Nous remercions tout d'abord nos partenaires et commanditaires, à commencer par la Caisse Desjardins de Limoilou, qui présente le Marché public. La collaboration d'IGA Jobidon et la visibilité offerte par MonLimoilou.com sont aussi essentielles à notre réussite. Il en va de même de l'appui et du soutien de partenaires institutionnels la Ville de Québec, la SDC 3^e avenue.

D'autres organisations pas vraiment plus riches que la nôtre nous aide également avec beaucoup de générosité. Mentionnons l'Initiative 1,2, 3 Go! Limoilou, Limoilou en vrac, le Collectif Fardoche — Marché Saint-Sauveur, les AmiEs de la Terre et le Collectif Le Banc.

Nous remercions aussi les producteurs et transformateurs alimentaires qui, depuis le début, nous manifestent leur confiance et acceptent de prendre la route chaque dimanche pour venir visiter les urbains que nous sommes dans notre beau quartier de Limoilou.

En terminant, un merci qui ne saura jamais être assez fort et senti à nos nombreuses et nombreux bénévoles. Vous êtes le cœur et l'âme de ce marché, qui existe pour les citoyennes et les citoyens que vous représentez. Continuez de vous l'approprier et de le faire vivre.

***MERCI À CHACUNE ET CHACUN D'ENTRE VOUS!
ON SE REVOIT LE 31 JUILLET, SUR LA 3^e, À LIMOILOU!***





marchelimoilou@gmail.com

facebook.com/CollectifRutabagaLimoilou/