

Rapport annuel 2021



**MARCHÉ
PUBLIC**

-Limoilou-

Table des matières

Mot de la présidence	1
Le Collectif Rutabaga	2
Les finances – édition 2021 du marché	3
Les dépenses par poste budgétaire et conclusion	4
Les prévisions budgétaires pour 2022	5
Les producteurs et transformateurs	6
Témoignage	7
Les bénévoles	8
Les partenaires	9
Les communications	10
La logistique du marché	11
L'achalandage du marché	12
Défis et consolidation du Marché	13
L'avenir du Marché public de Limoilou	14

Mot de la présidence

Chers membres, visiteurs et partenaires du Collectif Rutabaga,

Nous avons le plaisir de vous présenter le rapport d'activités de la saison 2021 qui marque la réalisation du 8^e Marché public de Limoilou organisé par le Collectif.

Avec une deuxième année à jongler avec les mesures sanitaires, la météo s'est aussi mise de la partie pour rendre la gestion du Marché public plus ardue de dimanche en dimanche. Une fois de plus, la bienveillance, la bonne humeur de tous et toutes et une coordonnatrice dévouée ont été les ingrédients pour le succès de cette saison afin d'animer la 3^e avenue.

L'engouement pour l'achat local s'est poursuivi au-delà de la première année de pandémie et cela a eu des répercussions sur le Marché. De nouveaux visages, des nouvelles questions sur la consommation locale et l'agriculture biologique ont été entendues et répondues grâce au Marché.

Les braves bénévoles ont été fidèles aux rendez-vous vêtus de leur masque et de leurs mains plus que propres pour assurer la logistique sans faille. Merci à tous et toutes. La santé et la sécurité des visiteurs étant une priorité pour notre organisation.

Avec le Marché, nous répondons à un besoin bien ancré dans Limoilou, celui de créer un lieu de rencontre pour échanger entre citoyens d'ici et pour s'approvisionner en denrées de grande qualité. Pour ce faire, il se doit de souligner les efforts des producteurs et artisans qui, année après année, sont partenaires de cette aventure en fournissant ces produits de qualité. À vous toutes et tous, un grand merci.

L'année 2021 a été stimulante et source de créativité pour consolider nos activités. On peut maintenant dire que notre vitesse de croisière est atteinte en tant qu'organisation. Mais rien ne nous arrête pour poursuivre le développement du Marché et assurer sa continuité dans le futur. Pour cela, une relève fort motivée d'administrateurs a démontré de l'intérêt à joindre le C.A. du Collectif. Je pars donc l'esprit en paix avec des ressources qui, à leur tour, feront bénéficier le Marché de leurs bonnes idées et leur regard frais sur l'organisation.

Pour terminer, je remercie personnellement tous les membres du conseil d'administration avec lesquels j'ai eu un grand plaisir d'assurer la gestion du Marché Limoilou et avec qui, au quotidien, j'ai ri et apprécié leur présence. J'ajoute aussi des remerciements spéciaux à nos deux ressources professionnelles à contrat pour leur dévouement, leur disponibilité et surtout leur créativité afin de doter le Marché d'outils conviviaux pour son bon fonctionnement. Finalement, merci à la communauté limouloise qui revient semaine après semaine, année après année. C'est la plus belle reconnaissance que nous pouvons avoir !

Au nom de tous les administrateurs,

Valérie Bélanger

Présidente du Collectif Rutabaga

Le Collectif Rutabaga

Organisme à but non lucratif responsable du Marché public de Limoilou, le Collectif Rutabaga a été fondé en 2014. Fort de l'appui d'une quarantaine de bénévoles et de membres encore plus nombreux, il réalise le Marché public sur la 3^e Avenue depuis huit ans et a réalisé quatre éditions spéciales pour Noël dans les dernières années.

Son mandat est de faciliter l'accès à des produits frais et locaux issus de l'agriculture raisonnée, tout en favorisant la réappropriation de l'espace public, la mixité urbaine et la solidarité intergénérationnelle. Il cherche également à renforcer le tissu social et communautaire du quartier Limoilou en multipliant les partenariats avec des entreprises et des organisations qui y œuvrent.

Les activités courantes du Collectif Rutabaga sont confiées à huit (8) administrateurs élus pour un mandat de deux (2) ans lors de l'Assemblée générale annuelle. Voici la composition du conseil d'administration (C.A.) pour l'année 2021 :

Administrateurs après l'élection à l'AGA 2021

- Valérie Bélanger
- Jonathan Boudreau
- Édith Clavet
- Mathieu Giroux
- Audrey Gonthier
- Caroline Pruneau
- Joanie Roy
- Christian Thivierge

En vue de l'assemblée générale annuelle, 4 postes sont en élection.

Les finances – édition 2021 du marché

ENCAISSE INITIALE	29 870 \$
ENCAISSE FINALE	51 870 \$ + 2^e VERSEMENT VILLE DE QUÉBEC

REVENUS TOTAUX	52 210 \$	DÉPENSES TOTALES	30 210 \$
Dons, ventes, locations marquises, etc (+ vente de sacs)	15 \$	Logistique	7 730 \$
Producteur/marchands	12 925 \$	Ressources humaines et membres (incluant bénévoles)	19 925 \$
Commandites	1 500 \$	Promotion et communication	1 490 \$
Remboursement - impôts et taxes	1 335 \$	Administration	1 695 \$
Marché de Noël	S.O.	Marché de Noël	S.O.
Ville de Québec	5 500 \$		
Subvention fédérale	4 245 \$		
CMQ	1 640 \$		
Caisse Desjardins (FADM)	S.O.		
MAPAQ (Programme proximité – 1 ^{er} et 2 ^e versement)	24 950 \$		
SOLDE POUR L'ÉDITION 2021	22 000 \$		

Les dépenses par poste budgétaire et conclusion

La logistique

Chaque été génère un lot de besoins et de bris même si nous faisons un usage raisonnable et approprié de notre matériel. Nous devons donc déboursier pour le remplacement de différents articles en plus de faire l'achat de biens à usage unique (savon, papier à main, etc.). Durant la saison 2021-2022, nous avons pris la décision d'acheter à titre expérimental un chariot plus onéreux, mais plus gros et plus robuste que les précédents. Ce fût l'une des plus grandes dépenses, la première étant le nettoyage de la moitié des tentes. Toutefois, certains enjeux logistiques orienteront vraisemblablement nos choix différemment pour les suivantes. Durant cette édition, il n'y a pas eu d'énormes dépenses surprises. D'ailleurs, le bilan est moindre que ce qui avait été prévu pour cette catégorie.

Ressources humaines et bénévoles

La majorité des dépenses de cette catégorie est toujours le salaire et les charges sociales de la personne responsable de la coordination durant la saison estivale. Exceptionnellement cette fois, il faut ajouter celles des embauches liées à la subvention du MAPAQ, soit la personne pour le mandat communication maintenant terminé et celle pour le mandat administratif qui est en cours et qui se terminera durant la présente année budgétaire. Ce poste de dépenses comprend également les coûts reliés aux bénévoles (cadeaux, boissons, etc.).

Promotion, animation et communication

Pour 2021, ces dépenses sont moindres qu'anticipées. Elles se divisent en deux pôles principaux, soit l'impression pour la signalisation et la publicité (gros coroplast sur l'enseigne de la caisse) et l'animation musicale lors de quelques dimanches.

Administration

Il s'agit des sommes versées pour les assurances, la comptabilité, les frais du CA et autres réunions, diverses cotisations associatives et aux autres dépenses liées à l'administration ainsi que les diverses cotisations gouvernementales (Revenu Québec, CNESST, etc.). Ce sont des montants difficilement compressibles, mais assez stables d'année en année. De plus, le fait que le Collectif Rutabaga soit un OSBL reconnu par la Ville de Québec contribue à diminuer certaines dépenses.

Conclusion et perspectives

Nous avons anticipé une année 2021-2022 similaire à la précédente au niveau des dépenses (à l'exception des montants afférents à la subvention du MAPAQ). Fort d'une année 2020-2021 avec un bilan financier positif, le Collectif Rutabaga présente de nouveau un bilan positif cette année. Toujours en contexte pandémique, la diminution de dépenses comme l'animation y contribue en partie. De plus, certains articles liés aux mesures sanitaires (exemple : les masques) ont été fournis gratuitement par la Ville de Québec allégeant par le fait même le poids budgétaire de la logistique.

L'encaisse de fin d'année peut paraître impressionnante. Toutefois, ce solde comprend un versement de la subvention du MAPAQ alors que les dépenses afférentes ne seront engagées que dans l'année budgétaire qui vient de débiter. En réalité, si l'on retire les montants en lien avec le MAPAQ le bilan budgétaire est simplement équilibré au lieu d'excédentaire.

La bonne santé financière du Collectif Rutabaga repose, entre autres, sur les choix judicieux lors d'accès à du financement au fil des ans. L'achat de biens stratégiques (conteneur, tentes, génératrices, etc.) permettant une plus grande autonomie et diminuant les dépenses qui se répétaient chaque année en location est un bon exemple. L'implication et le soutien des acteurs locaux, petits ou grands, sont tout aussi essentiels.

Pour l'édition à venir, un vent de retour vers une certaine normalité se fait sentir accompagné de son lot de nouveaux défis. Une formule plus traditionnelle du marché implique une augmentation des dépenses en animation de même qu'un réinvestissement dans l'équipement pour un espace bistro-repos (table et chaise). Cet espace avait été mis de côté dans les deux dernières éditions.

L'enjeu d'actualité qu'est le manque de main-d'œuvre est aussi dans la mire du Marché et pourrait assurément avoir un impact sur les dépenses et les gains. En effet, il est fort possible que la portion du salaire pour la coordination déboursée par le Collectif Rutabaga doive être majorée afin de demeurer concurrentiel et attractif. Cette pénurie peut également influencer les revenus à la baisse. Advenant qu'un producteur n'ait pas d'employé pour son emplacement, il peut être dans l'obligation d'annuler sa présence ou d'en diminuer le nombre.

Enfin, comme le Marché prend de l'âge, son matériel le fait également. Réalistement, nous devons prévoir un budget pour le remplacement au courant des prochaines années de l'équipement dont la durée de vie utile et sécuritaire sera terminée.

Les prévisions budgétaires pour 2022

ENCAISSE INITIALE 51 870 \$ + 2^e VERSEMENT VILLE DE QUÉBEC

ENCAISSE FINALE 27 500 \$

REVENUS TOTAUX	39 250 \$ (29 250 \$)	Logistique et aménagement	6 600 \$
Dons, ventes, locations marquises, etc	750 \$	Marché de Noël	S.O.
Producteur/marchands	13 000 \$	Ressources humaines et membres (incluant bénévoles)	13 500 \$
Commandites	3 000 \$	Salaire de la ressource mandat 2 MAPAQ	18 500 \$ (0 \$)
Remboursement - impôts et taxes	1 000 \$	Promotion et animation (dont l'étude de marché)	24 350 \$ (4 750 \$)
Marché de Noël	S.O.	Administration	2 200 \$
Ville de Québec	5 000 \$		
Subvention fédérale	4 500 \$		
CMQ	2 000 \$		
Caisse Desjardins (FADM)	S.O.		
MAPAQ (Programme proximité – 3 ^e versement)	10 000 \$ (0 \$)		
DÉPENSES TOTALES	65 000 \$ (26 900 \$)		
SOLDE PRÉVU	- 25 750 \$ (+ 2 350 \$)		

Les producteurs et transformateurs

Au cours de la saison 2021, un total de 36 producteurs et marchands ont participé au Marché public de Limoilou avec une présence entre 20 et 23 producteurs et marchands chaque dimanche. Plus d'une dizaine de nouveaux producteurs ou marchands ont été intégrés au marché avec une fréquence variable. La sélection se réalise afin de diversifier au maximum l'offre de produits. L'assouplissement des mesures sanitaires a permis le retour du prêt-à-manger qui a été très bien accueilli.

Les producteurs et marchands de l'édition 2021 :

- Ferme Simard (fruits et légumes)
- Ferme François Bélanger (fruits et légumes)
- Jardins d'Eschambault (fruits)
- Neault Jardins (fruits et légumes)
- Potager France Marcoux (fruits et légumes)
- Potager Santé (ail, conserves et légumes)
- La Rosée du matin (fruits et légumes)
- Fraisière Garneau (fraises)
- L'Héritage de Maëli (petits fruits)
- Chapeau les Bois! (champignons et prêt-à-manger)
- Les petits pots de Lulu (confitures)
- Lökkö-Localement délicieux (vinaigrettes)
- Domaine de l'Ange Gardien (vins et cidres)
- À l'Orée du Bois (cidres)
- Pâtisserie Le Far (pâtisserie bretonne et viennoiseries)
- Les Macarons de Sophie (macarons)
- Les Belles récoltes de Charlevoix (céréales bios)
- Ferme Rosa (viandes)
- L'étrange Gourmand de l'île (produits transformés, pâtés, tartes)
- Atelier Signature Claude Bernard (saucisses)
- Cerfs rouges Labrecque (viande de cerf)
- Au jardin de Luce (fruits et légumes)
- Fromagerie des Grondines (fromages)
- La Villa, vinaigres et jardins (vinaigrettes)
- La voie des jardins (fruits et légumes)
- Mr Bubble Tea (bubble tea)
- La Déguèterie (produits d'inspiration africaine)
- Nokrine (épices)
- Les Siffleux (brevages torréfiés)
- La Cité Agricole (produits transformés)
- Société des cafés (café)
- Ferme la belle Binette (fruits et légumes)
- Lots of goûts (prêt-à-manger d'inspiration jamaïcaine)
- Les Noix de la Chance (noix torréfiés)
- Super Dips (produits transformés)
- Distillerie Stadaconé (alcool)

Un sondage a été envoyé aux producteurs et marchands à la fin de la saison pour connaître l'appréciation de leur expérience au Marché. Nous avons obtenu un taux de réponse au sondage de 36 %. 11 répondants sur 14 étaient très satisfaits ou satisfaits de leurs ventes. Au niveau de l'organisation générale du Marché, 100 % ont été très satisfaits. Lorsque questionnés sur leur désir de revenir comme producteur/marchand à la saison 2022, tous ont répondu positivement. Ces données permettent de mettre en lumière que l'organisation a été bien appréciée et que la baisse d'achalandage n'a pas été un facteur dissuasif pour les producteurs et marchands. Pour une huitième année consécutive, nous les remercions grandement de leur confiance et de leur engagement envers le Marché public de Limoilou.

Témoignage

Mon expérience comme producteur au marché de Limoilou

« Après six saisons au marché de Limoilou, je voudrais profiter du rapport annuel pour vous partager mon grand plaisir à y être à chaque été.

Comme producteur, je passe beaucoup de temps seul à la campagne et dans des champs. Je dis souvent aux clients-mangeurs que ma présence au marché, c'est ma journée de congé.

Oui c'est du travail préparer le marché, mais rencontrer les personnes qui mangeront les légumes et fruits que j'ai produits, apporte un sens à mon travail. Produire de la nourriture loin des bouches qui croqueront, perd son sens.

L'intention de produire un poivron rouge brillant, un chou mauve rutilant et transformer des compotes odorantes au milieu de la nuit, tout cela pour moi requiert un visage rêvé qui se matérialisera un dimanche à Limoilou.

La rencontre avec les clients-mangeurs me permet aussi de tâter leurs papilles, d'amorcer le processus, d'imaginer les prochaines transformations ou de réévaluer les quantités et les intérêts des consommateurs. C'est de la cocréation!

Mieux répondre à leurs besoins ce n'est pas uniquement vendre davantage, c'est surtout ressentir un sentiment d'accomplissement et d'être au bon endroit, au bon moment.

Au-delà des ventes, du nécessaire besoin de vendre mes produits, c'est aussi un moment festif, des petits doigts qui pointeront vers l'inconnu fleur d'ail, des bouches qui croqueront la cerise de terre ou des questions de jardiniers.

Encore une fois, tout cela qui fait sens pour moi, qui me colle à cette belle identité de maraîcher bienfaisant. »

Christian Thivierge, Potager Santé



Les bénévoles

Comme par les années précédentes, un beau mélange de visages, nouveaux et connus, sont venus prêter main forte chaque dimanche. Nous avons pu compter sur l'implication de plus d'une trentaine de personnes qui ont cumulé plus de 345 heures de bénévolat, et ce, sans compter l'implication des membres du C.A.

Ce sont des individus totalement dévoués au marché, toujours prêts, sourire au visage, à participer à l'organisation. Ils sont si précieux! C'est sans surprise que le recrutement des bénévoles est un enjeu pour le bon fonctionnement du Marché. On ne doit jamais cesser le recrutement, car les bénévoles sont une ressource aussi inestimable qu'éphémère.

Cette année, heureusement, nous n'avons pas eu de problème quant au nombre de bénévoles ni de problèmes qui leur sont associés; ce qui est une bonne nouvelle. La diffusion de la vidéo promotionnelle et la pandémie qui a gardé tout le monde chez soi ont joué en notre faveur. De plus, nous avons eu plusieurs bénévoles qui ont été présents à plusieurs marchés et pour des journées entières, ce qui est considérable comme aide.

Nouveauté cette année: nous avons demandé aux producteurs et marchands de s'impliquer lors du montage et du démontage du Marché afin d'amener une aide supplémentaire à notre équipe de bénévoles.

Les tâches sont demeurées les mêmes : vente d'objets promotionnels à la table du Marché (sacs et masques), décompte d'achalandage, station de désinfection des mains à l'entrée et à la sortie en plus des montages et démontages lors des jours de Marché.

Les récompenses gourmandes proposées sur place étaient toujours au rendez-vous, en plus de cadeaux donnés par les producteurs. Un grand merci d'ailleurs à nos producteurs et partenaires pour leur générosité à souligner l'implication au cœur de notre projet !

Étant donné les mesures sanitaires en place, nous avons opté pour une nouvelle formule de remerciement des bénévoles, qui s'est tenue sous forme de dîner, à l'extérieur, dans le parc Cartier-Brébeuf le dimanche 26 septembre 2021.

Nous y avons souligné l'implication de chacun de nos bénévoles et des tirages ont également été faits pour souligner de façon festive l'importance de chacun d'eux dans la réussite de cette 8^e édition.



Les partenaires

Le Marché public de Limoilou se déroule sur dix semaines, aidé par la générosité de nombreuses personnes et organismes. Nous tenons à les remercier.

Caisse Desjardins de Limoilou

Ils nous permettent d'utiliser l'électricité de leur bâtiment et nous prêtent des accessoires comme des parasols pour protéger nos bénévoles du soleil ou de la pluie.

IGA Pierre Jobidon

Le supermarché IGA du Vieux-Limoilou contribue au Marché en offrant des repas aux bénévoles. C'est grâce à la générosité de ce partenaire présent depuis les débuts que nous pouvons nourrir ceux qui viennent nous prêter main-forte chaque dimanche.

Ville de Québec

Nous avons pu compter sur l'appui financier de la Ville de Québec par l'entremise du Programme de soutien aux marchés de quartier. Cet important soutien nous permet de faire rayonner les producteurs-transformateurs agroalimentaires de la Capitale-Nationale et d'offrir leurs produits aux citoyens de Limoilou.

MAPAQ - Programme de proximité

Par le biais d'une importante subvention, le Marché a pu se doter d'un plan de communication et de partenariat. De plus, des outils afin d'assurer la continuité des affaires sont en construction.

Sol Zanetti, député de Jean-Lesage

Grâce au Programme de soutien à l'action bénévole, nous avons eu une contribution pour assurer le maintien de l'édition 2021 du Marché public de Limoilou.

École de cirque de Québec

L'École de cirque de Québec nous permet d'installer un conteneur industriel sur son terrain adjacent à la 8^e rue afin d'y loger notre équipement. Ainsi, les bénévoles peuvent transporter le matériel vers le tronçon de rue sans devoir nécessairement compter sur un mode de transport motorisé. Ce système joue un grand rôle dans la pérennité du Marché.

Julie Vignola, députée de Beauport-Limoilou

Encore une fois, nous avons pu compter sur le programme Emploi d'été Canada pour couvrir en grande partie l'embauche d'une personne étudiante au poste de coordination. Ce soutien est primordial pour permettre un déroulement sans heurt du Marché qui demande, en saison estivale, un rythme difficile à soutenir pour les membres bénévoles du conseil d'administration.

Communauté métropolitaine de Québec

Par le biais du Programme d'aide financière 2021 aux marchés publics de l'Entente sectorielle sur le développement des activités agricoles et agroalimentaires de la région de la Capitale-Nationale et de la Ville de Lévis, nous avons eu un montant pour assurer le maintien de l'édition 2021 du Marché public de Limoilou.

Yannick Fromagerie

Par le biais d'une aide financière, ce commerce de la 3^e avenue nous aide à offrir aux résidents de Limoilou et des environs un Marché public accessible à tous et à toutes.

Bal du Lézard

En plus d'une aide financière, le Bal du Lézard contribue à étancher la soif de nos bénévoles après chaque Marché en nous offrant une consommation.

La Société des Cafés

Merci à cette entreprise locale qui fournit le café à nos fabuleux bénévoles du dimanche.

Les communications

Affichage à la caisse Desjardins

L'affichage à la caisse Desjardins s'est renouvelé cette année afin de poursuivre la collaboration et souligner l'appui constant de la Caisse. Deux panneaux grand format ont été apposés sur la structure devant la Caisse. Puisque celle-ci se trouve directement sur le site du Marché, les panneaux permettaient de faire la promotion des dates de présence pour l'édition 2022.

Couverture médiatique

Pour assurer une couverture médiatique en continu du Marché durant l'été, nous avons maintenu notre partenariat avec l'organisme Monlimoilou. Plusieurs articles mentionnent le Marché, notamment dans Le Soleil, dans Quoi faire à Québec, dans Québec Région gourmande et dans le Bulletin Ma Ville.

Site Web

La version actuelle du site Web contient toujours le calendrier global des présences des producteurs qui permet aux clients du Marché de mieux prévoir leurs visites durant la saison.

Réseaux sociaux

Facebook demeure notre principal outil de promotion et d'information. La page du Marché dépasse maintenant les 7 500 abonnés. La publication de la liste des présences hebdomadaires des producteurs a été reconduite et elle est de plus en plus appréciée par les abonnés et clients du Marché. Instagram demeure un réseau complémentaire où nous partageons l'information à près de 1 500 abonnés.

Sacs réutilisables

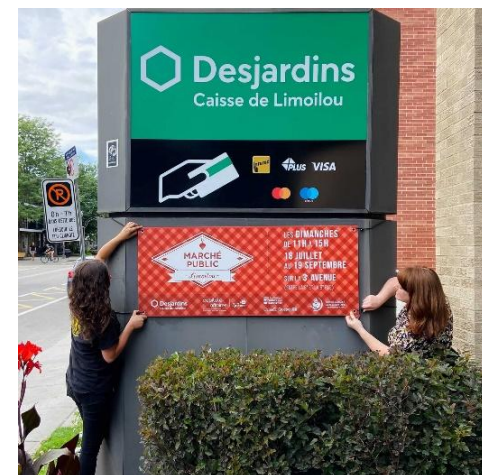
Pour la 8^e édition du Marché, nous avons souhaité poursuivre l'offre du sac réutilisable puisque la demande a été présente tout au long de la dernière édition et que ce produit plaît aux visiteurs. Fabriqué en coton résistant, le sac permet de transporter les achats faits au Marché tout en faisant sa promotion.

Identification des tentes

Les panneaux d'identification pour les tentes ont encore été produits pour chacun de nos producteurs et transformateurs. Cet outil, reprenant le point de géolocalisation utilisé dans les autres outils de communication, permet de bien identifier les producteurs et les transformateurs présents chaque dimanche tout en gardant une cohérence avec le visuel « Frais d'ici ».

Plan de communication

Nous nous sommes dotés d'un plan de communication nous permettant d'assurer une cohérence entre les différentes activités de communication, de maximiser la présence du Marché sur les réseaux sociaux, de développer de meilleurs outils publicitaires et d'améliorer le site Web.



La logistique du marché

Faits saillants pour la logistique en 2021

- Le conteneur de matériel est maintenant entreposé au Camping de Beauport durant l'hiver ; un coût récurrent que la ville de Québec nous fait économiser.
- Le fonctionnement est sensiblement le même que les autres années. Chaque dimanche, nous avons une entente avec la Ville de Québec pour barrer une section de rue (entre la 9^e et 10^e rue sur la 3^e avenue). Nous transportons notre matériel à l'aide de chariots de notre conteneur situé à l'École de cirque jusqu'à ladite section de la rue.
- Nous avons toujours la chance de compter sur une coordonnatrice durant l'été pour aider le conseil d'administration à bien planifier le déroulement du Marché public.
- Nous avons offert un rabais aux producteurs en échange de leur aide au montage/démontage afin de pallier le manque de bénévoles pour ces tâches. Une réflexion sera à faire sur l'enjeu du transport de matériel pour 2022.
- Comme en 2020, nous avons délimité l'accès au Marché public pour en contrôler l'achalandage et faciliter la distanciation sociale. Nous avons aussi limité l'animation selon la situation sanitaire. Nous pensons revenir à une libre circulation en 2022.
- Pour la 8^e saison du Marché public, l'alimentation en électricité a été un défi. Le nombre de producteurs qui désirent l'électricité est en hausse et certains problèmes techniques des génératrices ont causé des inconvénients (odeur, bruit, etc) aux producteurs et aux citoyens. Pour 2022, nous avons entamé des discussions avec la caisse Desjardins et la Ville de Québec afin d'avoir accès à un panneau électrique (et oublier les génératrices!).



L'achalandage du marché

Nombre de visiteurs et conditions météorologiques

Date	Visiteurs	Conditions météorologiques
18 juillet	2 260	<ul style="list-style-type: none">• Beau temps• Début des vacances de la construction
25 juillet	0	<ul style="list-style-type: none">• Annulation due à la forte pluie
1 août	2 852	<ul style="list-style-type: none">• Beau temps• Fin des vacances de la construction
8 août	2 640	<ul style="list-style-type: none">• Beau temps
15 août	2 782	<ul style="list-style-type: none">• Beau temps
22 août	1 972	<ul style="list-style-type: none">• Canicule : l'achalandage était « acceptable » en avant-midi, mais en après-midi, il faisait très chaud.
29 août	1 798	<ul style="list-style-type: none">• Beau temps
5 septembre	1 788	<ul style="list-style-type: none">• Forte possibilité de précipitations
12 septembre	4 026	<ul style="list-style-type: none">• Limoilou en musique et Marché des artisans
19 septembre	2 784	<ul style="list-style-type: none">• Beau temps
Total	22 902	
Moyenne	2 545¹	

*Les décomptes sont effectués par nos bénévoles au moyen d'un petit dispositif permettant de « cliquer » une fois pour chaque visiteur entrant sur le site.

Mentionnons que notre moyenne hebdomadaire des dernières années (à l'exception de l'édition COVID [2020]) se situait au-delà de 3000 visiteurs par dimanche. Le constat est donc que les effets de la pandémie se font encore ressentir cette année, bien qu'ils soient moins présents que l'été dernier. Nous avons espoir que, lorsque tout ceci sera derrière nous et que nous serons en mesure d'offrir la programmation complète avec de l'animation, les espaces bistros et les démonstrations, l'achalandage reprendra de plus belle.

¹ À titre de comparaison, notre moyenne était de 2 757 visiteurs en 2015, de 2 827 visiteurs en 2016, de 3 256 visiteurs en 2017, de 3 480 visiteurs en 2018, de 3 688 en 2019 et de 1 567 en 2020 (dû à la pandémie).

Défis et consolidation du Marché

Bien que le Marché public de Limoilou soit présent dans le quartier depuis bientôt 9 ans, le Collectif Rutabaga est soucieux d'en assurer sa pérennité. Afin de demeurer un événement de cœur dans Limoilou, nous devons nous assurer d'être à l'affût des besoins des visiteurs mais aussi d'être à l'écoute des partenaires, commanditaires et commerçants de la 3^e avenue. C'est dans ce sens que nous devons poursuivre nos actions qui permettent au Marché de rayonner. Nous devons demeurer attirant pour les producteurs et marchands mais aussi auprès des bénévoles qui prêtent main forte à l'organisation de l'événement. Toujours dans une optique de pérennité du marché, nous devons peaufiner les processus internes tels que les outils de transferts de connaissances entre administrateurs et les outils de communication, le tout pour assurer la continuité des affaires du Collectif.

Pour faire face à ces défis et dans un souci de consolidation du Marché public de Limoilou, nous avons le souhait, en 2021, de débiter des travaux permettant de solidifier nos outils de communication, notre plan de commandites, nos processus administratifs et effectuer une étude de marché pour orienter les décisions des prochaines années. Ce projet s'inscrit dans une volonté d'amélioration de la promotion du Marché public de Limoilou, d'accompagnement et de consolidation des connaissances de gouvernance du Collectif.

Cette consolidation s'est réalisée en trois temps :

1. D'abord, grâce à l'embauche contractuelle d'une professionnelle en communication, au printemps 2021 nous avons élaboré un plan de communication complet ainsi qu'un plan de partenariats. Le plan de communication nous permet de développer une publicité durable dans le temps et d'assurer une cohérence entre les différentes activités de communication. Le développement et l'amélioration de la publicité du Marché public de Limoilou sont des enjeux importants afin de consolider sa place dans l'offre agroalimentaire de la Capitale-Nationale. De fait, une présence continue sur les réseaux sociaux, le développement d'outils publicitaires et l'amélioration du site Web sont nécessaires. Les activités de communication étant le cœur de la pérennité d'une organisation. Le plan de partenariats nous permet de développer des commanditaires complémentaires aux partenaires actuels et s'assurer de l'équité entre les deux.

Les deux autres parties du plan de consolidation seront mises en œuvre en 2022. Nous vous en présentons tout de même un aperçu.

2. À l'hiver 2022, une professionnelle en gestion d'événement nous développera des outils de gestion efficaces qui permettront la continuité des affaires, même en présence de mouvements d'administrateurs d'expérience. Ceci comprendra notamment des *modus operandis* pour chaque poste d'activités du marché, des grilles *proformas* pour plusieurs activités de communications redondantes et une proposition d'arborescence pour la gestion et l'archivage des documents afin que tout soit facile d'accès par tous.
3. Au printemps 2022, une étude de marché auprès de la clientèle, des producteurs et marchands sera réalisée par un consultant en marketing agroalimentaire. Elle aura pour mission d'orienter les décisions stratégiques sur la tenue de l'événement dans les prochaines années, d'approfondir notre connaissance sur la clientèle du Marché et les façons de les retenir.

Ce plan de consolidation est supporté par le Programme Proximité du MAPAQ qui vise à rapprocher les producteurs agricoles et les transformateurs artisans des consommateurs par le développement et la consolidation d'initiatives de mise en marché de proximité répondant aux besoins des consommateurs.

L'avenir du Marché public de Limoilou

La consolidation des activités du Marché public entamée en 2020 a pris un essor important en 2021. Grâce au ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) par lequel nous avons obtenu une subvention du programme Proximité, un plan de communication et un plan de partenariat ont vu le jour. Ces derniers assureront des activités de communication pertinentes et vivantes dans le temps afin de garder l'intérêt grandissant de notre communauté.

Les bénévoles sont le cœur de cette belle aventure qu'est le Marché public de Limoilou. Que ce soit les bénévoles du dimanche, toujours prêts à mettre la main à la roue pour assurer le déroulement ou les bénévoles qui sont administrateurs du Collectif, il reste que leur implication est essentielle et il est très important de garder constant les efforts de recrutement.

La prochaine saison s'annonce sous le signe d'un retour à la normale avec des activités d'animation, de découvertes et d'invités au Marché. On travaille donc fort à une saison festive et tout autant accueillante.

C'est donc avec beaucoup d'efforts, d'ouverture et de détermination que nous poursuivons notre mission de faciliter l'accès à des produits locaux frais issus de l'agriculture raisonnée, le tout, en favorisant la réappropriation de l'espace public, la mixité urbaine et la solidarité intergénérationnelle. L'ingrédient magique de la prochaine saison sera encore une fois la « bienveillance contagieuse ».

Au plaisir de vous retrouver sur la 3^e Avenue!





facebook.com/CollectifRutabagaLimoilou



[@marchelimoilou](https://instagram.com/marchelimoilou)



marchelimoilou@gmail.com



[marchelimoilou .com](https://marchelimoilou.com)

***AU PLAISIR DE TOUS VOUS
REVOIR, SOUS LE SOLEIL DE
LA 3^e AVENUE, LE DIMANCHE
17 JUILLET 2022 !***