

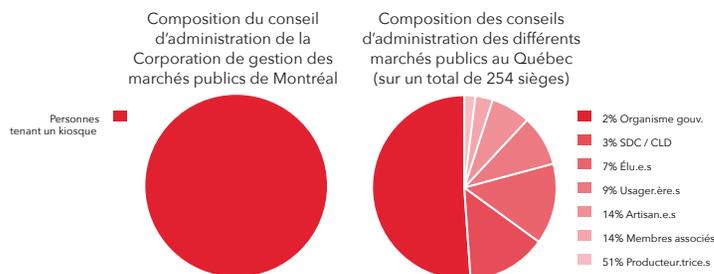
# Gouvernance

## Enjeux soulevés à travers nos consultations citoyennes

1. Absence de voix citoyennes dans les processus décisionnels relatifs à la gestion du MJT
2. Décalage entre le territoire de rayonnement du MJT et les limites effectives de sa gouvernance

## Recommandations

1. Que la CGMPM instaure des sièges pour les citoyennes et les citoyens sur son CA
2. Que la CGMPM fasse place aux différentes parties prenantes sur le comité exécutif du MJT
3. Que la CGMPM instaure des sièges pour toutes les parties prenantes sur son CA
4. Que la CGMPM instaure un système de « membership » dans les MPM afin de fidéliser ses usagères et ses usagers et leur permettre de participer aux processus décisionnels des MPM



## Failts saillants

### Des consultations citoyennes

Parmi les 522 personnes sondées :

**78 %** voient le MJT comme un service public

**68 %** se sentent peu ou très peu impliquées dans les prises de décisions relatives au MJT

**77 %** se voient favorables ou très favorables à ce que les citoyennes et citoyens montréalais puissent siéger sur le conseil d'administration qui gère le Marché Jean-Talon

### Des consultations aux commerçants

Parmi les 26 commerces sondés :

**88 %** ont indiqué être intéressés ou très intéressés à avoir un pouvoir décisionnel dans la gouvernance du MJT, notamment au sujet des futures constructions

**76 %** ont indiqué un intérêt dans l'établissement d'un service de gestion des déchets mutualisé entre le marché Jean-Talon et leurs commerces

**CA** : Conseil d'administration

**CGMPM** : Corporation de Gestion des Marchés Publics de Montréal

**MJT** : Marché Jean-Talon

**MPM** : Marchés Publics de Montréal

# Offre commerciale

## Enjeux soulevés à travers nos consultations citoyennes

1. Le besoin d'avoir une offre commerciale propre au MJT : des produits abordables, frais et du Québec qui sont offerts par des commerces locaux et indépendants
2. Un questionnement au niveau de l'efficacité des communications relatives à la provenance des produits et à la nature des commerces (vente directe vs. revente)

## Recommandations

1. Que la CGMPM instaure une politique de transparence et une homologation contrôlée
2. Que la Ville de Montréal adapte le fardeau fiscal au MJT et son pourtour à sa réalité afin d'y assurer l'accessibilité alimentaire et commerciale
3. Que la Ville de Montréal et les arrondissements RPP et VSP encadrent le développement commercial du secteur entre le boulevard Saint-Laurent, la rue Jean-Talon Est, l'avenue Mozart Est et l'avenue Henri-Julien. Pour ce faire, nous demandons la mise en œuvre de trois outils complémentaires : **(1)** la mise sur pied d'un PPU conséquent pour le secteur, **(2)** l'instauration d'un « Formula Business Restriction », et **(3)** l'introduction du contingentement dans la famille « Commerce » de la réglementation en urbanisme (zonage) en arrondissement

## Autres faits intéressants

En 2015, une pétition citoyenne qui visait à empêcher l'ouverture d'un café Starbucks sur le pourtour du Marché Jean-Talon a récolté près de 10 000 signatures.

### Comparaison du fardeau fiscal

Établissement	Fardeau fiscal au m <sup>2</sup>
Marché central	37,41\$
McDonald (7275 Saint-Laurent)	28,85\$
Tim Horton's (323 Jean-Talon Est)	37,36\$
Provigo (8570 Saint-Laurent)	32,28\$
Moyenne du pourtour commercial du MJT	76,15\$

## Failts saillants

### Des consultations citoyennes

Parmi les 522 personnes sondées :

- 50 %** ont identifié l'offre commerciale de produits issus de l'industrie bioalimentaire québécoise comme étant la raison principale de leur visite
- 30 %** a identifié la fraîcheur des produits comme raison principale de leur visite
- 43 %** seulement considèrent que les prix des produits offerts au MJT sont abordables
- 43 %** seulement estiment qu'il est facile d'obtenir l'information voulue sur les produits offerts, notamment leur provenance
- 17 %** seulement considèrent qu'il est facile de différencier entre les kiosques opérés par des producteurs et les kiosques de revente
- 78 %** considèrent que l'établissement de chaînes commerciales devrait être restreint à l'intérieur même du marché, mais également sur son pourtour
- 89 %** sont d'avis que le marché et son pourtour doivent être composés uniquement de commerces locaux et indépendants

### Des consultations aux commerçants

Parmi les 26 commerces sondés :

- 76 %** considèrent que des mécanismes devraient être mis en place afin de s'assurer que le pourtour du marché Jean-Talon soit composé uniquement de commerces indépendants et locaux

**RPP** : Rosemont-Petite-Patrie

**VSP** : Villeray-St-Michel-Parc Extension

**PPU** : Plan particulier d'urbanisme

**MJT** : Marché Jean-Talon

**MPM** : Marchés Publics de Montréal

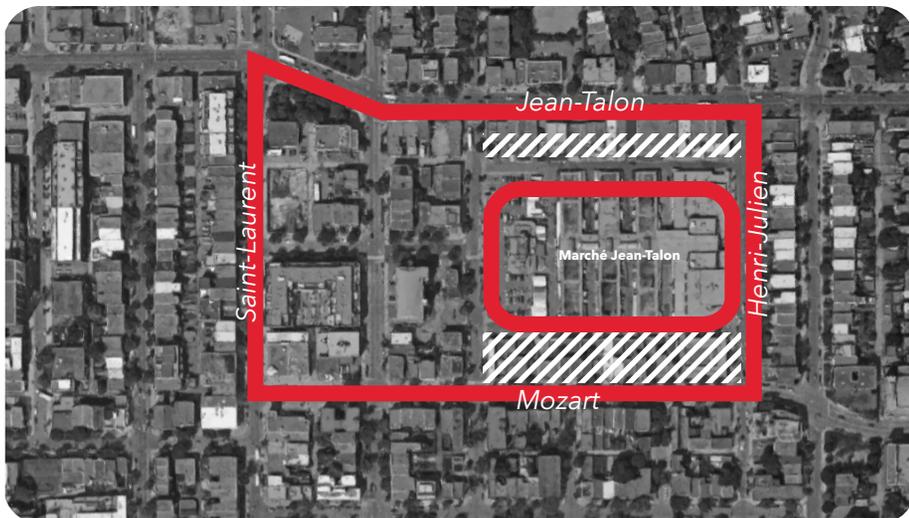
# Aménagement

## Enjeux soulevés à travers nos consultations citoyennes

1. Le besoin clair d'améliorer l'expérience piétonne
2. Décalage entre le territoire de rayonnement du MJT et les limites effectives de son aménagement

## Recommandations

1. Que la CGMPM, la SDC Petite-Italie, et les différentes instances municipales se coordonnent dans l'expérimentation d'une piétonnisation prolongée des rues Marché-du-Nord, qui saurait accommoder le passage des transports motorisés des marchandises des commerçants du MJT et de son pourtour
2. Que les arrondissements RPP et VSP mettent sur pied un plan particulier d'urbanisme (PPU) propre à chacun des arrondissements et couvrant au minimum le territoire de rayonnement du MJT: le secteur entre le boulevard Saint-Laurent, la rue Jean-Talon Est, l'avenue Mozart Est et l'avenue Henri-Julien. La mise sur pied d'un PPU permettra **(1)** d'encadrer le développement commercial et résidentiel, **(2)** l'intégration cohérente du MJT avec son milieu, et **(3)** d'adapter la gestion des aménagements du secteur au contexte de marché public



## Failts saillants

### Des consultations citoyennes

Parmi les 522 personnes sondées :

**96 %** trouvent l'atmosphère générale du marché à leur goût

**62 %** ont indiqué que les limites effectives du MJT s'étendent au-delà de ses limites réelles: 31% incluent le pourtour commercial, et 31 % incluent le pourtour commercial en plus de la place Shamrock, jusqu'au boulevard Saint-Laurent

**81 %** estiment que les rues Marché-du-Nord devraient être piétonnes lors des heures d'ouverture du marché

**20 %** seulement des usagères et usagers viennent au MJT en voiture

**35%** seulement considèrent qu'il y a suffisamment d'espace pour s'asseoir, se reposer et manger

### Des consultations aux commerçants

Parmi les 26 commerces sondés :

**63 %** aimeraient que soient installés des aménagements pour que les usagères et les usagers du MJT puissent s'asseoir, manger et se reposer près de leur commerce

**RPP** : Rosemont-Petite-Patrie

**VSP** : Villeray-St-Michel-Parc Extension

**PPU** : Plan particulier d'urbanisme

**MJT** : Marché Jean-Talon

**MPM** : Marchés Publics de Montréal