



**Département de sociologie**

Laboratoire de recherche

**Implantation d'un marché public  
dans le quartier Saint-Sauveur**

Rapport présenté au  
Collectif Fardoche

Par

Raphaël Boney

Corine Dejar

Antoine Etienne

Sous la direction de Monsieur Dominique Morin

et

sous la supervision de Monsieur Arona Moreau

Mai 2014

## Remerciements

Nous tenons à remercier toutes les personnes qui nous ont aidés dans la réalisation de cette étude. Grâce à leur support et en nous accordant généreusement de leur temps tout au long du processus, nous avons bénéficié des meilleures conditions afin que l'étude soit complétée.

Nous remercions particulièrement les dix-sept résidents du quartier Saint-Sauveur qui ont accepté de nous accorder une entrevue d'environ 45 minutes et de répondre à nos questions sur leur rapport au quartier ainsi que sur l'implantation d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur.

Nous remercions également Mme Joëlle Lemay Brault du Comité de Citoyens Citoyennes du Quartier Saint-Sauveur pour le temps qu'elle nous accordé et son entière collaboration afin qu'une salle soit mise à notre disposition pour la réalisation des entrevues.

Nous remercions très sincèrement Le Collectif Fardoche pour leur aide précieuse pour nous avoir orientés vers des personnes et des organismes susceptibles de nous fournir un appui technique.

Un merci particulier à Monsieur Dominique Morin, professeur de sociologie à l'Université Laval et à son assistant Monsieur Arona Moreau pour leur support et leurs précieux conseils dont témoigne la qualité de cette étude. Nous soulignons par la même occasion la pertinence du Laboratoire de recherches en sociologie qui nous offre une belle expérience concrète du « métier » de sociologue.

Enfin, nous saluons le support des membres de notre entourage, famille, amis, qui nous ont témoigné de leur affection tout au long de ces six mois où ils ont été très souvent négligés.

# Tables des matières

Résumé .....	1
Faits saillants .....	2
Contexte d'étude et mandat de recherche.....	5
<i>Hypothèses</i> .....	6
Introduction .....	7
Chapitre 1 : Problématique.....	10
1.1 <i>Le marché et la modernité</i> .....	10
1.2 <i>La ville moderne, la confiance et le lien marchand</i> .....	11
1.3 <i>Lieux et liens</i> .....	12
1.4 <i>Les réseaux de sociabilité</i> .....	15
1.5 <i>La vie de quartier</i> .....	16
1.6 <i>La participation communautaire</i> .....	16
1.7 <i>La gentrification</i> .....	18
1.8 <i>L'exclusion</i> .....	18
Chapitre 2 : Méthodologie.....	20
2.1 <i>Échantillonnage</i> .....	21
2.2 <i>Sollicitation et sélection</i> .....	22
2.3 <i>Pré-test</i> .....	23
Chapitre 3 : Le profil des répondants .....	25
3.1 <i>Distribution des répondants par classe d'âge</i> .....	25
3.2 <i>Niveau d'études et revenu familial</i> .....	26
3.3 <i>Le logement</i> .....	27
3.4 <i>Les lieux d'achats alimentaires et modes de déplacement</i> .....	27
3.5 <i>Le Marché Public Saint-Sauveur été 2013</i> .....	28

Chapitre 4 : Le plan d'analyse pour la méthode des types idéaux.....	30
4.1 L'analyse idéaltypique.....	30
4.2 Les idéaux types.....	31
Chapitre 5 : Portrait du quartier Saint-Sauveur .....	35
5.1 Évolution au fil du temps.....	35
5.2 Diversité sociale .....	37
Chapitre 6 : Les marchés publics au Québec.....	40
6.1 Les habitudes de consommation.....	40
6.2 Un circuit de distribution en expansion .....	41
6.3 Les expériences de marché public .....	42
6.4 L'expérience des gestionnaires .....	43
6.5 L'expérience des consommateurs.....	44
Chapitre 7 : Habitudes d'approvisionnement et de l'intérêt pour le marché.....	46
7.1 Vie de quartier et situations de voisinage .....	46
7.2 Des situations de coprésence.....	47
7.3 Les lieux d'approvisionnement.....	49
7.3.1 La relation marchande impersonnelle.....	49
7.3.2 La relation marchande interpersonnelle .....	51
7.4 Le quartier Saint-Sauveur, un quartier représenté.....	55
7.5 Le quartier perçu et le quartier vécu.....	56
7.6 La vie de quartier selon le type mémoriel .....	59
7.7 Une vie de quartier écologique .....	61
7.8 Une perception sensorielle du quartier .....	63
7.9 Un discours de type économique .....	65
7.10 La revitalisation selon une perspective idéaltypique.....	67
Chapitre 8 : Le Marché Public Saint-Sauveur : quel modèle?.....	74
8.1 La dimension historique du lieu anthropologique.....	74

8.2 <i>La dimension relationnelle du lieu anthropologique</i> .....	78
8.3 <i>La dimension identitaire du lieu anthropologique</i> .....	79
Conclusion .....	84
Bibliographie.....	87
Annexe 1.....	93
Annexe 2.....	94
Annexe 3.....	95
Annexe 4.....	100
Annexe 5.....	106
Annexe 6.....	109
Annexe 7.....	110

## Résumé

Le projet d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur à l'initiative du Collectif Fardoche correspond à la volonté d'agir à la fois sur le rapport entre production - consommation et sur le rapport entre consommation - qualité de vie dans le contexte d'un quartier péri-urbain. Nous avons évalué l'intérêt des résidents pour l'implantation d'un marché public dans leur quartier auprès d'un échantillon de dix-sept personnes. Sur la base des entrevues réalisées auprès de cet échantillon, le Marché Public Saint-Sauveur est un projet qui répond à plusieurs aspirations. La proximité physique constitue une des principales motivations pour fréquenter un marché public dans Saint-Sauveur. L'accessibilité à des produits locaux et de qualité en milieu urbain sont aussi des intérêts partagés par plusieurs des personnes interviewées, de même que le prix avantageux des produits offerts par rapport aux autres lieux de commerce. Enfin, comme lieu d'approvisionnement qui se tient sur une place publique propre au quartier, le Marché Public Saint-Sauveur serait un lieu animé favorisant les relations d'interconnaissance entre les résidents du quartier qui témoignent d'une vie de quartier dynamique. L'analyse des entretiens nous a permis de dégager des discours type qui reflètent la diversité des manières dont les participants à notre étude perçoivent le quartier Saint-Sauveur et la possibilité de l'implantation d'un marché public dans leur quartier.

## Faits saillants

- Organisme commanditaire : le Collectif Fardoche qui regroupe de manière informelle huit membres qui partagent un même intérêt, soit de contribuer à l'amélioration de la qualité de vie des résidents du quartier Saint-Sauveur.
- Le Collectif Fardoche vise à atteindre ses objectifs par l'implantation d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur.
- Le projet du Collectif Fardoche a bénéficié du soutien d'un certain nombre de partenaires, notamment le Comité des citoyens citoyennes du quartier Saint-Sauveur (CCCQSS) et le centre Durocher qui sont des organismes communautaires du quartier.
- Une première édition du Marché Public Saint-Sauveur a eu lieu les 10 – 17 et 24 Août 2013 au parc Durocher, le but étant d'évaluer l'intérêt des résidents pour un marché public dans le quartier.
- Dans la suite des objectifs du Collectif Fardoche lors de la première édition du Marché Public Saint-Sauveur, notre étude vise à saisir comment ce marché pourrait être à la fois un lieu pertinent en matière d'approvisionnement alimentaire et un espace de sociabilité
- Nos hypothèses de travail s'appuyaient sur les données de recensement de Statistique Canada de 2011 selon lesquelles le quartier Saint-Sauveur cumulait un certain nombre de critères qui en faisaient un des quartiers les plus défavorisés de la basse-ville de Québec en termes de conditions démographiques, économiques et sociales.
- Nous établissions alors comme hypothèse que l'intérêt des résidents du quartier Saint-Sauveur pour l'implantation d'un marché public dans le quartier serait lié aux conditions socioéconomiques et démographiques des résidents.
- Pour valider nos hypothèses, nous voulions former un échantillon de 32 personnes qui résident dans le quartier Saint-Sauveur.
- Lors de notre enquête, nous nous sommes heurtés aux rigidités du terrain, qui nous ont contraints à réajuster en conséquence notre démarche et à nous en tenir à un plus petit échantillon. Au départ, nous prévoyions de mener quatre entrevues de groupe avec des catégories de population bien définies, à l'arrivée nous n'avons réussi à réaliser qu'une entrevue de groupe et douze entretiens individuels. Résultat : nous ne sommes pas en mesure de valider en toute conviction notre hypothèse selon laquelle il y aurait une corrélation entre les dispositions à participer à un marché public et les conditions économiques et sociales des résidents.

- Les résultats de notre enquête démontrent une certaine diversité sociodémographique et économique dans le quartier Saint-Sauveur et une divergence dans la manière dont les participants de notre échantillon perçoivent et vivent le quartier.
- Le quartier Saint-Sauveur est un territoire fragmenté en diverses zones plus ou moins denses en termes de résidence. La zone la plus résidentielle se situe à l'est de la rue Marie de l'Incarnation. La partie au sud du boulevard Charest n'est pas perçue comme faisant partie du quartier Saint-Sauveur.
- La représentation du quartier selon les participants de notre échantillon se fonde sur les pratiques quotidiennes telles que les trajets répétés, les lieux les plus fréquentés, le mode de déplacement, la mobilité urbaine et la reconnaissance de la diversité culturelle.
- Les relations sociales entre les résidents qui témoignent de la vie de quartier sont liées à des réseaux de sociabilité différenciés. Hormis la famille nucléaire qui fonde la base du réseau social pour certains des participants, les réseaux de sociabilité se constituent à partir d'intérêts ou de valeurs qui sont partagés.
- Certains participants considèrent qu'il n'y a pas de lieux de sociabilité représentatifs de leur identité propre dans le quartier Saint-Sauveur
- Le rapport au quartier est lié à des formes de discours types qui reflètent les valeurs d'un mode de vie ou d'un idéal de vie.
- Un premier type de discours s'articule autour des valeurs liées à une sensibilisation d'ordre *écologique*. La préoccupation principale des participants ayant cette forme de discours réside dans la conciliation entre un mode de vie idéal et les impacts écologiques qui résultent de ce mode de vie.
- D'autres participants semblent davantage intéressés par le dynamisme de la vie urbaine du quartier Saint-Sauveur offrant la possibilité de vivre des expériences nouvelles et *sensorielles*. Le type de discours lié à ces intérêts valorise le plaisir des sens.
- Un troisième discours de type *mémoriel* émerge des entretiens réalisés et se fonde sur un rapport nostalgique des participants avec le quartier. Le discours reflète un attachement particulier à l'histoire du quartier populaire.
- Un quatrième type de discours se fonde sur le rapport purement *économique* que les participants entretiennent avec le quartier. La perception de la vie de quartier se fonde sur un calcul coût-bénéfice.

- Tous les participants à notre enquête sont favorables à l'implantation d'un marché public dans la mesure où ils seraient satisfaits des produits offerts selon leurs exigences et leurs valeurs personnelles.
- Les exigences et les valeurs évoquées se réfèrent à la proximité, à la localité, à la diversité, à la fraîcheur et au prix avantageux des produits offerts.
- La proximité souhaitée renvoie à la distance physique et à la proximité sociale. Le lien entre les deux dimensions favoriserait la vie de quartier.
- L'accès à des produits locaux permet d'encourager l'économie locale, de minimiser les impacts écologiques et de privilégier des produits frais dans la consommation alimentaire.
- Le Marché Public Saint-Sauveur s'inscrit dans la continuité par rapport à une tradition passée et favorise le rapprochement entre le monde de l'agriculture et les résidents urbains.
- Le Marché Public Saint-Sauveur est un projet que les participants à notre enquête veulent soutenir et voir se réaliser pour la revitalisation du quartier.

## Contexte d'étude et mandat de recherche

À l'été 2013, une première édition du marché Saint-Sauveur s'est déroulée en matinée les samedi 10, 17 et 24 août au parc Durocher. L'étude commanditée par le Collectif Fardoche s'inscrit dans la suite de cette expérience. Le Collectif Fardoche a été mis en relation avec le Laboratoire de recherche en sociologie de l'Université Laval par Accès Savoir, un service de médiation dont l'objectif est de jumeler des organisations communautaires à des étudiants universitaires en vue de créer pour ces derniers des occasions de produire des travaux utiles à la collectivité.

Le Collectif Fardoche veut mieux saisir comment l'existence d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur pourrait être une alternative aux choix alimentaires déjà existants dans le quartier et comment celui-ci pourrait également devenir un lieu de rencontre qui contribuerait à l'animation urbaine et à la valorisation de la basse-ville. L'étude doit aussi aider le Collectif Fardoche à évaluer l'importance et le rôle du marché dans la mise en pratique d'une politique de revitalisation du quartier Saint-Sauveur. En somme, l'étude devra apporter des éléments de réponse aux questions suivantes :

1. Selon les habitudes de consommation des résidents du quartier, est-ce qu'un marché public serait un lieu pertinent pour les achats alimentaires dans Saint-Sauveur ?
2. Selon les habitudes de vie des résidents du quartier, est-ce qu'un marché public serait conçu comme un espace de sociabilité dans Saint-Sauveur ?

Notre question de recherche est la suivante :

Quel est le profil démographique, social et économique des résidents du quartier Saint-Sauveur et comment les différentes catégories de personnes qui y habitent envisagent la possible contribution d'un marché public à la vie de quartier?

Nous poursuivons les objectifs suivants :

1. Dresser un portrait de la population et des ménages de Saint-Sauveur à partir des données disponibles du recensement de 2011.
2. Identifier l'éventail des plus importantes catégories sociales de résidents du quartier (en proportion de la population et des ménages).
3. Caractériser les habitudes d'approvisionnement de ces différentes catégories de résidents et leur intérêt pour l'implantation d'un marché public dans Saint-Sauveur.

4. Comparer leurs représentations de ce que pourrait être le marché public comme lieu économique, de sociabilité et de participation pouvant contribuer à la revitalisation du quartier.

## Hypothèses

Nous soutenions en première hypothèse que, comparativement à la Région Métropolitaine de Recensement (RMR), les pourcentages des familles monoparentales, des personnes seules, des personnes en situation de chômage et des personnes immigrantes demeurent supérieur dans le quartier Saint-Sauveur en 2011. Nous nous attendions à encore observer un écart important du revenu du ménage entre les résidents du quartier Saint-Sauveur et ceux de la RMR.

Notre deuxième hypothèse était que les lieux d'approvisionnement en produits alimentaires des personnes sans enfant, des parents avec enfant, des personnes âgées de 50 ans et plus et des personnes immigrantes soient liés aux habitudes culturelles, sociales et aux coûts que représentent les achats alimentaires.

Enfin, notre dernière hypothèse était que la participation des personnes sans enfant, des parents avec enfant, des personnes âgées de 50 ans et plus et des personnes immigrantes au marché public serait variable. La participation au marché public comme lieu d'approvisionnement dépendrait des produits proposés et des avantages économiques (prix) qu'offre celui-ci comparativement aux lieux habituels d'achats. La participation au marché public comme lieu de sociabilité et comme projet de revitalisation du quartier serait liée à la manière dont ces catégories sociales se représentent la vie de quartier.

## Introduction

Jusqu'à la première moitié du 20<sup>ème</sup> siècle, les marchés publics constituaient un réseau important de distribution en produits alimentaires. Avec l'arrivée et la généralisation d'autres canaux de distribution tels que les supermarchés, les marchés publics ont connu une période de déclin qui laissait entrevoir leur totale disparition. Cependant, depuis la fin des années 1990, il semble que loin d'avoir disparu complètement, les marchés publics au Québec sont en nombre croissant, notamment les marchés publics saisonniers. Au cours de l'été 2013, deux projets de marché public ont vu le jour dans les quartiers de la basse-ville de Québec dont celui de Saint-Sauveur.

Le Collectif Fardoche a vu le jour en février 2013 et regroupait au départ quatre amis résidents du quartier Saint-Sauveur et désireux de participer activement à l'amélioration de la vie dans leur quartier. Les quatre amis partagent la même volonté de consommer de préférence des aliments frais et produits localement qui restent difficilement accessibles aux résidents du quartier. Les résidents doivent en effet s'approvisionner à l'extérieur du quartier s'ils veulent consommer des aliments frais et locaux. Ils déplorent que le choix de ces produits en épicerie du quartier soit insatisfaisant et que le coût relié à ces achats limite l'accessibilité à ce type de produits pour une bonne partie des résidents. D'où le projet d'implanter un marché public au centre du quartier Saint-Sauveur.

Le Collectif communique sur son projet par le biais d'un journal local, ce qui suscite l'intérêt d'autres résidents du quartier. Ces derniers viennent s'ajouter au Collectif de sorte qu'à ce jour, il compte huit membres dont quatre hommes et quatre femmes et reste un collectif informel. Les compétences professionnelles de chacun des membres (graphiste, stratège web, personnes œuvrant dans les milieux communautaire, gestionnaire, environnemental et agricole) facilitent la mise en œuvre du projet. Le projet d'implanter un marché public dans Saint-Sauveur reçoit le soutien et l'appui de différents partenaires. Parmi eux, le Collectif souligne la contribution à la réalisation du projet de deux organismes communautaires du quartier : le Comité des Citoyens et Citoyennes du Quartier Saint-Sauveur (CCCQSS) et le Centre Durocher.

Parrain officiel du projet du Collectif Fardoche, le CCCQSS est une initiative citoyenne impliquée dans le quartier depuis 40 ans et dont la vocation est principalement de veiller aux intérêts et à la qualité de vie des résidents. À titre d'organisme communautaire, le CCCQSS est désigné pour déposer les demandes de soutien auprès des différentes organisations approchées et agit à titre de fiduciaire des fonds consacrés au projet: il dispose également d'assurances en responsabilité civile qui couvrent le marché public. L'organisme s'occupera également de certaines actions publicitaires telles que la publication d'articles de promotion dans les journaux locaux.

Présent dans la communauté depuis 1950, le centre Durocher est un lieu où les résidents ont accès à différents activités et loisirs, mais également à des services d'entraide et d'écoute. Le centre propose au

projet Fardoche un soutien technique en lui fournissant des tables, des chaises, l'accès à l'électricité et à l'eau pour les producteurs, les artisans et les commerçants, ainsi que des toilettes publiques.

Le but de notre recherche vise à comprendre les habitudes d'approvisionnement alimentaire des résidents du quartier Saint-Sauveur et de leur intérêt pour l'implantation d'un marché public dans le quartier à partir d'un échantillon défini en lien avec la manière dont les résidents conçoivent la vie de quartier et les politiques de revitalisation dont fait l'objet le quartier.

Notre rapport d'analyse se présente comme suit :

Dans le premier chapitre, nous posons le cadre conceptuel qui constitue notre réflexion théorique sur l'implantation d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur et son implication pour la vie de quartier.

Le deuxième chapitre rend compte de la méthodologie que nous avons privilégiée afin de collecter des données quantitatives et qualitatives en vue de constituer une base de données concrètes sur laquelle s'appuie notre analyse.

Nous décrivons dans le troisième chapitre, le profil des répondants de notre échantillon que nous avons dressé essentiellement à partir des données que nous avons recueillies à partir des questionnaires écrits que nous avons soumis aux participants à notre étude.

Nous exposons dans le quatrième chapitre notre plan d'analyse.

Nous présentons dans le chapitre cinq les principales caractéristiques socioéconomiques et sociodémographiques de la population du quartier Saint-Sauveur. Nous relatons dans ce chapitre la dynamique économique et sociale qui prévalait au cours de la deuxième moitié du vingtième siècle dans le quartier et présentons un portrait statistique composé à partir du recensement de Statistique Canada de 2011.

Le sixième chapitre est une synthèse des études réalisées sur les expériences de marché public au Québec. Nous présentons ici la place du marché public dans les habitudes d'approvisionnement des Québécois jusqu'à sa disparition presque totale dans les années 1950 ainsi que le regain d'intérêt qu'il suscite depuis les dernières années. Cette ferveur pour les marchés publics a donné lieu à des enquêtes sous l'initiative de l'Association des Marchés Publics du Québec (AMPQ) dont nous exposons les aspects intéressants dans le cadre de notre étude.

Dans le chapitre sept, nous exposons les différents aspects qui permettent de mieux saisir le marché Saint-Sauveur dans sa dimension économique et sociale, en tenant compte des spécificités du quartier. À partir de l'analyse des habitudes de vie et de consommation des résidents, du rapport qu'ils entretiennent

avec le quartier comme lieu vécu et perçu, notre objectif est de démontrer comment le marché Saint-Sauveur pourrait s'insérer dans les pratiques propres aux résidents de Saint-Sauveur.

Enfin, le huitième et dernier chapitre propose une perspective sur un modèle de marché public possible qui résulte de l'analyse et de l'interprétation des données que nous avons recueillies auprès des dix-sept résidents de notre échantillon.

## Chapitre 1 : Problématique

Afin de bien saisir ce dont il est question dans le contexte du quartier Saint-Sauveur, nous posons ici quelques caractéristiques liées au développement urbain et à la vie urbaine en général ainsi que le lien entre le quartier Saint-Sauveur et le développement de la modernité urbaine.

### *1.1 Le marché et la modernité*

En nous référant aux travaux de de Karl Polanyi. Une rupture s'est opérée avec l'apparition de l'économie de marché à partir du XIXe siècle. Alors qu'auparavant les relations sociales englobaient l'économie, la société est aujourd'hui devenue auxiliaire au marché : « au lieu que l'économie soit encadrée dans les relations sociales, ce sont les relations sociales qui sont encadrées dans le système économique ». En ces termes, le marché domine alors l'économie et la société peut être appréhendée en tant qu'appendice du système économique. Dans cette optique, l'économie de marché se définit comme un « système économique commandé, régulé et orienté par les seuls marchés » où le mobile du gain ou de la chrématistique, pour parler comme Aristote, s'est substitué à celui de la subsistance. Ce système suppose ainsi que les individus sont conduits par la recherche systématique du gain.

Si auparavant la production et la distribution des biens étaient régulées, instituées par le social, ce sont désormais les prix qui en sont aujourd'hui la source. C'est ici la fonction première du marché qui apparaît : fixer des prix en donnant place à une confrontation entre acheteurs et vendeurs. Comme l'écrit Karl Polanyi : « la production (est alors) commandée par les prix, car c'est des prix que dépendent les profits de ceux qui orientent la production ; et la distribution des biens dépendra elle aussi des prix, car les prix forment les revenus, et c'est grâce à ces revenus que les biens produits sont distribués entre les membres de la société ». Ainsi, on comprend bien que lorsque l'ensemble des marchés et des capitaux se sont unis pour ne former qu'un seul Grand Marché, ceux-là ont pris une importance de premier plan de même que les villes dont l'impressionnant développement depuis la Révolution Industrielle en fut la conséquence directe. En ce sens, les villes modernes sont des espaces facilitant production et distribution ; la réunion entre acheteurs et vendeurs ; la réunion entre capitaux et main-d'œuvre. Elles sont en quelque sorte une condition nécessaire à ce marché spécifique que nous venons de définir.

On l'a compris, ce marché spécifique prenant forme avec la modernité doit être appréhendé d'un point de vue économique comme une institution où s'établissent les prix et donc in extenso le lien marchand. Toutefois, et c'est ici qu'une approche sociologique prend son sens, il s'agit pour nous d'aborder le lien marchand non pas au prisme d'une conception substantiviste faisant de l'acheteur un acteur en quelque sorte délié du social et étant agi uniquement par un principe de rationalité et de maximisation des gains. Si l'on admet bien que le social n'est alors que l'appendice du marché, comme l'écrit Polanyi, nous voulons montrer ici que le lien marchand peut être appréhendé malgré tout en tant que lien social spécifique et qu'au-delà d'une conception de l'acteur en tant qu'homo œconomicus, d'autres conceptions ne faisant pas abstraction du social demeurent possibles et que toutes les relations marchandes ne sont pas univoques.

## *1.2 La ville moderne, la confiance et le lien marchand*

Comme le souligne Pascal Chantelat la ville moderne amène avec elles des relations sociales qui lui sont spécifiques. S'appuyant sur les écrits de Georg Simmel, il souligne que celle-ci voit en son sein un accroissement des relations impersonnelles et superficielles, mais également une recherche de relations personnelles plus intenses dans le domaine des relations amicales, familiales et amoureuses, tout cela générant ainsi un mouvement de dépersonnalisation et de re-personnalisation. Ce postulat nous amène alors à souligner que les individus des villes modernes évoluent alors dans des sphères de socialité distinctes. Par-là, nous entendons ainsi que les individus entretiennent à la fois des relations dans des sphères dites primaire et secondaire. Par socialité primaire nous entendons donc une sphère de relation de personne à personne. Par socialité secondaire, nous entendons alors une sphère de relation purement économique ou politique. La sphère primaire renvoie donc principalement aux relations familiales et amicales tandis que la sphère secondaire renvoie davantage aux relations marchandes ou professionnelles marquées par l'impersonnalité.

Dans le cadre de notre étude, la question de l'impersonnalité nous semble être ici tout à fait centrale. En effet, des relations impersonnelles supposent que ce n'est pas la personnalité ou la subjectivité des individus qui est en jeu, mais bien plutôt la conformité à des rôles institués et à des normes collectives de convenances. Que nous apporte cette conception ? Tout d'abord, cela met en évidence le fait qu'il y a malgré tout du social dans des relations impersonnelles. Même si, par exemple, un vendeur et un acheteur interagissent de manière tout à fait impersonnelle, dans une optique microsociologique, nous pouvons tout de même dire que les comportements des interactants reposent sur des conventions réglées en quelque sorte à l'avance, en dehors de la relation elle-même. Pour parler comme le sociologue interactionniste Erving Goffman, nous pouvons dire que ce qu'exige une relation impersonnelle ou d'interconnaissance n'est pas la transparence de soi, mais bien plutôt la transparence de la présentation de soi.

Si ce principe d'impersonnalité nous paraît être ici prégnant, c'est parce qu'il réside pleinement dans le modèle dominant de la relation marchande, autrement dit, celui emprunté par la grande distribution. Qu'est-ce que cela implique ? Cela implique que la confiance dans la personne est évacuée de la relation marchande la plus répandue. Si l'on prend l'exemple de la grande surface, le client et le marchand sont mutuellement coupés de la connaissance de la personnalité de l'autre. La seule chose présente dans l'interaction, c'est cette présentation de soi évoquée plus haut. Par extension, cela signifie que le lien monétaire s'établissant entre les deux n'est pas un lien entre deux personnes mais bien plutôt entre deux choses. Il n'y a ainsi pas de réciprocité entre le vendeur et l'acheteur, mais bien une mise à égalité entre deux quantités de valeur dont la monnaie assure la médiation. L'exemple le plus limite que nous pourrions employer pour illustrer notre propos serait celui des caisses automatisées de plus en plus répandues dans les grandes surfaces.

Soulignons ici ce qu'implique l'absence de la confiance envers les personnes au sein de ce modèle dominant de relation marchande. On l'a aperçu, s'il y a absence de confiance c'est parce qu'il n'y a pas connaissance de l'autre. Confiance et connaissance sont donc placées sur un même continuum. Faute de connaissance dans ce modèle de relation, une approche de la situation par la théorie des réseaux n'est pas envisageable. De même, la logique du don et du contre-don semble ici compromise. En effet, cette dernière

repose justement sur la confiance et à minima sur un lien personnel entre deux personnes. A mesure que la boucle du don et du contre-don fait son chemin, les liens entre deux personnes inscrites dans cette logique sont susceptibles de s'accroître, mais cela suppose alors qu'il puisse y avoir un minimum de proximité entre les deux. Inscrite dans le domaine de l'impersonnalité ou dans la sphère de la socialité secondaire, les relations marchandes propres à la grande distribution ne laissent que peu de place à ce type de processus. En tant que modèle dominant, ce type de relation marchande met donc à la marge un type de lien marchand unissant acheteur et vendeur dans l'activité réglée de la consommation comme le souligne Pierre Mayol.

On peut le deviner en filigrane : si nous avons souligné que toutes les relations marchandes ne sont pas univoques, nous pouvons également faire remarquer que celles-ci peuvent varier selon le lieu dans lequel elles s'inscrivent. De fait, il est fort probable que le modèle le plus courant que nous avons évoqué précédemment ne s'applique pas partout. Partant de ce postulat et étant donné le projet du Collectif Fardoche qui est de donner lieu à un marché local, il nous semble nécessaire d'introduire la question de la spatialité afin d'aborder le lien marchand au-delà d'une dimension purement impersonnelle ou au-delà de l'acte de consommation en tant que tel.

### *1.3 Lieux et liens*

Nous l'avons aperçu, il existe a priori une relation entre la spatialité et le type de relation marchande. Étant donné le projet du Collectif Fardoche qui est d'implanter un marché au sein même du quartier Saint-Sauveur, l'idée sera ici que la proximité d'un marché local comme celui-ci facilite la connaissance de l'autre. Le fait est que cela ouvre donc vers des modèles de liens marchands pour lesquels des analyses en termes de processus de don/contre-don et de logiques de réseau pourraient être pertinentes. De fait, la proximité laisse penser que cela peut mener à des relations marchandes moins marquée par l'impersonnalité que dans le modèle de la grande distribution que nous avons évoqué. Pour cela, il nous semble utile de concevoir en premier lieu le quartier lui-même. Pour ce faire, nous définirons la notion de quartier telle que la développe Pierre Mayol. Cette définition nous amènera à considérer le fait que dans la proximité géographique du marché se joue déjà un rapport moins impersonnel vis-à-vis des espaces. Nous illustrerons ici notre propos en nous appuyant sur les exemples que Mayol nous fournit lorsqu'il distingue les trajets proches et les trajets lointains menant vers des espaces consommation.

La conception du quartier employée par Mayol est reprise au sociologue Henri Lefebvre. Dans celle-ci, le quartier est en quelque sorte une extension de l'espace privé constitué par l'habitat. Le quartier est alors un espace venant à se privatiser au fur et à mesure de la répétition des trajets au sein du quartier. Cette privatisation de l'espace se fait ainsi progressivement avec le temps. A un niveau subjectif, le quartier est ainsi personnalisé ; il devient lui aussi un chez soi que rythment les habitudes, la répétition. Cette privatisation du quartier est ainsi subjective et n'est de fait pas quantifiable ou objectivement mesurable. À l'inverse de cet espace privatisé constitué par l'espace à proximité de l'habitat, au-delà du quartier, se situe le reste de la ville. La sortie du quartier est ainsi un franchissement de seuil amenant vers un rapport à l'espace relativement différent. Le rapport à l'espace en dehors du quartier est d'avantage objectif et quantitativement mesurable. Les espaces urbains en dehors du quartier sont davantage fonctionnels et impersonnels. Cet en dehors du quartier peut être assimilé à ce que l'anthropologue Marc Augé dépeint comme étant des zones de non-lieux. Dans ces non-lieux, les individus sont davantage guidés par des

signes objectivement perceptibles tels que des pictogrammes, des panneaux de signalisations, etc. Ce qui se situe en dehors du quartier est ainsi relativement impersonnel.

Toutefois, suivant Mayol, il convient de souligner que cette conception du quartier ne se limite pas aux seuls rapports à l'espace mais également à l'altérité. Le fait est que les habitants du quartier, de par leur proximité, de par leur coprésence au sein d'un espace relativement réduit dans un temps prolongé mais également de par leurs trajets et habitudes respectives, se donnent en quelque sorte la possibilité d'être reconnus. Ainsi, le quartier est un espace où l'impersonnalité a ses limites. Dans son quartier, l'habitant peut ainsi entretenir des rapports de voisinage. Il peut par exemple reconnaître et se faire reconnaître des commerçants qu'il est amené à côtoyer. Il peut par exemple créer et entretenir plus ou moins inégalement des liens avec d'autres lorsqu'il se rend à son café habituel, etc. Si ces liens sociaux liant l'habitant du quartier à ses pairs sont d'une intensité inégale selon ses habitudes, sa culture ou bien encore son ancienneté dans le quartier, cette conception souligne que le quartier offre davantage de possibilité aux individus pour qu'ils puissent faire reconnaître une part de leur identité individuelle tout en partageant mutuellement une identité directement liée à l'espace lui-même. Ainsi le quartier est davantage lieu que non-lieu au sens d'Augé.

Il nous apparaît ici utile définir la notion de lieu anthropologique telle que la définit Marc Augé. Pour ce dernier, la notion de lieu anthropologique est le négatif de la notion de non-lieu évoquée précédemment. Celle-ci correspond à une dimension symbolique rattachée à un espace géographique. Le lieu anthropologique est à la fois identitaire, relationnel et historique. Ces trois dimensions sont indissociables et se renforcent mutuellement. Si le quartier tel que nous l'avons défini est un lieu, nous pouvons dire qu'il est identitaire car il attribue une part de l'identité aux individus du quartier : par exemple, un individu de Saint-Sauveur pourrait a priori se définir comme étant de Saint-Sauveur. Nous sommes ici dans une dimension collective propre à un espace partagé. L'identité du quartier à ce niveau plutôt macro est a priori partagée, bien que de façon inégale, par l'ensemble des habitants du quartier. Soulignons par ailleurs que l'on se situe toujours ici dans une dimension symbolique, c'est-à-dire que le quartier en tant que lieu anthropologique ne recoupe pas précisément un espace géographique administrativement délimité, mais se situe plutôt dans un univers de sens rattaché à une matérialité constituée par l'espace géographique.

Cependant, la dimension identitaire du lieu anthropologique se situe également à un niveau individuel. Ainsi, comme nous l'avons remarqué avec cette idée de privatisation de l'espace public constitué par le quartier, ce dernier prend ainsi la marque subjective des individus: comme le dit Mayol, les individus poétisent ainsi leur quartier en lui attribuant des marques. De fait, un élément ou un espace situé dans le quartier peut par l'exemple se rattacher au souvenir d'un ou de plusieurs habitant(s) du quartier que pourra réactualiser un trajet répété. A ce niveau, le souvenir ou l'anecdote rattachée à la matérialité se situe dans l'œil de celui ou celle qui regarde : il n'est pas objectivable. Soulignons une nouvelle fois l'indissociabilité des dimensions identitaires, relationnelles et historiques du lieu anthropologique. On l'a vu, la dimension identitaire se situe à deux niveaux : individuel et collectif. Toutefois, il faut remarquer que pour chacun de ces niveaux, la relation demeure indispensable car la relation sous-tend la question du trajet, souligné par Mayol, par lequel l'habitant peut donner lieu à sa poétisation du quartier, mais également partager et entretenir une identité collective propre au quartier.

Enfin, la dimension historique du lieu anthropologique est constituée a priori par le quartier. Cette dernière dimension sous-tend l'idée de permanence dans le temps et l'idée de répétition instaurée dans un temps long. Comme le souligne Mayol, c'est la répétition qui donne lieu au processus de privatisation du quartier : c'est ainsi que la permanence dans les relations participe directement à la possibilité pour les individus d'être reconnus ou du moins de voir une part de leur personnalité reconnue par autrui (dans une logique de contrat) sans que cela se limite simplement à la reconnaissance d'un comportement impersonnel, codé de conventions. Ainsi, cette dimension historique souligne que pour qu'il y ait lieu anthropologique et privatisation du quartier, il faut qu'un espace géographique soit rattaché avec stabilité à des scissions temporelles régulières permettant d'instaurer une fixité dans les relations auxquelles peuvent ainsi se rattacher des dimensions identitaires individuelles et collectives. Ce tout offre des conditions ouvrant vers la privatisation subjective d'un espace objectivement public constitué par le quartier dans sa dimension matérielle.

Ces conditions établies, il nous est nécessaire d'opérer quelques précisions. Il convient de ne pas opérer une dichotomie trop stricte entre ce qui est dans le quartier et ce qui se situe en dehors ou bien encore entre lieu et non-lieux. Il faut souligner ici combien la question du trajet nous apparaît importante lorsqu'il s'agit de comprendre la relation marchande. On peut tout d'abord souligner que pour qu'il y ait relation il faut qu'il y ait trajet. Le trajet c'est ce qui relie; le trajet est mis en relation. Le trajet est donc rattaché à la relation. Ainsi, toute relation marchande suppose un trajet. Dans cette optique, les analyses de Pierre Mayol sont éclairantes lorsqu'il étudie les trajets menant depuis l'habitat vers des lieux de consommation distincts.

Mayol opère une distinction entre les trajets relativement courts effectués à pieds et entre les trajets plus longs effectués grâce à l'automobile. Dans son étude, les trajets menant vers les grands magasins du centre-ville sont effectués à pieds depuis l'habitat tandis que les trajets menant vers les grandes surfaces situées en périphérie sont effectués par le biais de l'automobile. Dans ce cas de figure, voyons comment se différencient les deux types de trajet.

Afin de synthétiser la pensée de Mayol, on peut souligner une inversion distinguant sensiblement les deux types de trajet. En effet, le rapport entre le temps et la distance parcourue s'inverse entre les trajets menant vers les centres-villes et ceux menant vers les périphéries. La marche à pieds vers les grands magasins favorise un temps long sur une courte distance tandis que l'usage de l'automobile marque une distance plus importante sur un temps plus court ou du moins davantage maximisé dans l'utilité qui lui escomptée. Précisons davantage. Dans le cas des trajets vers les grands magasins du centre-ville, Mayol souligne que la nature même du trajet est emprunte de poésie et « favorise le travail actif de la sensibilité » Si l'on peut dire que ce trajet menant vers un espace de consommation est en sens économique, Mayol souligne donc que ce n'est pas tout ce qui se joue.

A l'inverse, les trajets menant vers les grandes surfaces situées en périphérie sont de type économique. Ce qui est en jeu ici c'est ce qu'on pourrait appeler la maximisation de l'utilité. Le trajet marqué ici par l'usage de l'automobile est de nature économique puisqu'il semble se restreindre exclusivement à l'acte de consommation lui-même : il faut consommer rationnellement dans un minimum de temps tout en traversant des espaces que l'on peut assimiler à des non lieux : routes codifiées, parc de stationnement, etc. Cela recoupe le modèle de relation marchande propre à la grande distribution que nous

avions évoqué plus haut. Comme l'écrit Mayol : « aller à Carrefour ne peut être synonyme de faire une promenade ».

Ainsi, ce que met au jour son analyse nous apparaît pertinent lorsque l'on pose la question de la relation marchande puisque cela illustre le fait qu'elle peut être comprise au-delà d'une simple confrontation entre acheteur et vendeur. Cela montre que l'étude de la relation marchande potentiellement à l'œuvre au marché Saint-Sauveur ne doit pas être trop circonscrite au marché en tant que tel et combien la question de la proximité est ici centrale afin de saisir ce qui peut permettre d'ouvrir vers une re-personnalisation du lien marchand.

#### *1.4 Les réseaux de sociabilité*

Nous avons déjà mis en évidence quelques éléments d'ordre social, économique et démographique qui caractérisaient le quartier Saint-Sauveur tout au long de son développement jusqu'au milieu du vingtième siècle qui fut une période de transformations importantes pour le quartier. Ces restructurations qui résultaient des nouvelles tendances résidentielles ont certes modifié le portrait statistique du quartier, mais elles ont aussi participé à transformer les habitudes de ceux qui sont restés vivre dans le quartier. D'autre part, l'affluence de nouveaux résidents dans le quartier depuis quelques années fait en sorte que les pratiques quotidiennes sont continuellement soumises à des changements.

Le lien social est abordé sous plusieurs angles selon les études. Cependant, toutes tendent à poser la notion du lien social comme un entrecroisement de plusieurs liens d'appartenance. Autrement dit, les liens qui unissent les individus entre eux revêtent diverses formes dans le sens où, par exemple, la relation entre des individus apparentés est différente de celle que ces mêmes individus vont entretenir avec d'autres qui peuvent être des collègues, des amis, des voisins, etc. Ces différentes manières de se rapporter les uns aux autres dans un contexte particulier constituent en quelque sorte des « réseaux de sociabilité » qui s'inscrivent plus largement dans un univers de sociabilité. La sociabilité est une forme de socialisation, c'est-à-dire un mécanisme par lequel les individus intériorisent les valeurs et les normes de la société. Elle se fonde sur des représentations sociales, c'est-à-dire un ensemble de croyances, d'attitudes et d'opinions qui renvoient à des manières d'être, de penser et d'agir qui orientent les conduites individuelles et collectives, et elle varie en fonction du milieu social. La sociabilité présente donc toutes les caractéristiques d'une pratique culturelle et présuppose qu'elle soit variable d'un groupe social à un autre. C'est en ce sens que la notion de sociabilité sera employée au cours de cette étude. À partir de l'idée selon laquelle les liens sociaux sont vécus de manière différenciée, quels sont les types de liens les plus caractéristiques des relations entre les résidents du quartier Saint-Sauveur ? Autrement dit, existe-t-il dans le quartier Saint-Sauveur des réseaux de sociabilité différenciés ? Est-ce que le marché Saint-Sauveur peut être intégré à ces formes de relations particulières et dans quelle mesure peut-il contribuer à transcender ces formes de relation pour être un lieu de convergence ?

Les études qui se sont intéressées à la sociologie urbaine de Québec et plus particulièrement aux quartiers de la Basse-Ville mettent en évidence une période charnière dans les formes de sociabilité allant des années 1950 jusque vers la fin des années 1980 pour certains quartiers. Avant que tous les quartiers de la Basse-Ville soient profondément marqués par les nouvelles transformations, les formes de sociabilité qui caractérisaient ces quartiers pouvaient être identifiées comme « traditionnelles » dans le sens où elles

émergeaient essentiellement des groupes de personnes entretenant entre elles des rapports familiaux (parents, grands-parents, oncles, tantes, etc.). Comme nous l'avons déjà précisé, le quartier Saint-Sauveur s'est édifié grâce aux nombreuses familles qui venaient chercher du travail en ville et au fur et à mesure de son développement, le nombre de familles croissait rapidement. Les logements, notamment les maisons sur plusieurs niveaux, regroupaient bien souvent des familles intergénérationnelles ou élargies. Cela ne veut pas dire que les réseaux de sociabilité se limitaient à la proximité résidentielle, mais que les relations tissées à partir du réseau familial représentaient le type commun des formes de sociabilité qu'on pouvait constater dans Saint-Sauveur comme dans les autres quartiers de la Basse-Ville. Par ailleurs, jusqu'à la disparition complète des industries et des petits commerces, le quartier Saint-Sauveur était à la fois le lieu où l'on vivait, mais également le lieu où l'on travaillait. Cette proximité entre lieu de résidence et lieu où on exerce sa profession conditionnait les relations sociales : le collègue de travail pouvait être aussi l'ami, le proche voisin ou un parent. Outre les stratégies d'ordre économique ou affectif adoptées par les individus, le rapprochement des familles dans les limites d'un espace restreint offrait un certain sentiment de sécurité et de solidarité : en cas de coups durs, on pouvait compter sur l'aide d'un parent. La famille représentait donc un point central à partir duquel se tissaient « les relations de sociabilité et d'entraide ».

### *1.5 La vie de quartier*

Dans la première moitié du XXe siècle, on pouvait dénombrer plusieurs activités sportives, culturelles ou autres proposées aux résidents du quartier qui étaient autant d'occasions de rencontre et d'échange. On retrouvait aussi bien des lieux de divertissement privés que des activités plus accessibles à tous encadrées par les œuvres ecclésiastiques. Ainsi, le quartier Saint-Sauveur possédait un cinéma, des salles de spectacles, des salles de quilles, des salons de billard... Selon Gilbert Dale, en 1951, plus du tiers de la population dans Saint-Sauveur avait moins de 14 ans, ce qui expliquait qu'au cours de cette période, des institutions religieuses telles que les Patros proposaient également des activités de loisir aux plus jeunes qui se déroulaient à l'intérieur des locaux paroissiaux lesquels se prêtaient aisément à d'autres occasions telles que des repas communautaires, des parties de bingo ou de cartes, des récitals, des anniversaires, etc. Outre le côté festif de ces moments de rencontre, ils représentaient des occasions de « développer ou de solidifier l'appartenance à sa paroisse de résidence ». Cela ne confinait pas pour autant les liens sociaux aux seules limites paroissiales puisque comme le démontre Gilbert Dale dans son étude, avant l'arrivée massive des automobiles, la marche à pieds et le transport en commun constituaient les modes de déplacement privilégiés dans la vie quotidienne. Ainsi, on pouvait aisément se rendre dans les quartiers avoisinants à pieds pour des activités de loisirs. De même, les animations proposées dans Saint-Sauveur étaient toujours très fréquentées et très appréciées, non seulement des résidents du quartier, mais également de ceux des paroisses voisines.

En conclusion, nous pouvons donc dire que la sociabilité dans le quartier Saint-Sauveur était jadis étroitement liée au contexte de proximité. Les réseaux de sociabilité se fondaient sur la présence proche de la parenté auxquels se rajoutaient des collègues de travail, des amis, des voisins avec qui on pratiquait les différentes activités de loisirs dans le quartier. Celles-ci étaient par ailleurs fort nombreuses et participaient à la vie de quartier qui caractérisait Saint-Sauveur.

## *1.6 La participation communautaire*

On peut considérer que le projet du Collectif Fardoche s'inscrit dans une volonté de revitaliser le quartier Saint-Sauveur par un processus de participation communautaire issu du marché Saint-Sauveur. La participation communautaire se définit par «un processus favorisant, à différents niveaux, la participation, le renforcement de l'autonomie et la capacité de groupes de citoyens qui partagent une proximité géographique, des intérêts particuliers ou des situations similaires, dans le but de résoudre des problèmes qui nuisent à leur bien-être. Le processus est basé sur la communication interpersonnelle, le respect et la confiance, ainsi que sur des interprétations et des objectifs communs».<sup>1</sup> Ce processus de participation communautaire permet d'apporter des solutions collectives et solidaires à un problème social ou à un besoin commun. Il sert aussi à soutenir et favoriser la collaboration entre les élus et les résidents pour enrayer les problèmes qui nuisent à la qualité de vie. Selon Henri Lamoureux, la participation communautaire ou action communautaire peut se discerner dans plusieurs pratiques, comme par exemple dans la création de ressources d'aide ou de services ou encore dans l'éducation populaire qui sont toujours en lien avec des objectifs de justice sociale, de solidarité, de démocratie, de distribution plus équitable des richesses, d'égalité entre les hommes et les femmes ainsi qu'entre tous les peuples de la terre. De plus, cette participation est faite avec un souci d'éducation et de fonctionnement démocratique afin de favoriser l'autonomie des personnes et des communautés, comme ici dans Saint-Sauveur. En somme, dans le quartier Saint-Sauveur ce phénomène de participation communautaire est en lien avec une revitalisation du quartier par l'entremise du collectif Fardoche et du marché Saint-Sauveur, ce qui en principe augmentera la conscientisation collective face à la transformation du quartier.

Plusieurs facteurs contribuent à la mise en projet de la participation communautaire. Néanmoins, la pauvreté et l'exclusion sont les prémisses à une conscientisation populaire dans les quartiers défavorisés. Le quartier Saint-Sauveur était déjà depuis 1840 le foyer de plusieurs ouvriers pauvres parce que dans ce quartier, les règles de construction permettaient de bâtir des maisons qui n'étaient pas à l'épreuve du feu, donc moins chères. Puis vint des années de prospérité et d'augmentation démographique grâce entre autres aux chantiers navals. Saint-Sauveur était considéré alors comme la banlieue de Québec (1845). Ensuite, à cause du feu de 1889 qui laissa 5000 personnes dans la rue, ce secteur sera annexé à la ville de Québec pour améliorer le quartier en infrastructures contre le feu. Ensuite, au milieu du 20ème siècle dans le quartier Saint-Sauveur, il y a une longue et pénible dévitalisation qui a conduit les élites locales à se lier pour parvenir à diminuer les écarts économiques entre les quartiers défavorisée de la ville de Québec et les quartiers plus favorisés. Que les comités de citoyens surgissent d'abord dans des quartiers ouvriers et populaires n'est pas le fruit du hasard. En effet, les transformations du capitalisme de l'après-guerre ont entraîné une transformation non seulement des conditions de travail, mais également de vie. Ainsi, dans le quartier Saint-Sauveur dès les années 1950, il eut un exode des citoyens vers les banlieues à cause du manque de travail dû à la fermeture de tanneries et de chantiers navals, ce qui accentua une décroissance de la population, de l'économie et entraîna le quartier dans un cercle vicieux de pauvreté. C'est alors que le quartier prend des allures d'un lieu dévalorisé où s'accumulent les disparités sociales. Cette dévalorisation du quartier Saint-Sauveur est aussi en lien avec le désengagement de la mairie face à ce coin de la ville. Selon Nicole F. Bernier, directrice de l'institut de recherche en politiques publiques et docteure en science politique de même que spécialiste des politiques de la santé et du bien-être, un autre élément de la dévitalisation des quartiers défavorisés est qu'en plus de la mairie, l'État se désengage face à la

---

<sup>1</sup> Cadre de participation communautaire, Services à la famille et logement Manitoba, mai 2008.

revitalisation des espaces défavorisés dans le milieu des années 1970, ce qui accentua davantage les facteurs de pauvreté et de dévalorisation du quartier Saint-Sauveur. Par contre, à partir des années 1980, il y a un retour vers les quartiers centraux de la ville de Québec par goût de proximité, d'accessibilité, de coût relié aux logements et de conscientisation écologique. Ce phénomène se fera cependant sentir beaucoup plus tard pour le quartier Saint-Sauveur qui verra sa population augmenter que très peu dans ces années.

Plus tard, entre 1996 et 2001 sous Jean-Paul l'Allier, il y eut un autre regain démographique et de prospérité dans les quartiers centraux de la ville. Cette arrivée en masse de gens à cause de l'attrait de la ville amène un nouveau développement économique, mais aussi insidieusement de l'exclusion d'anciens résidents. Nous pouvons dès lors observer grâce à ces nouveaux capitaux une rénovation dans le quartier Saint-Roch qui a eu un effet d'entraînement sur les quartiers voisins. Toutefois, l'augmentation du nombre d'habitants est plus faible dans le quartier Saint-Sauveur que dans les quartiers du Vieux-Québec et de Saint-Roch. Ces quartiers sont alors, du fait d'une croissance démographique plus forte, de plus en plus peuplés d'hommes et de femmes mieux éduqués et ayant des moyens financiers plus élevés, ce qui entraîne une gentrification de ces quartiers. Selon Rejean Lemoine, historien et chroniqueur urbain qui travaille pour de nombreux médias de la région de Québec, Saint-Sauveur n'y échappera pas et nous pouvons désormais voir depuis quelques années une gentrification s'effectuer dans le quartier.

### *1.7 La gentrification*

La gentrification est un terme employé pour la première fois par la sociologue Ruth Glass dans son ouvrage *London: aspects of change* en 1964 et se définit par une manifestation urbaine rapide qui arrive après une phase de déclin immobilier et économique par lequel des arrivants plus aisés s'accommodent d'un espace originellement occupé par des habitants ou usagers moins favorisés, transformant ainsi le profil économique et social du quartier qui parfois se caractérise par l'exclusion des couches sociales inférieures des zones du quartier les plus convoitées. Selon Villeneuve et Trudelle, il y a quatre indicateurs de la gentrification : la scolarité, le statut professionnel, le revenu et les valeurs résidentielles. De ce fait, nous pouvons observer que dans la basse ville de Québec (Saint-Roch et Saint Sauveur) principalement pour y amener de nouveaux arrivants plus souvent fortunés et ayant un bagage académique plus grand, il y a eu relocalisation dans le quartier Saint-Roch des composantes de l'Université du Québec et du pavillon d'architectures et d'arts visuels de l'Université Laval, ce qui a contribué à revitaliser le quartier. De plus, les condos de luxe dans le Vieux-Québec et aussi dans Saint-Sauveur (proche de la rivière Saint-Charles) ont été construits pour inciter des individus plus nantis à venir s'établir dans ces secteurs. Ainsi, ces nouveaux condos amènent un nouveau mode de vie qui est plus proche de la bourgeoisie que de la pauvreté et peut d'une certaine manière exclure des anciens résidents de ces quartiers à cause du coût des loyers.

### *1.8 Exclusion*

Selon Christa Freiler, ancienne directrice de la recherche et des initiatives stratégiques de l'Association canadienne d'éducation, l'exclusion sociale correspond à un «manque d'appartenance, au fait de ne pas être accepté et reconnu. Les gens qui sont socialement exclus sont plus vulnérables économiquement et socialement, et par conséquent ils ont tendance à avoir des expériences amoindries

dans la vie ». Autrement dit, les exclus sont pour la plupart des individus pauvres qui n'ont que très peu de moyens de se faire entendre. Ces exclus sont des femmes, des hommes, des immigrants, mais aussi des enfants. De ce fait, selon le rapport du conseil canadien de développement social de 2002 (CCDS), les enfants vivant en pauvreté ont tendance à avoir de moins bons résultats scolaires et ont aussi moins le goût de participer à des activités scolaires : ils ont aussi pour la plupart des familles dysfonctionnelles. Ces lacunes infligées à l'enfant en bas âge ont des répercussions sur son futur et peuvent dans une certaine mesure le conduire à l'exclusion à l'âge adulte. À cet égard, vouloir redonner une certaine vitalité au quartier ne doit pas se faire en excluant des personnes qui sont déjà évincées de la société. En d'autres termes, la majorité des individus sont enclin à revitaliser leur quartier, mais cette revitalisation peut amener une exclusion des plus démunis déjà établis qui ne peuvent suivre le nouveau rythme de vie des nouveaux arrivants. Ainsi, les plus démunis qui habitent les quartiers en phase de gentrification ne se sentent plus les bienvenus (économiquement et socialement) et les coûts liés aux loyers qui augmentent sans cesse leur rappellent qu'ils doivent chercher ailleurs de nouveaux logements dans des quartiers moins chers et qui offrent souvent moins d'avantages dû à leur éloignement du centre et des services de proximité. Par conséquent, faire de la participation communautaire comme ici avec le marché Saint-Sauveur un tremplin vers l'inclusion de ses exclus est souhaité.

En terminant, c'est véritablement à partir des politiques du RPQ (rassemblement populaire de Québec) porté au pouvoir en 1989, qui étaient politiques consultatives où des conseils de quartier jouent un rôle clef dans la diminution des clivages sociaux, que l'on voit apparaître la participation communautaire à Québec. Ainsi, selon Villeneuve et Trudelle, les personnes qui vivent dans le centre urbain de Québec se rendent alors compte qu'elles sont moins confrontées à des difficultés qu'en banlieue pour pratiquer un mode de vie en lien avec les valeurs du développement durable. Dorénavant, l'accent est mis sur de nouvelles valeurs plus proches de la participation communautaire. Effectivement, il faut pour que la participation s'effectue que le citoyen se sente en rapport avec sa communauté dans la perspective de créer des liens de proximité, en voulant par exemple une alimentation plus saine pour tous, tout en étant conscientisé aux considérations du développement durable et de l'économie solidaire. Ces nouvelles valeurs découlent de la prise de conscience et de l'écoute du citoyen et favorisent l'organisation communautaire. La Ville de Québec est déterminée à revoir ses plans pour une revalorisation de la vie urbaine axée sur la proximité des échanges économiques et l'amélioration du mode de vie, comme dans le quartier Saint-Roch avec sa revitalisation, puis nouvellement dans le quartier Saint-Sauveur avec l'initiative du Collectif Fardoche d'y implanter un marché public. Cette prise de conscience des élus est la base pour permettre une revitalisation structurée et structurante qui n'exclura personne.

## Chapitre 2 : Méthodologie

Au cours du mois de février 2014, nous avons procédé à des entrevues semi-dirigées. Nous avons privilégié la formule « semi-dirigée » dans la collecte des données en vue de notre analyse car cette méthode facilite « l'expression de l'interviewé en l'orientant vers des thèmes jugés prioritaires pour l'étude tout en lui laissant une certaine autonomie<sup>2</sup> ». Ainsi, tout en nous assurant de recueillir des éléments qui nous permettent d'étayer notre analyse, de valider ou d'invalider nos hypothèses de travail, nous laissons place aux commentaires spontanés des participants à notre étude et qui par ailleurs peuvent apporter un éclairage nouveau sur le sujet à l'étude ou faire émerger des points que nous aurions négligés. Dans un premier temps, les participants devaient remplir un questionnaire qui comporte dix-neuf questions. Les deux premières questions portent sur l'intérêt général des participants pour les marchés publics comme lieu d'approvisionnement, alors que les trois questions suivantes rendent compte de leur propre expérience de marché lors du déroulement du marché Saint-Sauveur durant l'été 2013 (pour ceux qui l'ont fréquenté). Ces questions visent à recueillir les commentaires des participants sur les aspects généraux tels que l'emplacement du marché, l'ambiance générale, l'accessibilité, mais également des aspects plus spécifiques tels que le choix, la variété et le prix des produits offerts. Les questions 6 et 7 concernent les éléments qui inciteraient les participants à fréquenter le marché Saint-Sauveur. Ces éléments se réfèrent autant aux aspects généraux et spécifiques précédemment cités qu'à la dimension relationnelle de l'échange économique. Les questions sont formulées de sorte que les participants n'ayant pas fréquenté le marché Saint-Sauveur durant l'été 2013 puissent également nous faire part de leur intérêt et de leurs attentes envers l'implantation d'un marché public dans leur quartier. Les questions 8 et 9 établissent le profil de consommateur de nos participants, c'est-à-dire de leurs habitudes en matière d'approvisionnement alimentaire et de consommation. Selon les lieux d'approvisionnement, dans le quartier Saint-Sauveur comme à l'extérieur, et les types de produits privilégiés par les participants, nous disposons de données qui nous aident à mieux saisir dans quelle mesure le marché Saint-Sauveur peut être intégré à ces habitudes. Du fait que nous postulions que l'intérêt des résidents de Saint-Sauveur pour l'implantation d'un marché public dans leur quartier dépend de leur profil démographique, économique et social, les dix dernières questions ont été élaborées en ce sens. Ainsi, l'âge, le sexe, le type de ménages, le revenu et le niveau d'études constituent des éléments qui nous ont permis de mesurer la variabilité de l'intérêt des participants pour le marché Saint-Sauveur.

Dans un deuxième temps, à partir d'une grille de questions préalablement établies, les participants étaient conviés à s'exprimer sur leurs rapports aux pratiques, c'est-à-dire à nous faire part de leurs opinions et de leurs représentations<sup>3</sup> à propos du marché et du quartier Saint-Sauveur. Nous avons divisé notre schéma d'entretien selon cinq grands thèmes: identité de quartier, liens sociaux; relation marchande; participation/exclusion; le marché comme lieu d'approvisionnement, de sociabilité et de participation.

Les questions du premier thème visent à mettre en évidence les éléments auxquels les participants font référence lorsqu'ils définissent le quartier Saint-Sauveur. Il s'agit d'identifier la zone géographique dont il est question, les lieux, les espaces, les bâtiments, les commerces, les équipements de loisirs... qui le composent et qui constitueraient des traits distinctifs d'une identité propre au quartier Saint-Sauveur, de

---

<sup>2</sup> Joël Guibert et Guy Jumel, *Méthodologie des pratiques de terrain en sciences humaines et sociales*, Armand Colin / Masson, Paris, 1997, p. 102.

<sup>3</sup> Joël Guibert et Guy Jumel, *op.cit.*, p. 103.

voir si cet espace forme un territoire homogène ou discontinu et de rendre compte de la manière dont les participants se rapportent à ce lieu dans leur quotidien. L'analyse des commentaires autour de l'identité de quartier et de la vie de quartier permet de définir précisément ce à quoi se réfèrent ces notions dans le cas spécifique du quartier de Saint-Sauveur et constitue des critères dont le Collectif Fardoche devrait tenir compte dans la réalisation d'un marché public propre à Saint-Sauveur.

À travers le deuxième thème de la discussion, nous pouvons identifier les formes de relation que les participants entretiennent avec les résidents du quartier et déterminer ce qui constitue le noyau autour duquel se tissent les relations, ainsi que les lieux qui environnent les échanges sociaux. Ceci nous permet d'identifier les liens entre les réseaux de sociabilité des résidents du quartier et les caractéristiques propres à des catégories sociales.

Ensuite, la discussion portait sur les habitudes des participants en matière d'approvisionnement, à savoir les lieux les plus fréquentés, les avantages et les inconvénients qu'ils rencontrent lors des achats alimentaires dans le quartier comme à l'extérieur, les modes de déplacement lors des achats et les liens qu'ils entretiennent avec les commerçants. Nous pouvons ainsi mettre en relation les différents éléments des habitudes d'approvisionnement alimentaire et l'aspect plus ou moins personnel ou impersonnel de la relation marchande.

Une série de questions concentraient la discussion autour du thème de la participation et de l'exclusion. Au dernier recensement de Statistique Canada de 2011, comparativement aux autres quartiers de la Basse-Ville et au Centre-Ville de Québec, Saint-Sauveur cumule des écarts économiques et sociaux importants (par exemple en termes de revenus par ménage ou encore de personnes inactives) qui le placent comme l'un des quartiers les plus défavorisés. Ces faits révélateurs de certaines problématiques socioéconomiques dans le quartier Saint-Sauveur de même que la volonté municipale de lutter contre l'étalement urbain représentent entre autres des raisons pour lesquelles le quartier fait l'objet d'un plan de revitalisation. Les données recueillies permettent de voir comment cette situation est perçue et vécue par les participants.

Enfin, pour synthétiser les différents aspects qui ont été abordés, la dernière partie de l'entrevue était consacrée au projet de marché public proprement dit du Collectif Fardoche. Nous avons repris certains aspects qui ont été abordés dans le questionnaire écrit sur le déroulement du marché Saint-Sauveur durant l'été 2013 concernant les avantages, les inconvénients et les attentes liés à cette première édition du projet. Nous pouvons ainsi dégager les éléments essentiels selon les participants pour la tenue d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur qui vont favoriser l'implantation du marché Saint-Sauveur. Par ailleurs, les commentaires émis nous ont permis d'évaluer la pertinence du marché public de Saint-Sauveur comme lieu d'approvisionnement alimentaire, de sociabilité et de participation communautaire. L'analyse des données de notre enquête identifie les conditions adéquates selon les participants pour que les résidents du quartier fréquentent le marché Saint-Sauveur.

## *2.1 Échantillonnage*

Nous considérons a priori de la collecte de données que la participation des résidents du quartier Saint-Sauveur au marché public comme lieu d'approvisionnement et comme lieu de sociabilité seraient

probablement variables selon leurs caractéristiques démographiques, économiques et sociales. Nous considérons que la participation des résidents du quartier au marché public comme projet de revitalisation serait liée au rapport que ceux-ci entretiennent avec le quartier Saint-Sauveur et à la manière dont ils perçoivent la vie de quartier. Pour ces raisons, nous avons prévu de réaliser des discussions de groupe avec quatre types de participants :

1. Un groupe de huit personnes sans enfant
2. Un groupe de huit parents

Ceci devait nous permettre de vérifier si la présence ou non d'enfants dans les ménages influence l'intérêt pour le marché et la disponibilité pour y participer.

3. Un groupe de huit personnes qui habitent dans le quartier depuis au moins une quinzaine d'années

Ceci devait nous permettre de comparer leur intérêt à participer au marché par rapport aux résidents plus récents.

4. Un groupe de huit personnes immigrantes

Le recensement de 2006 ayant révélé une forte proportion de personnes immigrantes dans le quartier, majoritairement des noirs et des personnes d'origine asiatique, et considérant que les habitudes de consommation et de vie des personnes immigrantes sont souvent liées à leurs origines et diffèrent de celles des résidents non immigrants, nous souhaitons évaluer ainsi leur intérêt pour le marché Saint-Sauveur.

## *2.2 Sollicitation et sélection*

Durant le projet pilote du Collectif Fardoche, un sondage éclair avait été réalisé par les membres du Collectif auprès des résidents présents lors du déroulement des activités. Certaines personnes ont démontré de l'intérêt à être recontactées dans le cas d'une enquête plus approfondie. Le Collectif Fardoche nous a fourni la liste nominative des personnes qui ont participé au sondage éclair. À partir de cette liste, nous avons lancé une invitation par courriel à participer à une discussion de groupe portant sur le marché Saint-Sauveur et le quartier aux cinquante-cinq premières personnes figurant sur la liste. Nous leur demandons de nous contacter dans le cas où elles étaient intéressées à participer en précisant leur profil démographique : s'ils avaient ou non des enfants ainsi que depuis combien d'années ils résident dans le quartier. La plupart des personnes contactées ont répondu favorablement. Cependant, nous avons sélectionné en fonction de nos quatre catégories précédemment citées huit personnes sans enfant, huit parents et quatre personnes qui résident dans le quartier depuis plus de 15 ans.

Afin de compléter nos différents groupes, nous nous sommes rendus dans le quartier au Tam-Tam Café, au Centre Durocher, aux restaurants Le Bouchon du Pied Bleu, Sol-Latino, Chez Kim, Marmiton Pizza et à l'épicerie *Epiafrica*. Nous avons également sollicité des personnes dans la rue de manière spontanée. Cette démarche nous a permis de constituer nos différents groupes selon les critères dont nous avons fait mention précédemment.

Nous avons eu la collaboration du Comité de Citoyens Citoyennes du Quartier Saint-Sauveur qui a mis à notre disposition une salle afin de réaliser nos entrevues. Cependant, nous avons été confrontés à des difficultés au moment de réaliser les discussions. Il nous a été impossible de réunir les participants selon les critères que nous avons retenus à une date et à une heure précise. De plus, sur les trente-deux personnes qui avaient accepté de participer, vingt-quatre personnes se sont désistées à la dernière minute. Nous avons finalement réalisé une discussion qui regroupait cinq participants des différentes catégories retenues au départ et des entretiens individuels avec les trois autres. Ensuite, nous avons recruté d'autres volontaires à partir de visites dans le quartier et à des endroits différents afin de rejoindre des résidents de différentes conditions socio-économiques. Ainsi, nous avons recruté douze participants avec qui nous avons réalisé des entretiens individuels, ce qui porte notre échantillon à dix-sept participants.

### 2.3 Pré-test

Nous avons effectué notre pré-test auprès d'un résident sans enfant et d'un immigrant. Les participants ont été rencontrés séparément. Ils devaient remplir d'abord un questionnaire portant sur différents aspects en lien avec le marché public en général, plus spécifiquement sur leurs premières impressions par rapport au marché Saint-Sauveur qui s'est déroulé l'été dernier, ainsi que sur leur profil démographique et économique. Les participants ont mis une dizaine de minutes pour remplir le questionnaire et aucune question ne semblait à réviser. Par la suite, nous avons procédé à la discussion qui a duré environ une heure. Cependant, compte tenu qu'il n'y avait qu'un seul participant à la fois en présence des chercheurs, nous n'avons pu confronter les différents points de vue, la discussion se résumait en somme à un entretien individuel.

Dans un premier temps, le participant devait nous parler de son rapport avec le quartier. Nous avons cherché à savoir depuis combien de temps ils résidaient dans le quartier, les raisons pour lesquelles ils ont choisi de vivre dans le quartier, l'image qu'ils avaient du quartier avant de s'y installer et comment ils le perçoivent depuis qu'ils y vivent. Nous avons aussi cherché à savoir selon eux quels étaient les critères qui permettent d'identifier les résidents du quartier, s'il y avait des différences évidentes entre certaines catégories de personnes et ce qu'ils pouvaient nous dire des différentes catégories sociales qu'ils ont identifiées. Cela nous a conduit à parler de leurs réseaux de sociabilité, de la nature des liens à l'intérieur du réseau et des liens inter-réseaux.

Nous avons enchaîné sur les lieux qu'ils fréquentaient pour les loisirs et pour l'achat des produits alimentaires. En termes d'achats alimentaires, nous avons cherché à savoir leur degré de satisfaction par rapport aux lieux existants dans le quartier et le cas échéant par rapport aux lieux extérieurs au quartier. Nous les avons questionnés sur les raisons pour lesquelles ces lieux étaient privilégiés afin de voir si, au-

delà des raisons purement économiques, d'autres éléments pouvaient influencer leurs choix comme par exemple un lien privilégié avec le commerçant.

Nous avons ensuite parlé du marché Saint-Sauveur, de leur degré de satisfaction par rapport au déroulement du marché Saint-Sauveur durant l'été 2013. Le premier participant avait fréquenté le marché pendant les trois fins de semaine et le deuxième participant ne l'avait pas fréquenté, mais en avait eu connaissance. Nous leur avons demandé si le marché Saint-Sauveur représentait une alternative intéressante par rapport aux lieux habituels d'approvisionnement en produits alimentaires ou si cela pourrait être un choix intéressant et quelles étaient les conditions qui pouvaient rendre le marché attrayant. Nous avons demandé au premier participant s'il a fait connaissance avec d'autres résidents du quartier lors du déroulement du marché Saint-Sauveur, s'il a échangé avec d'autres personnes notamment les producteurs, s'il pensait que le marché favorisait ce genre de lien.

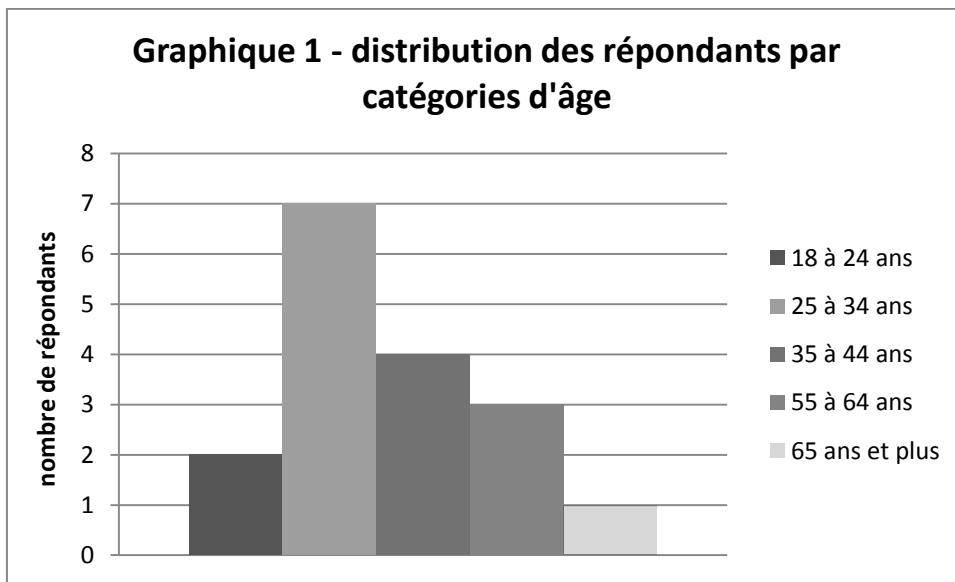
Nous avons également cherché à savoir dans quelle mesure ils avaient l'impression que le quartier Saint-Sauveur était « dévitalisé » ou « en voie de revitalisation ». Nous leur demandions s'ils avaient l'impression qu'il y avait des activités animées dans le quartier, s'ils participaient à ces activités et les raisons pour lesquelles ils y participaient, si ces activités participaient à la vitalité du quartier. Enfin nous avons terminé l'entretien sur le lien entre la « revitalisation » du quartier et le projet du marché de Saint-Sauveur. Nous leur avons demandé s'ils pensaient qu'un tel projet pouvait faire en sorte que le quartier soit plus « vivant » et dans quelle mesure le marché Saint-Sauveur pouvait être un projet de participation communautaire inclusif.

## Chapitre 3 : Le profil des participants

Huit femmes et neuf hommes composent notre échantillon dont nous présentons ci-dessous les principales caractéristiques démographiques.

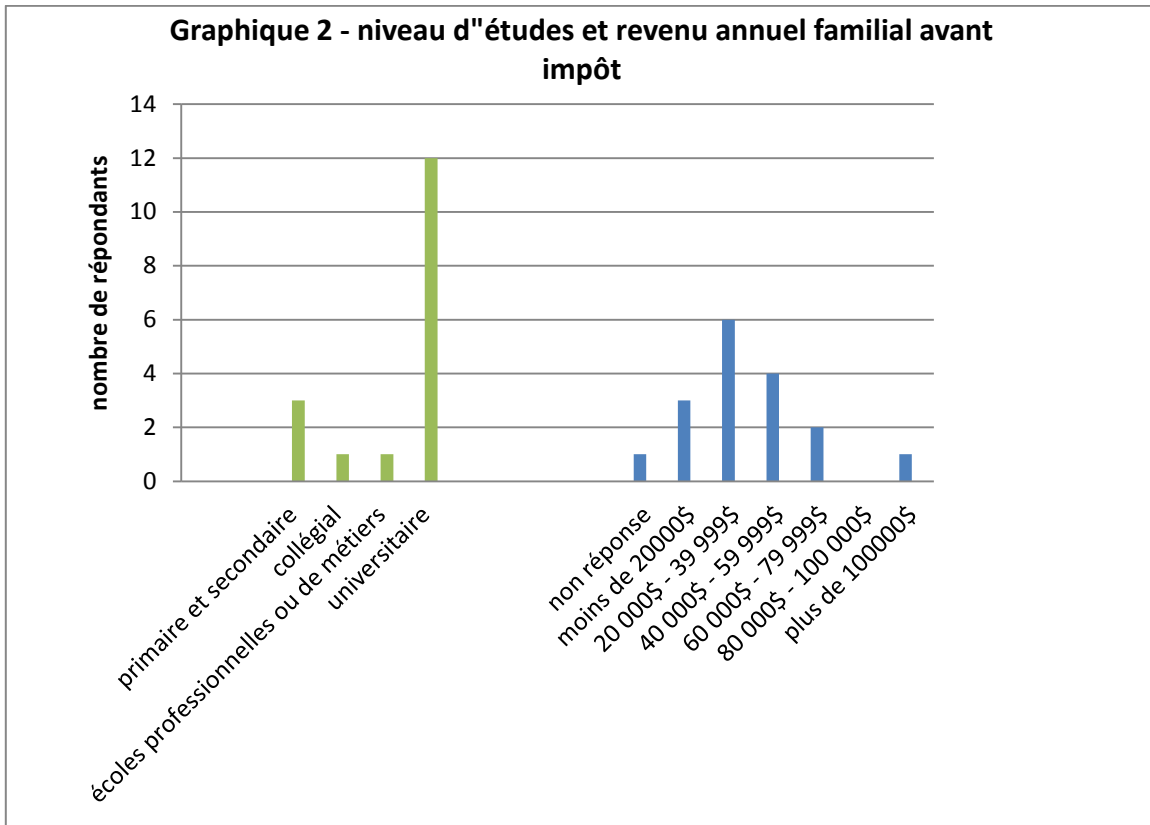
### 3.1 Distribution des répondants par classe d'âge

Comme nous pouvons l'observer sur le graphique ci-dessous, la catégorie d'âge modale de notre échantillon est celle des 25 à 34 ans et regroupe sept des participants. Malgré le petit échantillon de notre étude, nous pouvons souligner que cette catégorie d'âge est aussi la catégorie d'âge la plus importante de la population du quartier.



### 3.2 Niveau d'études et revenu familial

Le tableau ci-après montre la distribution de l'échantillon selon le niveau d'études atteint et le revenu annuel familial avant impôt des répondants.



La catégorie « universitaire » concentre le plus grand nombre des répondants, soit douze des dix-sept participants. Notons toutefois que certains répondants complètent actuellement leurs études universitaires. Parmi ceux ayant un niveau universitaire, cinq des répondants de la classe d'âge des 25 à 34 ans ont un revenu familial avant impôt se situant dans les catégories de 40 000\$ et plus par an. Quatre autres répondants de la classe d'âge des 35 à 44 ans ont également un niveau d'études « universitaire », cependant que leur revenu se distribue sur plusieurs catégories. Soulignons le fait que dans la catégorie « universitaire » figurent deux répondants ayant un revenu familial avant impôt de moins de 20 000\$ par année, dont une personne retraitée qui est retournée sur le marché du travail en raison de son faible revenu.

La catégorie des répondants ayant un niveau d'études primaires et secondaires regroupe deux personnes âgées de plus de 50 ans natives du quartier Saint-Sauveur et une personne âgée entre 25 et 34 ans dont le temps de résidence est assez récent. Parmi ces trois répondants, un répondant figure dans la catégorie de revenu de moins de 20 000\$, un autre dans la catégorie de 20 000\$ à 39 999\$.

Bien que la grande majorité des répondants de l'échantillon soit concentrée dans la catégorie d'études universitaires, on note une grande diversité des situations concernant le revenu. L'échantillon regroupe aussi bien des participants ayant un revenu familial avant impôt de moins de 20 000\$ par année qu'un répondant ayant un revenu familial avant impôt de plus de 100 000\$ par année. Comme nous le

verrons plus loin, les discours des participants en ce qui a trait à leur perception du quartier et de ses résidents reflètent cette diversité socioéconomique alors que les données étaient recueillies de manière confidentielle.

### *3.3 Le logement*

Dans l'échantillon, sept personnes sont locataires, neuf personnes sont propriétaires de leur logement et une personne demeure en logement communautaire. Notons que trois participants qui sont propriétaires de leur logement sont âgés de 55 ans et plus, deux participants propriétaires ont entre 35 et 44 ans et quatre participants propriétaires de leur logement sont dans la classe d'âge des 25 à 34 ans. Soulignons également que l'échantillon compte six parents ayant des jeunes enfants parmi lesquels cinq sont propriétaires de leur logement, ces jeunes parents propriétaires ont pour la plupart choisi de résider dans le quartier Saint-Sauveur.

### *3.4 Les lieux d'achats alimentaires et modes de déplacement*

En ce qui a trait aux lieux d'achats alimentaires, il apparaît que les participants de l'échantillon s'approvisionnent aussi bien dans le quartier qu'à l'extérieur du quartier sur une base hebdomadaire. Le lieu privilégié dans le quartier est le Métro Ferland qui se trouve au coin de la rue Marie-de-l'incarnation et du Boulevard Charest. De manière générale, les participants ont déclaré avoir peu de choix en termes de lieux d'approvisionnement alimentaire dans le quartier Saint-Sauveur et doivent se rendre dans des commerces des quartiers avoisinants, le quartier Saint-Roch ou le quartier Saint-Jean-Baptiste, afin de compléter leurs achats. Notons également que les supermarchés ou magasins à grandes surfaces excentrés tels que Maxi, Loblaws ou Costco sont également fréquentés par certains des participants. Cette fréquentation est sur une base occasionnelle et consiste surtout à s'approvisionner en produits autres que les fruits et légumes, et que les participants préfèrent acheter en plus grande quantité. Les commerces spécialisés en produits biologiques ou étiquetés « aliments santé » fréquentés par les participants sont des lieux d'approvisionnement occasionnel au profit de certains commerces ou circuits de distribution des produits « locaux » tels que le Marché de Proximité sur la rue Salaberry en haute-ville ou la Coop des Grands Rangs<sup>4</sup>, ce qui veut dire que le critère « biologique » ou « santé » est secondaire par rapport à la provenance des produits (Québec versus autre)<sup>5</sup>. Dans notre analyse des discours, nous reviendrons sur cet aspect.

Lors des achats alimentaires, la marche à pied ou le vélo sont les moyens de déplacement privilégiés par la majorité des participants lorsqu'il s'agit de s'approvisionner dans les commerces du quartier Saint-Sauveur ou aux limites du quartier comme les commerces de la rue Saint-Vallier. Cependant, selon les circonstances, des conditions climatiques difficiles ou un horaire chargé, les participants déclarent

---

<sup>4</sup> Soulignons le fait qu'au moment de la rédaction de cette étude-ci, la Coop des Grands est entré dans un processus de faillite sur lequel ses membres ont été appelés à se prononcer, voir article *La coop des Grands Rangs au bord de la faillite*, <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/agro-alimentaire/201403/13/01-4747593-la-coop-les-grands-rangs-au-bord-de-la-faillite.php>.

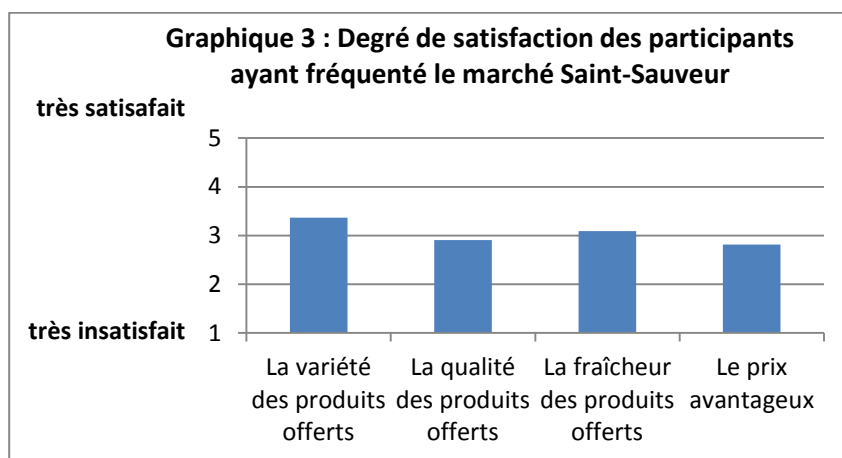
<sup>5</sup> Pour une visualisation des commerces fréquentés par les participants, voir cartes du chapitre 7.

utiliser également la voiture pour accéder aux commerces du quartier ou proches du quartier. La voiture est systématiquement privilégiée lorsque les participants se rendent dans les commerces excentrés.

### 3.5 Le Marché Public Saint-Sauveur été 2013

Notons que tous les participants de l'échantillon ont noté avoir un très grand intérêt pour l'implantation éventuelle d'un marché public dans le quartier. Parmi les marchés publics de Québec déjà bien établis, le Marché du Vieux-Port, le Marché de Sainte-Foy et le Marché de Val Bélair, seul le Marché du Vieux-Port a été fréquenté par quinze des participants au cours de la dernière année. Parmi les marchés publics cités, celui du Vieux-Port représente moins de distance à parcourir, comme nous le verrons un peu plus loin, la proximité des lieux étant un aspect très valorisé par les participants.

Au cours de l'été 2013, une première expérience du Marché public de Saint-Sauveur s'est déroulée au parc Durocher sur trois fins de semaine du mois d'août. Douze des participants ont fréquenté le marché au cours de cette expérience. Toutefois, aucun d'entre eux n'y a participé les trois fins de semaine consécutives. Référence faite à l'enquête réalisée par l'AMPQ dont nous relatons l'essentiel dans la section *l'Expérience des consommateurs* du chapitre six sur les marchés publics, les éléments d'incitation à fréquenter<sup>6</sup> un marché public les plus importants et les plus fréquemment évoqués par les participants se réfèrent également à la qualité, la fraîcheur (15 participants sur 16) et la variété (13 participants sur 16) des produits offerts. Cependant, il s'avère que les participants qui ont fréquenté le marché Saint-Sauveur à l'été 2013 ont été plus ou moins satisfaits par rapport à ces critères. Le graphique ci-après représente les réponses des participants à la question 5 du questionnaire écrit (voir annexe 3) se rapportant aux quatre premiers éléments du tableau, les autres éléments feront l'objet de commentaires dans notre analyse des entretiens individuels. Afin de mieux rendre compte du degré de satisfaction des participants, nous avons calculé la note moyenne pour chaque élément du tableau : la note 1 a été attribuée à la catégorie « très insatisfait » et la note 5 à la catégorie « très satisfait ». Le graphique 3 présente donc le degré de satisfaction des participants par rapport aux produits en tant que tels.



<sup>6</sup> Voir question 6 du questionnaire en annexe. Notons qu'à cette question, il n'y a que 16 cas valides sur 17 participants.

La question 5 du questionnaire écrit<sup>7</sup> était formulée comme suit : « Lors de votre visite du marché Saint-Sauveur, dans quelle mesure avez-vous été satisfait des éléments suivants? »; les répondants étaient invités à évaluer leur satisfaction selon qu'ils aient été « très insatisfait », « plutôt insatisfait », « assez satisfait », « plutôt satisfait » ou « très satisfait ». Comme nous pouvons l'observer, les participants ont été plus satisfaits de la variété des produits que de la qualité, de la fraîcheur ou du prix des produits. La note moyenne pour la variété des produits est de 3,36 sur 5, ce qui veut dire que globalement les participants ont été plus qu'« assez satisfaits » mais pas suffisamment pour qualifier leur commentaire sur la variété des produits offerts de « plutôt satisfait ». L'appréciation générale des participants de la fraîcheur des produits reçoit la note de 3,09 sur 5 et la qualité a été notée 2,9 sur 5. On peut donc dire que pour ces éléments d'évaluation, les participants ont été globalement « assez satisfaits ». En ce qui concerne l'évaluation de la satisfaction des participants pour les produits offerts sur le marché Saint-Sauveur (essentiellement des fruits et légumes), il apparaît que ce soit le prix des produits qui reçoit la note la plus basse soit 2,8 sur 5. Notons que parmi tous les éléments évalués à la question 5, seul le prix ne rencontre aucune mention « très satisfait ».

---

<sup>7</sup> Notons que sur 12 participants sur 17 qui ont fréquenté le marché, il y a un cas de non-réponse.

## Chapitre 4 : Plan d'analyse pour la méthode des types idéaux

Dans la présentation de leur projet, le Collectif Fardoche souligne trois aspects importants de la vocation du marché public de Saint-Sauveur. Ceux-ci se réfèrent à la dimension économique du marché public, au marché public comme lieu de sociabilité et à la participation des résidents et du marché à la revitalisation du quartier Saint-Sauveur.

Afin d'évaluer les conditions qui vont favoriser l'implantation d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur, nous mettons en relation les données démographiques, économiques et sociales qui caractérisent le quartier et la perception des résidents vis-à-vis du quartier et du projet de marché public. Le schéma d'opérationnalisation joint en annexe nous a permis d'élaborer notre étude selon cinq grands axes :

I - Portrait du quartier et des résidents de Saint-Sauveur

II- Les habitudes d'approvisionnement alimentaire

III- La relation marchande

IV- La sociabilité

V- La participation

À partir de ce plan, nous interpréterons nos résultats d'analyse selon deux approches : d'abord le lien entre le profil type des consommateurs et l'intérêt de ces derniers pour le marché Saint-Sauveur selon les avantages qu'offre le marché par rapport aux autres lieux d'approvisionnement; ensuite, le lien entre la perception de la vie de quartier selon le profil des résidents et la participation envisagée de ces derniers au marché public comme lieu de sociabilité et comme projet de revitalisation.

### *4.1 L'analyse idéaltypique*

L'idéaltype est un concept qui vient de la sociologie compréhensive de Max Weber et qui désigne un modèle d'analyse rendant compte par comparaison d'un phénomène social complexe et disparate dans ses dimensions.

Le type idéal ne renvoie pas à la signification d'un modèle parfait qu'on cherche à atteindre par induction ou par déduction. Il réfère plutôt à une approche idéale du chercheur, c'est-à-dire que le contenu du modèle idéaltypique est purement une construction intellectuelle propre au chercheur. Néanmoins, cette démarche qui relève des idées du chercheur ne fait pas abstraction des données empiriques, lesquelles fondent d'ailleurs sa réflexion. Il procède donc par une sorte de va et vient entre les données quantitatives et biographiques que nous avons recueillies auprès de notre échantillon et l'interprétation de ces données à partir d'une perspective sociologique. Ces informations nous permettent de mieux saisir *l'activité sociale* que Weber définit comme « l'activité qui, d'après son sens visé, par

l'agent ou les agents, se rapporte au comportement d'autrui, par rapport auquel s'oriente son déroulement<sup>8</sup> ». Cette définition de l'activité sociale postule donc que l'action ou l'interaction des individus comportent une dimension subjective que le chercheur tente de comprendre et d'expliquer. Il s'agit de repérer et d'accentuer des traits caractéristiques communs aux faits à l'étude et qui peuvent permettre une meilleure compréhension du phénomène social du fait que ces particularités sont mises en évidence par le travail de construction théorique du chercheur, un peu à la manière d'une loupe qui grossirait ce qui est à peine visible ou perceptible. Ceci invalide donc toute objection à l'égard de l'approche idéelle qui ne verrait dans l'analyse par idéaux types qu'une pure création du chercheur et donc trop éloignée de la réalité sociale. Les idéaux types sont « construits à partir de la réalité (...) par synthèse et abstraction (...) sont structurés en s'éloignant de cette réalité par leur pureté logique, pour mieux la retraiter et la penser<sup>9</sup> ». L'interprétation de l'activité sociale d'un point de vue subjectif suppose qu'il n'y a pas de sens vrai-faux, valide-non valide, juste-injuste mais n'a pour d'autre ambition que d'en révéler la contingence des significations que les individus confèrent à leurs actions.

En somme, à partir d'un ensemble de données quantitatives et qualitatives disparates et divergentes, le modèle de l'analyse idéaltypique nous a permis de « proposer une reconstruction *interprétative* de la réalité<sup>10</sup> » par accentuation de certaines caractéristiques générales. La méthode nous permet de rendre intelligible, c'est-à-dire donner une cohérence, une logique théorique, à des éléments hétérogènes et ainsi contribuer à une meilleure compréhension des sens visés.

#### 4.2 Les idéaux types

Comme nous l'avons déjà souligné, les entrevues que nous avons réalisées auprès d'un échantillon de dix-sept résidents de Saint-Sauveur nous ont révélé la diversité des profils socioéconomiques et démographiques des résidents du quartier Saint-Sauveur, de même qu'une hétérogénéité des discours sur le rapport entre le quartier et les résidents-participants d'une part et d'autre part, entre les résidents eux-mêmes. Néanmoins, nous avons observé des caractéristiques communes à tous les participants en regard de l'implantation d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur. Ces caractéristiques sont plus ou moins essentielles, plus ou moins accentuées selon les discours, mais témoignent de l'ensemble des raisons évoquées par les répondants pour justifier leur participation au Marché Public Saint-Sauveur.

L'interprétation idéale typique s'articule autour de deux grands axes sémantiques, soit des discours par rapport à la *vie de quartier* et des discours par rapport à la *revitalisation* du quartier. Les discours en lien avec la *vie de quartier* permettent une meilleure compréhension des relations sociales des résidents-participants. Les discours étroitement liés à la notion du *quartier vécu* et du *quartier perçu*

---

<sup>8</sup> Max Weber, *Économie et société*, tome 1 : les catégories de la sociologie, Paris, Plon / Agora, traduction de Julien Freund, pp. 28-29, 35, 48-52 et 55 -57, In : Bernard Dantier, « Les « idéaltypes » de Max Weber, leurs constructions et usages dans la recherche sociologique », *Les classiques des sciences sociales*, [En ligne], [http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques\\_des\\_sciences\\_sociales/index.html](http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html).

<sup>9</sup> Bernard Dantier, « Les « idéaltypes » de Max Weber, leurs constructions et usages dans la recherche sociologique », *Les classiques des sciences sociales*, 2004, [En ligne], [http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques\\_des\\_sciences\\_sociales/index.html](http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html).

<sup>10</sup> Jean-Claude Passeron cité par Dominique Schnapper, *La compréhension sociologique. Démarche de l'analyse typologique*, Presses Universitaires de France, Paris, 1999, p.7.

éclaircissent notre interprétation sociologique sur la manière dont les résidents-participants conçoivent le quartier en devenir (la revitalisation). La notion de quartier telle que nous l'entendons revêt essentiellement deux dimensions : le *vécu* et le *perçu*. D'abord, nous posons le quartier comme un « processus de construction de l'appartenance à travers des réseaux<sup>11</sup> » pour signifier qu'il ne s'agit pas du quartier Saint-Sauveur uniquement comme un lieu d'affiliation familiale mais bien d'un espace qui se constitue également par le mouvement de la mobilité urbaine. Nous définissons le *quartier vécu* comme l'ensemble des activités qui supposent un rapport à l'autre, aux choses et à soi liées à l'espace que constitue le quartier Saint-Sauveur bien que le quartier corresponde, comme nous le verrons plus loin, à une représentation mentale soit le *quartier perçu*, qui varie d'un discours à l'autre. Si les notions de *quartier vécu* et *quartier perçu* renvoient à la dimension individuelle du rapport au quartier, la *vie de quartier* correspond à l'ensemble des activités liées au quartier tel qu'il est vécu et perçu, qui renvoient à la dimension collective des relations c'est-à-dire des interactions qui vont au-delà des réseaux strictement personnels. Cela suppose des lieux qui reflètent l'appartenance commune tout en valorisant des préférences individuelles.

Il est bien important de ne pas perdre de vue qu'il s'agit de constructions idéaltypiques et qu'en conséquence aucune des entrevues que nous avons réalisées ne peut correspondre entièrement à un type idéal. Les idéaux-types peuvent être transversaux à plusieurs discours, de même que ce ne sont pas les participants qui sont catégorisés, mais bien des discours que nous avons en quelque sorte épurés, ce qui justifie en somme la notion de « discours type ». Par la notion de « discours type », nous entendons un énoncé verbalisé qui reflète des occurrences fréquentes liées à des intérêts ou à des valeurs individuels ou collectifs. Ainsi, les discours des participants de notre échantillon peuvent se rapprocher de l'un des types ou de plusieurs à la fois, ce qui est généralement le cas.

En croisant deux grands axes sémantiques, soit celui qui se rapporte à la *vie de quartier* et celui de la *revitalisation*, nous avons défini quatre types idéaux. Sur l'axe vertical, les discours sont similaires ou se distinguent selon que les liens sociaux dans le quartier Saint-Sauveur soient perçus comme des réseaux de sociabilité différenciés (lien d'hétérogénéité) ou des réseaux de sociabilité plus communautaires au sens où le quartier serait perçu comme un ensemble plutôt homogène (lien d'homogénéité). Sur l'axe horizontal, les discours typiques se rapportent à la perception du quartier prise dans une dimension temporelle du rapport social. Selon les discours typiques, la *revitalisation* s'inscrit dans une projection à long terme (temps long) ou à plus court terme (temps court).

---

<sup>11</sup> Gilles Sénécal, Geneviève Cloutier et Patrick Herjean, « le quartier comme espace transactionnel : l'expérience des Tables de concertation de quartier à Montréal », *Cahiers de géographie du Québec*, Vol. 52, N° 146, 2008, pp. 191-214.

Le tableau ci-après résume les quatre types idéaux que nous avons élaborés.

### Types de discours liés à la participation au Marché Public Saint-Sauveur

	hétérogénéité	Homogénéité
Temps long	Écologique 1	Mémoriel 3
Temps court	Sensoriel 2	Économique 4

#### Deux axes sémantiques :

- 1) Discours par rapport à la *vie de quartier* liés aux réseaux de sociabilité. Des discours qui reflètent des réseaux de sociabilité différenciés (1 et 2) construits à partir d'un intérêt central dans la vie des résidents typiques (principes d'ordre éthique, activités liées aux enfants, nouvelles expériences culturelles...). Ces divers intérêts vont orienter les interrelations et vont les caractériser. Selon l'intérêt plus ou moins partagé, les échanges seront plus ou moins personnalisés, la personnalisation impliquant une forme d'engagement plus intime de soi. Des discours idéaux typiques qui reflètent des réseaux de sociabilité qui tendent vers l'unité communautaire (3 et 4) : le quartier est un tout plutôt homogène de par son histoire et de ce fait, tous les résidents ont en commun les mêmes conditions socioéconomiques.
- 2) Discours idéaux typiques par rapport à la *revitalisation*. Des discours qui reflètent une vision du quartier qui s'inscrit dans le long terme (1 et 3). La revitalisation du quartier doit répondre à des valeurs éthiques (consommation « responsable », « vivre vert »...) et historiques (passé ouvrier du quartier, communauté solidaire...) qu'on projette de transmettre aux générations futures. Des discours qui s'inscrivent davantage dans le temps court (2 et 4) dont le but est de vivre des expériences qui vont procurer une sensation de bien-être immédiat (plaisir des sens) ou représenter un avantage bénéfique (profits économiques).

#### Définition des types

**Écologique** : liens sociaux fondés sur le respect des valeurs écologiques globalisées. La vie selon l'idéaltype écologique est un projet construit conformément à ces valeurs. Il priorise la consommation locale, éventuellement des produits biologiques mais pas nécessairement, l'approvisionnement en vrac (diminuer les déchets), la proximité des lieux quotidiens parce que, ce

faisant, nous n'améliorons pas seulement notre qualité de vie mais la santé de toute la planète et donc en retour notre propre qualité de vie.

**Sensoriel** : liens sociaux fondés sur l'expérience des sens. Ouvert à la découverte de nouveaux produits, de nouvelles recettes qu'on lui aura proposés. Le bien être qui passe aussi par l'alimentation est une expérience de plaisir et ce qui est partagé avec l'autre c'est le plaisir personnel ressenti. Le marché public est un espace qui permet de partager avec l'autre un temps sensoriel. Le marché doit répondre à ces exigences en offrant la possibilité de consommer sur place, par exemple un café, et ce qui est partagé c'est l'expérience autour du café.

**Mémoriel** : liens sociaux fondés sur un passé commun. Je me souviens de ce que nous avons été : un quartier ouvrier à l'intérieur duquel le marché public était un élément constitutif. Le type mémoriel priorise les produits locaux parce qu'ils représentent une part de l'identité. La participation au marché public du quartier, c'est d'abord définir un mode de vie communautaire, une identité commune, le marché est donc avant tout un espace identitaire.

**Économique** : liens sociaux fondés sur un calcul coût-bénéfice. Si l'appartenance commune repose sur une certaine homogénéité sociale (perception), les actions quotidiennes s'inscrivent dans des possibilités de rentabilité. La participation au marché dépend donc essentiellement des économies possibles et réelles

## Chapitre 5 : Portrait du quartier Saint-Sauveur

Le quartier Saint-Sauveur est situé dans l'arrondissement de la Cité-Limoilou dans la Basse-Ville de Québec. D'une superficie de 3,3 km<sup>2</sup> (soit 28% de l'arrondissement), il est subdivisé en cinq secteurs distincts possédant chacun une vocation résidentielle à l'exception du secteur Ouest davantage commercial et industriel. Nous pouvons identifier sur la carte (voir Annexe 1) en rouge les limites du quartier Saint-Sauveur et l'avenue Saint-Sacrement qui sépare la zone résidentielle de la zone industrielle.

### 5.1 Évolution au fil du temps

L'édification des quartiers en Basse-Ville (Saint-Roch, Saint-Sauveur) de même que le développement du commerce et des industries dans ces quartiers sont la résultante directe de la dynamique économique de la ville. Outre le commerce de la pelleterie, dans la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, l'activité économique de Saint-Sauveur est d'abord articulée autour des industries du bois et des constructions navales. Dès la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, Saint-Sauveur est identifié comme étant un « quartier ouvrier urbain »<sup>12</sup>, c'est-à-dire que les familles sont majoritairement dépendantes des industries des alentours. À partir de cette période et jusqu'aux alentours des années 1950, le quartier compte de nombreux commerces et épiceries qui reflètent à la fois un secteur économique dynamique et un fort accroissement démographique dans la ville de Québec.

La morphologie économique de la ville se caractérise alors par des petits commerces et de proximité du fait que la marche à pied était le moyen le plus courant de s'approvisionner en produits divers de consommation<sup>13</sup>. À l'inverse du mouvement de masse allant de la campagne vers la ville au cours du XIX<sup>e</sup> siècle, à partir des années 1950 commence un mouvement d'exode résidentiel soutenu par le développement du secteur de l'immobilier valorisant les modes d'habitation de style pavillonnaire d'inspiration étasunienne construits en périphérie des centres urbains. L'exode résidentiel entraîne la fermeture de nombreux commerces qui seront désormais, tout comme le domaine social, sous l'égide du Clergé, lequel semble réticent à toute initiative individuelle à caractère commercial. L'attitude ecclésiastique envers les échanges commerciaux ne contribue en rien à relancer l'activité économique de Saint-Sauveur. Le mouvement de décroissance économique et démographique s'accroît tant et si bien que les études comparatives identifient à partir de 1981 des éléments qui confirment le processus de paupérisation dans le secteur, lequel est intégré à une Zone Défavorisée de la Communauté Urbaine de Québec (ZDCUQ) en 1993. Cette identification économique se référant à une délimitation territoriale précise renvoie à des indicateurs qui se situent en-deçà de la moyenne de la Communauté Urbaine de Québec en termes de croissance de la population, d'activités professionnelles, de revenus, etc. Selon les données compilées dans les documents de l'Approche Territoriale Intégrée<sup>14</sup> (ATI), le taux de chômage est

<sup>12</sup> Pierre Gauthier, *Morphogenèse et syntaxe spatiale des tissus résidentiels du quartier Saint-Sauveur de Québec*, Faculté d'architecture et d'aménagement, Université Laval, 1997, p.62.

<sup>13</sup> Dale Gilbert, « Une culture urbaine en mouvement. Se déplacer et consommer en milieu populaire à Québec, 1930-1980 », *Revue d'histoire urbaine*, vol. 41, no 2, 2013, pp. 3-18.

<sup>14</sup> Approche Territoriale Intégrée Saint-Sauveur, *Étude comparative entre les besoins en main-d'œuvre des entrepreneurs et le profil sociodémographique et professionnel de la population du quartier. Résultats de l'enquête version longue*, octobre 2012.

deux fois plus élevé dans Saint-Sauveur comparativement à la Région Métropolitaine. Il subsiste également un écart négatif important entre le revenu médian de la population âgée de 15 ans et plus de Saint-Sauveur et celui de la Région Métropolitaine de Québec. Cet écart est évalué à plus de 10000\$ selon le recensement de 2006. Statistique Canada recense pour la même année 42,5% de personnes vivant sous le seuil de faible revenu<sup>15</sup> alors que ce taux est de 16% pour la région métropolitaine. En dépit des politiques de revitalisation des secteurs de la Basse-Ville, d'un recensement à l'autre, le portrait socioéconomique de Saint-Sauveur maintient ce quartier parmi les Zones défavorisées de Québec. Le Comité des citoyens et citoyennes du quartier Saint-Sauveur le désigne comme le nouveau centre de pauvreté qui « *surclasse tous les autres secteurs de Québec en fait de pauvreté* »<sup>16</sup>.

Par l'implantation d'un marché public dans Saint-Sauveur, le Collectif Fardoche veut contribuer à la *revitalisation* économique mais également à *la vie de quartier* dans Saint-Sauveur. La notion de revitalisation à laquelle fait référence notre étude s'articule autour de deux dimensions : 1) en relation directe avec le phénomène de *dévitilisation* impulsé par l'exode résidentiel et le déclin économique du quartier accentué dans les années 1960; 2) en lien avec les politiques mises de l'avant à partir du milieu des années 1970 dans un contexte de crise économique, lesquelles plaident pour des orientations de densification des espaces urbains afin de contrer l'étalement démographique dans les zones périphériques.

---

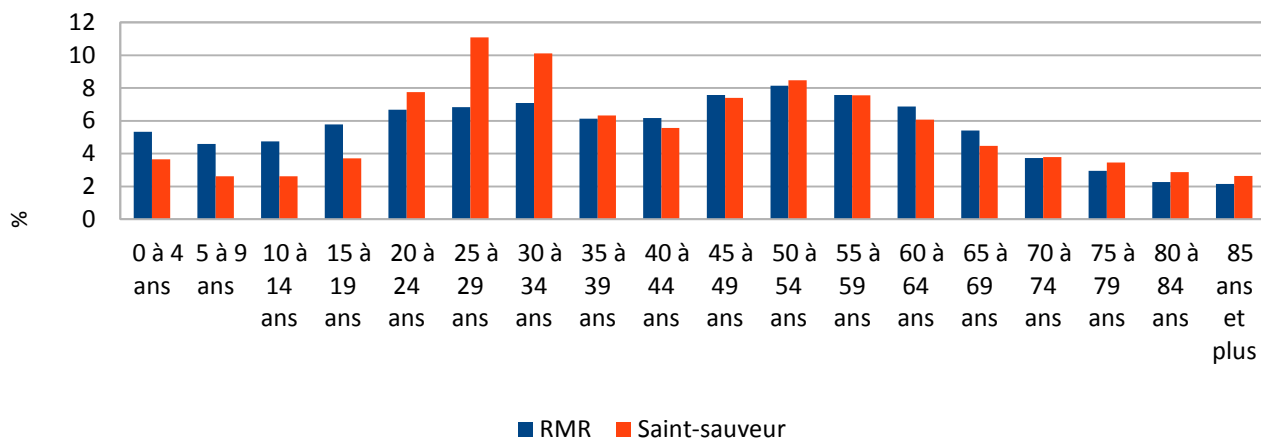
<sup>15</sup> « Les seuils de faible revenu (SFR) sont des limites de revenu en deçà duquel une famille est susceptible de consacrer une part plus importante de son revenu à l'achat de nécessités comme la nourriture, le logement et l'habillement qu'une famille moyenne » (Statistique Canada, 2010) rapporté dans le document de l'ATI précédemment cité.

<sup>16</sup> Comité des Citoyens et Citoyennes du quartier Saint-Sauveur, [en ligne], <http://www.cccqss.org/spip.php?rubrique9>.

## 5.2 Diversité sociale

Les paragraphes qui suivent présentent les données que nous avons relevées dans le rapport de la

### Répartition par classes d'âges des résidents du quartier Saint-Sauveur en 2011



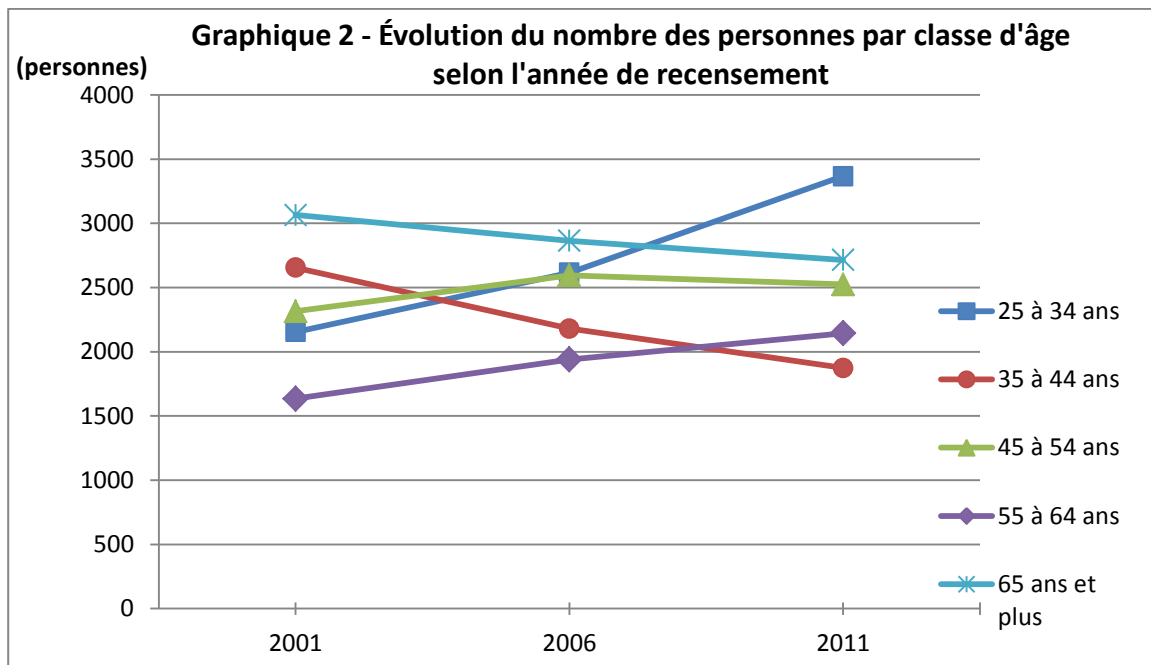
Corporation de développement économique communautaire (CDÉC)<sup>17</sup> et des recensements de 2006 et de 2011 de *Statistique Canada* pour caractériser la diversité sociale de la population du quartier Saint-Sauveur.

La fin des années 1990 est le moment d'un ralentissement de la décroissance démographique du quartier amorcée dans les années 1950. Au recensement de 2011, la population totale du quartier Saint-Sauveur était de 15880 habitants et globalement elle est plus jeune que celle de Région Métropolitaine de Recensement (RMR)<sup>18</sup>. Comme nous le pouvons constater sur le graphique suivant, les différences marquantes en termes de classe d'âge concernent les enfants de moins de 15 ans qui sont beaucoup moins nombreux dans le quartier Saint-Sauveur : ils ne représentent que 8,8% de la population totale alors que dans la RMR leur part est de 14,6%. Les personnes qui ont entre 25 et 34 ans correspondent à la classe d'âge la plus importante et elles sont nettement plus présentes en proportion dans Saint-Sauveur que dans la RMR, soit respectivement 11,2% contre 10,9% de la population totale. Enfin, nous pouvons relever que les personnes âgées de 65 ans et plus représentent 17,1% de la population de Saint-Sauveur et ce taux est proche de celui enregistré dans la RMR (16,4%).

<sup>17</sup> Organisme de mobilisation et de concertation des milieux visant la promotion et la mise en œuvre de projets de développement économique et social basé sur des principes de participation citoyenne.

<sup>18</sup> Selon Statistique Canada, la RMR de Québec compte 44 municipalités locales et 1 territoire amérindien dans 2 régions administratives, Québec et Chaudière-Appalaches.

Le graphique ci-dessous nous permet de constater l'écart entre différentes classes d'âge à partir des recensements de 2001, de 2006<sup>19</sup> et de 2011<sup>20</sup>, en termes de fluctuation.



Seul le nombre de résidents de 25 à 34 ans et celui des résidents de 55 à 64 ans est en croissance continue depuis une dizaine d'années dans le quartier Saint-Sauveur. Toutefois, l'augmentation de la classe d'âge des 25 à 34 ans se démarque et constitue en 2011 un écart positif de 4,4% par rapport au recensement de 2006 alors que l'écart de la classe d'âge des 55 à 64 ans n'est que de 2%. Avec les plans de revitalisation et de densification mis de l'avant par la Ville de Québec vers la fin des années 1990, les quartiers centraux de la basse-ville constituent des zones résidentielles de plus en plus attrayantes notamment pour la classe d'âge des 25 à 34 ans. Les jeunes de cette catégorie d'âge qui désirent résider au centre-ville trouvent dans les quartiers de la basse-ville un bon compromis du fait que les logements sont davantage abordables comparativement aux logements en haute-ville.

Les données sur la composition des ménages<sup>21</sup> montrent que les familles sont dans une proportion plus importante dans le quartier Saint-Sauveur que dans la RMR. Les familles sans enfant représentent la majorité des familles recensées dans le quartier (66%), les monoparentales, c'est-à-dire les familles constituées d'un seul parent avec au moins un enfant à charge, représentent 27,1% du total des familles recensées. Ces familles sont majoritairement des mères avec enfant. Ce taux affiche un écart positif de 11,5% avec celui de la RMR. Nous pouvons donc souligner la très faible proportion de couples avec enfants qui résident dans le quartier Saint-Sauveur.

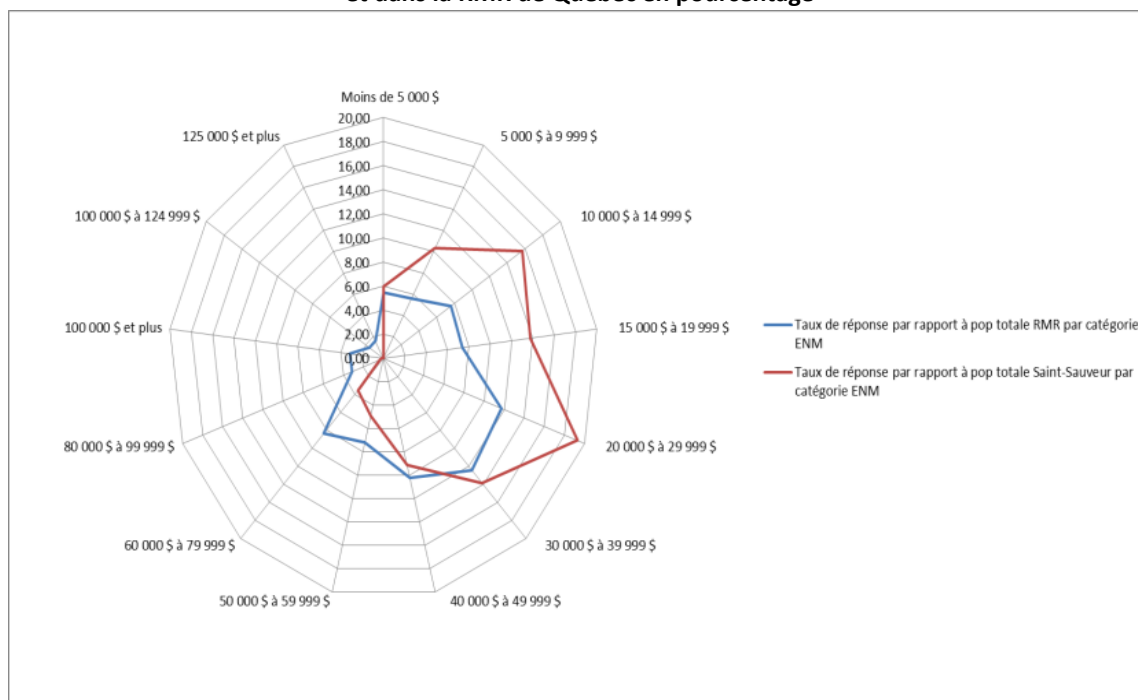
<sup>19</sup> Approche Territoriale Intégrée Saint-Sauveur, *Portrait du quartier Saint-Sauveur en matière de pauvreté et d'exclusion sociale*, <http://cdcdequebec.qc.ca/media/etude/11.pdf>.

<sup>20</sup> Approche Territoriale Intégrée Saint-Sauveur, *Étude comparative entre les besoins en main-d'œuvre des entrepreneurs et le profil sociodémographique et professionnel de la population du quartier. Résultats de l'enquête version longue*, octobre 2012.

<sup>21</sup> Selon Statistique Canada, un ménage est constitué de tous les individus occupant un seul logement.

Les ménages constitués d'une seule personne sont aussi en plus forte proportion dans Saint-Sauveur. La proportion d'immigrants<sup>22</sup> dans Saint-Sauveur est de 7,2%, ce qui représente presque le double du taux d'immigrants de la RMR. Relevons au passage que plus des deux tiers de ces immigrants sont des « minorités visibles »<sup>23</sup>, indices qui ne sont pas négligeables pour l'étude des habitudes de consommation.

**Répartition des revenus avant impôt par habitant dans le quartier Saint-Sauveur et dans la RMR de Québec en pourcentage**



Enfin, nous pouvons souligner que le taux d'activité, c'est-à-dire celui des personnes au travail ou à la recherche d'un emploi sur le nombre de personnes en âge de travailler<sup>24</sup>, se situe à 58,3% dans Saint-Sauveur contre 67,4% dans la RMR. Les personnes ne bénéficiant d'aucun revenu provenant d'un emploi ou de prestations de chômage sont donc relativement nombreuses dans Saint-Sauveur. Par ailleurs, les personnes qui sont inactives de façon temporaire sont en proportion deux fois plus importante dans Saint-Sauveur, représentant 9,1% des personnes actives comparativement à 4,6% pour la RMR. Sur le graphique suivant nous pouvons constater que les habitants avec un revenu inférieur à 30 000\$ annuel sont significativement plus présents en proportion dans Saint-Sauveur que dans l'ensemble de la RMR. Notons également qu'à partir de 40 000\$ et plus de revenu annuel avant impôt, la proportion d'habitants est systématiquement inférieure dans Saint-Sauveur et que le revenu semble ne pas dépasser la limite de 79 999\$ chez un nombre important de résidents.

<sup>22</sup> Les résultats présentés dans le document de l'ATI concernent les personnes désignées par Statistique Canada comme « minorités visibles ».

<sup>23</sup> Les minorités visibles sont identifiées par Statistique Canada comme les personnes autres que les Autochtones qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche, <http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/as-sa/99-010-x/99-010-x2011001-fra.cfm#a4>.

<sup>24</sup> Sont considérées personnes en âge de travailler celles de 15 ans et plus.

## Chapitre 6 : Les marchés publics au Québec

Jusqu'aux alentours des années 1950-1960, période pendant laquelle la ville subit de grandes transformations, les marchés publics représentaient un des principaux canaux de distribution et d'approvisionnement de produits alimentaires. Après cette période, le nombre de marchés publics va décroître et vers la fin des années 1970, on note un regain d'intérêt pour les marchés publics.

### *6.1 Les habitudes de consommation*

Au cours des années de l'après deuxième guerre mondiale, les pratiques de consommation domestique ont déjà subi quelques changements puisque les commerces d'alimentation sont de plus en plus nombreux et les produits manufacturés sont de plus en plus accessibles. Les familles délaissent donc l'agriculture ou l'élevage de l'arrière-cour pour se tourner vers les épiceries du coin. Bien que les résidents du quartier Saint-Sauveur étaient de condition modeste, les commerçants usaient de différentes stratégies qui permettaient aux résidents les moins aisés d'accéder tout de même aux achats de certains produits comme notamment la vente des retailles en boulangerie-pâtisserie ou la vente de produits moins esthétiques à moindre coût et bien sûr la possibilité d'acheter à crédit. L'achat des produits alimentaires à crédit constituait d'ailleurs une pratique généralisée (Gilbert, 2011) comparativement aux biens immobiliers dont l'acquisition à crédit suscitait encore de la méfiance. Nous notons dans cette pratique de crédit pour les achats alimentaires plus répandue et plus acceptée un élément essentiel : la proximité. Comme nous le disions, les commerces étaient en assez grand nombre de sorte que faire ses courses correspondait généralement à se rendre au coin de la rue et cette proximité du lieu physique favorisait le lien de confiance entre le commerçant et le client dans le sens où commerçants et clients pouvaient être par ailleurs voisins, ou à tout le moins résidents du quartier. Les échanges entre commerçants et clients dépassaient le contexte purement commercial dans le sens où la conversation pouvait être liée à des aspects plus intimes tels que la famille, les voisins ou encore à propos de tout autre sujet relatif aux événements du quartier. Dans un tel contexte de proximité, le parent, le voisin, l'ami ou simplement le résident du quartier engageait sa réputation lors d'une telle entente. Le non-respect de cet engagement pouvait conduire à une certaine forme d'exclusion du réseau social.

Parmi les nombreux petits commerces d'alimentation qu'on dénombrait dans Saint-Sauveur figurait également comme lieu d'approvisionnement en alimentation le marché public, lequel constituait d'ailleurs le principal canal d'approvisionnement alimentaire en ville jusqu'au début du XX<sup>e</sup> siècle<sup>25</sup>. Avant la disparition progressive des marchés publics dans l'espace urbain dans la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle, il existait un marché public pratiquement dans tous les quartiers de la Basse-Ville de Québec. Celui de Saint-Sauveur, le Marché Saint-Pierre, prenait place sur le lieu actuel du Centre Durocher et dès 1888, une halle fut construite pour abriter le marché public<sup>26</sup>. Un certain nombre d'éléments expliquent le nombre important de marchés publics en milieu urbain avant l'arrivée des équipements technologiques qui vont

---

<sup>25</sup> Gilbert Dale, o.p. cit.

<sup>26</sup> Louise Mercier, « Autrefois, les marchés de Québec », *Continuité*, No 98, 2003, pp. 44-46.

pénétrer les foyers québécois à partir des années 1920<sup>27</sup> tels que le réfrigérateur : par exemple l'occasion d'accéder à des produits variés et frais qu'on ne pouvait stocker chez soi. Des produits dont le prix pouvait être négocié parce qu'ils pouvaient être mis en concurrence directe. Pour les producteurs, cela représentait l'occasion d'écouler d'éventuels surplus en ayant accès à un plus grand nombre de consommateurs. Le marché Saint-Pierre prit fin en 1945, à la suite d'un incendie, et depuis, la ville n'avait jamais reconduit une autorisation pour un tel projet.

## 6.2 Un circuit de distribution en expansion

Le nombre de marchés publics en alimentation diverse (fruits, légumes, viandes...) a fortement décliné à partir des années 1950 avec l'exode résidentiel, une politique de restructuration du développement urbain et la prolifération d'autres lieux d'approvisionnements tels que les supermarchés. Depuis environ une dizaine d'années, on note un regain d'intérêt pour les marchés publics tant de la part des consommateurs que des producteurs maraîchers. Selon une étude réalisée par AGÉCO en 2007<sup>28</sup> au profit de la Fédération des producteurs maraîchers du Québec, sur 308 entreprises de production maraîchère interrogées, 20% des producteurs présentent un intérêt pour le marché public comme canal de distribution. Nous pouvons souligner à ce titre que 14% des producteurs interrogés n'utilisent que le marché public comme moyen de distribution. Parallèlement, selon une enquête réalisée auprès de 1000 Québécois en 2011<sup>29</sup>, 69,1% des personnes interrogées avaient fréquenté au moins une fois un marché public et 59,5% d'entre elles ont fréquenté un marché public plus d'une fois. D'autre part, à des degrés variables, les marchés publics sont des initiatives soutenues par les politiques dans la mesure où elles répondent à un certain nombre d'objectifs, notamment en matière de santé publique ou de préoccupations écologiques. Nous pouvons citer à ce titre le *Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids* (2006-2012) qui fait état de l'importance de l'alimentation de proximité pour favoriser l'approvisionnement en produits frais et sensibiliser les consommateurs à la saine alimentation<sup>30</sup>. Nous pouvons également citer le *Programme national de santé publique 2003-2012*<sup>31</sup> qui vise l'amélioration de la santé et du bien-être de la population. Dans le cadre de ce programme, parmi les stratégies d'intervention en vue d'atteindre les objectifs, on peut lire entre autres:

---

<sup>27</sup> Suzanne Marchand, « L'impact des innovations technologiques sur la vie quotidienne des Québécoises du début du XXe siècle (1910-1940) », *Revue de la culture matérielle*, [En ligne] <http://www.journals.hil.unb.ca/index.php/MCR/article/view/17352/18627>, (page consultée le 30 octobre 2013).

<sup>28</sup> Groupe AGÉCO, « Portrait et priorités du secteur maraîcher Québécois », [En ligne], [http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Portrait\\_secteurmaraicher.pdf](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Portrait_secteurmaraicher.pdf), (page consultée le 30 octobre 2013).

<sup>29</sup> AMPQ, « Développement de concepts de marchés publics agroalimentaires, synthèse de l'étude », [En ligne], 2011, [http://www.ampq.ca/pdf/03\\_AMPQ\\_Rapport\\_synthese\\_developpement\\_concept.pdf](http://www.ampq.ca/pdf/03_AMPQ_Rapport_synthese_developpement_concept.pdf), (page consultée le 16 septembre 2013).

<sup>30</sup> Institut national de santé publique du Québec, « Perspectives d'achat local pour les organismes publics québécois et les municipalités une analyse juridique », [En ligne], 2009, [http://www.inspq.qc.ca/pdf/publications/998\\_PerspecAchatLocal.pdf](http://www.inspq.qc.ca/pdf/publications/998_PerspecAchatLocal.pdf), (page consultée le 30 octobre 2013).

<sup>31</sup> MSSS, « Programme national de santé publique 2003-2012 », [En ligne], 2008, <http://www.publications.msss.gouv.qc.ca/acrobat/f/documentation/2008/08-216-01.pdf>, (page consultée le 30 octobre 2013).

- Soutenir le développement de la communauté
- Soutenir les groupes vulnérables

L'implantation d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur correspondrait aux quelques critères mentionnés ci-dessus : le marché public de Saint-Sauveur reçoit l'appui des organismes communautaires du quartier (Centre Durocher, CCCQSS), vise à participer au développement de la communauté en diversifiant les lieux d'approvisionnements alimentaires de même qu'à contribuer à l'adoption de saines habitudes de vie chez les résidents du quartier par la consommation plus régulière de fruits et légumes.

### *6.3 Les expériences de marché public*

Selon les données disponibles sur le site Internet du MAPAQ et de l'AMPQ, on dénombre environ soixante-dix-sept marchés publics au Québec dont neuf dans la Capitale Nationale. Durant la Semaine Québécoise des marchés publics qui s'est déroulée du 16 au 25 août 2013 à travers la province, ce sont huit marchés publics à Québec qui ont participé à l'évènement dont celui de Saint-Sauveur (sous forme de projet pilote). À l'exception du marché du Vieux Port de Québec, tous les marchés publics de la Capitale Nationale sont des marchés saisonniers. Les expériences de marché public québécois ne sont toutefois pas toutes des réussites permanentes : Vincent Champagne rapportait pour Radio-Canada le 17 juillet 2013<sup>32</sup> la fermeture de six marchés publics sur la rive-nord de Montréal durant les trois dernières années. Dans la région de Québec, nous pouvons noter les difficultés qu'a rencontré la Corporation des gens d'affaires du centre-ville de Québec (CGACVQ) en 2004 dans leur volonté d'implanter un marché public central dans la Basse-Ville de Québec, à l'angle des boulevards Langelier et Charest entre le quartier Saint-Roch et Saint-Sauveur. Les raisons qui font qu'un marché public réussisse à s'implanter sur le long terme ou soit confronté à un échec sont multiples et ont fait l'objet d'une étude précise à l'initiative de l'AMPQ.

L'AMPQ distingue trois types de marchés publics, le marché urbain saisonnier, le marché urbain permanent et le marché rural saisonnier qui requièrent chacun une approche différente dans leur réalisation. Le type de marché que le Collectif Fardoche souhaite réaliser étant un marché urbain saisonnier, celui-ci devrait idéalement desservir une population de 30 000 habitants dans un rayon de 15 kilomètres. Cependant, quel que soit le type de marché public dont il est question, il est nécessaire selon l'AMPQ de procéder à une étude de marché préalable afin de « s'assurer d'un équilibre entre l'offre de produits et la demande des consommateurs dans la région, tout en considérant la concurrence directe et indirecte au nouveau projet<sup>33</sup> ». L'AMPQ propose donc un canevas général afin que tous les aspects techniques et formels soient pris en considération avant le démarrage d'un marché public, mais il demeure des conditions négligées ou imprévisibles qui peuvent en influencer la viabilité. Le marché public de

<sup>32</sup> Vincent Champagne, « La difficile survie des marchés publics de la Rive-Nord », [En ligne], 2013, <http://www.blogues.radio-canada.ca/rive-nord/2013/07/17/fermeture-marches-publics/>, (page consultée le 30 octobre 2013).

<sup>33</sup> AMPQ, « Outils de gestion canevas d'étude de marché nouveaux marchés publics au Québec », [En ligne], 2011, [http://www.ampq.ca/pdf/ampq\\_Canevas\\_d\\_etude\\_de\\_marche.pdf](http://www.ampq.ca/pdf/ampq_Canevas_d_etude_de_marche.pdf), (page consultée le 16 septembre 2013).

Repentigny a dû faire face à une transformation physique des infrastructures où se déroulait le marché et le marché d'Oka a vu sa clientèle décliner radicalement dès la deuxième année d'activité sans que les organisateurs et les producteurs puissent réellement saisir ce qui a pu susciter le désintérêt des consommateurs. L'AMPQ identifie cinq étapes importantes précédant le démarrage d'un marché public<sup>34</sup>:

1. Définition du type de marché public
2. Évaluer l'offre de producteurs dans la région
3. Évaluer la demande pour un marché public
4. Évaluer la concurrence
5. Rédiger un rapport des résultats

Ce rapport constituera un élément justificatif lors des demandes de subventions auprès des différents organismes et partenaires du projet dont la Direction Régionale du MAPAQ. La présente étude ne peut correspondre à un tel rapport dans toute sa complexité et les résultats de notre enquête doivent être interprétés avec beaucoup de prudence compte tenu que notre échantillon ne représente qu'un faible pourcentage de la population totale du quartier Saint-Sauveur. Certains chercheurs considèrent en effet, qu'en dessous de 50 cas, l'échantillon présente une trop grande marge d'erreur<sup>35</sup>. En raison du temps et du budget dont nous disposons, notre étude ne considèrera pas les aspects correspondant à l'offre des producteurs de la région ainsi que ceux liés à la concurrence.

#### *6.4 L'expérience des gestionnaires*

Le rapport synthèse de l'AMPQ mentionné ci-dessus révèle des caractéristiques générales recueillies auprès de trente gestionnaires de marchés publics membres et non-membres de l'AMPQ. Il apparaît que les principaux éléments de réussite d'un marché public sont, de l'avis des gestionnaires :

- ✓ Un emplacement visible et accessible de préférence à pied ou en très peu de temps
- ✓ Un nombre suffisant de consommateurs et de producteurs
- ✓ Le support des intervenants politiques et communautaires
- ✓ Un gestionnaire du marché ayant une vision claire à long terme et s'assurant de la collaboration des producteurs

Selon les gestionnaires, les consommateurs recherchent essentiellement des produits variés, de qualité, frais, de provenance locale ou régionale. De plus, chaque marché possède ses propres caractéristiques qui vont le définir et le distinguer des autres marchés. Il est donc erroné, selon Mme Brodeur, coordonnatrice au marché public de Sainte-Foy qui existe depuis 1975, de comparer ce dernier à celui du Vieux-Port de Québec, étant donné que le marché de Sainte-Foy « cible spécifiquement le secteur agroalimentaire et est fréquenté par une clientèle très locale<sup>36</sup> ». Au marché public de Val-Bélair, en plus des étals plus

<sup>34</sup> Voir AMPQ, « Développement de concepts de marchés publics agroalimentaires, synthèse de l'étude » référencé ci-dessus.

<sup>35</sup> William Fox, « Statistiques sociales », Presses de l'Université Laval, 1999, p. 41.

<sup>36</sup> Tiré d'un article du Soleil, « Marchés publics : de la ferme à la ville », [En ligne], 2013, <http://www.lapresse.ca/le-soleil/vivre-ici/alimentation/201308/15/01-4680325-marches-publics-de-la-ferme-a-la-ville.php>, (page consultée le 31 octobre 2013).

traditionnels de fruits et légumes, il est possible de se procurer des spécialités culinaires telles que du Pain fait selon les coutumes belges ou encore des biscuits maison d'origine argentine<sup>37</sup>. Nous pouvons enfin citer comme exemple le marché du Vieux-Port de Québec qui a fêté en 2008 son soixante-dixième anniversaire et qui est ouvert à l'année depuis 1997. La longévité du marché du Vieux-Port de Québec s'explique par le fait qu'il a su diversifier dans le temps l'offre de produits en tenant compte de la demande avec notamment un volet plus spécifique dans le cadre des fêtes de Noël<sup>38</sup>. En bref, nous pouvons dire qu'en plus des légumes et fruits traditionnellement offerts dans les marchés publics, les produits atypiques de transformation agroalimentaire peuvent être des valeurs ajoutées dans le succès d'un marché public.

### *6.5 L'expérience des consommateurs*

En référence au document de l'AMPQ dont il est question, nous pouvons relever quatre éléments spécifiques désignés par les personnes interrogées lors de cette enquête concernant les raisons pour lesquelles celles-ci fréquentaient un marché public. Les motifs sont en ordre d'importance :

- Pour l'achat occasionnel de fruits et légumes frais (66,6% des répondants)
- Par plaisir (53,7% des répondants)
- Pour l'achat régulier de fruits et légumes frais (52,9%)
- Pour l'achat de produits locaux et/ou du terroir (52%)

Nous pouvons dire que cela confirme le point de vue des gestionnaires selon lequel les consommateurs recherchent d'abord et avant tout des fruits et des légumes frais produits localement sans toutefois négliger les produits du terroir qui se réfèrent généralement aux produits transformés. Les participants avaient à se prononcer également sur les éléments qu'ils avaient préférés au marché public et les éléments qu'ils jugeaient les plus importants dans un marché public. Il est intéressant de constater que ce qu'ils ont préféré lors de leurs expériences était la fraîcheur et la qualité des produits pour 50,9% des répondants et que ces mêmes éléments sont les plus importants auxquels ils s'attendent pour plus de 70% d'entre eux. En revanche, les consommateurs disent dans une proportion de 21,3% s'attendre à une « ambiance » derrière des éléments ayant trait à la qualité, la fraîcheur et la variété, alors que plus d'un tiers d'entre eux ont préféré l'ambiance au moment où ils ont fréquenté un marché public. Nous pouvons dire que sans pour autant avoir accordé une grande importance à l'ambiance avant de se rendre à un marché public, l'atmosphère qui y régnait lors de leur présence au marché est le deuxième élément qui a retenu l'attention des répondants avant la variété des produits ou même l'achat de produits locaux. Les personnes interrogées étaient majoritairement des adultes sans enfant à la maison dont le revenu familial avant impôts se situait entre 20 000 et 39 999\$. Dans l'« Étude sur les impacts économiques des marchés publics agroalimentaires québécois<sup>39</sup> », il apparaît qu'en moyenne, les personnes qui ont fréquenté les marchés

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Voir site du marché du Vieux-Port de Québec, [En ligne], <http://www.marchevieuxport.com/>, (page consultée le 31 octobre 2013).

<sup>39</sup> AMPQ, « Étude sur les impacts économiques des marchés publics agroalimentaires québécois », [En ligne], 2011, [http://www.ampq.ca/pdf/02\\_AMPQ\\_Rapport\\_synthese\\_etude\\_impacts\\_economiques.pdf](http://www.ampq.ca/pdf/02_AMPQ_Rapport_synthese_etude_impacts_economiques.pdf), (page consultée le 31 octobre 2013).

publics au cours de l'année 2010 ont dépensé 252\$ dont 160\$ strictement dans l'achat de fruits et légumes. Enfin, pour conclure cette brève présentation des pratiques de marché public, notons qu'au cours de cette même enquête, trois personnes sur cinq qui ont fréquenté un marché public y ont fait des achats impulsifs c'est-à-dire des achats réalisés lors des flâneries sur le site en visitant les étals un peu au hasard.

## Chapitre 7 : Habitudes d’approvisionnement et de l’intérêt pour le marché

Les entretiens nous ont permis de voir comment les habitants du quartier constituant notre échantillon définissent ce que nous pouvons appeler la vie de quartier. Concrètement, celle-ci semble se définir autour de deux axes : celui des situations de voisinage et celui des situations de coprésence en des lieux rassembleurs. Abordons ici ces deux axes au travers des idéaux-types que nous avons définis.

### *7.1 Vie de quartier et situations de voisinage*

Les situations de voisinage peuvent prendre diverses formes. On peut tout d’abord évoquer celles advenant lors de trajets piétonniers entre différents commerces, ou au retour des commissions, ou en allant ou revenant des lieux de travail. Ce type de situation est, semble-t-il, marqué par la répétition et la brièveté des interactions. Généralement, ces situations peuvent simplement se limiter à la vue de l’autre (partagée ou non) mais aussi susciter des interactions teintées de convention.

Ainsi, de par la répétition des trajets, les habitants peuvent se reconnaître sans nécessairement se connaître au-delà de cela, bien que cette situation puisse advenir lorsqu’elle suscite des rencontres appartenant au domaine de la socialité primaire : ami(e)s, famille, etc. Sur ce premier point, soulignons toutefois que, pour les répondants, ce type de socialité a trait davantage à la famille qu’aux ami(e)s. S’il est, semble-t-il, fréquent que nos enquêtés aient de la famille au sein même du quartier, nous pouvons remarquer que cela est plus rare lorsqu’il s’agit des ami(e)s. Cela paraît être dû à un attachement au quartier découlant de la volonté de rester dans son quartier tout en étant proche de sa famille. A contrario, on peut souligner la fréquence avec laquelle les ami(e)s et fréquentations des répondants résidant en dehors du quartier semblent peu « séduits » à l’idée de venir s’installer à Saint-Sauveur étant donné l’image péjorative accolée au quartier, cependant unanimement déniée par l’ensemble des participants à l’étude.

Globalement, nous pouvons remarquer que la reconnaissance de l’autre qu’entraînent les trajets piétonniers participe à rompre l’anonymat entre voisins ou personnes fréquentant au quotidien les mêmes sphères de proximité. Pour ceux-là, ces trajets répétés effectués entre le domicile et différents points accessibles grâce à la marche à pieds ne peuvent être assurément effectués en étant délesté de leur identité individuelle, comme cela peut être le cas dans des lieux de passage en quelque sorte non-privatisés. Cette dimension est importante, car la répétition des trajets piétonniers participe à la privatisation du quartier et favorise des situations de coprésence participant à un sentiment d’appartenance à une collectivité.

La situation dépeinte ci-dessus, fonde une représentation du quartier comme un lieu où, comme le dit Pierre Mayol, chaque habitant, lorsqu’il sort dans la rue, « court en permanence le risque d’être reconnu » et où, les individus se voient, de par ce qu’impose l’espace, obligés à la proximité tout en voyant leurs actions dirigées par des motivations individuelles. Cette citation d’une participante illustre

notre idéal-type mémoriel : on peut voir que la vie de quartier est perçue ici sur le mode d'une construction d'une identité commune :

**Caroline** : « *[la vie de quartier] elle est tissée de relations de voisinage, puis de gens qui se rencontrent en faisant leurs courses, justement à pied, comme ça justement, tu rencontres les gens sur la rue [...] après y'a des relations de cours, d'arbre...* »

Ces situations de voisinage peuvent également advenir lorsque les habitants sont amenés à se rencontrer de par la proximité de leurs habitats respectifs, notamment lorsque les habitants sont amenés à faire du déneigement (automobile, porte ou autre), ou bien afin de faire rentrer leur automobile dans les cours intérieures. Les animaux domestiques peuvent également être objets d'échanges entre voisins. Enfin, l'été peut occasionner des « relations de balcon » ou « de cour » où l'on se côtoie dans un esprit de cordialité. Il peut ainsi en découler des situations où les individus sont amenés à s'entraider ou à s'échanger des cordialités. Ces situations semblent contribuer à renforcer un sentiment d'appartenance commune au quartier, à dessiner une identité de quartier. Ce type de situation n'est pas tant dirigé en fonction d'une recherche d'expériences sensorielles, de profit économique ou en fonction de valeurs écologiques : elles résultent de la répétition s'instaurant dans le temps, de l'habitude et de l'interconnaissance qui en résulte. Dans une certaine mesure, elles témoignent d'une logique de contrat tacite entre les habitants que révèlent les situations d'entre-aides et autres règles de convenance, comme illustré ci-dessous avec une citation que nous pouvons classer au sein de l'idéal-type mémoriel :

**Rachel** : « *[J'aide] les gens à se déneiger parce que la petite madame en face, elle aide un monsieur de 40 ans qui habite en face, et puis elle a des ennuis parce qu'elle a genre 80 ans... Et puis, moi j'étais allée aider la madame de 80 ans qui aide le monsieur [...] Eux me sourient tout le temps [et c'est souvent] « bonjour, ça va bien mademoiselle? - Oui! Ah vous, vous avez un parking ? Nous, non! » [...] Mais tu sais, c'est plus du voisinage qui [n'] implique pas de s'investir dans une activité communautaire* »

## 7.2 Des situations de coprésence

Selon les participants, les lieux de co-présence semblent peu nombreux au sein du quartier Saint-Sauveur. Le Centre Durocher est généralement évoqué comme étant ce qui constituerait un lieu rassembleur significatif, bien qu'il semble être perçu comme regroupant une minorité que l'on pourrait qualifier de « communautaire », de plutôt « âgée » et inscrite dans une vie associative coûteuse en temps. Plus rarement, le Patro Laval est lui aussi évoqué en tant que lieu rassembleur. On peut faire l'hypothèse que ces lieux participent également à affermir une identité collective au sein du quartier, mais avant tout pour des franges de la population du quartier relativement délimitées.

Au-delà de ces deux exemples, on peut également souligner que les saisons ont leur importance, notamment avec les parcs et autres espaces publics pouvant favoriser les rencontres. Parmi eux, on peut

évoquer le parc Victoria, au nord du quartier ainsi que le parc Durocher. Dans cette optique, les lieux rassembleurs participent avant tout eux aussi à la fabrique d'une identité collective : nous sommes ici encore une fois au sein du type mémoriel :

**David** : « *au parc Durocher, l'été c'est fou, tu y vas l'hiver ou n'importe quoi, et puis y'en n'a du monde, les gens vont parler là, les vieux, les vieilles [...] tu vas voir y'a toujours une petite affaire qui se fait là* ».

Les deux dimensions de la vie de quartier que nous venons de caractériser mettent ici en évidence ce qui nous semble être un trait caractéristique de ce que nous pouvons désigner comme étant un quartier dans une optique sociologique. Ce trait caractéristique est que quel que soit le degré avec lequel les individus peuvent reconnaître et se faire reconnaître par l'autre, la répétition des situations de coprésence fait que les habitants évoluant sur ces lignes de trajets et dans ces sphères de proximité ne sont jamais complètement anonymes.

On peut estimer que le projet du Collectif Fardoche qui est de mettre en place un Marché Public recouvre les deux dimensions de la vie de quartier que nous venons d'évoquer. Il serait à la fois lieu rassembleur et vecteur de situation de voisinage périphérique. De ce point de vue, le marché Saint-Sauveur peut sembler constituer un élément favorable à ce que nous avons désigné comme étant la privatisation du quartier ou, autrement dit, être vecteur d'unification du quartier à travers l'affermissement d'un sentiment de collectivité ou, possiblement, d'une affirmation du quartier Saint-Sauveur en tant que référent identitaire.

En ce qui concerne plus particulièrement la question des trajets, on pourra souligner ici concrètement qu'en tant que lieu d'approvisionnement local, le marché pourrait occasionner davantage de trajets d'approvisionnements au sein même du quartier. La mobilité des habitants du quartier pour s'approvisionner se dirige seulement (ou presque) en dehors du quartier comme c'est le cas avec la majorité des trajets d'approvisionnement effectués par les participants.

En ce qui concerne le marché en tant que lieu d'approvisionnement rassembleur, il semblerait que celui-ci puisse être attractif pour les habitants du quartier afin d'avoir accès en un même lieu à des produits pour lesquels ils multiplient habituellement les trajets vers des lieux dispersés le plus souvent en dehors du quartier.

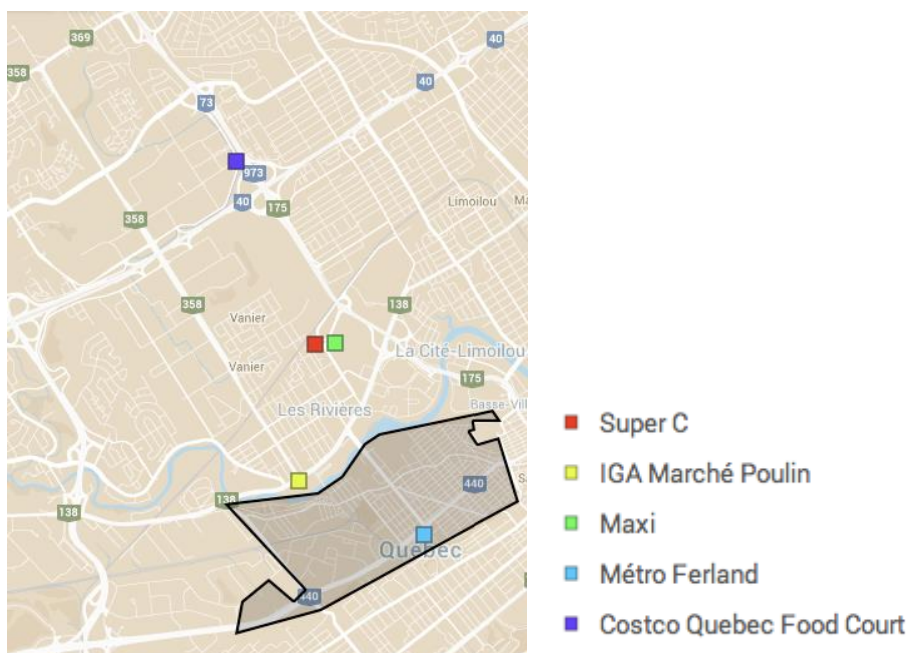
### 7.3 Les lieux d'approvisionnement

Comme nous venons de le souligner, les lieux d'approvisionnement habituels des répondants sont relativement dispersés et répondent à des critères variant d'un lieu à un autre. Au-delà de la question de la mobilité que nous venons d'évoquer, il nous faut spécifier les différents types de besoin auxquels répondent ces différents lieux. Les entretiens nous permettent d'ordonner ces différents types de besoin auxquels répondent les différents lieux d'approvisionnement des répondants.

La section suivante complexifie cette idée de lieu d'approvisionnement au prisme du type de relation marchande que l'on peut y retrouver en s'en tenant à ce que nous en disent les participants. Soulignons d'emblée qu'il est possible de différencier deux catégories de relation marchande évoquées lors des entretiens. Le lien marchand rattaché aux lieux d'approvisionnement n'est pas quelque chose d'univoque. Pour cette raison, différencions ici les lieux d'approvisionnement à type de relation marchande impersonnelle de ceux à type de relation interpersonnelle.

#### 7.3.1 La relation marchande impersonnelle

Carte 1 : distribution géographique des lieux d'approvisionnement alimentaire de type grande-distribution fréquentés par les répondants



Tout d'abord, comme on pouvait s'y attendre, les lieux d'approvisionnement de type « grande-distribution » sont des lieux tout à fait incontournables dès qu'il s'agit d'approvisionnement alimentaire.

De plus, les entretiens réalisés permettent de les identifier comme étant des lieux où la relation marchande semble pouvoir être qualifiée d'impersonnelle.

Compte tenu de ce que nous avons dit plus haut concernant le rôle de la marche à pied dans la privatisation du quartier, la première chose qu'il convient de remarquer ici est que ces lieux sont le plus souvent susceptibles d'être rejoints par l'usage de l'automobile. Comme l'illustre la carte ci-dessus, on peut remarquer que cela est dû en partie au fait que ces lieux, à l'exception du Métro Ferland, sont situés en dehors du quartier et à une distance relativement éloignée pour un piéton.

Deuxièmement, ces lieux semblent répondre à des besoins « de base » en termes d'alimentation : ils intéressent les répondants parce qu'ils concentrent en un même point un large éventail de produits alimentaires essentiels dans leur alimentation, mais également des produits pour « la maison » : on voit ici apparaître des motivations correspondant tout particulièrement à notre idéal-type économique traduisant une recherche de maximisation de l'utilité :

**Rachel :** « *On va au Métro pour acheter tout ce qui est grosso-modo : bouffe, genre jus... [...]*

**Raymond :** « *Ouais, genre céréales, lait, beurre de peanuts. Mayo, ketchup... [...] Métro c'est un peu plus la liste des produits qu'on doit acheter chaque semaine [...] quand [on va] au Métro, c'est pour [la] semaine là, tu sais...».*

Ces commerces sont ainsi des lieux où les habitants sont amenés à retourner régulièrement pour repartir avec des quantités de marchandises qui justifient l'usage de l'automobile et ne facilitent pas la marche à pieds.

Au-delà de la concentration des produits eux-mêmes, la carte ci-dessus illustre également le fait que ces lieux sont concentrés autour des principaux axes routiers environnant le quartier, ce qui facilite leur accès et va dans le sens d'une maximisation du rapport entre coût (ou temps escompté) et bénéfice retiré.

Ces différents facteurs rejoignent notre hypothèse selon laquelle les lieux d'approvisionnement de type « grande distribution » répondent avant tout à une maximisation de l'utilité pour les acteurs. Cette logique est illustrée par le mode de déplacement privilégié afin de se rendre sur les lieux. Sous cet angle, l'automobile répond donc à une minimisation du temps de trajet tout en s'accordant à une maximisation de l'utilité du temps alloué à l'approvisionnement dans ce type de commerce. Dans cette même logique, lorsque ces lieux sont évoqués, il est presque exclusivement question des produits en eux-mêmes, mais aussi de l'accessibilité de ces lieux et de leur cadre matériel.

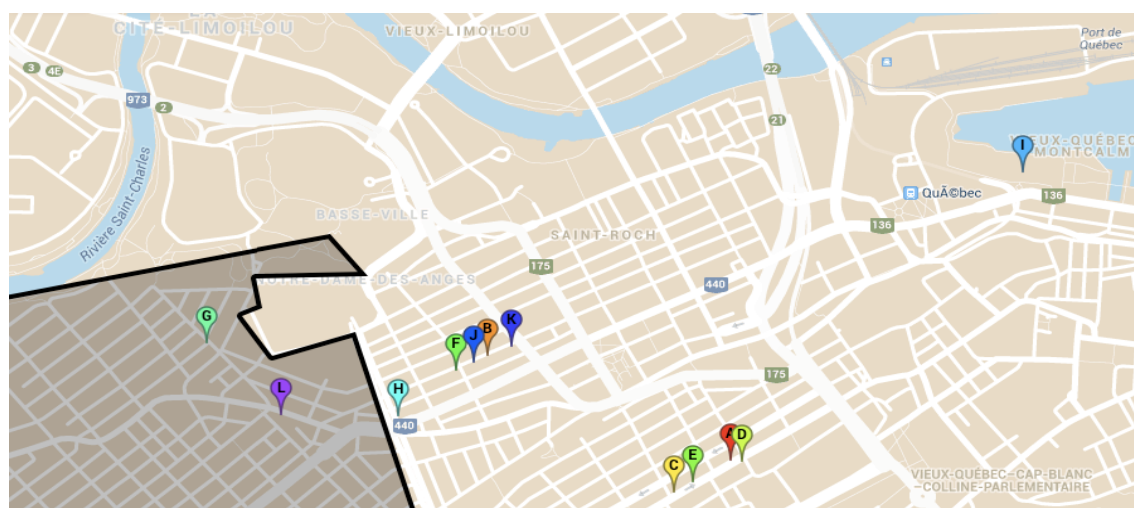
Ceci tend à valider notre postulat selon lequel la relation marchande serait alors ici de type impersonnel. A posteriori, les entretiens réalisés tendent à mettre en évidence le fait que la relation marchande dans ce type de lieux d'approvisionnement n'est pas une évidence en soi tant elle semble

objectivée par l'argent. S'il nous est possible de parler ici d'une relation marchande, les entretiens soulignent son absence dans les discours. Impersonnelle, cette relation ne semble être qu'uniquement conditionnée par l'argent. Il ne semble être ici question que de praticité : le type de lieux en question est avant tout fonctionnel, il semble avant tout répondre à des choix rationalisés que l'on pourrait qualifier d'utilitaristes, tandis que dans le même temps « le/la marchand(e) » demeure ou se rend invisible : nous sommes toujours ici dans un discours appartenant à l'idéal-type économique :

**Karl :** « le Métro il en a dans toutes les villes. [...] chez Métro les pizza sont à la même place, les papiers toilettes sont à la même place... Ce n'est pas unique, je ne sais pas... ».

### 7.3.2 La relation marchande interpersonnelle

Carte 2 : distribution géographique des lieux d'approvisionnement alimentaire de type commerces de proximité fréquentés par les participants.



- |                                |  |
|--------------------------------|--|
| A Le Crac - Aliments sains     | G Alimentation Ga Ratté                |
| B Boucherie Eumatimi           | H Tam Tam Café                         |
| C Boucherie W E Begin Inc      | I Marché du Vieux-Port de Québec       |
| D Epicerie J A Moisan          | J JEF Poissonnerie Prêt à Manger       |
| E Epicerie Européenne Inc.     | K Boulangerie Artisanale La Boîte à P. |
| F Coopérative Les Grands Rangs | L Pied Bleu                            |

Il semblerait que nous pouvons regrouper ici des lieux d'approvisionnement laissant davantage de place à une relation interpersonnelle, de personne à personne. À l'analyse des entretiens, nous pouvons remarquer que ces lieux n'appartiennent pas au domaine de la grande distribution et se définissent

davantage par la spécificité des produits que l'on peut y retrouver : la boulangerie, la poissonnerie, la boucherie, etc. Contrairement à la grande distribution à laquelle nous avons accolé notre idéal-type économique, il convient ici de souligner que les discours ayant trait aux commerces de proximité s'inscrivent davantage dans des types écologiques et sensoriels. L'exemple ci-dessous illustre le type sensoriel : il dépeint la recherche de produits spécifiques et de qualité, et s'oppose ainsi à la grande distribution. Les produits sont désignés avec une plus grande précision et dépeignent un intérêt pour une alimentation « réfléchi » et relativement soignée : l'alimentation n'est pas laissée au hasard, et son approvisionnement laisse entrevoir davantage la personnalisation de ces lieux. Ils se différencient plus clairement que les lieux appartenant à la grande distribution, étant davantage « uniques » que le Métro décrit par Karl précédemment :

**Karl** : « *On s'en va à la boulangerie pour acheter du pain. Le poisson, si on veut s'acheter un bon poisson, on s'en va à la poissonnerie. Souvent, la viande, on va l'acheter chez le boucher là [...] Si j'veux acheter une saucisse, je n'achèterais pas un paquet de saucisse à huit pièces au Métro, moi, non... la saucisse, t'sé là... c'est officiel que j'irais chez le saucissier* ».

Il convient de souligner que ce type d'approvisionnement, en raison du coût monétaire qu'il suggère, ne peut pas être partagé également par l'ensemble des habitants du quartier : des discours s'inscrivant davantage dans un type économique peuvent ainsi davantage traduire une moindre fréquentation de ce type de lieux. L'intérêt privilégié pour ce type de lieux et ce type de produits peut être ainsi corrélé au budget. Le gain sensoriel ou écologique escompté dans ce type de lieux d'approvisionnement dépend fortement des conditions de possibilités offertes par le budget des ménages : adopter des discours de ce type et le mettre en pratique a un coût monétaire.

Enfin, lorsque ces lieux sont évoqués, il n'est pas seulement question des produits au sens strict ou du cadre matériel. Il est souvent question de la relation marchande en elle-même, contrairement à notre précédente catégorie où la relation marchande n'était jamais évoquée. Des discours appartenant à notre idéal-type mémoriel peuvent là aussi ressortir lorsqu'il est question de la relation marchande. La relation marchande peut dans cette pratique participer à l'affermissement d'une identité propre au quartier :

**David** : « *Tu sais Eumatimi, je connais le nom [de] la propriétaire [...] tu sais on se prend de nos nouvelles, on se dit des blagues [...] enfin, c'est [de la] sympathie tu sais, c'est des discussions de sympathie* ».

Si, comme nous l'avons souligné, ces lieux spécifiques sont généralement décrits comme étant « plus chers », il convient de souligner que certains participants se disent parfois prêts à payer « plus cher », et ce en vertu de valeurs écologiques. Ainsi, nous pouvons classer ces discours au sein de notre idéal-type écologique. Ils dépeignent une recherche de qualité pour les produits et notamment en ce qui concerne les produits portant un label « biologique ».

Il semblerait ainsi que les préoccupations personnelles de certains des répondants orientent leurs choix : si les préoccupations écologiques des répondants semblent inégalement partagées, il convient de souligner qu'elles peuvent motiver certains des participants à dépenser une somme plus importante pour un produit. Sans être nécessairement (ou du moins, uniquement) fonction du niveau de revenu des répondants, comme le dit l'une des participantes, au-delà des prix, ce sont aussi des choix de vie :

**Stéphanie** : « *Mettons, je ne suis pas payée super cher pour mon travail [...] mais je me dis : c'est tous des choix de vie là... si je calcule tout ça là au bout du compte [...] je suis aussi riche que quelqu'un qui gagne plus d'argent que moi là... Si non plus ! Je suis millionnaire ! (rire) »*

Du reste, et pour nuancer notre propos, il convient de faire remarquer que les répondant(e)s illustrés par ce type de discours semblent avoir un niveau de scolarité relativement plus élevé, ce qui relativise la question du budget évoqué précédemment. Autrement dit, si l'on émet l'hypothèse que le budget n'est pas nécessairement déterminant, on peut remarquer que le niveau de scolarité pourrait l'être. Si dans une certaine mesure l'accès à ce type de produits appelle un budget plus élevé que pour des produits « normaux », on peut imaginer ici que le niveau de scolarité peut marquer l'attachement à des valeurs écologiques, mais également correspondre à des dispositions à « s'adapter » aux contraintes que peut imposer la vie quotidienne. Si le coût de ces produits est plus onéreux, on peut voir que certains enquêtés dotés de diplôme universitaire semblent plus aptes à agencer leur mode de vie et leur mode de consommation en fonction de leurs valeurs (écologiques en l'occurrence). Cette optique nous permet ainsi de ne pas simplement aborder l'accès à ces produits en termes de coût monétaire.

En toute logique, certain(e)s participant(e)s expriment parfois des craintes quant au caractère potentiellement excluant que peuvent avoir les prix. Ceci se déclare tout particulièrement lorsqu'il est question du quartier Saint-Roch, mais également en ce qui concerne le marché pilote tenu par le Collectif Fardoche durant l'été 2013. Nombre d'entre eux ont souligné ce qui leur semblait être des prix trop élevés. Dans les dires des répondants, la question des prix en tant que facteur d'exclusion a été chose fréquente. Dans l'optique de l'établissement et de la pérennisation du Marché Saint-Sauveur, ce dernier point ainsi que l'indifférence aux valeurs écologiques méritent d'être pris en compte lorsqu'il est question d'exclusion.

D'autre part, nous pouvons remarquer que le type des relations marchande interpersonnelles se distingue du précédent où des aspects plus personnels semblent commander les motivations des acteurs quant à leur approvisionnement en biens alimentaires, et ce sur plusieurs plans. Les entretiens donnent à penser que la question de la qualité des produits est liée intrinsèquement à la connaissance interpersonnelle à laquelle ouvre ce type de relation marchande. Comme on avait pu le souligner dans notre cadre conceptuel, la connaissance de l'autre est une condition essentielle pour que puisse s'instaurer la confiance. Ainsi, lorsque la question est évoquée dans les entretiens, cela laisse penser que la relation marchande en

jeu ici n'est pas uniquement une relation marchande fondée sur l'argent : un processus de don/contre-don semble transparaître.

On peut voir ici que quelque chose se joue au-delà de l'échange monétaire. Les discours décrivant des relations marchandes où sont soumis des conseils culinaires peuvent ainsi s'inscrire dans notre idéal-type sensoriel : ils ouvrent vers de nouvelles expériences sensibles tout en instaurant une pérennisation du lien marchand à travers le temps, comme peut l'illustrer la fidélité dont nous ont fait part les enquêtés fréquentant ce type de lieu d'approvisionnement. Ainsi peuvent se conjuguer dans ce type de relation marchande, le type écologique, et le type sensoriel, et dans une certaine mesure le type mémoriel de par la fixité des relations auxquelles peuvent amener les lieux d'approvisionnement à type de relation marchande interpersonnelle :

**Stéphanie** : « : moi j'aurais même accepté de payer plus cher même plus cher rien que pour encourager chez Jeff, j'veis aller... Même s'il est plus cher qu'au Métro »

Il semble que les relations marchandes de type personnel favorisent le développement de relation sur le long terme entre le marchand et ses clients. Cela transparaît notamment lorsque certains enquêtés se disent « fidèles » à leurs commerçants de proximité : avec ceux qui sont un peu plus que de simples intermédiaires fonctionnels.

En ce sens, dans une optique de développement du quartier à long terme et si le but du Collectif Fardoche est d'inciter les habitants du quartier à participer au Marché Saint-Sauveur, il importe que l'instauration d'une relation marchande de ce type puisse être centrale.

Conclusion de la section:

Cette première analyse nous permet d'identifier un certain nombre de points qu'il convient de retenir de ce chapitre :

Le premier est que les lieux d'approvisionnement spécifiques étant relativement dispersés au sein de la Basse-Ville, le Marché pourrait être là aussi rassembleur de par la diversité des produits qu'il est susceptible de proposer. En cela, il pourrait être attractif en se distinguant des deux autres types de lieux d'approvisionnement que nous avons différenciés. Il pourrait aller dans le sens de la maximisation de l'utilité chez les clients en rassemblant des produits nécessitant habituellement de nombreux trajets vers des lieux dispersés. De plus, en assurant un type de relation marchande interpersonnelle, le marché pourrait apporter ce que l'on peut désigner comme étant le bénéfice de l'interconnaissance. Enfin, il pourrait répondre aux préoccupations environnementales de certains habitants.

Le deuxième point concerne les prix : cette question apparaît complexe. En effet, les prix ne semblent pas pouvoir être interprétés en tenant compte uniquement des revenus des habitants étant donné

les modes de vie de certains parmi eux. Par ailleurs, les valeurs écologiques ne doivent pas simplement être mises en lien avec le budget mais également avec le niveau de diplôme et la capacité à agencer un mode de vie en adéquation avec ces valeurs. Toutefois, il apparaît que les prix peuvent être potentiellement un facteur d'exclusion, contribuant ainsi à atténuer la dimension publique du marché.

Il nous apparaît qu'étant donné l'hétérogénéité des discours, le Collectif Fardoche aurait tout intérêt à prendre en compte les motivations écologiques des acteurs, à tenir compte du facteur d'exclusion que peuvent être les prix et à appréhender la relation marchande de type interpersonnelle comme facteur clé pour motiver la participation et la fidélité.

#### 7.4 *Le quartier Saint-Sauveur, un lieu représenté*

Dans notre introduction sur le portrait du quartier Saint-Sauveur, nous avons posé les limites administratives du quartier. Le quartier Saint-Sauveur se délimite à l'ouest par l'avenue Saint-Sacrement, à l'est par le boulevard Langelier, au nord par la rivière Saint-Charles et au sud par la Côte de la Pente Douce et la rue Arago. Toutefois, à travers les discours, les participants définissent le quartier Saint-Sauveur autrement.

Cette forme d'identité administrative d'un espace territorial et social précis quoique mouvant et qui fait l'objet d'interventions diverses sur le plan de l'aménagement du sol, du développement économique, culturel entre autres correspond à ce que l'on désigne par la notion de *territorialisation*<sup>40</sup>. Cette conception du territoire est davantage mobilisée par les politiques publiques; c'est ce qui est à l'œuvre, par exemple, depuis les années 1990 dans les quartiers centraux de la basse-ville de Québec, dans le cadre des plans de *revitalisation*. La *territorialisation* sous-entend donc une définition du quartier par des individus ou des groupes d'individus extérieurs au quartier et qui peuvent agir, au moyen de politiques ciblées, sur la morphologie d'un espace donné. Cependant, lorsqu'on demande aux participants de l'échantillon les repères qui délimitent le quartier Saint-Sauveur, celui-ci apparaît davantage comme un espace aux contours quelque peu imprécis voire indécis. Si de manière générale, les limites du quartier se rapportent à la concentration résidentielle, soit la zone à l'est de la rue Marie-de-l'Incarnation jusqu'au boulevard Langelier, le territoire que représente le quartier Saint-Sauveur pour les participants de l'échantillon relève davantage de la *territorialité* c'est-à-dire des manières de s'approprier l'espace<sup>41</sup>. Certes, un ensemble de lieux physiques (bâtiments, commerces, rues, parcs...) composent cet espace et constituent des points de repères qui permettent aux participants d'identifier de manière objective le quartier Saint-Sauveur, mais ces objets réels sont plus ou moins cités, plus ou moins mobilisés par les participants dans leurs habitudes de sorte que la *territorialité* dont il est question est une représentation mentale qui varie selon l'expérience individuelle. Les propos suivants de deux participantes illustrent bien l'idée selon laquelle la

---

<sup>40</sup> Patrice Melé, « Identifier un régime de territorialité réflexive », dans : Martin Vanier, *Territoires, territorialité, territorialisation, controverses et perspectives*, 2009, Presses Universitaires de Rennes, pp. 45-55.

<sup>41</sup> Guy Di Méo, « Épistémologie des approches géographiques et socio-anthropologiques du quartier urbain », *Annales de géographie*, 1994, T. 103, No. 577, pp. 255-275.

représentation mentale du quartier défini comme un rapport à l'espace se fonde sur des supports matérialisés :

**Stéphanie** : « *En tout cas dans ma tête, ça finit [le quartier Saint-Sauveur] à Marie-de-l'Incarnation.* »

**Maria** : « (...) *Charest coupe le quartier en deux, c'est une frontière psychologique (...) c'est comme si de l'autre côté, ce n'est pas tout à fait le même quartier. En tout cas, moi, si j'habitais de l'autre côté de Charest, j'irais plus en haute-ville pour faire mes achats.* »

Dans la première citation, l'espace vers l'ouest se rapporte à la rue Marie-de-l'Incarnation et dans le deuxième extrait, ce réel se fixe au sud par le boulevard Charest. Pourtant, dans les deux cas, les limites du quartier du point de vue de la *territorialisation* vont au-delà des références citées. Par l'usage discursif des termes « dans ma tête » et « barrière psychologique » pour justifier la perception des limites du quartier Saint-Sauveur, on comprend que la réorganisation mentale du territoire est une étape consciente donc réflexive et singulière parce que propre à soi. Nous entendons par réflexivité l'idée selon laquelle l'individu placé dans un espace qui lui est peu familier se réfère à des supports matérialisés, à des réalités concrètes, en l'occurrence des voies de grande circulation automobile, pour organiser cet espace et ainsi faciliter son déplacement à l'intérieur des limites posées et ordonnées. Ces limites servent non seulement à organiser l'espace, à s'orienter dans cet espace mais également à constituer un cadre rassurant dans le sens où au-delà de ces limites « on n'est plus vraiment » dans un lieu connu. Si on se reporte à une carte géographique (voir annexe 1), on s'aperçoit effectivement que plusieurs grands axes routiers passent à l'intérieur des limites de Saint-Sauveur et contribuent à fragmenter l'espace, ce qui accentue la représentation sectorielle du quartier. Les particularités du découpage et de l'aménagement du territoire forment des séparations entre des zones qui contribuent à former dans la structure mentale des participants des points de rupture entre ce qui est considéré comme appartenant au-dedans et en dehors du quartier.

Nous avons posé le quartier Saint-Sauveur comme un espace *territorialisé* : il apparaît que Saint-Sauveur est un territoire fragmenté et que le rapport à l'espace dans sa représentation mentale est lié à cette fragmentation. Si la représentation de Saint-Sauveur comme un territoire subdivisé est un trait commun à tous les types de discours, nous verrons que la perception du quartier varie d'un type à l'autre.

### 7.5 *Le quartier perçu et le quartier vécu*

Selon les participants à notre étude, le quartier Saint-Sauveur est, on l'a vu, un territoire représenté, composé d'un certain nombre d'objets réels que sont des infrastructures, des bâtiments, etc. qui conditionnent la manière d'être en relation avec le dit territoire. Pour reprendre une expression de Kaj Noschis, le territoire du quartier, c'est aussi un « lieu social [...] pour ses habitants<sup>42</sup> ». La *territorialité* est donc une notion qui n'implique pas seulement le rapport à l'espace, mais également le rapport aux autres.

---

<sup>42</sup> Kaj Noschis, *Signification affective du quartier*, Librairie des Méridiens, Paris, 1984.

Posant *la vie de quartier* comme l'ensemble des relations entre d'une part, les résidents du quartier et d'autre part, entre les résidents *et* le quartier comme espace représenté, comment les participants de l'échantillon définissent-ils la vie de quartier dans Saint-Sauveur?

La notion de perception dans notre analyse est étroitement liée à la représentation mentale dont est l'objet le quartier Saint-Sauveur dans le discours des participants. La perception / représentation ne suppose donc pas la présence nécessaire d'objets ou de phénomènes, celle-ci peut « concerner un objet, y compris spatial, totalement imaginaire ou rêvé<sup>43</sup> ». La perception est le regard porté vers l'autre et qui permet à l'individu d'identifier ce dont il est question. Selon les participants de l'échantillon, le quartier Saint-Sauveur est perçu de manière négative par les personnes qui ne vivent pas dans le quartier. Les connaissances, les amis, les collègues, les parents que les participants sont amenés à côtoyer en dehors du quartier tiennent sur le quartier un discours qui s'articule en termes de dévalorisation :

**Stéphanie :** « *Moi aussi, dans mon entourage, ma famille, les gens qui m'entourent quand je dis que j'habite dans Saint-Sauveur, ils font : ah, ouais! Est-ce que tu sors avec un bâton de base-ball? Moi aussi, je vis de la discrimination par rapport à mon quartier d'une certaine part injustifiée parce que c'est vrai que cette réalité-là, elle était plus vraie avant, que le quartier est en transformation, mais ces idées sont pas comme tombées des nues. »*

La participante qui s'exprime ici (jeune universitaire) le fait par rapport aux commentaires des autres participantes lors de la discussion de groupe (cinq participantes) dont le thème de départ portait sur leur rapport au quartier en général. Au cours de cet échange, aucune des participantes n'a démenti la « mauvaise réputation » que les personnes à l'extérieur du quartier Saint-Sauveur entretiennent envers le quartier. De même, dans les entretiens individuels que nous avons réalisés avec les sept autres participants, le discours extérieur est tout aussi négatif, selon les propos rapportés par les participants. Comme nous l'avons exposé dans la présentation des données recueillies, l'échantillon montre une relative diversité en termes de statut démographique, économique et social. Nous pouvons donc raisonnablement supposer que les relations étendues des participants de notre échantillon reflètent cette diversité sociodémographique et économique. On observe alors que la perception des individus extérieurs au quartier transcende les générations, mais également le statut social. C'est ce qui transparait dans la première phrase de la citation ci-dessus et qui est confirmé par une autre participante qui précise que ce sont les jeunes qu'elle côtoie, notamment à l'université, qui ne connaissent pas le quartier et qui se sont faits raconter l'histoire du quartier Saint-Sauveur par leurs parents. Cette histoire se fonde essentiellement sur des caractéristiques liées à la pauvreté qu'on associe à la prostitution et à la violence. Bien que la participante de la citation ci-dessus précise qu'elle se fait un devoir de contredire les personnes qui lui tiennent de tels propos dévalorisants, elle reconnaît que la perception qui est véhiculée par ceux qui sont extérieurs au quartier est en quelque sorte fondée. Dans le portrait que nous avons dressé du quartier Saint-Sauveur, nous avons effectivement rappelé que sur des bases statistiques comparativement aux autres quartiers de la basse-ville

---

<sup>43</sup> Guy Di Méo, « De l'espace subjectif à l'espace objectif : l'itinéraire du labyrinthe », *Espace géographique*, 1990, t. 19-20, no 4, pp. 359-373.

et à la ville de Québec (RMR), le quartier Saint-Sauveur était catégorisé comme une zone défavorisée cumulant les aspects négatifs liés à la pauvreté. Les conditions sociales et économiques qui ont marqué le quartier Saint-Sauveur dans le temps fondent les principales caractéristiques sur lesquelles les individus extérieurs au quartier se représentent celui-ci, représentation qui transcende les générations et les statuts sociaux et s'inscrit dans le temps.

D'un point de vue extérieur, la perception du quartier semble cristalliser le quartier Saint-Sauveur dans une temporalité permanente et révèle une *identité de quartier* qu'on peut qualifier d'*abstraite* du fait qu'elle soit façonnée par des non-résidents faisant abstraction du réel et du vécu des résidents.

En nous référant à nouveau à la citation précédente, la perception négative projetée sur le quartier est ressentie comme « injustifiée ». Bien que non verbalisé de manière systématique, ce sentiment d'injustice traverse tous les discours que nous avons recueillis sur la réputation du quartier et doit être interprété en relation étroite avec les idéaux types que nous avons définis. À partir de l'analyse des données statistiques que nous avons recueillies auprès des dix-sept participants, nous n'avons pu établir de liens très clairs entre le profil socioéconomique des répondants et la manière dont le quartier est perçu et vécu. Ceci relève peut-être du faible échantillonnage. Nous avons posé comme hypothèse que les habitudes d'approvisionnement alimentaire seraient liées au statut socioéconomique des résidents. Ce qui laissait entendre que les résidents ayant un faible revenu privilégieraient les commerces de grande distribution de manière systématique en raison des prix généralement plus compétitifs comparativement aux petits commerces de proximité ou spécialisés. Or, à travers les discours, on s'aperçoit que la corrélation n'est pas forte ni systématique. En nous référant au tableau des caractéristiques des répondants en annexe 7, nous pouvons citer comme exemples le cas de Benoît dont le revenu familial avant impôt se situe à moins de 20 000\$ par année et qui fréquente cependant des épiceries exotiques ou spécialisées. Lors du Marché Public Saint-Sauveur à l'été 2013, Benoît formule la critique suivante :

*« Il y en avait un [producteur] qui était supposé avoir du lapin, c'était marqué sur son affiche mais il n'y en avait pas! ».*

Par ailleurs concernant la fréquentation des lieux d'approvisionnement, Benoît est amené à privilégier des commerces spécialisés du fait qu'il recherche des produits spécifiques et qui sont peu disponibles dans les commerces de grande distribution :

*« Métro a peu de viande chevaline, moi je mange de la viande chevaline ».*

Les produits cités par Benoît en l'occurrence des viandes très peu répandues dans la consommation régulière. Or, ce que nous révèle Benoît nous laisse croire que c'est une pratique qui n'est pas juste occasionnelle pour lui.

Par ailleurs, nous pouvons aussi citer le cas de Pauline dont le revenu annuel familial avant impôt se situe à 100 000\$ et plus :

*« Mais moi je l'avoue, des fois j'y vais en auto, justement quand...mais moi j'ai des enfants aussi fait que là l'épicerie, elle a un petit peu comme augmenté, on va dire... fais que j'essaye de faire... Quand j'ai une sortie, je combine ça avec l'épicerie, une coupe de 2, 3 semaines où est-ce que j'achète des grosses affaires ».*

Bien que Pauline ait un revenu plus confortable, du fait que le coût de ses achats alimentaires a augmenté avec la consommation familiale, elle est amenée à fréquenter des commerces à l'extérieur du quartier et qui permettent d'économiser sur des achats en plus grande quantité.

La *vie de quartier*, telle que racontée par les participants, est loin d'être un phénomène simple, uniforme et linéaire qu'on pourrait comprendre et interpréter à partir d'un nombre limité de paramètres. L'analyse idéal-typique nous permet par abstraction pure de mieux saisir la notion de *vie de quartier* telle qu'elle est développée de manière plus ou moins consciente par les participants.

#### *7.6 La vie de quartier selon le type mémoriel*

La perception du quartier en des termes explicites se rapporte à une zone très restreinte du quartier qui correspond au périmètre le plus fréquemment parcouru. Ainsi, ce dernier est une rue où l'on retrouve beaucoup de familles avec enfants ou encore une concentration de personnes issues de cultures autres que québécoise :

**Richard** : *« Dans ma rue, il y a à peu près cent enfants (...) »*

**Maria** : *« On voit beaucoup, beaucoup d'ethnies passer là. En tout cas, peut-être que mon coin aussi a plus attiré ces gens-là (...) »*

Les données du dernier recensement de Statistique Canada où nous avons examiné la diversité sociale du quartier Saint-Sauveur nous obligent à relativiser de telles affirmations. En réalité, la perception à partir d'un angle particulier qui se rapporte à l'adresse résidentielle de chacun et qui est généralisée au quartier dans son ensemble relève des motivations mobilisées par les uns et les autres pour expliquer leur choix de résidence en dépit de la « discrimination » qu'ils vivent dans leur relation aux autres. La référence à la présence de nombreux enfants renvoie en fait à ce que fut le quartier Saint-Sauveur par le passé ou dans des rues très particulières. Le participant de type *mémoriel* fortement imprégné de l'histoire du quartier Saint-Sauveur, de son passé ouvrier, dans un temps où les familles étaient nombreuses perçoit dans sa rue ce que le quartier a été jadis :

**Richard** : « *Je sens un peu le côté historique dans Saint-Sauveur comme si je le sais pertinemment que c'est un quartier ouvrier. Puis ça se sent, ça se voit par l'allure des maisons, par le côté vieillot du quartier.* »

Comme il a été dit précédemment, il y a une histoire du quartier Saint-Sauveur qui se transmet d'une génération à l'autre, d'individu à individu, d'un groupe social à l'autre. Le *mémoriel* n'as pas vécu réellement le temps « ouvrier » du quartier, mais il le perçoit à travers notamment l'architecture particulière du quartier. Son rapport au quartier est un rapport à l'histoire, à la mémoire collective. Contrairement aux non-résidents, le *mémoriel* ne cherche pas à se défaire de ce passé, mais se le réapproprie pour y fonder sa propre perception de la *vie de quartier*. Le quartier selon le *mémoriel* est un espace peu étendu, voire contigu, qui se rapporte non pas tant à la perception catégorielle dont nous avons fait mention qu'à la perception qu'il a du quartier comme un ensemble plutôt homogène, une *communauté*.<sup>44</sup> Celle-ci partage certes, une même langue, une même culture, une même histoire<sup>45</sup>, mais surtout la *communauté* est constituée de personnes ayant plus ou moins les mêmes caractéristiques socioéconomiques modestes (quartier ouvrier). Ici réside l'idée d'uniformité chez le *mémoriel* qui correspond en somme à la perception qu'il a de la position sociale de chacun des membres de sa *communauté* plus ou moins équivalente en valeur. Autrement dit, bien qu'ils occupent diverses activités, les résidents du quartier forment dans son imaginaire une même classe sociale et ce qui est partagé au sein de la *communauté*, c'est ce statut social uniforme qui s'inscrit dans la continuité historique du quartier. Le passé ouvrier du quartier Saint-Sauveur, dont le corrélat pour le *mémoriel* est l'idée d'une *communauté* qui s'est formée dans le temps et avec de très fortes spécificités, fonde l'identité du quartier, son authenticité qu'il peut élever au rang du *sacré* : la reconnaissance et le respect des origines laborieuses du quartier fondent le lien social. Le rapport au temps du *mémoriel* s'inscrit dans la durée, dans le temps long, dans la mesure où le quartier a une longue tradition de conditions modestes dont il faut se rappeler; et pour ce qui est de l'avenir du quartier Saint-Sauveur, celui-ci doit être pensé en relation avec le respect de la tradition. Le *mémoriel* est un résident du quartier Saint-Sauveur qui d'abord et avant tout « se souvient » :

**Pauline** : « *Historiquement, Saint-Sauveur a toujours été le quartier résidentiel qui fournissait le bassin de travailleurs pour Saint-Roch. Puis, tu sais, jusque dans les années 50 là, on avait le quadruple, le quintuple de monde qui habitait dans Saint-Sauveur. Puis il y avait des épiceries à tous les coins de rue... mais là avec l'auto, puis avec la modernité, tout le monde est parti vers Sainte-Foy, vers Limoilou ou vers Beauport. Alors le quartier s'est vidé complètement.* »

Cette citation démontre la propension du *mémoriel* à s'inclure dans une histoire qu'il n'a pourtant pas vécue, car ni le temps de résidence, ni l'âge de la personne qui s'exprime ici ne justifie la référence aux années 1950 et aux conditions particulières du quartier Saint-Sauveur à cette époque.

---

<sup>44</sup> La notion de communauté utilisée ici diffère de la *Gemeinschaft* de Ferdinand Tönnies dans le sens où elle ne s'oppose pas à la société mais en compose plutôt un sous-ensemble.

<sup>45</sup> Vincent Bourdeau, Patrice Flipo, « Du bon usage de la communauté », *Mouvements*, 2011/4, no 68, pp. 85-99.

## 7.7 Une vie de quartier écologique

Outre la référence à un passé commun comme élément caractéristique de la *vie de quartier* dans Saint-Sauveur, il ressort de notre observation un type de discours que nous pouvons considérer *écologique*. L'*écologique* fonde son rapport avec le quartier Saint-Sauveur sur des valeurs liées à des « questions fondamentales de la qualité de la vie<sup>46</sup> ». Si les premières vagues de retour de jeunes banlieusards vers la ville des années 1980 se caractérisaient davantage par une volonté de faire valoir leur capital social comme le rapporte Annick Germain<sup>47</sup>, les participants-résidents de type *écologique* de notre échantillon ont choisi de résider dans le quartier Saint-Sauveur dans le but de rendre cohérents leurs principes et la pratique. Notons que le discours *écologique* n'est pas exclusif aux nouveaux venus dans le quartier parmi les participants, mais qu'il caractérise une grande majorité d'entre eux. Comme nous l'avions dit dans la présentation des répondants, seules deux personnes de l'échantillon sont natives du quartier Saint-Sauveur pour qui les préoccupations d'ordre écologique sont moins valorisées, sans être totalement absentes de leur discours.

**Maria :** « (...) tu as accès à pleins de beaux parcs... le corridor de la rivière jouait aussi un rôle important pour la qualité de vie, puis c'est comme central aussi pour aller travailler sans avoir à prendre l'auto... soit le vélo, l'autobus dans le fond nous permettait de ne pas utiliser la voiture sur une base quotidienne. »

La citation précédente illustre bien la volonté de concilier à la fois un cadre de vie agréable et le désir de contribuer à réduire son « empreinte écologique<sup>48</sup> », c'est-à-dire de faire coïncider consommation et respect de l'environnement. Autrement dit, sans vouloir adhérer de manière radicale à la « simplicité volontaire<sup>49</sup> », ni volonté claire d'éliminer totalement la voiture du mode de vie, mais d'en limiter l'usage, la vie dans le quartier Saint-Sauveur pour l'*écologique* s'inscrit dans un processus d'articulation entre des principes écologistes et un mode de vie qui découle de ces principes. Le quartier Saint-Sauveur correspond à l'un des critères essentiels du principe écologique soit la proximité :

**Stéphanie :** « Ce qui m'a motivée à venir habiter ici, quand je suis arrivée à Québec, j'habitais dans Maizeret, je trouvais que je vivais quasiment une vie de banlieue (...) c'est une épopée d'aller à Maxi, fallait que je mette tous mes sacs après ma bicyclette (...) j'étais écœurée. Je me suis dit : « tant qu'à vivre en ville, je veux vraiment vivre en ville puis faire les commissions à pied ». Fait que moi aussi c'est vraiment l'idée que tous les commerces sont à proximité, que je trouvais ça charmant. »

---

<sup>46</sup> Jean-Guy Vaillancourt, *Mouvement écologiste : énergie et environnement. Essais d'écologie sociale*, Les Éditions coopératives Albert Saint-Martin, 1982, p.133, [En ligne], [http://classiques.uqac.ca/acces.bibl.ulaval.ca/contemporains/vaillancourt\\_jean\\_guy/essais\\_ecosociologie/essais\\_ecosociologie.pdf](http://classiques.uqac.ca/acces.bibl.ulaval.ca/contemporains/vaillancourt_jean_guy/essais_ecosociologie/essais_ecosociologie.pdf).

<sup>47</sup> Annick Germain, « Sociologie du retour à la ville », *Continuité*, No 23, 1984, pp. 35-37.

<sup>48</sup> L'empreinte écologique est définie comme « la mesure de la pression exercée par l'homme sur la nature » [En ligne], [http://www.dictionnaire-environnement.com/empreinte\\_ecologique\\_ID1038.html](http://www.dictionnaire-environnement.com/empreinte_ecologique_ID1038.html).

<sup>49</sup> L'expression fait référence à l'ouvrage de Serge Mongeau paru en 1985.

La proximité constitue une valeur fondamentale sur laquelle le type *écologique* construit son rapport au quartier Saint-Sauveur. La proximité au sens du type *écologique* renvoie plutôt à l'accessibilité des lieux de fonctionnalités diverses (résidence, travail, commerces, divertissements) à la fois pour le côté pratique, les déplacements sur une longue distance s'apparentent à une péripétie, et la mise en application de ses propres valeurs comme en témoigne le propos de cette autre participante :

**Colette** : « *Moi, je vis au centre-ville parce que je ne veux pas avoir de voiture, je ne veux pas contribuer à l'étalement urbain, puis à être prise pour avoir une auto pour venir au centre-ville, puis pester parce que c'est trop roulant, parce qu'il n'y a pas de parking.* »

Se rapprocher du centre-ville, c'est lutter contre l'étalement urbain, c'est-à-dire acquiescer au concept de densification par la maximisation efficiente de l'espace urbain. C'est aussi et surtout concentrer les productivités humaines dans l'idée de minimiser les impacts sur la nature qui sont pour l'*écologique* toujours néfastes parce que, d'une part, ils augmentent la pollution et d'autre part, ils déséquilibrent l'ordre naturel. La *vie de quartier écologique* repose sur la recherche d'un consensus entre l'activité humaine et l'équilibre de la nature.

Dans une conception « naturelle » du lien entre le milieu de vie et la production humaine, de même que la proximité, la diversité est une valeur clé. La dimension naturelle ici renvoie à l'idée que les êtres humains sont liés et influencés par les éléments de la nature environnementale. À contrario du *mémoriel*, le type *écologique* perçoit le quartier Saint-Sauveur comme un ensemble de groupes sociaux différenciés dont chaque groupe se distingue des autres aussi bien par des caractéristiques démographiques que culturelles ou économiques. Selon l'*écologique*, le quartier Saint-Sauveur regroupe une certaine diversité sociale qui en fait sa spécificité :

**Steve** : « *Il y a plusieurs types [de personnes qui résident dans le quartier], c'est sûr il y a de la pauvreté, beaucoup de souffrances et tout ça, mais il y a aussi des jeunes branchés, des jeunes professionnels, c'est diversifié.* »

**Caroline** : « *oui il y en a [de la pauvreté] en haut de St-Vallier, entre St-Vallier et Charest, je le vois par les bâtis, les propos des gens entre autres... mais c'est pas si intense que ça. En tout cas, ça ne me dérange pas, à la limite je trouve ça intéressant de côtoyer les gens qui vivent cette pauvreté-là. J'ai l'impression de vivre avec le vrai monde, je n'ai pas l'impression de vivre à quelque part dans une banlieue toute parfaite.* »

La perception du quartier selon le type *écologique* n'en ignore pas les disparités sociales, à l'inverse du *mémoriel*, mais celles-ci font partie de la « vraie vie » en opposition à l'artificialité de la vie en banlieue. Le terme « côtoyer » ici ne renvoie pas à une situation de relations significatives entre les différents groupes sociaux, la relation se prête davantage à des situations de coprésence dans le respect mutuel de chacun. La signification de l'échange c'est-à-dire le sens donné à la relation, quand il a lieu, se

limite à des actes de civilité. L'hétérogénéité est légitime voire nécessaire et fonde l'authenticité du lieu social alors que le lien social s'inscrit dans la différenciation. La citation suivante illustre l'idée de la différenciation des liens sociaux :

**Caroline** : « *c'est ça qu'on voit (...) les gens sur l'aide sociale, c'est pas des gens avec qui je vais avoir beaucoup d'affinités, malgré tout le respect que j'ai pour toutes les difficultés qu'ils vivent, mais je n'ai pas nécessairement plein de choses à partager[ avec eux]. Oui, finalement, je pense que c'est par poche.*

La perception de la temporalité selon le type *écologique* rejoint celle du type *mémoriel* dans la mesure où ils ont un rapport au temps qui s'inscrit dans la durée, dans le temps long. Les dimensions temporelles peuvent se rapporter au déroulement chronologique de l'histoire où les événements qui sont remémorés se réfèrent à des périodes, des dates précises et qui suivent généralement un axe linéaire. Il s'agit alors d'un rapport au temps chronométrique. Elles peuvent aussi désigner des événements pour ce qu'ils sont vécus socialement, on parlera alors de temps sociaux qui impliquent donc un rapport subjectif au temps et suppose qu'il soit variable selon le contexte historique et social et selon la perception propre à chacun. La temporalité désigne donc la manière dont on se rapporte au temps historique et social. Cependant, alors que le *mémoriel* se réfère à une forme d'identité du quartier dans le passé pour se projeter vers l'avenir, le quartier en devenir du type *écologique* est en rupture avec le passé « comme si regarder en arrière était intrinsèquement l'expression d'un manque, d'une incapacité à se transformer<sup>50</sup> ». Le plus important réside dans la continuité d'un idéal de vie singulier conforme à des valeurs liées à la proximité, la diversité, l'authenticité et non un idéal de ce qu'il fut par le passé.

### 7.8 Une perception sensorielle du quartier

Nous avons défini une troisième forme de discours typique, soit celle du *sensoriel* pour qui la relation à l'autre se révèle surtout (mais pas seulement) comme des expériences de sensations. Nous l'avons déjà précisé, le quartier Saint-Sauveur est perçu comme un espace fractionné autant en lieux physiques (industriels versus résidentiels) que sociaux. Si les différences entre les résidents du quartier sont perçues par le *mémoriel* comme de simples caractéristiques démographiques (enfants, jeunes, personnes âgées, à mobilité réduite...), par l'*écologique* comme une diversité « naturelle » de l'environnement, pour le *sensoriel*, la diversité sociale et culturelle du quartier Saint-Sauveur sont autant de possibilités d'expériences nouvelles et sensationnelles, c'est-à-dire que la relation à l'autre renvoie à la découverte du plaisir des sens. À contrario du *mémoriel* et à l'image de l'*écologique*, le *sensoriel* perçoit la verticalité des conditions sociales dans le sens où il existe dans le quartier une diversité de statuts socioéconomiques hiérarchisés qui forment en quelque sorte des zones homogènes. Ainsi, la rue où l'on demeure renseigne sur l'appartenance culturelle ou sociale comme en témoigne l'échange ci-dessous entre deux participantes sur la perception du quartier :

---

<sup>50</sup> Emily Keightley, Michael Pickering, « Les deux voies du passé : le ressouvenir, entre progrès et perte », *Cahiers de recherche sociologique*, No 44, 2007, pp. 83-96.

**Colette** : « *Quelle rue t'habite?* »

**Stéphanie**: « *Marie-Louise* »

**Colette** : « *C'est sûr, il y a toujours des poches là, tu sais, des concentrations dépendamment des immeubles, des loyers, puis tout ça*»

Notons que cet échange intervient à la suite de l'intervention de Colette qui décrivait le quartier comme un « mélange économique », ce sur quoi renchérit Stéphanie pour préciser que le quartier est aussi « multiethnique ». De même, comme dans l'une des citations référencées précédemment, la partie située au sud du Boulevard Charest est perçue comme un lieu social particulièrement défavorisé. La subdivision socioéconomique du quartier correspond pour le *sensoriel* à des *lieux expérientiels différenciés*. Le *sensoriel* ne perçoit pas ces « poches » comme fermées sur elles-mêmes, mais comme des opportunités d'exploration en vue d'enrichir ses propres expériences. Il ne se limite pas aux seuls trajets connus et fonctionnels, il est dans une démarche qui va au-delà de la coprésence car les relations nouvelles sont des occasions de découvrir d'autres réalités. La volonté de dépasser la relation de civilité ne veut pas dire permanence du lien dans le temps au sens d'une appartenance communautaire telle que le conçoit le type *mémoriel*. Le discours de type *sensoriel* se réfère au temps court, donc à la spontanéité des liens. Nous n'entendons pas non plus que le type *sensoriel* refuse ou n'a pas de lien durable avec les autres, mais dans le contexte d'une vie de quartier, le rapport aux autres est davantage orienté vers les expériences où ce qui est partagé renvoie aux sensations éprouvées dans l'instant du moment vécu. La relation aux autres relève du désir de répéter ou de vivre ou une nouvelle expérience ainsi que Benoît le précise à l'endroit des nouveaux commerces dans le quartier Saint-Sauveur :

**Benoît** : « *La présence de nouveaux commerces avec leurs produits ethniques, moi ça m'arrange parce que je mange aussi varié dans cette chose-là. Si je veux par exemple des bananes plantain, ben je vais à la petite épicerie Africa.* »

La présence des épiceries « culturelles » (qui peut être saisie dans notre approche comme un évènement particulier) représente la possibilité de s'ouvrir à de nouvelles pratiques, mais n'engage pas la fidélité du participant sur le long terme nécessairement ; elle reste occasionnelle, possible. D'un point de vue *sensoriel*, le rapport au quartier est d'abord esthétique, il justifie son choix de milieu de vie par la beauté de ce qui l'entoure; ensuite, dynamique : l'évènement expérientiel entendu comme activités inattendues, surprenantes. L'insolite, le spontané caractérise les échanges sociaux perçus comme un ensemble d'activités chargées en émotions ressenties :

**David** : « *C'est le fun de marcher ici, c'est le fun de marcher parce que regarde on dirait qu'il y a de l'animation tout le temps, le Québec je trouve c'est merveilleux, c'est beau Québec la ville, c'est beau tout le temps, tu es toujours épanouis tout le temps (...)* ».

Dans le discours de type *sensoriel*, la limite entre le quartier Saint-Sauveur et la ville de Québec semble plus ou moins floue, ceci s'explique par l'attrance plus marquée pour le côté « animation » de la ville. À la différence des deux types précédents, la perception du type *sensoriel* ne renvoie pas à une séparation nette du quartier et de la ville, Saint-Sauveur n'est pas tant un quartier périurbain qu'un quartier de la Ville de Québec tel qu'en témoigne J.G pour qui Saint-Sauveur « fait partie de la ville de Québec ». L'appropriation du quartier selon un discours de type *sensoriel*, passe par les multiples possibilités expérientielles dans le cadre d'un *mode de vie urbain*. Nous définissons le *mode de vie urbain* comme des « manières de vivre<sup>51</sup> » c'est-à-dire l'ensemble des activités, des habitudes qui caractérisent les pratiques quotidiennes d'un individu ou d'un ensemble d'individus liées à la présence résidentielle de ces mêmes individus en zones urbanisées.

Le discours de type *sensoriel* perçoit le quartier Saint-Sauveur comme un sous-ensemble hétérogène faisant partie intégrante de la ville de Québec et la relation au quartier est contingente, c'est-à-dire « ce qui n'est ni nécessaire, ni impossible mais simplement possible<sup>52</sup> ». Cette relation se fonde sur la sensation, le ressenti d'un évènement particulier qui suppose la propension pour la découverte des expériences nouvelles. Le devenir du quartier Saint-Sauveur dans une logique sensorielle est étroitement lié au développement de la ville de Québec.

### 7.9 Un discours de type économique

Notre quatrième et dernier type idéal se fonde sur une approche purement utilitariste du rapport au quartier tel qu'il est perçu et vécu.

Le type de discours *économique* partage avec le type *mémoriel* une même perception du quartier Saint-Sauveur comme un ensemble plutôt homogène, non pas en termes de goût ou de pratiques culturelles, mais en termes de conditions économiques. Le quartier est décrit comme l'un des plus pauvres et nécessite la venue de nombreux commerces afin de stimuler le développement économique du quartier et de *la vie de quartier* qui est étroitement liée à l'activité marchande :

**Interviewer** : *Est-ce qu'il y a une « vie de quartier » dans Saint-Sauveur?*

**Paul** : *« Oui, tous les jours je vois des gens passer pour aller travailler. Il a d'autres qui travaillent déjà dans le quartier qui viennent manger ici. Euh, ben les enfants à la sortie de l'école... »*

La *vie de quartier* ici renvoie au mouvement des personnes aperçues à l'extérieur et auxquelles le type *économique* prête une intention liée aux activités professionnelles des uns et des autres. Cette vision particulière des résidents du quartier et de leurs préoccupations suppose une correspondance perceptuelle du quartier avec l'attribution de celui-ci réduite à une « réalité fonctionnelle<sup>53</sup> » binaire travail-économie

<sup>51</sup> Robert Rochefort, « Modes de vie », *Projet*, 2002, Vol 3, No 271, pp.45-53.

<sup>52</sup> Juan Antonio Garcia Amado, « Introduction à l'œuvre de Niklas Luhmann », *Droit et Société*, No 11 – 12 / 1989.

<sup>53</sup> Guy Di Méo, o.p. cit.

tel que le laisse entendre la participante Pauline cité à la page 48, propos renchérit par cet autre participant rencontré séparément :

**André :** « *Oui [il y a de nouveaux résidents dans le quartier régulièrement] parce qu'on déménage ici très souvent. Ici, les clients changent souvent. On déménage ici parce qu'on a trouvé un travail en ville, mais en ville le logement c'est très cher, alors on déménage ici, mais c'est pour le travail.* »

Autrement dit, le quartier est perçu et vécu comme un espace lié à la notion de quartier dortoir<sup>54</sup>. Or, le discours de type *économique* aspire à une transformation du rapport entre le quartier et la ville de Québec comme le sous-entend la citation ci-après :

**Paul :** « *Présentement, tous les commerces sont dans un regroupement commercial donc on va appartenir économiquement à la Ville de Québec, mais... oui on fait partie de la ville.* »

Dans la mesure où l'écart économique entre la ville de Québec entendue comme la région métropolitaine et le quartier s'accroît ou perdure dans le temps, le rapport au quartier est alors vécu comme une transition vers de meilleures conditions économiques et sociales suivant les opportunités de travail :

**André :** « *On déménage ailleurs parce qu'on a trouvé un autre travail ailleurs.* »

La *vie de quartier*, d'un point de vue idéaltypique *économique*, renvoie donc à l'activité économique comme principe fondamental du lien social, lequel se donne à voir notamment lors des événements qui mobilisent une grande partie de la population du quartier Saint-Sauveur et des commerçants, tels que Saint-Sauveur en fête ou Saint-Sauveur en fleurs<sup>55</sup>. Ce sont les activités auxquelles fait référence le discours de type *économique* du fait que ces activités représentent de réelles opportunités « (...) dominées par le calcul rationnel des avantages et des inconvénients<sup>56</sup> ». Nous entendons rationalité non pas au sens courant de principes propres à la raison, ce qui est caractéristique de tous les types idéaux dont il s'agit, mais « entendue au sens de la maximisation par l'argent et de son utilité espérée<sup>57</sup> ». Le discours *économique* se rapporte au quartier comme espace social en fonction d'un calcul coût-bénéfice qu'il faut comprendre comme la volonté de faire des économies sur la base d'une réduction des dépenses au seuil minimal et de faire des dépenses qui rapportent. Ainsi, l'idéaltypique *économique* veut faire ses achats en fonction des rabais dont il peut profiter dans les commerces, comme le souligne Benoît à propos de sa relation avec les commerces du quartier Saint-Sauveur :

---

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> Ce sont des activités printanières et estivales qui se déroulent dans le quartier et qui bénéficient d'une belle couverture publicitaire locale favorisant l'adhésion des résidents ainsi que des gens extérieurs au quartier.

<sup>56</sup> André Orléan, « La monnaie comme lien social. Étude de philosophie de l'argent de Georg Simmel », *Genèses*, 8, Monnaies, valeurs et légitimité, 1992, pp. 86 -87.

<sup>57</sup> Philippe Mongin, « Modèle rationnel ou modèle économique de la rationalité? », *Revue économique*, Vol 35, No 1, 1984, pp. 9-64.

« Je suis fidèle aux spéciaux que je peux voir ».

Le rapport à la temporalité est semblable à l'approche du type *sensoriel*, c'est-à-dire que le but premier étant la recherche du profit immédiat, le bien-être personnel, le type *économique* perçoit le rapport à l'autre dans un futur proche, voire très proche. Il tend également à considérer que le quartier Saint-Sauveur fait partie de la ville de Québec et déplore de ne pas profiter davantage des activités, des événements réalisés le plus souvent en haute-ville. Le devenir du quartier selon une perspective économique s'inscrit dans une vision urbaine et non comme une communauté distincte qui renvoie à l'idée de l'entre-soi perçu comme une fermeture faisant obstacle à bien des opportunités d'économie. L'idée de fermeture pour le type *économique* aboutit à une sorte de privatisation du quartier comme espace social qui en fait un lieu intime<sup>58</sup> et soutient l'idée d'une interconnaissance plus personnelle associée aux liens familiaux.

### 7.10 La revitalisation selon une perspective idéaltypique

La participation communautaire est un processus social de sensibilisation qui débute avec l'intention de vouloir faire plus pour son quartier, sa communauté. Selon Wolfgang Bichmann elle se développe avec un ou des groupes de personnes ayant des buts communs et vivants dans un quartier ou une place bien délimitée. Ce groupe de personnes s'emploie activement à définir les besoins de sa communauté ou de sa localité, à réfléchir à la manière de les satisfaire et en conséquence à bien s'organiser pour pouvoir stratégiquement agir dans le sens d'atteindre un certain nombre de buts fixés en toute conscience. Cette participation communautaire est de ce fait à la fois au début et à la fin de tout le processus devant conduire à l'implantation d'un marché public à Saint-Sauveur. Ainsi, elle est la base de la création du marché comme de la concrétisation de ce mouvement. D'une part, l'existence du Collectif Fardoche dépend de la participation citoyenne et communautaire; de l'autre, à travers le marché public, celui-ci cherche à faire émerger dans Saint-Sauveur une dynamique sociocommunautaire au service de la vie de quartier. De ce point de vue, le Collectif Fardoche se présente comme l'incarnation d'un mouvement ayant comme objectif la redynamisation du quartier Saint-Sauveur en donnant aux gens du quartier une place où ils pourront communiquer, créer des liens, tout en achetant des produits bons pour leur santé.

Dans notre recherche sur l'implantation d'un marché dans Saint-Sauveur, la participation communautaire est un concept qui englobe : la revitalisation, la gentrification et l'exclusion. La gentrification se définit comme une « transformation socio-économique d'un quartier urbain ancien engendrée par l'arrivée progressive d'une nouvelle classe de résidents qui en restaure le milieu physique et en rehausse le niveau de vie »<sup>59</sup> ce qui peut amener à de l'exclusion à cause de la transformation du milieu physique, l'augmentation du niveau de vie et l'apparition d'une nouvelle classe sociale à l'intérieur du

---

<sup>58</sup> Jacques Chevalier, Cristina Carballo, « Fermetures résidentielles et quête de l'entre-soi, entre nord et sud des Amériques », *L'espace géographique*, 2004 / 4, tome 33, pp. 325 – 335.

<sup>59</sup> Office québécois de la langue française, 2004, [en ligne], [http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id\\_Fiche=1199394](http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=1199394).

quartier défavorisé. Cette gentrification peut impliquer une forme d'exclusion pour les habitants dont le mode de vie n'est pas conciliable avec les modifications apportées. D'où l'importance de sonder un échantillon de Saint-Sauveur sur l'intérêt qu'il rattache à ce mouvement social. À cet égard, nous avons voulu savoir qu'est-ce que la participation communautaire évoquait pour eux, si le marché était synonyme de revitalisation et si l'exclusion, expression mais aussi moteur de l'exclusion de l'inégalité était un phénomène omniprésent dans le quartier. Donc, nous avons scindé l'échantillon en quatre idéaltypes pour mieux représenter les aspirations de chacun des répondants face à la participation communautaire pour en comprendre mieux leurs visions, et ce en partie à cause du fait que notre échantillon était relativement petit.

Premièrement, il y a le type économique qui se définit comme axé sur l'économique et la logique. Sous cet angle, la participation passe par avoir des objectifs en commun et avoir des bonnes relations avec les résidents du quartier, mais d'un point de vue économique (commercial) et la revitalisation doit être effectuée, car il paye pour ça.

**Paul :** *« La Ville a un mandat de revitaliser Saint-Sauveur comme ça a été fait à Saint-Roch. Le fait qu'on a payé pour l'union des commerçants, la Ville a cette obligation, on a payé pour ça ».*

D'autre part, comme il n'a pas de statistique sous les yeux, il ne peut pas dire si les gens participent, mais pour les commerces comme le sien à proximité, il planifie de travailler à améliorer la façade de son entreprise en partenariat avec le commerce voisin. Pour cette catégorie de gens, participer est synonyme de contribuer à la vie économique du quartier. Par exemple, il se fait couper les cheveux en face, va acheter ses produits dans le quartier, etc. Pour lui, la participation communautaire se définit comme

**Paul:** *« ne pas faire partie d'un comité nécessairement, mais être proche des activités que le comité organise ou participer par exemple à la fête de Saint-Sauveur (en fête) ».*

Leur participation, c'est de jouer de la musique pendant cette fête. Ils participent, mais de leur façon, en intégrant de façon intelligente leur commerce dans ce processus social pour en retirer des profits. La revitalisation est pour eux rattachée à l'immobilier et aux commerces en général, mais plus particulièrement ceux situés sur la rue Saint-Vallier.

**Paul :** *« Mettons les façades des commerces, il faut investir un peu. Des activités tout le long de l'année par exemple pour Noël, décorer avec des lumières et tout ça. Avoir des restaurants avec des petites terrasses et l'été avec aussi plus de plantes décoratives, des affaires comme ça ».*

D'autres voient même la revitalisation de Saint-Roch comme un modèle à transposer :

**Paul :** *« Ce serait mieux si la ville revitalisait Saint-Sauveur comme Saint-Roch ».*

D'ailleurs, ils n'ont pas peur de la gentrification, car pour eux c'est une manne de nouveaux arrivants qui ont de l'argent et qui peuvent venir acheter dans leur commerce :

**Paul** : *« Je pense qu'on va construire des bureaux et appartements, ça c'est une bonne chose parce qu'on a besoin de gens qui viennent travailler dans le quartier ».*

Par rapport à l'exclusion, ils le perçoivent et se demandent si la ville va faire quelque chose pour les alcooliques et les mendiants qui arpentent les rues. Ils pourraient (les mendiants) travailler au lieu de quémander, jugent-ils. Pour d'autres répondants « rationnels », le quartier est pauvre, il est même comparable à certains secteurs défavorisés de l'île de Montréal :

**André** : *« Oui, le quartier est pauvre, c'est un peu comme Hochelaga-Maisonneuve à Montréal. Les immeubles sont vieux et beaucoup de personnes ne travaillent pas ».*

Deuxièmement, il y a le type mémoriel qui se définit comme axé sur une revitalisation qui doit respecter des valeurs historiques. Pour les personnes de cette catégorie, la participation est ancrée dans une idée de communauté dirigée dans le sens la recherche de liens communs avec la tradition. De plus, ceux-ci accordent une grande importance à l'achat de produits locaux, qu'ils considèrent comme un acte concret manifestant leur attachement et leur appartenance à leur localité, généralement le Québec et plus particulièrement le quartier Saint-Sauveur. Pour eux, la participation communautaire se définit ainsi :

**Richard** : *« c'est assister... ben quand on parle de communautaire là ... si on prend mettons le centre Durocher, le comité citoyens, les évènements qui se passent dans le quartier Saint-Sauveur comme Saint-Sauveur en fleurs, y'a aussi la fête du quartier Saint-Sauveur, heu, ben la vie communautaire c'est de participer à l'élaboration de ces évènements-là en donnant du temps de bénévolat, puis mon implication de bénévole au communautaire est de plus en plus ... présente. En fait, elle commence à prendre une part dans ma vie un peu plus là ».*

Autrement dit, pour ce type de répondant, la participation communautaire passe par le bénévolat, le temps et le don de soi. Pour faire partie de la communauté, il faut s'investir dans la communauté; on ne peut rester chez soi et ne pas donner du temps. De plus, les quartiers en périphérie de Saint-Sauveur sont des exemples à ne pas suivre sur le plan de l'achalandage des commerces et de la gentrification. Pour eux, il faut redonner le quartier aux résidents :

**Richard** : *« Tu sais mais quand on parle de vie de quartier là... parce que moi je fais un parallèle avec ce qui se passe dans le Vieux-Québec, moi je trouve ça pathétique ce qui se passe dans le Vieux-Québec. Surtout (...), parce qu'à une certaine époque, il y avait une vie de quartier dans le Vieux-Québec, mais là on est en train de transformer le Vieux-Québec en décor pour touristes. Ce qui fait que (...) pas juste des bed and breakfast. Ce qui fait qu'il n'y a pratiquement plus d'épiceries ».*

De plus, les exclus sont présents à leurs yeux et sont généralement des personnes âgées en même temps que des personnes à mobilité réduite. Par ailleurs, pour certains dans ce type, la fermeture de la clinique médicale va accentuer ce mouvement d'exclusion, car c'est un service utile à la communauté qui va partir et créer ainsi une plus grande dépendance à d'autres quartiers de la ville de Québec. Ainsi, pour eux, le quartier Saint-Sauveur a mauvaise réputation et n'est pas encore à la hauteur des attentes des gens de l'extérieur (nouveaux résidents). Ils devraient venir voir que ce n'est pas si mal et que le quartier a beaucoup à offrir :

**Richard :** « *Le quartier a mauvaise réputation, encore là y a beaucoup de croyances là, de fausses croyances sur le quartier, c'est un quartier de pauvres, de démunis, de... puis je passe des mots qui pourraient être encore plus explicites là, mais les gens ont peur de venir ici. En fait, quand on parle d'exclus, on parle du quartier Saint-Sauveur, le... quartier des exclus! Moi, je fais partie des exclus même si je suis mobile, je suis en forme, je suis jeune. Je ne suis pas exclu là, mais si je parle au nom de la communauté encore là ben...»*

Par rapport à ce type de raisonnement, on peut déceler le paradoxe qu'ils veulent avoir des nouveaux résidents, mais de leur niveau économique et non des bourgeois, car autrement ils considèrent que Saint-Sauveur perdrait de son authenticité. Pour la revitalisation, cela passe par l'augmentation des arbres, des espaces vert, des places pour les piétons, l'élargissement des trottoirs, vélo, famille. Pour ceux-ci, ce n'est qu'après ce réaménagement qualitatif de l'espace qu'on devrait commencer à parler de gentrification :

**Richard :** « *si on parle de la revitalisation en faisant juste de la gentrification, ça ne marche pas. Faut qu'on donne des subventions aux petites familles qui veulent venir s'installer, mais si on veut juste que ça s'embourgeoise, ben ça ne sera pas la revitalisation. Au contraire, la revitalisation pour moi c'est prendre en considération ce qui était là avant, puis là on revitalise, REVITALISATION, RE préfixe qui veut dire qu'on revitalise ce qui est déjà en place. »*

Troisièmement, il y a le type écologique, qui se définit comme ayant une identité fondée sur le respect des valeurs écologiques dans une perspective globale. Pour ce type, le fait de consommer bio ou en acheter en vrac permet de moins laisser une trace écologique sur la terre. Il se donne comme mandat de respecter le plus possible l'environnement dans un souci de faire du monde actuel un monde plus axé sur l'intérêt général de tout un chacun. Par rapport au marché Saint-Sauveur, il le voit comme une aide à concrétiser son rêve de voir un monde plus proche des valeurs écologiques mondiales. Pour les répondants de ce type, la participation communautaire par le marché Saint-Sauveur est primordiale pour l'obtention d'une meilleure qualité de vie en ayant des produits frais, à proximité, et tout cela dans l'échange fraternel entre clients et consommateurs.

Le mouvement écologique est un phénomène qui selon Yves Grafmeyer et Isaac Joseph dans *L'École de Chicago. Naissance de l'écologie urbaine* vient du début des années mille neuf cent vingt. C'est le début pour les gens qui vivent en ville de voir la ville comme modèle spatial et comme ordre moral. Selon Yves Grafmeyer, c'est le début des groupes sociaux et de nouveaux concepts utilisés pour parler de la ville comme territoires, ségrégations, mobilité, réseaux de relations, mentalités, sociabilité : pour la première fois la ville est pensée comme une société, comme culture et, finalement, comme état d'esprit.<sup>60</sup> Par la suite dans les années qui suivirent, la conscientisation s'amplifia pour atteindre son apogée dans les années 1960-70, pendant les moments de révolte contre le capitalisme abusif qui caractérisa cette décennie et par la suite s'est concrétisé dans les années 90 avec le retour progressif de jeunes et moins jeunes vers les quartiers centraux dans le but de fuir les banlieues, trop souvent à l'image du modèle américain d'opulence où il faut une voiture pour se déplacer, un garage, une piscine, du gazon, etc. Pour eux, la participation communautaire est liée au voisinage et pas juste au fait d'être dans un comité de citoyens. Ils veulent participer, mais n'ont pas le temps de s'investir dans des comités à cause des études, du travail ou des enfants et d'une certaine manière ne veulent pas se faire de nouveaux amis, car ils trouvent que leur cercle de connaissances est assez grand. Ils vont fréquenter le marché pour en découvrir les articles qui sont à vendre et en ayant conscience que le marché peut aider à revitaliser le quartier en donnant plus de place aux résidents, ce qui accentue leur sentiment de fierté envers leur quartier.

Ainsi la revitalisation passe par une émotion de souci d'égalité entre tous les résidents, ils veulent, comme les « mémoriels », des arbres et que l'immobilier soit rénové, mais leur principale préoccupation reste le travail sur les valeurs humaines, sur le rapport des hommes à la nature, à la société, au vivant; bref, sur tout ce qui contribue au progrès humain, social et écologique. Pour eux, la gentrification est présente et ne doit pas trop s'intensifier pour ne pas déplacer les anciens résidents, mais ils voient d'un bon œil le retour des familles dans les quartiers centraux. Ils sont donc pris entre aimer la gentrification pour son côté propre et ne pas trop en vouloir par conscience écologique et humanitaire. De plus, pour eux, l'exclusion est présente dans le quartier, mais ils jugent cela relativement normal car c'est un quartier ouvrier où toutes les couches de la société sont présentes. Il y a des coins du quartier plus défavorisés que d'autres où l'on trouve plus de problèmes sociaux et pour eux, le fait qu'il y ait des exclus est une réalité du quartier comme le fait que la gentrification est nécessaire. Bref, c'est un équilibre entre les classes sociales qu'ils privilégient.

Quatrièmement, dans notre typologie nous faisons mention de la catégorie des gens sensoriels. Ce groupe se définit par une participation en lien avec la découverte de nouveaux produits, de nouvelles façons de cuisiner ses plats au quotidien. Pour que la personne de ce type se sente interpellé par le marché, elle doit pouvoir y retrouver de la nouveauté, mais aussi quelque chose de rassembleur qui la mettra en contact avec d'autres participants du marché. Par exemple, le fait d'offrir du café, car ces personnes recherchent une place pour parler et repérer de nouveaux produits à leur goût. Elles veulent

**Caroline** : « avoir une ambiance un p'tit peu friendly ».

---

<sup>60</sup> Grafmeyer Yves, Joseph Isaac, *L'École de Chicago : Naissance de l'écologie urbaine*, Armand Colin, 1979, Paris, France.

Pour eux la pauvreté existe, mais n'est pas visible, car elle se situe dans d'autres coins du quartier, pas directement à proximité de leur logement :

**Caroline** : « *entre Charest et Saint-Vallier, tu le vois par le cadre bâti et le propos des jeunes entre autres.* »

De plus, certaines personnes de l'échantillon de type sensoriel nous ont fait part qu'ils trouvaient normal de côtoyer des exclus au quotidien, car elles ne veulent pas être dans une banlieue parfaite. Pour eux, en général Saint-Sauveur a une vie de quartier épanouie et le centre Durocher est l'épicentre de ce bouillonnement social :

**David** : « *Oui, il y a toujours du monde au parc Durocher, ça bouge il y a beaucoup de monde, il y a des rassemblements là, ils font des activités, sont souvent là, tu remarqueras tout le monde se reconnaît ici, tout le monde se fait des signes de tête, moi je trouve que le monde de Saint-Sauveur ils s'entraident, ils se reconnaissent* ».

Pour eux, en général, les gens de Saint-Sauveur sont plus émotionnels et proches des autres qu'en haute-ville, par exemple :

**David** : « *Les gens ici sont plus sensibles, ils ont plus d'émotions, j'ai remarqué ça. C'est plus émotionnel comparé à la haute ville* ».

Par rapport au marché, les gens « sensoriels » recherchent le beau et le bon quand ils pensent au marché Saint-Sauveur :

**David** : « *Ben tu trouves tout à la même place, il y a beaucoup de monde, c'est le fun, tu peux choisir tes affaires, la fraîcheur, le monde. Tu sais que son kiosque il en prend soin, il veut te montrer qu'il y a des beaux aliments, puis qu'ils arrivent de la ferme à tous les matins. Tu es sûr que c'est bon* ».

Bref, la participation communautaire pour ce type de gens passe par l'épanouissement de soi et la recherche de l'autre dans le marché. Ils veulent trouver un coin paisible qui offre des produits frais, nouveaux, de qualité en même temps que des gens avec qui parler de leur quotidien. Pour eux, la revitalisation du quartier passe par le marché. Le quartier a certes besoin de revitalisation, mais pas au détriment des anciens résidents. La gentrification, comme pour les types rationnels, n'est pas nuisible au quartier tant qu'elle amène des gens sociables qui veulent faire partie de la vie de quartier telle qu'ils la connaissent déjà (ouvert d'esprit et prêt au dépassement culturel comme de courtoisie).

Pour terminer, la participation communautaire pour l'ensemble des participants passe par un don de soi et de temps dans la vie du quartier. Pour faire de la participation communautaire, il faut comme le nom l'indique faire partie d'une communauté. Une communauté désigne une interaction entre des individus dans un environnement commun. Dans le quartier Saint-Sauveur, il existe une communauté qui se divise, comme mentionné plus haut, entre des logiques d'activités que nous avons distinguées en construisant des idéaltypes. Ces divisions nous ont aidés à mieux comprendre la participation pour chacun des groupes étudiés par rapport au marché Saint-Sauveur. Dans le même ordre d'idées, si la gentrification ou l'embourgeoisement qui se définit par l'arrivée de nouveaux résidents plus nantis et la construction de condos semble incontournable, elle pourrait être mieux adaptée à la vie des anciens résidents et être attentive à ce qu'ils se représentent comme des erreurs commises dans Saint-Roch ou encore le Vieux-Québec, pour ne pas les répéter.

En somme, la revitalisation doit aller dans le sens des valeurs des résidents. Prendre le temps d'aller faire ses courses dans le quartier, de rencontrer des gens pour sympathiser sont des choses dont la plupart des répondants de l'échantillon ont fait mention. Par contre, ils nous disent que la proximité est un facteur de participation au marché important, raison pour laquelle il faudrait garder celui-ci au cœur du quartier, car il ne le verrait pas ailleurs à part une minorité au parc Victoria. Ceci étant dit, la majorité des répondants disent sortir du quartier pour faire l'épicerie, car les prix guident la plupart de leurs achats à part pour les écologiques qui recherchent des produits meilleurs pour eux et l'environnement et qui sont la plupart du temps plus cher à l'achat et introuvable en grande surface.

Selon Antoine S. Bailly, « le changement social, économique et spatial, s'annonce par l'exclusion de certains groupes et de certains lieux; parler alors d'exclusion, c'est s'ouvrir aux mécanismes d'exploitation, d'aliénation, de rejet, c'est comprendre les motivations dans l'utilisation différentielle de l'espace»<sup>61</sup>. Autrement dit, la participation communautaire synonyme de prise en main du quartier par des organismes doit dans sa démarche inclure le fait que la revitalisation ne doit pas être que pour un groupe en particulier et respecter les anciens résidents par rapport aux lieux qu'ils fréquentent et leurs habitudes de vies.

---

<sup>61</sup> <http://www.globenet.org/archives/web/2006/www.globenet.org/horizon-local/humanisme/1bailly.html>

## Chapitre 8 : Le Marché Public Saint-Sauveur : quel modèle?

Les résultats exposés dans les chapitres qui précèdent nous amènent à envisager le Marché Public Saint-Sauveur comme un lieu *anthropologique*, tel que nous l'avons expliqué dans le chapitre 1. L'anthropologie d'un lieu au sens où l'entend Marc Augé renvoie à « la question de l'autre<sup>62</sup> », c'est-à-dire à la relation à autrui de manière générale, quelles que soient les caractéristiques qui fondent notre représentation de l'autre. Ces caractéristiques d'ordre éthique, familial, culturel, etc. influencent la manière dont les participants se représentent le quartier Saint-Sauveur et orientent leurs pratiques quotidiennes. À travers les discours type, la représentation du Marché Public Saint-Sauveur correspond à un lieu historique, identitaire et relationnel et concentre des intérêts et des valeurs propres à chacun des participants. Les intérêts et les valeurs qui ressortent des discours peuvent être regroupés en quelques notions spécifiques qui recourent les dimensions anthropologiques soit la proximité, la localité, la diversité et la conformité.

### *8.1 La dimension historique du lieu anthropologique*

Nous avons vu avec le discours de type *mémoriel*, une propension du participant à valoriser le passé du quartier Saint-Sauveur et qui définit la nature du rapport qu'il entretient avec le quartier et ses résidents. Comme nous l'avons indiqué précédemment, les natifs du quartier Saint-Sauveur ne représentent que deux personnes de notre échantillon, la présence des autres participants dans le quartier s'inscrit dans un mouvement de mobilité urbaine. Les anecdotes liées à un passé réellement vécu dans le quartier sont plus nombreuses dans les discours des natifs du quartier, mais, néanmoins, l'attachement à une tradition passée est tout aussi fort chez les types *mémoriels* qui ne résident dans le quartier que depuis peu. Ainsi, Suzanne raconte :

*« Très très très longtemps, quand j'étais jeune, je venais avec ma mère le vendredi ou le jeudi, on s'en venait coin Des Commissaires et Saint-François, il y avait un grand espace là où il y avait des habitants qui vendaient leurs légumes, ils vendaient différents...même il y avait un monsieur qui vendait des anguilles! De l'anguille vivante là! Quand le monde achetait une anguille, moi ça m'a saisie cette affaire-là! Je disais à maman : « on vas-tu au marché parce que j'aimerai ça voir tuer une anguille! » et pour tuer l'anguille, il faisait ça sur le bord du trottoir là! ».*

La participante qui s'exprime ici a connu et vécu le marché public qui existait dans le quartier Saint-Sauveur jusque dans les années 1940 auxquelles elle rattache pleins de souvenirs d'enfance. Le discours de Suzanne sur son rapport avec le quartier reflète les éléments qui ont été mis en évidence par Dale Gilbert et Andrée Fortin sur le quartier Saint-Sauveur dans leurs observations et dont nous avons fait mention dans le premier chapitre. Au-delà du sentiment qui lie cette participante au quartier par sa filiation familiale, dimension importante dans le rapport historique du lieu anthropologique<sup>63</sup>, l'anecdote liée au

---

<sup>62</sup> Marc Augé, *Non-lieux*, Éditions du Seuil, 1992, p.28.

<sup>63</sup> Marc Augé, op. cit., p. 69.

marchand de poissons nous révèle également d'autres valeurs qu'on retrouve de manière plus évidente à travers d'autres discours, notamment celui lié à l'écologie. En effet, le discours de Suzanne nous révèle l'importance accordée à la consommation de produits frais et non transformés qui est un a priori négatif envers l'alimentation industrielle. Le contact direct avec les producteurs permet de savoir précisément ce qu'on mange et de faire un lien plus concret avec la nature et ce qu'on mange donc de disposer d'une traçabilité réelle du produit de même qu'il assure la fraîcheur et qualité des produits consommés. Yvette, qui est aussi native du quartier Saint-Sauveur, nous indique aussi cet aspect de l'achat des produits alimentaires dans le cadre d'un marché public :

**Yvette** : « *Ça serait le fun [d'avoir un marché proche] parce que ce serait des affaires frais frais là! Il y a toute sorte d'ingrédients au marché, du sirop, des pommes, des fruits, des légumes... »*

**Interviewer** : « *pour vous, ce serait la fraîcheur qui serait plus importante? »*

**Yvette** : « *oui parce que c'est bon. Tu sais quand ça vient du jardin là, ce n'est pas pareil, c'est différent. Tu sais c'est comme le poisson, quand tu viens de le pêcher là [sifflement de la participante], c'est différent là, c'est bon là! C'est une fraîcheur que tu n'as pas que si tu le fais geler et que tu le fais dégeler là, tu n'as pas cette fraîcheur là si tu le fais dégeler là. »*

Outre la fraîcheur des produits alimentaires à laquelle sont sensibles les participantes qui s'expriment ici, il y a aussi, l'expérience autour de l'achat qui est valorisée. Ce dont il est question c'est le contact direct avec le marchand qui partage son expérience en tant que producteur et non comme un simple intermédiaire entre le consommateur et le produit. C'est l'expérience d'une situation sociale qui a marqué l'imaginaire des participantes qui sont nées dans le quartier et qui ont connu le marché public d'alors dans le quartier. Le souvenir lié à l'expérience de la pêche renvoie à l'aspect ouvrier du quartier, c'est-à-dire le travail dans sa dimension physique qui nécessite de faire face aux conditions de travail pénibles. Suzanne nous rappelle d'ailleurs qu'il n'y a pas dans le quartier Saint-Sauveur que des personnes inactives ou exclues :

**Suzanne** : « *Ce n'est pas vrai [que Saint-Sauveur soit un des quartiers les plus défavorisés]. Moi quand j'entends dire que Saint-Sauveur c'est un coin de B.S<sup>64</sup> là, hum... que je viens maline! Tu sais parce que je veux dire ce n'est pas un coin de B.S, regarde, il y a du monde qui est travaillant ici là. Il y a du monde qui travaille, il y a du monde qui voyage, du monde qui prend l'autobus. Le matin, le monde emmène les enfants à l'école, à la garderie, ils continuent de travailler le soir (...) ça voyage là. Un coin défavorisé, moi non! »*

*« Si il y a des exclus, c'est parce que le monde ils veulent bien parce que nous autres on n'a jamais mis personne de côté ».*

---

<sup>64</sup> Le B.S est l'abréviation courante qui correspond à une allocation minimale garantie par le gouvernement aux personnes n'ayant aucune autre forme de revenu.

La deuxième citation de Suzanne renvoie plus précisément à la perception du quartier comme un ensemble plutôt homogène, point que nous avons déjà souligné précédemment et qui est souligné par les termes « nous autres », ce qui justifie l'idée que pour le *mémoriel*, les résidents du quartier Saint-Sauveur ont toujours été une collectivité en soi et continuent d'être ainsi actuellement. En somme, les citations ci-dessus accentuent fort bien d'une part, la dimension historique du quartier comme lieu anthropologique par l'appartenance au sol car comme le dit Augé : « naître, c'est naître en un lieu, être assigné à résidence. En ce sens, le lieu de naissance est constitutif de l'identité individuelle<sup>65</sup> ». Dans les propos de Suzanne et d'Yvette, nous pouvons observer ce lien étroit entre le lieu de naissance et la référence au quartier comme espace social d'un point de vue historique. Cette dimension historique, comme on l'a déjà souligné, n'est pas exclusive aux natifs du quartier Saint-Sauveur et peut aussi se révéler à travers des discours de participants dont le passé de résidence est relativement récent, on peut se référer à ce sujet à la citation de Richard mentionnée à la page soixante-neuf de notre rapport. La citation ci-après est tirée du discours d'une participante qui n'est pas native du quartier, mais dont l'extrait rapporté témoigne d'une caractéristique de type *mémoriel*. La participante nous fait part d'un commentaire à propos du Marché Public Saint-Sauveur qui s'est déroulé à l'été 2013 pendant lequel elle a appris qu'il existait par le passé un marché public à l'endroit même où prenait place le marché :

**Monique :** « *Moi ça m'intéresse beaucoup l'histoire du quartier. Ce n'est pas le fait de revenir en arrière, mais le fait que ce lieu-là était à l'origine un marché public. Ça nous ramenait sur la vie de l'époque, parce que c'est quand même un quartier ouvrier à l'origine. Moi, je trouve ça intéressant, puis qu'on essaye de revenir à cette essence-là* »,

D'autre part, le souvenir du quartier et du marché public qui forment en somme la vie de quartier d'un point de vue *mémoriel* renvoie aux notions de proximité, de localité et de conformité. Le marché public occupait une place centrale dans le quartier même, ce qui favorisait la marche à pied qui caractérisait la circulation des résidents à l'intérieur du quartier, et maintenait des relations inter résidentielles plus fréquentes et renvoyaient par ailleurs l'image d'un quartier vivant, dynamique et animé. En ce cas, la perception historique d'un marché public correspond à une certaine conformité avec le passé, car il renvoie à des souvenirs liés au marché public tel qu'on l'a vécu par le passé ou qu'on s'imagine qu'il a été. L'anecdote du poissonnier faisant la démonstration de son métier jusqu'à l'abattage de l'anguille en présence même de l'acheteur valide l'idée selon laquelle la fraîcheur des produits est un élément important dans l'acte de consommation en même qu'elle nous renseigne sur l'importance de l'expérience autour de la pratique. En effet, la scène décrite comme un spectacle créant toute une animation autour laisse à penser que ce genre de situations participait à l'animation d'une vie de quartier. Par ailleurs, la scène nous renseigne sur le fait que le rapport entre la production, le producteur, le produit et le consommateur-acheteur est partie intégrante d'une expérience sociale. Ce n'est pas simplement le geste de l'abattage, qui pourrait nous paraître insolite, qui est mis en scène, mais la vie sociale de toute une communauté ancrée dans un contexte sociohistorique. La localité d'un point de vue historique peut se comprendre comme un temps vécu où la consommation des produits alimentaires allait de pair avec la production de proximité,

---

<sup>65</sup> Marc Augé, *ibid.*

c'est-à-dire des produits qui provenaient directement des fermes aux alentours de Québec. Nous avons par ailleurs souligné que dans la première moitié du vingtième siècle, les jardins privés ou communautaires faisaient partie d'un certain mode de vie que les participantes de notre échantillon natives du quartier Saint-Sauveur ont probablement connus, d'où leur attachement à la localité des produits.

L'idée de l'expérience sociale telle qu'elle transparait à travers l'anecdote du poissonnier tuant l'anguille à même le trottoir correspond au type de sensations expérientielles auxquelles nous faisons référence à travers les discours de type *sensoriel*. L'activité sensorielle du Marché Public Saint-Sauveur suscite un plus grand intérêt chez le *sensoriel* dans la mesure où est rattachée au lieu, la découverte de choses inattendues, insolites, des produits diversifiés, mais aussi des situations d'interactions qui offrent la possibilité de vivre l'expérience du marché comme une activité divertissante. Ainsi, une des participantes précise le plaisir qu'elle a à découvrir de nouveaux produits alors qu'une autre participante avance l'idée que le Marché Public Saint-Sauveur puisse proposer de manière ponctuelle des activités spécifiques :

**Stéphanie :** « *Moi, j'aime ça quand je ressors puis que la personne elle m'a donné des recettes avec ce que j'ai acheté. Comme quand tu vas chez Eumatimi là, il va te faire découvrir une nouvelle bouffe que tu n'as jamais entendue (...) il te la vend comme si c'était la meilleure du monde avec une bonne recette puis...* ».

**Pauline :** « *Ben moi, ce que je trouve intéressant du marché (...) tu peux acheter plusieurs produits différents, tu peux quand même faire une bonne partie de tes emplettes, puis qu'il y ait un petit coin de table où tu peux jaser puis qu'il y ait en même temps, je ne sais pas moi, je dis n'importe quoi, une exposition avec un artiste du quartier, peu importe. Qu'il y ait une activité avec ça, effectivement là on peut trouver un côté social à ça* ».

## 8.2 La dimension relationnelle du lieu anthropologique

Avec la notion d'expérience sociale, nous faisons référence à la dimension relationnelle que revêt le Marché Public Saint-Sauveur comme lieu anthropologique, aspect mentionné par la citation ci-dessus et commun à plusieurs discours. L'anthropologie d'un lieu au sens où l'entend Marc Augé renvoie à « la question de l'autre<sup>66</sup> », c'est-à-dire à la relation à autrui de manière générale quelles que soient les caractéristiques qui fondent notre représentation de l'autre. Ces caractéristiques d'ordre physique, éthique, familial... constituent entre autres des éléments qui définissent la nature même de la relation à l'autre et font en sorte que nous ayons plus ou moins d'affinités avec autrui révélant des relations étroites ou plus distancées. Tout au long de notre analyse et quelles que soient les valeurs ou les intérêts qui préoccupent davantage les participants à notre étude, nous avons pu mesurer l'importance du rapport aux autres dans la représentation du quartier Saint-Sauveur.

Si l'individu *est* social comme le démontre Norbert Elias<sup>67</sup>, le lien social pour Serge Paugam apporte « la protection et la reconnaissance nécessaires à l'existence sociale<sup>68</sup> ». La reconnaissance passe par le regard de l'autre et fonde alors la source du lien social. Selon Paugam, cette reconnaissance n'est pas propre à une sphère particulière, comme le travail par exemple, mais intrinsèque à toutes les interactions sociales. Toutes les situations sont alors source de liens sociaux, de reconnaissance de soi et de l'autre et produisent et renforcent en retour les liens sociaux. Cela soutient l'idée que le Marché Public Saint-Sauveur en tant que lieu d'interactions favorise la sociabilité car, comme le dit Augé, « dès que les individus se rapprochent, ils font du social et aménagent des lieux<sup>69</sup> ». Nous avons posé le quartier Saint-Sauveur comme un ensemble hétérogène sous entendant alors des réseaux de sociabilité différenciés bien que pour des types de discours, leur représentation du quartier et de ses résidents tendait vers une certaine homogénéité. L'existence des liens sociaux différenciés ne s'oppose pas à l'idée d'un marché rassembleur que nous avons déjà soulevé par ailleurs, idée à laquelle aspirent tous les types de discours et qui constitue même une préoccupation sociale pour certains des participants :

**Colette :** « *Moi, une de mes inquiétudes, c'est qu'on va atteindre le plafond établi par la Ville pour les logements sociaux. Je pense que ce n'est pas assez, il faut garder une mixité de population, il ne faut pas que ça fasse comme à Saint-Roch avec juste des gens aisés et la pauvreté a été repoussée. Il faudrait trouver une manière de mêler harmonieusement les habitants du quartier parce que c'est ça qui fait la richesse* ».

Nous voyons ici la volonté des participants de garder dans le quartier Saint-Sauveur une certaine forme d'hétérogénéité des conditions sociales et par extension des réseaux de sociabilité. Le marché public comme lieu de rencontre s'apparente alors à un lieu de coprésence. Afin que la pratique d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur soit un espace relationnel qui offre la possibilité de faire converger en un

---

<sup>66</sup> Marc Augé, op. cit., p.28.

<sup>67</sup> Norbert Elias, *La société des individus*, Fayard, Paris, 1987.

<sup>68</sup> Serge Paugam, *Le lien social*, Presses Universitaires de France, Paris, 2008, p. 63.

<sup>69</sup> Marc Augé, o.p. cit., p. 139.

même lieu différentes formes de liens de sociaux, les participants évoquent l'idée que le Marché Public Saint-Sauveur soit le reflet de l'existence de l'hétérogénéité sociale du quartier. Ainsi, Richard nous précise qu'un marché public s'adresse à tout le monde, « que tu sois riche ou pauvre » alors que la participante suivante émet quelques craintes suite à sa visite au marché au cours de l'été 2013 :

**Pauline** : « *Ma crainte est que le marché ne marche pas parce qu'il va juste viser une clientèle plus aisée (...). La clientèle, elle, pourrait être élargie, mais les gens qui y allaient c'était clairement des gens aisés du quartier.* »

Notons toutefois, que ce commentaire n'est pas partagé par tous les participants, notamment Colette qui précise qu'elle a remarqué la présence d'organismes communautaires lors de son passage au Marché Public Saint-Sauveur à l'été 2013. Cependant, tous partagent l'idée que le marché puisse diversifier les produits offerts afin de les rendre accessibles à la majorité des résidents du quartier car, précise Pauline :

« *Ce n'est pas tout le monde qui a le luxe de se payer du bio.* »

Ainsi, le Marché Public Saint-Sauveur comme espace social représenté se prête à ce que Serge Paugam définit comme « la participation élective<sup>70</sup> » soit la socialisation extra-familiale où on apprend à connaître l'autre, à échanger, ce qui favorise le développement et le renforcement des liens sociaux. L'idée est que le marché comme lieu public ne garantit en rien les relations inter-réseaux, cependant qu'il offre la possibilité de diversifier et d'élargir son propre réseau social. Autrement dit, les résidents qui fréquentent le marché public ne sont pas contraints, mais ont la possibilité de choisir donc « d'élire » leurs relations avec les autres qui peuvent par ailleurs être circonscrites au marché comme lieu ou s'étendre à d'autres espaces de rencontre.

### *8.3 La dimension identitaire du lieu anthropologique*

Selon Serge Paugam, si les individus gardent une certaine liberté dans la construction de leurs réseaux de sociabilité et que les réseaux soient différenciés en dépit de la mixité sociale de proximité, l'existence d'un lieu commun est fondamentale dans la construction identitaire individuelle et communautaire entendue ici dans le sens d'une collectivité localisée. Le lieu anthropologique en tant que « dispositif spatial [est] identitaire [et] fonde l'identité du groupe<sup>71</sup> » c'est-à-dire qu'un espace social public favorise en effet l'appartenance commune. Nous lions ici la notion de lieu identitaire de Marc Augé au Marché Public Saint-Sauveur. Nous avons vu que les participants à notre étude et qui résident dans le quartier Saint-Sauveur ont une perception du quartier et de ses résidents qui leur est propre et que la manière dont ils percevaient la vie de quartier était intimement liée à cette représentation singulière. Cette singularité fonde en quelque sorte leur identité propre et l'expression de leur appartenance au quartier comme communauté s'inscrit dans le prolongement de cette identité individuelle. À cet égard, il semble

---

<sup>70</sup> Serge Paugam, o.p. cit., p. 68.

<sup>71</sup> Marc Augé, o.p. cit., p. 67.

que les lieux communs où les participants se reconnaissent, c'est-à-dire où ils peuvent exprimer leur identité propre soient déficients dans le quartier Saint-Sauveur, ainsi que le fait remarquer Stéphanie :

*« Je trouve que ce qui manque c'est des cafés. Tu sais, c'est des endroits où tu ne vas pas nécessairement pour parler, mais tu sais, juste pour vivre avec d'autres personnes, des bars où tu vas, où il n'y a pas juste des gens qui jouent aux machines, tu sais des lieux rassembleurs où tu dis : « ah j'vais prendre un bon café » ou bien « je vais y aller, je vais parler avec des gens » tu sais, il n'y a pas de ça à Saint-Sauveur ».*

En effet, nous avons constaté que seuls deux participants (un natif du quartier et un immigrant) ont reconnu spontanément le Centre Durocher comme symbolisant le quartier Saint-Sauveur qu'ils fréquentaient par ailleurs, alors que les autres participants soit déploraient l'absence de lieux symboliques, soit citaient le Centre Durocher après réflexion, en précisant qu'ils ne le fréquentaient pas. De ce fait, le Marché Public Saint-Sauveur constitue pour certains des participants, un lieu identitaire à la fois « pour soi<sup>72</sup> » et « entre soi », non pas dans le sens d'une communauté fermée sur soi excluant toute autre forme d'identité, mais bien dans la possibilité d'une inter-(re)-connaissance basée sur des intérêts ou des valeurs partagées en lien étroit avec le lieu spatial, en l'occurrence le quartier Saint-Sauveur comme le suggère Steve :

*« Je voulais dire par rapport au marché, c'est de créer un lieu de rencontre plus du centre-ville pour s'identifier aussi ».*

La distance qui sépare le centre-ville de Québec et le quartier Saint-Sauveur est très courte. Cependant, il apparaît important pour les participants de distinguer leur appartenance commune sans pour autant la radicaliser. En effet, selon la position de l'interlocuteur, les participants se définissent comme appartenant d'abord à la ville de Québec ou d'abord au quartier Saint-Sauveur. Autrement dit, s'adressant à une personne extérieure à Québec, c'est l'appartenance urbaine qui est priorisée et l'appartenance saint-sauveroise<sup>73</sup> est priorisée lorsqu'on s'adresse à un résident de Québec. Lier son identité à une appartenance spatiale telle que l'entend Augé renvoie aussi à la nécessité pour les participants d'ancrer une part de leur identité dans la localité et la proximité, caractéristiques qu'ils prêtent au Marché Public Saint-Sauveur.

Si le symbole est une matérialité qui porte en elle une valeur significative<sup>74</sup> c'est-à-dire cette chose invisible, immatérielle, mais néanmoins partagée par une collectivité, une communauté, le Marché Public Saint-Sauveur constituerait en quelque sorte une référence symbolique dans la reconnaissance identitaire individuelle et collective. Selon le point de vue de Jérôme Monnet, dans un contexte social différencié ou

---

<sup>72</sup> Nous faisons référence ici à François De Singly qui pose l'identité individuelle comme une construction de la personnalité à deux dimensions c'est-à-dire l'identité proprement personnelle, le « pour soi », et l'identité qui nous est attribuée par les autres c'est-à-dire notre identité sociale, le « soi par autrui ».

<sup>73</sup> Saint-Sauverois est le gentilé pour désigner les résidents du quartier Saint-Sauveur, voir [en ligne], <http://www.estriezone.com/gentiles.html#S>.

<sup>74</sup> Jérôme Monnet, « La symbolique des lieux : pour une géographie des relations entre espace, pouvoir et identité », 1998, [en ligne], <http://spi.cybergeog.org/5316>.

hétérogène, ce qui est le cas du quartier Saint-Sauveur, la reconnaissance commune à travers un lieu symbolique reste possible du fait que « le propre du symbole est (...) de créer le lien entre des réalités de nature différente entre le matériel et l'idéal, le concret et l'imaginaire<sup>75</sup> ».

Par ailleurs, la reconnaissance dans sa dimension symbolique renvoie à la notion de réciprocité que nous avons déjà soulevée précédemment. Si la réciprocité relève d'une relation de confiance<sup>76</sup>, nous postulons que les échanges entre les producteurs sur le Marché Public Saint-Sauveur et les résidents du quartier vont fortement marquer l'orientation des relations entre les résidents de même que cette relation de confiance va inscrire le marché dans une perspective temporelle. En effet, la réciprocité suppose qu'on soit dans un processus de don et de contre-don qui ne renvoie pas à l'idée qu'on échange des objets de même valeur, par exemple une tomate contre un montant d'argent fixe. Le don réciproque équivaut à une situation où les individus en interaction quittent la situation avec une satisfaction personnelle d'avoir donné et reçu. Dans le contexte du Marché Public Saint-Sauveur, la relation de confiance, d'échange réciproque est intimement liée aux échanges entre les résidents et les producteurs comme le suggère Stéphanie dans la citation que nous rapportons à la page quatre-vingt-un de ce rapport et à travers laquelle elle mentionne qu'elle apprécie particulièrement le fait qu'elle puisse bénéficier de conseils des producteurs dans la manière de cuisiner des produits nouveaux pour elle. Nous pouvons également nous reporter à la citation de Benoît, à la page soixante-deux, qui fait part de sa déception lors du déroulement du Marché Public Saint-Sauveur au cours de l'été 2013 à l'égard d'un producteur qui avait annoncé la vente de viande de lapin, alors que toujours selon Benoît, le marchand n'en produisait même plus de lapins. Il apparaît que les malentendus peuvent nuire à la relation de confiance nécessaire à l'implantation du Marché Public Saint-Sauveur sur le long terme comme lieu d'approvisionnement de proximité dans le quartier. La relation de confiance suppose donc que l'anticipation ne soit pas déçue<sup>77</sup>.

Cette relation de confiance est aussi dépendante du rapport identitaire dans la mesure où les participants s'attendent à trouver sur le Marché Public Saint-Sauveur des produits qui reflètent leur propre valeur par rapport à la consommation. Nous n'élaborerons pas davantage ici, nous avons déjà souligné à travers les discours idéaltypiques le rapport singulier entre la consommation et le mode de vie. Soulignons une fois encore la diversité des attentes selon les représentations, comme le laissent voir les citations qui suivent :

**Richard :** « *Je consomme beaucoup local quand même. Dans mon alimentation Je suis pas mal local. Tu sais je ne mange pas de banane, ça ne fait pas partie de mon alimentation. Je mange plus des fruits, tu sais, des bleuets congelés, des pommes, des oranges, c'est quand même nos... ça fait partie de nos... c'est comme on a grandi avec ça.* »

---

<sup>75</sup> Ibid.

<sup>76</sup> Marielle Breault, « *Décrire la réciprocité à travers deux pratiques* », (dans) *Parier sur la réciprocité vivre la solidarité*, (sous la direction de), Chronique Sociale, Lyon, 2011, p.59.

<sup>77</sup> Patrick Watier, *la sociologie et les représentations de l'activité sociale*, Méridiens Klincksieck Masson, 1996. p. 174.

**Stéphanie :** « *Oui, puis les ethnies, je trouve qu'ils nous apportent beaucoup de choses, puis on les met peut être plus de côté, puis ce n'est pas nécessairement des gens qui arrivent avec beaucoup d'argent, puis enfin... en augmentant autant les prix des loyers ou en diminuant les logements sociaux, c'est sûr qu'on perd ces gens-là.* »

Notons que la deuxième citation est en lien avec notre discussion qui portait sur l'expérience des participants du Marché Public Saint-Sauveur au cours de l'été 2013 et fait suite au commentaire d'une participante sur le fait qu'elle avait remarqué la présence prépondérante de résidents aisés financièrement et elle précisait par ailleurs que tous les résidents n'étaient pas en mesure de consommer des produits étiquetés biologiques. Pour Stéphanie, il est important qu'un marché public puisse également offrir des produits « ethniques » et qu'en somme, la mixité sociale signifie également la considération des personnes immigrantes qui résident dans le quartier.

La réciprocité sous-entend la relation de confiance mais également la notion de fidélité qui participe avec la reconnaissance au maintien des liens sociaux<sup>78</sup>. La fidélité semble étroitement liée aux discours types, c'est-à-dire aux intérêts et aux valeurs propres à chacun. Ainsi, pour Benoît, ce qui prime dans le geste d'achat réside dans les économies qu'il peut réaliser (voir citation à la page 62), intérêt partagé par Paul comme nous pouvons le constater dans l'échange ci-après :

**Interviewer :** « *Est-ce que vous êtes fidèle aux commerces du quartier?* »

**Paul :** « *C'est une question de prix. Il y a l'Intermarché qui est cher dans un quartier pauvre. C'est vrai qu'il y a des spéciaux, mais le reste est cher.* »

En revanche, pour Pauline, il en est tout autrement, à la même question, elle répond :

« *Extrêmement. (...) Je ne suis pas capable d'acheter mon pain ailleurs qu'à la boîte à pain!* »

Si la fidélité pour Patrick Watier n'est pas un motif ni un intérêt, nous postulons que dans le contexte du Marché Public Saint-Sauveur, elle résulte en premier lieu de l'intérêt que suscite le marché chez les résidents du quartier. Une fois cette première curiosité dépassée, que le marché soit perçu et vécu comme un lieu historique, relationnel et identitaire, la fidélité des participants au Marché Public Saint-Sauveur favorisera la perpétuation à la fois du marché et des liens sociaux dans le temps. En effet, si la relation n'émerge pas de la fidélité, elle lui confère cependant une constance dans le temps qui engendre la reconduction du lien social.

En somme, le Marché Public Saint-Sauveur comme lieu anthropologique est une « construction concrète et symbolique (...) à laquelle se réfèrent tous ceux à qui elle assigne une place, si humble ou

---

<sup>78</sup> Patrick Watier, *o.p cit.*, p. 171.

modeste soit-elle<sup>79</sup> ». Cela suppose que le marché s'inscrit dans une relation de proximité dont l'identité reflète à la fois un mode vie ancré dans la localité tout en offrant la possibilité de diversifier les expériences culinaires tout autant que les expériences sociales.

---

<sup>79</sup> Marc Augé, o.p. cit., p.68.

## Conclusion

À l'initiative du Collectif Fardoche, s'est tenu au mois d'août 2013 un marché public dit « pilote » au sein du quartier Saint-Sauveur de la Ville de Québec. La volonté du Collectif était à terme d'implanter ce « marché Saint-Sauveur » de façon définitive, chaque été, au sein du Parc Durocher où s'était tenu cette édition pilote. C'est à la suite de cette initiative que le Collectif a lancé un appel d'offres par l'intermédiaire d'Accès Savoirs, un organisme visant à mettre en relation des organisations évoluant dans une grande diversité de domaines avec la recherche académique ou universitaire. Ce qui justifiait ce mandat était le désir de mieux saisir la pertinence que pourrait avoir le marché à la fois en tant que lieu alternatif d'approvisionnement en alimentation pour les habitants du quartier, ainsi qu'en tant que lieu de socialisation au sein de ce quartier de la basse-ville de Québec.

Afin de répondre à ces objectifs, il importait alors de les problématiser dans une optique sociologique. Dans le but d'y répondre, la question de recherche suivante a alors été formulée : « Quel est le profil démographique, social et économique des résidents du quartier Saint-Sauveur et comment les différentes catégories de personnes qui y habitent envisagent-ils la possible contribution d'un marché public à la vie de quartier ? ». Il importait d'établir un portrait statistique rendant compte de la diversité socio-démographique du quartier Saint-Sauveur. Ce portrait allait alors servir à identifier les principales catégories de personnes habitant dans le quartier. En outre, considérant que l'implantation d'un marché public pourrait avoir un impact réel sur la vie de quartier, nous avons axé la construction conceptuelle de notre objet de recherche sur trois dimensions singulières du marché : économique, sociale et participative.

D'un point de vue méthodologique, il était nécessaire de procéder à un échantillonnage en tenant compte des principales catégories d'habitants mises en évidence dans le portrait statistique réalisé au préalable. L'objectif était alors de réaliser quatre focus-groupe réunissant 8 personnes appartenant à une catégorie distincte. Compte tenu des difficultés rencontrées pour réunir les personnes afin de mener à bien les focus-groupes, il fut décidé de réaliser un focus-groupe réunissant 5 personnes puis des entretiens individuels. Au total, notre échantillon fut composé de dix-sept résidents ayant des profils diversifiés. Tous les entretiens furent réalisés sur un mode semi directif. De fait, soixante-sept questions opérationnalisées à partir de notre cadre conceptuel furent posées systématiquement. Ces dernières s'orientèrent autour des thèmes suivants : sociabilité, vie de quartier, relation marchande, participation et exclusion.

L'analyse des entretiens de groupe et individuels révèle des manières particulières dont les participants à l'étude se représentent la vie de quartier considérant le contexte de revitalisation dont fait l'objet le quartier Saint-Sauveur. Nous avons ainsi pu élaborer des formes idéaltypiques de discours qui témoignent de la diversité des représentations des participants en ce qui a trait à leurs pratiques quotidiennes et leurs rapports aux autres. Ces discours types s'articulent autour de deux axes sémantiques que sont : la revitalisation et la vie de quartier. Le modèle idéaltypique comme méthode d'analyse est une construction propre au chercheur et consiste à rendre compte des réalités sociales à partir d'une logique idéale. Cependant que les discours idéaltypiques ne se rencontrent jamais dans la réalité telle qu'ils sont

présentés par le chercheur, il n'en demeure pas moins qu'ils permettent de mieux saisir certaines dimensions de la réalité sociale observée. En croisant les données relatives à la revitalisation et à la vie de quartier selon la perception des participants, nous avons élaboré quatre idéaux-types qui se fondent sur des intérêts ou des valeurs qui se rapportent à un idéal de vie propre à chacun.

La volonté d'allier un cadre de vie agréable à des préoccupations environnementales et sociales caractérise des discours de type *écologique*. Selon le point de vue des participants, le quartier Saint-Sauveur offre la possibilité de profiter à la fois de la proximité des lieux, des équipements, des infrastructures, des services, des commerces les plus fréquentés et des éléments de la nature. Le parc Victoria ou encore la rivière Saint-Charles sont représentatifs de ces « aires naturelles » auxquelles sont fortement attachés les participants de type *écologique*. Ces derniers démontrent un intérêt favorable à participer au Marché Public Saint-Sauveur du fait que l'approvisionnement alimentaire dans un lieu de proximité tend à diminuer de manière significative l'impact écologique négatif. Leur participation sera d'autant plus forte dans la mesure où le Marché Public Saint-Sauveur offre la possibilité de s'approvisionner en produits locaux; la localité contribue à réduire l'impact négatif sur l'environnement.

Le contexte urbain et la proximité du centre-ville de Québec font du quartier Saint-Sauveur un lieu privilégié pour les participants désireux de vivre des expériences, des sensations nouvelles telles des animations ou des divertissements interactifs, des rencontres ou des découvertes culturelles, etc. qui leur permettent d'élargir et d'enrichir leurs expériences vécues. Le discours de type *sensoriel* qui caractérise cette représentation du quartier valorise des actions ou des interactions fondées sur le plaisir des sens. Le ressenti qui mobilise tous les sens constitue le lien d'échange significatif pour les participants de type *sensoriel* pour qui le Marché Public Saint-Sauveur représente une occasion d'expérimenter de nouvelles sensations par la diversité des produits offerts. Le marché représente également pour les participants de type *sensoriel* l'occasion de partager avec les autres des expériences sensorielles vécues ou à vivre, par exemple, découvrir de nouveaux produits alimentaires et de nouvelles façons de les cuisiner. L'espace du marché est aussi un lieu propice pour faire de nouvelles connaissances, et possiblement étendre son propre réseau de sociabilité.

À l'image des autres quartiers de la basse-ville de Québec, l'histoire du quartier Saint-Sauveur remonte au début du dix-neuvième siècle avec le développement des industries liées notamment aux activités portuaires de Québec. Dans le quartier Saint-Sauveur résidaient alors les familles ouvrières travaillant dans les industries des alentours. Certains des participants à notre étude montraient à travers leurs discours une sensibilité particulière au passé du quartier Saint-Sauveur. Leur discours de type *mémoriel* mobilise des représentations du passé et valorise des traditions que les participants lient aux conditions ouvrières du quartier Saint-Sauveur, lesquelles traditions se rapportaient au quartier vécu comme une communauté homogène, solidaire et qui par ailleurs privilégiait l'approvisionnement alimentaire local. Les participants de type *mémoriel* perçoivent dans le projet du Marché Public Saint-Sauveur, la possibilité de mettre en pratique certaines valeurs rattachées au mode de vie traditionnel du quartier Saint-Sauveur. Ainsi, les participants ayant ce type de discours s'attendent à retrouver au Marché

Public Saint-Sauveur, l'esprit du marché public d'antan offrant des produits locaux et permettant aux amis, aux voisins, aux connaissances du quartier de se rencontrer en un même lieu.

Enfin, il émerge des entretiens réalisés, un discours de type *économique* qui valorise le rapport entre les pratiques et les avantages économiques. Cette forme de discours considère qu'un marché public doit être une alternative profitable par rapport aux autres commerces qu'ils soient dans le quartier ou à l'extérieur du quartier. Les activités liées à la rentabilité économique témoignent d'une vie de quartier dynamique pour les participants ayant un discours de type *économique*. Le fait que le Marché Public Saint-Sauveur propose une activité lucrative constitue pour le type *économique* une revitalisation positive doublement appréciée dans la mesure où il profite réellement des avantages économiques liés à cette activité.

En somme, le Marché Public Saint-Sauveur représente un projet où convergent des aspirations et des attentes diverses, et de l'adéquation entre le marché et ces différentes dimensions dépend la participation active des résidents au Marché Public Saint-Sauveur. La participation active sous-entend la possibilité d'ancrer le marché public dans la pratique régulière des résidents, ce qui favorisera d'une part, l'implantation du marché sur le long terme et d'autre part, contribuera à développer sinon à maintenir des liens sociaux dans le cadre d'une vie de quartier dynamique. Par ailleurs, pour les participants à notre étude, l'intérêt favorable à l'implantation d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur correspond à la participation à un projet local, à une alternative supplémentaire en termes de choix alimentaires, à un espace social d'interconnaissance.

## Bibliographie:

- ANGERS, Maurice  
1996 *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*, Les Éditions CEC inc, Québec.
- AUGÉ, Marc  
1992 *Non-Lieux*, Éditions du Seuil, France.
- AUGÉ, Marc  
2007 (1992) *Non-Lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Coll. La librairie de XXe siècle. Ed. Seuil.
- BACQUE, Marie-Hélène  
2006 « En attendant la gentrification : discours et politiques à la Goutte d'Or (1982-2000) », *Sociétés contemporaines*, Vol.3, no 63.
- BÉLANGER, Paul R, LÉVESQUE, Benoît  
1992, *Le mouvement populaire et communautaire : de la revendication au partenariat (1963-1992)*, département de sociologie UQAM.
- BERGERON, Yves  
1992 *Les premières places de marché au Québec*, Revue de la Culture Matérielle,[enligne] <http://journals.hil.unb.ca/index.php/MCR/article/view/17503>.
- BLONDIAUX, Loïc  
2001 « Démocratie locale et participation citoyenne : la promesse et le piège », *La Découverte, Mouvements*, No.18, pp. 44-51.
- BOURDIEU, Pierre  
2000 *Les structures sociales de l'économie*, Éditions du Seuil, France.
- BOURDEAU, Vincent et FLIPO, Patrice  
2011 « Du bon usage de la communauté », *Mouvements*, Vol. 4, No. 68, pp. 85-99.
- BREAULT, Marielle  
2011 « Décrire la réciprocité à travers deux pratiques » (dans) *Parier sur la réciprocité vivre la solidarité*, (sous la direction de), Chronique sociale, Lyon, France.
- CHANTELAT, Pascal  
2002 « La nouvelle sociologie économique et le lien marchand : des relations personnelles à l'impersonnalité des relations », *Revue française de sociologie*, Vol. 43, No 3, pp. 521 – 556.
- CHEVALIER, Jacques et CARBALLO, Cristina  
2004 « Fermetures résidentielles et quête de l'entre-soi, entre nord et sud des Amériques », *L'espace géographique*, Vol. 4, T. 33, pp. 325-335.

Corporation de Développement Économique Communautaire (CDÉC), Approche Territoriale Intégrée  
Saint-Sauveur

2012 *Étude comparative en besoin de main-d'œuvre des entrepreneurs et le profil sociodémographique et professionnel de la population du quartier*, résultats de l'enquête version longue.

DANTIER, Bernard

2004 «Les «idéaltypes» de Max Weber, leurs constructions et usages dans la recherche sociologique», *les classiques des sciences sociales*, [en ligne],  
[http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques\\_des\\_sciences\\_sociales/index.html](http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html).

DE CERTEAU Michel, (dir), GIARD Luce., MAYOL Pierre

2006 (1982) *L'invention du quotidien, 2. Habiter, cuisiner*, Coll. Folio Essais, Ed. Gallimard.

DE SINGLY François

1996 *Le soi, le couple et la famille*, Nathan, Paris.

DI MÉO, Guy

1994 «Épistémologie des approches géographiques et socio-anthropologiques du quartier urbain », *Annales de géographie*, T. 103, No. 577, pp. 255-275.

DI MÉO, Guy

1990 « De l'espace subjectif à l'espace objectif : l'itinéraire du labyrinthe », *Espace géographique*, T. 19-20, No. 4, pp. 359-373.

ELIAS, Norbert

1991 *La société des individus*, Fayard, Paris, France.

FORTIN, Andrée

1985 « Familles, réseaux et stratégies de sociabilité », *La morphologie sociale en mutation au Québec*. Les cahiers de l'ACFAS, No 41, pp. 159-171.

FORTIN, Andrée, DELÂGE, Denys et DUFOUR, Jean-Didier

1985 « Nouvelles familles, nouveaux réseaux (notes de recherches) », *Anthropologie et Société*, Vol. 9, No 3, pp. 219-223.

FORTIN, Andrée

1991 *La participation des comités de citoyens au mouvement communautaire*, Département de sociologie, université Laval.

FOX, William

1999 *Statistiques sociales*, Les Presses de l'Université Laval, Québec.

GARCIA AMADO, Juan Antonio

1989 « Introduction à l'œuvre de Niklas Luhmann », *Droit et société*, No. 11-12.

GAUTHIER, Fox

1997 *Morphogenèse et syntaxe spatiale des tissus résidentiels du quartier Saint-Sauveur de Québec*, Faculté d'architecture et d'aménagement, Université Laval.

- GERMAIN, Annick  
1984 « Sociologie du retour à la ville », *Continuité*, No. 23, pp. 35-37.
- GILBERT, Dale  
2011 *Vivre son quartier, vivre sa ville au cœur du XXe siècle. Modes d'expression de la culture urbaine en milieu populaire québécois dans le quartier Saint-Sauveur de Québec, 1930-1980*, Université Laval.
- GRAFMEYER, Yves et ISAAC, Joseph  
1979 *L'école de Chicago : naissance de l'écologie urbaine*, Armand Colin, Paris, France.
- GRAFMEYER, Yves et AUTHIER, Jean-Yves  
2008 *Sociologie urbaine*, Armand Colin.
- GRANOVETTER, Mark  
2000 *Le marché autrement*, Paris, Desclée de Brouwer.
- GUIBERT, Joël et JUMEL, Guy  
1997 *Méthodologies des pratiques de terrain en sciences humaines et sociales*, Armand Colin.
- HAMEL, Pierre  
1999 « La consultation publique et les limites de la participation des citoyens aux affaires urbaines », *Recherches sociographiques*, Volume 40, numéro 3, pp.435-466.
- HÉRAN, François  
1988 « La sociabilité, une pratique culturelle », *Économie et statistique*, No 216, La sociabilité / Dossier : l'entrée des jeunes dans la vie active, pp. 3 – 22.
- KEIGHTLEY, Emily et PICKERING, Michael  
2007 « Les deux voies du passé : le ressouvenir, entre progrès et perte », *Cahiers de recherche sociologique*, No. 44, pp. 83-96.
- KOROSEK-SERFATY, Perla  
1988 « La sociabilité publique et ses territoires – Places et espaces publics urbains », *Arch. & Comport. / Arch. Behav*, Vol. 4, No 2, pp. 111 – 132.
- LACHAPELLE, René  
2004 *Enjeux institutionnels pour l'organisation communautaire dans les réseaux locaux de services de santé et de services sociaux*, RQIIAC-Montréal.
- LAMOUREUX Jocelyne  
2001 « Marge et citoyenneté », *Sociologie et sociétés*, Volume 23 no2, pp. 29-47.
- LAMOUREUX Henri, LAVOIE, Jocelyne, MAYER, Robert, RAYMOND Jean-Panet,  
2008 *La pratique de l'action communautaire*, presse de l'université du Québec.
- LUHMANN, Niklas  
1990 *Amour comme passion. De la codification de l'intimité*, Aubier.

- MARCHAND, Suzanne  
1988 « L'impact des innovations technologiques sur la vie quotidienne des Québécoises du début du XXe siècle (1910-1940) », *Revue de la culture matérielle*, [enligne] <http://journals.hil.unb.ca/index.php/MCR/article/view/17352/18627>.
- MELÉ, Patrice  
2009 « Identifier un régime de territorialité réflexive », dans : Martin Vanier, *Territoires, territorialité, territorialisation, controverses et perspectives*, Presses Universitaires de Rennes, pp. 45-55.
- MERCIER, Louise  
2003 « Autrefois, les marchés de Québec », *Continuité*, No 98, pp. 44-46.
- MONGIN, Philippe  
1984 « Modèle rationnel ou modèle économique de la rationalité? », *Revue économique*, Vol. 35, No. 1, pp. 9-64.
- MONNET, Jérôme  
1998 « La symbolique des lieux : pour une géographie des relations entre espace, pouvoir et identité », [enligne], <http://spi.cybergeog.revues.org/5316>.
- NICOLE, Isabelle  
2001 *La revitalisation du quartier Saint Roch, Analyse statistique et cartographique*, Mémoire de maîtrise en Sciences Géographiques, Université Laval.
- NOSCHIS, Kaj  
1984 *Signification affective du quartier*, Librairie des Méridiens, Paris, France.
- ORLÉAN, André  
1992 « La monnaie comme lien social. Étude de philosophie de l'argent de Georg Simmel », dans : *Genèses*, 8, Monnaies, valeurs et légitimité, pp. 86-87.
- PAUGAM, Serge  
2008 *Le lien social*, Presses Universitaires de France, Paris.
- POLANYI, Karl  
2009 *La Grande transformation : aux origines politiques et économiques de notre temps*, Gallimard, Paris.
- QUÉRÉ, Louis  
1982 *Des miroirs équivoques*, Paris, Aubier.
- QUÉRÉ, Louis  
1988 « Sociabilité et interactions sociales », *Réseaux*, Vol.6, No 29, pp. 75 – 91.
- ROCHEFORT, Robert  
2002 « Modes de vie », *Projet*, Vol. 3, No. 271, pp. 45-53.

- SÉNÉCAL, Gilles, CLOUTIER, Geneviève et HERJEAN, Patrick  
2008 « Le quartier comme espace transactionnel : l'expérience des Tables de concertation de quartier à Montréal », *Cahiers de géographie du Québec*, Vol. 52, No. 146, pp. 191-214.
- SCHNAPPER, Dominique  
1999 *La compréhension sociologique. Démarche de l'analyse typologique*, Presses Universitaires de France, Paris.
- VAILLANCOURT, Jean-Guy  
1982 *Mouvement écologiste : énergie et environnement. Essais d'écologie sociale*, Les Éditions coopérative Albert Saint-Martin, p. 133, [en ligne],  
[http://classiques.uqac.ca.acces.bibl.ulaval.ca/contemporains/vaillancourt\\_jean\\_guy/essais\\_ecosociologie/essais\\_ecosociologie.pdf](http://classiques.uqac.ca.acces.bibl.ulaval.ca/contemporains/vaillancourt_jean_guy/essais_ecosociologie/essais_ecosociologie.pdf).
- VILLENEUVE, P. et Trudelle C.,  
2008 *Retour au centre à Québec : la renaissance de La Cité est-elle durable*
- WATIER, Patrick  
1996 *La sociologie et les représentations de l'action sociale*, Méridiens Klincksiek Masson, Paris, France.
- WEBER, Max  
1921 *Économie et société, tome 1 : les catégories de la sociologie*, Paris, Plon / Agora, traduction de Julien Freud, pp. 28-29, 35, 48-52 et 55-57, dans : Bernard Dantier, «Les «idéaltypes» de Max Weber, leurs constructions et usages dans la recherche sociologique», les classiques des sciences sociales, [en ligne],  
[http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques\\_des\\_sciences\\_sociales/index.html](http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html).

#### Sites Internet :

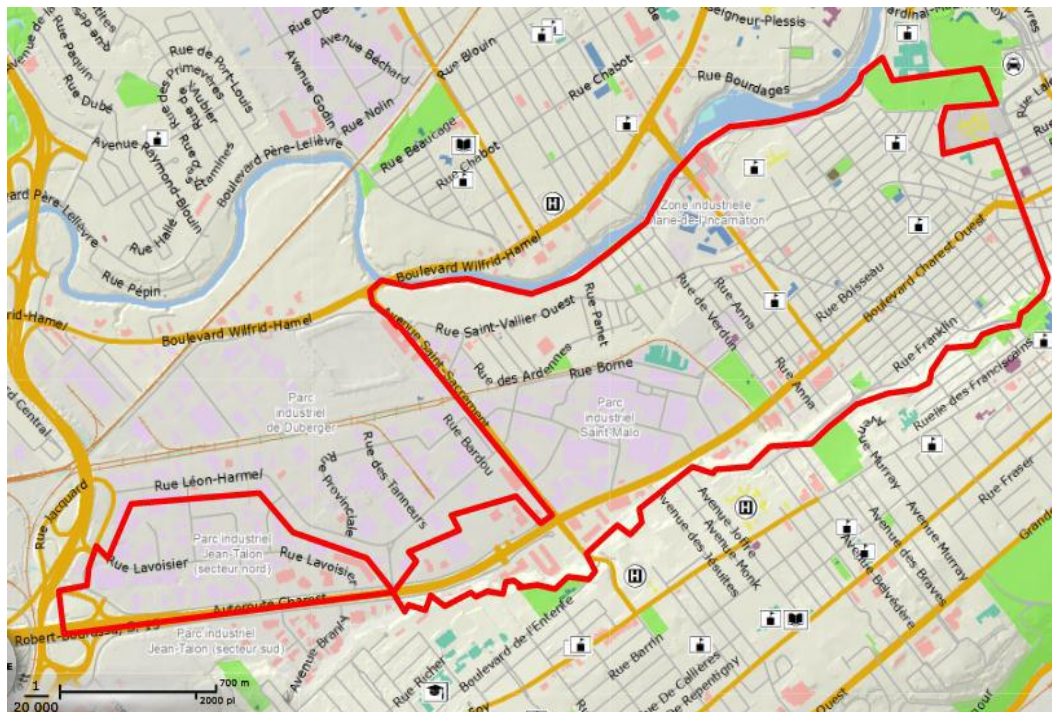
- <http://www.quebechebdo.com/Actualité/2013-07-16/article-3316897/Bientot-un-marche-public-dans-SaintSauveur/1>
- <http://www.radio-canada.ca/regions/quebec/2013/08/10/004-projet-pilote-marche-public-saint-sauveur-samedi.shtml>
- <http://www.radio-canada.ca/regions/quebec/2013/07/25/002-marche-public-stsauveur.shtml>
- <http://monsaintsauveur.com/activites-evenements/evenements/marche/>
- <http://blogue.monsaintsauveur.com/2013/bientot-marche-public-saint-sauveur/>
- <http://www.venezygouter.com/evenements/fiche/marche-public-dans-saint-sauveur>
- <http://www.ampq.ca/>
- <http://www.cccqss.org/>
- <http://www.ccsd.ca/>
- <http://centredurocher.org/>
- <http://www.statcan.gc.ca/start-debut-fra.html>
- [http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Portrait\\_secteurmaraicher.pdf](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Portrait_secteurmaraicher.pdf)
- [http://www.inspq.qc.ca/pdf/publications/998\\_PerspecAchatLocal.pdf](http://www.inspq.qc.ca/pdf/publications/998_PerspecAchatLocal.pdf)
- <http://www.publications.msss.gouv.qc.ca/acrobat/f/documentation/2008/08-216-01.pdf>
- <http://www.blogues.radio-canada.ca/rive-nord/2013/07/17/fermeture-marches-publics/>
- <http://www.lapresse.ca/le-soleil/vivre-ici/alimentation/201308/15/01-4680325-marches-publics-de-la-ferme-a-la-ville.php>
- <http://www.marchevieuxport.com/>

[http://www.gov.mb.ca/fs/ce/pubs/community\\_engagement\\_framework\\_May08\\_fr.pdf](http://www.gov.mb.ca/fs/ce/pubs/community_engagement_framework_May08_fr.pdf)

<http://www.ccsd.ca/events/inclusion/papers/gilbert.pdf>

<http://www.estriezone.com/gentiles.html#S>

## Limites du quartier Saint-Sauveur de Québec



Source : Approche Territoriale Intégrée Saint-Sauveur, *Étude comparative entre les besoins en main-d'œuvre des entrepreneurs et le profil sociodémographique et professionnel de la population du quartier. Résultats de l'enquête version longue*, octobre 2012

## Schéma d'opérationnalisation Marché public Saint-Sauveur

Concept	Dimensions	Indicateurs	Questions du schéma d'entretien	Questions du questionnaire
M A R C H É  S A I N T - S A U V E U R	Économie (profil de consommateur / profil de résident)	Profil sociodémographique		Q10. Q11. Q12. Q13. Q16. Q18. Q19.
		Revenus / budget		Q17.
		Lieux habituels d'achats alimentaires	Q23. Q24. Q25. Q30.	Q8.
		Avantages/inconvénients	Q26. Q31. Q32.	
		Moyens de déplacement	Q33. Q10	Q15.
		Relations avec les commerces /commerçants	Q27. Q28. Q29. Q30. Q32.	
		Marché comme lieu d'approvisionnement	Q53. Q54. Q55. Q58. Q59. Q60. Q62.	Q4. Q5. Q6. Q9.
	Sociabilité (vie de quartier/identité de quartier)	caractéristiques du quartier	Q4. Q7. Q8. Q15.	
		Délimitations géographiques / Représentation du lieu	Q1. Q2. Q3. Q5. Q11. Q34. Q48.	
		Réseaux de sociabilité	Q12. Q13. Q16. Q17. Q20. Q22	
		Lieux de sociabilité	Q14. Q21.	
		Marché comme espace social / identité de marché	Q54. Q56. Q57. Q58. Q65. Q66. Q67.	Q4.
	Participation communautaire (rapport au lieu)	Appartenance/Attachement au quartier	Q6. Q44. Q10.	Q14.
		Catégories sociales / exclusion	Q18. Q19. Q48. Q51. Q52.	
		Implication communautaire	Q40. Q41. Q42. Q43. Q46. Q49. Q50.	
		représentation de la revitalisation (attentes / craintes)	Q35. Q36. Q37.Q38. Q39. Q45.	
		Marché comme projet collectif	Q61. Q62. Q63. Q64.	

## Questionnaire

1. Si vous aviez accès à un marché public près de chez vous, le fréquenteriez-vous...

- Très certainement                       Certainement  
 Probablement                               Jamais

2. Au cours de la dernière année, avez-vous fréquenté les marchés publics suivants?

Le marché du Vieux-Port                       OUI               NON

Le marché de Sainte-Foy                       OUI               NON

Le marché de Val Bélair                       OUI               NON

Le marché des Saveurs de Saint-Jean Baptiste                       OUI               NON

3. Connaissez-vous le marché Saint-Sauveur?                       OUI               NON

4. Avez-vous fréquenté le marché Saint-Sauveur?                       OUI               NON (passez à la question 6)

Si oui combien de fois?                       1 fois               2 fois               3 fois               4 fois ou plus

5. Lors de votre visite du marché Saint-Sauveur, dans quelle mesure avez-vous été satisfaits des éléments suivants? Veuillez cocher.

	<b>Très insatisfait</b>	<b>Plutôt insatisfait</b>	<b>Assez satisfait</b>	<b>Plutôt satisfait</b>	<b>Très satisfait</b>
La variété des produits offerts					
La qualité des produits offerts					
La fraîcheur des produits offerts					
Le prix					
Le contact avec les producteurs					
Le contact avec les autres personnes					
L'ambiance générale					
L'emplacement					
L'accessibilité					
La journée d'opération du marché					

6. Veuillez indiquer dans quelle mesure les éléments ci-dessous pourraient vous inciter à fréquenter un marché. Veuillez cocher.

	<b>Pas du tout</b>	<b>Un peu</b>	<b>beaucoup</b>
La variété des produits offerts			
La qualité des produits offerts			
La fraîcheur des produits offerts			
Le prix avantageux			
Le contact avec les producteurs			
Le contact avec les autres personnes			
L'ambiance générale			
L'emplacement			
L'accessibilité			
La journée d'opération du marché			

7. Est-ce qu'il y a d'autres éléments qui vous inciteraient à fréquenter un marché?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

8. De façon générale, à quels endroits faites-vous vos achats alimentaires? (cochez tout ce qui s'applique)

	Chaque semaine	À l'occasion	rarement	jamais
Métro Ferland dans Saint-Sauveur				
Intermarché Saint-Vallier dans Saint-Sauveur				
Autre supermarché en dehors du quartier				
Dans un magasin à grandes surfaces (ex : Costco, Wall-Mart, etc.)				
Dans une boutique d'aliments santé				
Dans un marché d'aliments spécialisés ou exotiques				
Au dépanneur				
Directement à la ferme				
Directement du producteur avec livraison de paniers de fruits/légumes à la maison				
En ligne (internet)				
Autres, précisez :				

9. Quels sont les types de produits que vous aimeriez retrouver au marché public près de chez vous? (encerclez tout ce qui s'applique)

- a) Des bières et alcools artisanaux
- b) Des fruits et des légumes frais
- c) Des viandes et des poissons
- d) Des fromages fins
- e) Des produits de boulangerie/pâtisserie
- f) Des produits cuisinés
- g) Des produits d'artisanat
- h) Des produits horticoles (fleurs / plantes)
- i) Des produits du terroir (miel, sirop d'érable, etc.)
- j) Autres, précisez : \_\_\_\_\_

10. Parmi les affirmations suivantes, quelle est celle qui correspond le mieux à votre situation?

- J'habite seul(e)
- J'habite seul(e) avec des enfants (Passez à la question 11)
- J'habite avec un conjoint(e) sans enfant
- J'habite avec un conjoint(e) et des enfants
- Autre, précisez : \_\_\_\_\_

11. Combien d'enfant(s) avez-vous? \_\_\_\_\_

Âge du plus vieux : \_\_\_\_\_ âge du plus jeune : \_\_\_\_\_

12. Vous êtes propriétaire de votre logement  OU locataire de votre logement

13. Parmi les affirmations suivantes, quelle est celle qui correspond le mieux à votre situation?

- Étudiant
- En emploi Précisez le type d'emploi que vous occupez : \_\_\_\_\_
- Chômeur
- Retraité
- Autre

14. Depuis combien de temps résidez-vous dans le quartier Saint-Sauveur?

(Précisez en nombre d'années) \_\_\_\_\_

15. Quel est le moyen de déplacement utilisé lors de vos achats alimentaires?

à pieds     à vélo     en voiture     autre, précisez : \_\_\_\_\_

16. Dans quel groupe d'âge vous situez-vous?

- 18 à 24 ans       35 à 44 ans  
 25 à 34 ans       45 à 54 ans  
 55 à 64 ans       65 ans et plus

17. Dans laquelle des catégories suivantes se situe votre revenu familial, avant impôts, pour l'ensemble des membres de votre famille? Veuillez encercler.

- a) Moins de 20 000\$                      b) Entre 20 000\$ et 39 999\$  
c) Entre 40 000\$ et 59 999\$              d) Entre 60 000\$ et 79 999\$  
e) Entre 80 000\$ et 100 000\$              f) plus de 100 000\$

18. Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez atteint?

- Primaire ou secondaire       Écoles professionnelles ou de métiers  
 Collégial                       Universitaire  
 Autre : \_\_\_\_\_

19. Quel est votre sexe?

- Femme  
 Homme

Merci de votre précieuse collaboration!

## Schéma d'entretien

### 1. Mot de bienvenue :

Présentation de chacun tour à tour. Bref rappel sur les raisons pour lesquelles on fait la discussion (le projet, remercié pour l'intérêt)

### 2. Questionnaire :

On vous fait passer un court questionnaire à remplir. 10 minutes devraient suffire. On passera à la discussion ensuite.

*On demande d'identifier les questionnaires avec un pseudonyme (ou leur prénom) qui va être le même que celui qu'ils vont utiliser pour la discussion*

### 3. Discussion :

Nous allons commencer la discussion. Nous allons vous poser des questions qui vont recouper un peu celles auxquelles vous avez répondues dans le questionnaire mais de manière un peu plus élaborées. Si une question ne vous semble pas très claire, n'hésitez pas à nous le dire. Il y a des questions sur lesquelles on ne peut pas vraiment débattre, nous ferons le tour de table pour que chacun puisse y répondre. Ce ne sont pas des questions très intimes, mais si cela vous rend inconfortable, n'hésitez pas à nous le dire. La plupart des questions sont des questions ouvertes à la discussion. Vous pouvez donc commenter sur ce qui vient d'être dit ou simplement donner votre opinion. Tout ce que vous avez à dire est intéressant à entendre, il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. On vous demandera juste d'attendre que la personne qui s'exprime ait fini sa phrase pour vous exprimer et de rester respectueux les uns envers les autres.

### 4. identité de quartier:

Dans un premier temps, nous aimerions vous entendre sur la manière dont vous percevez le quartier Saint-Sauveur en commençant peut-être par nous dire depuis combien de temps vous résidez dans le quartier; les raisons pour lesquelles vous avez choisi d'y vivre et quels sont selon vous, les traits qui caractérisent le quartier Saint-Sauveur.

*Selon les commentaires émis, nous relançons sur des aspects plus spécifiques :*

**Q1 :** Comment délimitez-vous le quartier Saint-Sauveur? Quels sont les points de repère qui différencient par exemple Saint-Roch de Saint-Sauveur?

**Q2 :** Considérez-vous qu'on est toujours dans Saint-Sauveur au sud du boulevard Charest et à l'ouest de l'avenue Saint-Sacrement?

**Q3 :** Trouvez-vous que ça fait une différence d'habiter dans tel ou tel coin du quartier?

**Q4** : Est-ce qu'il y a un centre dans Saint-Sauveur? Où est-ce que vous le situez?

*En fonction des réponses, relancer sur les commerces ou autres lieux spécifiques à ce centre.*

**Q5** : Avez-vous l'impression que Saint-Sauveur fait partie du centre-ville de Québec? Pourquoi?

**Q6** : Vous considérez-vous comme étant avant tout habitant du quartier Saint-Sauveur ou bien habitant de la ville de Québec?

**Q7** : Si vous deviez choisir un lieu qui représenterait bien le quartier, ce serait lequel?

**Q8** : Avez-vous accès à des infrastructures publiques où les gens peuvent se rencontrer dans Saint-Sauveur?

*Attendre que les participants s'expriment et selon les réponses donner des exemples : parcs publics, salles de sport, piscine...*

**Q9** : Est-ce qu'il y a des activités de loisirs ou de sport que vous pratiquez sur une base régulière à l'extérieur de Saint-Sauveur? Lesquelles?

*Selon les réponses, faire préciser s'ils aimeraient pouvoir pratiquer ces loisirs dans Saint-Sauveur?*

**Q10** : Pouvez-vous nous dire s'il vous arrive « de prendre de longues marches » dans le quartier?

*Relancer sur quelle base (occasionnelle, régulière) et si ils restent dans le quartier ou S'ils explorent ailleurs toujours en marchant.*

**Q11**: Trouvez-vous qu'il y a une « vie de quartier » dans Saint-Sauveur?

*Relancer sur ce qu'ils font concrètement comme activités et qui caractérisent la vie de quartier*

## **5. Liens sociaux**

On a décrit le quartier, les lieux, les espaces qu'on peut identifier dans Saint-Sauveur, on a parlé des particularités géographiques de Saint-Sauveur. On aimerait maintenant vous entendre sur les relations que vous entretenez avec les autres résidents du quartier.

**Q12** : Les personnes que vous voyez régulièrement, résident-elles dans le quartier?

*Si les participants répondent majoritairement non, demander s'ils ont des liens particuliers avec les autres résidents.*

**Q13** : Quel est la nature du lien qui vous unit? Est-ce de la famille, des collègues, des voisins?

**Q14** : Où vous voyez-vous le plus souvent? Est-ce à la maison ou à l'extérieur?

*Relancer selon les lieux (cafés, restaurants, autres activités de loisirs, de sports), préciser si ces lieux sont dans le quartier ou à l'extérieur.*

**Q15** : Avez-vous l'impression qu'il y a des nouveaux résidents dans le quartier régulièrement?

*Relancer pour voir s'ils ont l'impression que le quartier se renouvelle, est-ce qu'ils ont l'impression que les gens déménagent souvent.*

**Q16** : Est-ce que votre réseau de connaissances dans le quartier se modifie souvent?

**Q17** : Est-ce qu'il y a de nouveaux résidents qui s'ajoutent à votre réseau social ou est-ce que les résidents que vous aviez l'habitude de fréquenter partent?

**Q18**: Comment est-ce que vous décririez les personnes qui résident dans le quartier?

*Relancer sur les caractéristiques (jeunes, vieux, immigrants, conditions modestes, gens aisés, gens d'affaires...)*

**Q19** : Vous avez nommé ..... (dire les catégories qui ont été nommées), qu'est-ce que vous pouvez nous dire de ces personnes?

**Q20** : Trouvez-vous que ces personnes ont tendance à se tenir ensemble?

**Q21** : Pouvez-vous identifier des endroits où vous les voyez le plus souvent?

**Q22** : Avez-vous des échanges avec ces personnes? De quel genre?

## **6. Relation marchande :**

On va poursuivre la discussion sur vos habitudes de consommation en général et plus particulièrement les épiceries que vous fréquentez dans le quartier.

**Q23** : Quels sont vos lieux habituels d'approvisionnement pour l'alimentation?

*Attendre qu'ils les nomment ; relancer en précisant les lieux qui ont été cités et non-cités*

**Q24** : Quels sont les lieux spécifiquement dans St-Sauveur? Pourquoi ?

**Q25** : Où vous approvisionnez vous en fruits et légumes ? Pourquoi?

**Q26** : Êtes-vous satisfait des commerces et des produits du quartier?

*Relancer en fonction des réponses pour savoir ce qu'il manquerait éventuellement, c'est-à-dire des produits qu'ils consomment sur une base régulière, mais pour lesquels ils sont obligés de s'approvisionner à l'extérieur de Saint-Sauveur.*

**Q27** : Quelles relations entretenez-vous avec ces commerçants?

*Relancer en fonction des réponses, voir les limites de l'échange qu'ils ont c'est-à-dire si l'échange reste sur un plan personnel ou impersonnel*

**Q28** : Est-ce que les marchands vous les connaissez personnellement?

*Si oui, relancer en demandant le type de commerce concerné*

**Q29** : Est-ce que ce sont des marchands dans St-Sauveur ou ailleurs?

**Q30**: Est-ce que vous êtes fidèles à ces commerces? Pourquoi?

**Q31** : Est-ce que vous avez des cartes de fidélité dans ces commerces?

**Q32** : Si vous n'aviez pas la carte de fidélité pensez-vous que vous seriez fidèle quand même à ces commerces en particulier? Pourquoi?

**Q33** : Quel est le mode de déplacement que vous utilisez le plus souvent pour faire vos courses?

## **7. Participation / Exclusion**

Le prochain thème que nous aimerions aborder avec vous est ce qu'on désigne par le « développement communautaire » et la « participation communautaire ». Est-ce que ces termes vous disent quelque chose?

**Q34** : On décrit Saint-Sauveur comme l'un des quartiers les plus défavorisés de la Basse-Ville. Qu'en pensez-vous ?

*En fonction des réponses, relancer sur ce qui démontre que le quartier est défavorisé ou pas.*

**Q35** : Selon les plans directeurs de la ville, Saint-Sauveur fait l'objet d'un plan de revitalisation. Qu'est-ce que vous pouvez nous dire de cela?

**Q36** : Comment percevez-vous la revitalisation? Comment est-ce que vous la définissez?

**Q37** : Avez-vous des attentes particulières par rapport à ça?

**Q38** : Quelles sont vos impressions par rapport à la revitalisation dont a fait l'objet le quartier Saint-Roch? Est-ce qu'il y a des choses dans Saint-Roch que vous n'aimeriez pas voir dans Saint-Sauveur et d'autres que vous aimeriez voir dans Saint-Sauveur?

**Q39** : Craignez-vous de voir disparaître des lieux ou des bâtiments particuliers dans la revitalisation du quartier?

**Q40** : Lorsque la municipalité met en place un projet de revitalisation, selon vous la communauté doit-elle être toujours consultée, ou selon le projet?

**Q41** : Est-ce que vous avez été consultés par rapport au plan de revitalisation de Saint-Sauveur?

**Q42** : Connaissez-vous le comité de citoyens et citoyennes du quartier?

**Q43** : Est-ce que vous vous impliquez dans ce comité (ou dans d'autres organismes)? Sous quelle forme? Pour ceux qui y sont plus ou moins impliqués, est-ce que la revitalisation du quartier fait l'objet de débats lors des réunions?

*Relancer sur les valeurs qui fondent leur implication (est-ce que ce sont des valeurs liées aux caractéristiques de Saint-Sauveur ou plus générales).*

**Q44** : Avez-vous l'impression que les organismes que vous venez de citer sont utiles à la communauté?

*Demander de donner des exemples concrets.*

**Q45** : Pouvez-vous nous dire s'il y a des projets dans le quartier en cours de réalisation pour lesquels vous vous sentez interpellés?

**Q46** Faites-vous quelque chose en particulier avec d'autres résidents par rapport à ces projets?

*Demander de donner des exemples concrets.*

**Q47** : Si on vous dit le mot « communauté », qu'est-ce que ça évoque pour vous?

**Q48** : Est-ce que pour vous le quartier Saint-Sauveur est une communauté? Si oui pourquoi, si non pourquoi ?

**Q49** : Qu'est-ce que c'est pour vous la « participation communautaire »?

**Q50** : Est-ce que selon vous pour faire partie de la communauté, il faut nécessairement participer à une activité collective ?

**Q51** : Avez-vous l'impression que dans Saint- Sauveur il y a certaines personnes qui sont exclues de la vie de quartier?

*Relancer en demandant pourquoi ? On pose la question suivante si les participants pensent qu'il y a des exclus.*

**Q52** : Êtes-vous capable de les identifier ?

## **8. Le marché comme lieu d'approvisionnement, de sociabilité et de participation communautaire**

Nous allons maintenant discuter plus spécifiquement du projet du Collectif Fardoche : le marché Saint-Sauveur. Dans le cas où vous n'avez pas fréquenté le marché, on vous encourage à vous exprimer quand même sur le sujet par rapport à vos attentes ou à l'expérience que vous avez eu peut-être avec d'autres marchés publics. L'été dernier, il y a eu un marché dans le parc Durocher, quels sont vos commentaires sur le déroulement de ce marché? D'abord est-ce que tout le monde a participé au marché?

*Selon les aspects qui n'auront pas été abordés, relancer avec les questions suivantes :*

**Q53** : Comment avez-vous su qu'il y avait un marché public dans le quartier?

**Q54** : Qu'est-ce que vous avez le plus apprécié du marché? Et le moins?

*En fonction des réponses, relancer sur les produits, en qualité, en variété.*

**Q55** : Que pensez-vous de l'endroit où s'est tenu le marché? Selon vous, est-ce idéal ou devrait-il être ailleurs?

*Si ailleurs où et pourquoi? Est-ce qu'un marché public doit nécessairement être à proximité. Relancer sur l'accessibilité, le stationnement.*

**Q56** : Avez-vous eu l'occasion d'échanger avec d'autres résidents lors du marché? Etaient-ce des personnes que vous connaissiez déjà ou avez-vous fait la connaissance de ces personnes sur la place du marché?

**Q57** : Vous êtes-vous revus par la suite?

**Q58** : Avez-vous échangé avec les producteurs, les commerçants? Sur quoi ont porté vos échanges?

**Q59** : Savez-vous si globalement vous achetiez de producteurs agricoles (à l'extérieur de Saint-Sauveur) ou de commerçants du quartier?

**Q60** : Par rapport à vos épiceries habituelles dans Saint-Sauveur, qu'est-ce que le marché apporte de plus?

**Q61** : Avez-vous l'impression qu'un marché public s'adresse à tout le monde ou à certaines catégories de personne en particulier et aviez-vous eu cette impression lors du marché Saint-Sauveur?

**Q62** : D'après vous, est-ce qu'il y a des personnes qui ne pouvaient pas s'approvisionner sur le marché Saint-Sauveur?

*Relancer sur les catégories qui ne pouvaient pas se rendre (immigrants, personnes à mobilité réduite, personnes ayant un faible revenu...) au marché et sur les raisons.*

**Q63** : Pensez-vous qu'une initiative comme le marché Saint-Sauveur participe au développement, à la revitalisation du quartier?

**Q64** : Selon, est-ce que c'est important de soutenir un projet comme celui du marché Saint-Sauveur? Pourquoi?

**Q65** : Pensez-vous que chaque quartier doit avoir son propre marché ou devrait-il y avoir un marché commun? Pourquoi?

**Q66** : Dans le cas où d'autres marchés publics verraient le jour dans les quartiers environnants (Saint-Jean Baptiste, Saint-Roch...), comment le marché Saint-Sauveur pourrait-il être différent des autres? Pensez-vous qu'on pourrait retrouver des produits au marché Saint-Sauveur qui seraient uniques au quartier?

**Q67** : Qu'est-ce qui ferait que vous fréquenteriez plus un marché qu'un autre, par exemple celui de Saint-Jean Baptiste plutôt que celui de Saint-Sauveur?



## Formulaire de consentement

### « Implantation d'un marché public saisonnier dans le quartier Saint-Sauveur »

#### • Présentation des chercheurs

La présente recherche est effectuée dans le cadre du cours « Laboratoire de recherche » du département de sociologie de l'Université Laval, par Corine Dejar, Raphaël Boney et Antoine Etienne. Elle est dirigée par Monsieur Dominique Morin et supervisée par Monsieur Arona Moreau.

Nous vous demandons de bien lire les informations qui suivent vous indiquant le but de notre recherche, le déroulement de notre enquête et en quoi votre participation va nous aider à mieux comprendre certains aspects de notre recherche.

#### • Objet de la recherche

Notre étude consiste à déterminer les conditions favorables à l'implantation d'un marché public saisonnier dans le quartier Saint-Sauveur. Dans le cadre de cette recherche, nous étudions le statut démographique, social et économique des résidents du quartier Saint-Sauveur ainsi que de leur intérêt à participer au marché public.

#### • Déroulement de la participation

Nous sollicitons votre participation à une discussion de groupe semi-dirigée pour environ une heure et trente minutes. D'abord, nous vous demanderons de remplir un court questionnaire qui portera sur :

- Vos habitudes en matière d'achats alimentaires
- Votre profil général
- Vos premières impressions sur l'implantation d'un marché public dans le quartier
- Votre participation ou non au marché Saint-Sauveur durant l'été 2013

Ensuite, vous participerez à un échange avec d'autres résidents du quartier dont les sujets de discussion porteront sur :

- Vos commentaires sur le déroulement du marché Saint-Sauveur durant l'été 2013
- Vos opinions et vos impressions sur le projet d'implantation d'un marché public dans le quartier
- Votre rapport avec le quartier Saint-Sauveur et ses résidents
- Votre vision du quartier dans le passé et tel que vous le voyez dans l'avenir

La discussion de groupe sera enregistrée sur un support audio afin que toutes les informations qui découleront des échanges soient prises en considération. L'enregistrement sera consulté uniquement par les chercheurs.

- **Avantages, risques ou inconvénients possibles liés à votre participation**

Votre participation à notre enquête vous donne la possibilité de réfléchir et de vous exprimer sur un projet qui vise à améliorer les conditions de vie des résidents de Saint-Sauveur et à rendre la vie de quartier plus dynamique. Ainsi, les organisateurs du marché public de Saint-Sauveur auront un portrait global de l'intérêt et des commentaires des résidents du quartier vis-à-vis du projet.

Cette enquête ne présente aucun risque mais a l'inconvénient de vous demander de nous accorder du temps afin de participer à la discussion.

- **Participation volontaire et droit de retrait**

La participation à cette recherche est libre. Dès lors, vous pouvez décider à tout moment de mettre fin à votre contribution, sans conséquences négatives ni préjudices. Si vous souhaitez ne plus participer à l'enquête, veuillez en aviser les chercheurs par le biais des coordonnées mentionnées en fin de document. Toutes les informations recueillies vous concernant seront alors détruites.

- **Confidentialité et gestion de données**

Afin d'assurer la confidentialité des informations que vous nous fournirez, aucun nom ni aucune information permettant de vous identifier ne seront mentionnés dans aucun rapport. Les données servant à notre étude ainsi que l'enregistrement des discussions seront conservés dans un ordinateur personnel, protégés par un mot de passe. Seuls les chercheurs y auront accès. Par ailleurs, tous ces documents et informations seront détruits à la fin de l'étude, soit en mai 2014.

- **Remerciements**

Nous vous remercions pour votre participation à cette recherche, qui nous est précieuse et sans laquelle nous ne pourrions réaliser cette étude.

- **Résultats de la recherche**

Sur votre demande, nous pourrions vous faire parvenir un court résumé des résultats de cette recherche. Si vous le souhaitez, indiquez nous l'adresse (courriel ou postale) à laquelle vous souhaitez le recevoir. Les données n'étant disponibles qu'à partir du mois de **mai 2014**, merci de nous contacter pour nous signaler tout changement d'adresse survenant d'ici à cette date.

Adresse à laquelle je souhaite recevoir un résumé des résultats de la recherche :

\_\_\_\_\_ @ \_\_\_\_\_

Ou \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- **Signatures**

Je soussigné(e) \_\_\_\_\_ consens librement à participer à la recherche intitulée « Implantation d'un marché public dans le quartier Saint-Sauveur ».

J'ai pris connaissance du formulaire et j'ai compris le but et la nature du projet de recherche.

Je suis satisfait(e) des explications, précisions et réponses que le chercheur m'a fournies, le cas échéant, quant à ma participation à ce projet.

---

Signature du participant, de la participante Date

Nous avons expliqué le but, la nature, les avantages, les risques et les inconvénients du projet de recherche au participant. Nous avons répondu au meilleur de notre connaissance aux questions posées et avons vérifié la compréhension du participant.

---

---

---

Signatures des chercheurs

Date

- **Coordonnées des chercheurs**

Corine Dejar  
Étudiante en sociologie  
[corine.dejar.1@ulaval.ca](mailto:corine.dejar.1@ulaval.ca)

Raphaël Boney  
Étudiant en sociologie  
[raphael.boney.1@ulaval.ca](mailto:raphael.boney.1@ulaval.ca)

Antoine Etienne  
Étudiant en sociologie  
[etienne.kokoreff@gmail.com](mailto:etienne.kokoreff@gmail.com)

- **Renseignements supplémentaires**

Si vous avez des questions concernant la présente recherche ou sur les implications de votre participation, veuillez communiquer avec les chercheurs, dont les coordonnées sont mentionnées ci-dessus. Par ailleurs, en cas de plainte ou de critiques, nous vous invitons à contacter Monsieur Dominique Morin, à l'adresse suivante :

[Dominique.morin@soc.ulaval.ca](mailto:Dominique.morin@soc.ulaval.ca).

## Lettre de sollicitation



Faculté des sciences sociales  
Département de sociologie

**Objet :** Enquête sur le Marché de Saint-Sauveur

Madame, Monsieur,

Dans le cadre du Laboratoire de recherches en sociologie de l'Université Laval, une étude nous a été confiée par le Collectif Fardoche. Celle-ci est réalisée sous la direction de Mr Dominique Morin et sous la supervision de M. Arona Moreau. Cette recherche a pour but d'évaluer l'intérêt des résidents de Saint-Sauveur pour l'implantation d'un marché public saisonnier dans le quartier.

Dans cette optique, nous souhaiterions réaliser des discussions semi-dirigées auprès de 32 personnes qui résident dans le quartier. Nous sollicitons ainsi votre participation à une discussion de groupe d'environ une heure et trente minutes, dans un lieu que nous déterminerons ensemble. L'entrevue sera enregistrée dans un support audio et consultée par les chercheurs uniquement.

Veillez être assuré(e) que tous les propos recueillis resteront confidentiels. Ainsi, aucune information pouvant permettre d'identifier les participants n'apparaîtra dans le rapport final de cette recherche. Par ailleurs, vous pourriez avoir accès à ces résultats d'enquête en nous contactant.

Votre participation nous est précieuse, puisque ce sont les différentes réalités vécues par les résidents du quartier qui nous permettront de faire ressortir les conditions auxquelles le Collectif Fardoche devra être attentif afin que l'implantation d'un marché public saisonnier dans Saint-Sauveur soit réussie.

Si vous êtes intéressé(e) à participer à cette recherche, de même que si vous avez des questions la concernant, nous vous invitons à nous contacter aux coordonnées mentionnées ci-dessous.

En vous remerciant de votre collaboration,

Sincères salutations.

[corine.dejar.1@ulaval.ca](mailto:corine.dejar.1@ulaval.ca)

[raphael.boney.1@ulaval.ca](mailto:raphael.boney.1@ulaval.ca)

[etienne.kokoreff@gmail.com](mailto:etienne.kokoreff@gmail.com)

Tableau des caractéristiques des répondants

<b>Pseudonymes</b>	<b>Catégories d'âge</b>	<b>Revenu familial avant impôt</b>	<b>Le niveau de scolarité</b>	<b>Occupation</b>
André	35-44	[20 000\$ - 39 999\$]	Universitaire	En emploi
Pauline	25-34	Plus de 100 000\$	Universitaire	En emploi
Caroline	25-34	[40 000\$ - 59 999\$]	Universitaire	En emploi
Rachel	25-34	[60 000\$ - 79 999\$]	Universitaire	Étudiant
Steve	25-34	[40 000\$ - 59 999\$]	Universitaire	En emploi
Suzanne	55-64	Non réponse	Primaire ou secondaire	En emploi
Paul	55-64	[20 000\$ - 39 999\$]	Universitaire	En emploi
Benoit	65 et plus	Moins de 20 000\$	Universitaire	Retraité et en emploi
Richard	35-44	Moins de 20 000\$	Universitaire	Étudiant
Karl	25-34	[60 000\$ - 79 999\$]	Écoles professionnelles ou de métiers	En emploi
Maria	25-34	[40 000\$ - 59 999\$]	Universitaire	En emploi
Monique	35-44	[20 000\$ - 39 999\$]	Universitaire	En emploi
Raymond	18-24	Moins de 20 000\$	Collégial	Étudiant
Yvette	55-64	[20 000\$ - 39 999\$]	Primaire ou secondaire	En emploi
David	25-34	[20 000\$ - 39 999\$]	Primaire ou secondaire	En emploi
Stéphanie	18-24	[20 000\$ - 39 999\$]	Universitaire	Étudiante et en emploi
Colette	35-44	[40 000\$ - 59 999\$]	Universitaire	En emploi