



# Consolider l'avenir du marché By

Le 23 Mai 2013



# Consolider l'avenir du marché By

Présenté à :

**La Ville d'Ottawa**

Service de l'urbanisme et de la gestion de la croissance  
110, av. Laurier Ouest  
Ottawa (Ontario)  
Canada

Présenté par :

**Project for Public Spaces**

419, rue Lafayette, 7<sup>e</sup> étage

New York, NY 10003

États-Unis

[www.pps.org](http://www.pps.org)

Le 23 Mai 2013

## **TABLE DES MATIÈRES**

<b>Sommaire</b>	<b>4</b>
<b>Introduction</b>	<b>8</b>
<b>Pourquoi le marché By est en péril</b>	<b>14</b>
<b>Le défi d'actualiser la vision pour le marché</b>	<b>19</b>
<b>Stratégies possibles pour aller de l'avant</b>	<b>21</b>
<b>Annexes</b>	<b>34</b>

## SOMMAIRE

Project for Public Spaces (PPS) a été engagé par la Ville, avec la participation financière de la zone d'amélioration commerciale (ZAC) du marché By, pour cibler les possibilités futures du marché By, compte tenu des préoccupations soulevées par la communauté du quartier du marché By.

En fonction de son analyse réalisée à Ottawa, PPS conclut que l'existence même du marché public (le marché des producteurs agricoles) situé au cœur du marché By était menacée si aucun changement important n'était apporté.

L'avenir du marché public est compromis et un ensemble de facteurs interreliés contribuent à cette situation. À savoir :

- Les bars, les boîtes de nuit et les restaurants sont prépondérants dans le marché By et en sont venus à définir le quartier bien davantage que son marché public;
- Le marché public subit les conséquences de ses nuits animées : les vendeurs extérieurs rapportent que leurs kiosques sont parsemés de déchets, le matin venu;
- Les besoins des résidents perdent du terrain face aux besoins des touristes;
- La disparition de producteurs locaux d'aliments frais.

Malgré les efforts pour conserver les édifices patrimoniaux dans le secteur, les utilisations classiques du marché, p. ex. les commerces d'aliments frais, ont été perdues au fil du temps.

La Ville d'Ottawa peut tirer des leçons des mesures prises par d'autres villes pour assurer une gestion moderne de leurs marchés publics. À Winnipeg, le marché Forks est administré par une corporation de développement communautaire. Les marchés publics de Montréal et de London sont gérés par des sociétés privées sans but lucratif, alors que dans le passé ils étaient gérés par la Ville.

Pour assurer la survie du marché public, il faut réinvestir dans les immobilisations. À titre d'exemple, PPS propose le marché Pike Place de Seattle, qui a été rénové à l'aide d'une émission obligataire décidée par vote et autorisée par les contribuables locaux. Les villes de Cleveland et de Baltimore ont également mené d'importantes campagnes

de financement pour leurs marchés publics; à Halifax, le marché de producteurs agricoles Seaport a été revitalisé dernièrement.

Afin de sauvegarder le marché public Byward pour les générations futures, des étapes cruciales doivent être franchies par la Ville. Notamment, elle doit restructurer le fonctionnement du marché public. À cet égard, PPS recommande d'adopter un nouveau modèle de gestion, à savoir une autorité ou un organisme ayant le contrôle administratif et opérationnel du marché et le mandat clair de faire revivre les utilisations axées sur les produits locaux et les aliments frais.

La première étape s'articule autour des volets suivants :

- Formuler un énoncé de mission clair pour que le marché public maintienne des aliments frais produits localement;
- Évaluer les options pour passer de la structure actuelle à un modèle de gouvernance à but non lucratif ou d'un autre type proactif.

Les mesures à prendre pour renforcer la vision d'un marché public où sont offerts des aliments frais produits localement incluent celles-ci :

- Établir un plan d'affaires pour la transition vers une corporation sans but lucratif;
- Examiner les économies résultant de la consolidation des composantes du marché extérieur et intérieur;
- Lancer des stratégies de location plus proactives afin d'attirer un plus grand nombre de producteurs agricoles et de commerces d'alimentation de détail;
- Mettre sur pied un système de validation du stationnement pour la clientèle du marché public;
- Accroître les activités de mise en marché et de promotion pour animer les espaces publics du marché et y attirer les gens.

De nouvelles politiques et une réglementation modifiée sont nécessaires pour mettre en œuvre cette vision plus ample. Avec une structure de gouvernance et de gestion transparente et une mission bien définie, il sera possible d'établir des règles claires et concises pour les vendeurs. De plus, de nouvelles politiques seront nécessaires afin d'attirer des vendeurs de produits frais tout en maintenant l'apparence historique du marché By.

Pour soutenir la croissance physique du marché public et une vision d'ensemble pour le secteur, la Ville doit reprendre le contrôle de l'édifice du marché aux fins d'assurer la transition vers un organisme à but non lucratif ou une autre structure de gouvernance qui aura le mandat clair de développer des utilisations axées sur les aliments frais.

Il faut également assurer la gestion et le fonctionnement des espaces publics dans le secteur. Des plans de conception à court et à long terme pour les espaces publics du secteur doivent être créés. L'accent ne doit pas porter exclusivement sur la transformation physique de ces espaces, mais également sur les activités qui s'y déroulent. Certaines améliorations peuvent être réalisées rapidement, comme l'idée de transformer les aires pour s'asseoir sur la rue George et d'ajouter des services, tel un kiosque de renseignements.

D'autres mesures doivent être prises afin d'attirer de nouveaux vendeurs locaux pour soutenir la viabilité d'un marché public d'aliments frais au centre-ville. Notamment, il faut des stratégies de location plus proactives pour attirer au marché By des producteurs agricoles et des commerces d'alimentation de détail. Selon le recensement de 2011, les recettes brutes totales provenant des fermes d'Ottawa correspondent à 17 % des recettes totales des fermes de l'est de l'Ontario. Un tel accès à des aliments produits localement est un avantage majeur pour le marché public historique d'Ottawa. Des efforts peuvent être consacrés, en s'appuyant sur le travail de Savourez Ottawa, pour faire la promotion de la région en tant que destination culinaire primée à longueur d'année et offrant une gamme diversifiée de produits locaux, et pour renforcer les liens communautaires et culturels du dynamique secteur agricole d'Ottawa.

La première étape la plus importante consiste à repérer les personnes et les instances clés pour lancer les stratégies et mettre en œuvre les recommandations de ce rapport.

## **En résumé**

### **Recommandations à court terme**

- Désigner des instances/personnes pour mettre en œuvre les stratégies et les recommandations;
- Réviser l'actuelle vision du marché approuvée par le Conseil;
- Établir un plan d'affaires pour la transition vers un nouvel organisme;
- Apporter des changements faciles à réaliser sur la rue George, comme améliorer les aires pour s'asseoir et installer un kiosque de renseignements;

- Trouver des incitatifs pour soutenir les utilisations propres à un marché public;
- Examiner des façons d'améliorer la sécurité dans la rue;
- Améliorer l'accès/stationnement pour les cyclistes;
- Accroître l'aménagement paysager (arbres/verdure).

### **Recommandations à long terme**

- Évaluer la possibilité de transformer des terrains appartenant à la Ville en une place centrale ou en de nouvelles aires publiques ouvertes;
- Installer un trottoir et une voie publique au même niveau dans le marché public afin de disposer d'un espace public plus flexible et utilisable.

*« C'est au marché By qu'Ottawa a vu le jour. »*

- PPS

## **INTRODUCTION**

Le marché By, qui fait partie intégrante d'Ottawa depuis ses tous débuts, était connu sous le nom de Bytown. C'était un centre de vente pour les produits agricoles et alimentaires, mais on y trouvait également d'autres usages comme des maisons de chambre, des forgerons et des tavernes. Aujourd'hui, le quartier est devenu une destination prospère pour les touristes et la vie nocturne. Bien que le marché soit perçu comme un actif précieux pour la Ville du point de vue financier et qu'il soit prisé pour ses proportions et ses bâtiments, le quartier a besoin d'amélioration.

L'organisme Project for Public Spaces (PPS) a été invité par le Service de l'urbanisme et de la gestion de la croissance de la Ville d'Ottawa pour collaborer avec les personnes concernées du marché By afin de créer une vision pour l'avenir du quartier. PPS, qui a adopté une démarche unique pour l'aménagement des places publiques, possède une expérience reconnue à l'échelle internationale dans le réaménagement des marchés publics. De plus, depuis sa fondation en 1975, PPS a aidé les centres-villes et les quartiers historiques à améliorer la conception et la gestion des espaces publics pour les rendre plus sécuritaires, plus attrayants et plus dynamiques.

L'objectif du présent rapport est le marché public (le marché des producteurs agricoles), qui constitue le centre historique du marché By. Le marché englobe les bâtiments historiques et le garage de stationnement municipaux, où se trouvent des espaces commerciaux qui contribuent au marché public et aux zones de vente ambulante, en fonction sept jours par semaine, 363 jours par année, un fait unique au Canada. Malgré le riche passé du marché By, le marché public, qui a permis de forger l'identité du secteur et continue à en faire l'attraction touristique numéro un de la Ville, ce marché est menacé. Le marché tente de conserver l'espace réservé aux producteurs agricoles et aux vendeurs de fruits et légumes frais, alors que les autres utilisations – bars et restaurants - sont prédominantes et remplacent ces utilisations historiques. En conséquence, depuis plusieurs décennies, le marché public glisse lentement sur la pente du déclin. PPS est d'avis que si rien n'est fait, la Ville allait perdre son marché public. La zone de vente d'aliments au détail a beaucoup évolué dans le marché, de grandes chaînes de magasins offrent désormais au consommateur un choix d'aliments à moindre



prix. En outre, plusieurs petits marchés publics sont apparus dans la Ville qui offrent bien des avantages aux vendeurs et aux consommateurs locaux.

Les marchés publics traditionnels ne sortiront jamais gagnants dans la course aux biens-fonds de valeur face aux promoteurs traditionnels. Pour que les marchés publics continuent d'exister dans ces endroits prisés, les villes doivent prendre des mesures pour préserver les utilisations traditionnelles (p. ex., fromagerie, pâtisseries, boucheries) comme offre de base à la vie urbaine. Autrement dit, les villes ont les moyens de multiplier les occasions de préserver les espaces « publics » pour des marchés publics afin qu'ils ne soient pas acquis par ceux qui ont les poches les mieux garnies. De plus, la préservation des utilisations de marché traditionnelles requiert de la vigilance et beaucoup d'attention. La disponibilité d'aliments frais dans les villes est importante pour la qualité de vie, la santé et l'intérêt des citoyens d'aujourd'hui.

Les espaces publics devraient être des endroits où les gens de toutes origines peuvent se rassembler et se sentir protégés et en sécurité. Ils devraient être largement autoréglementés. Dans le marché By cependant, le comportement des noctambules a des répercussions négatives sur la qualité de vie de la population de résidents toujours croissante, ainsi que sur le marché public. En même temps, le secteur doit composer avec nombre d'enjeux sociaux et de problèmes de sécurité, notamment la présence fréquente de mendiants dans les espaces publics.

Bien que la diversité soit l'un des grands atouts du secteur, on commence à observer un déséquilibre au marché By entre les utilisations diverses et ses espaces publics, où l'intervention de la police est de plus en plus nécessaire. PPS se plaît à dire que « 80 % du succès des espaces publics repose sur la gestion ». Rien n'est plus vrai en ce qui concerne le marché By et son marché public historique. Une gestion entrepreneuriale, responsable envers le public, dotée des ressources suffisantes, est la solution pour l'avenir

PPS recommande dans le présent rapport un processus pour réévaluer la structure de gestion, le financement et les pouvoirs du marché public.

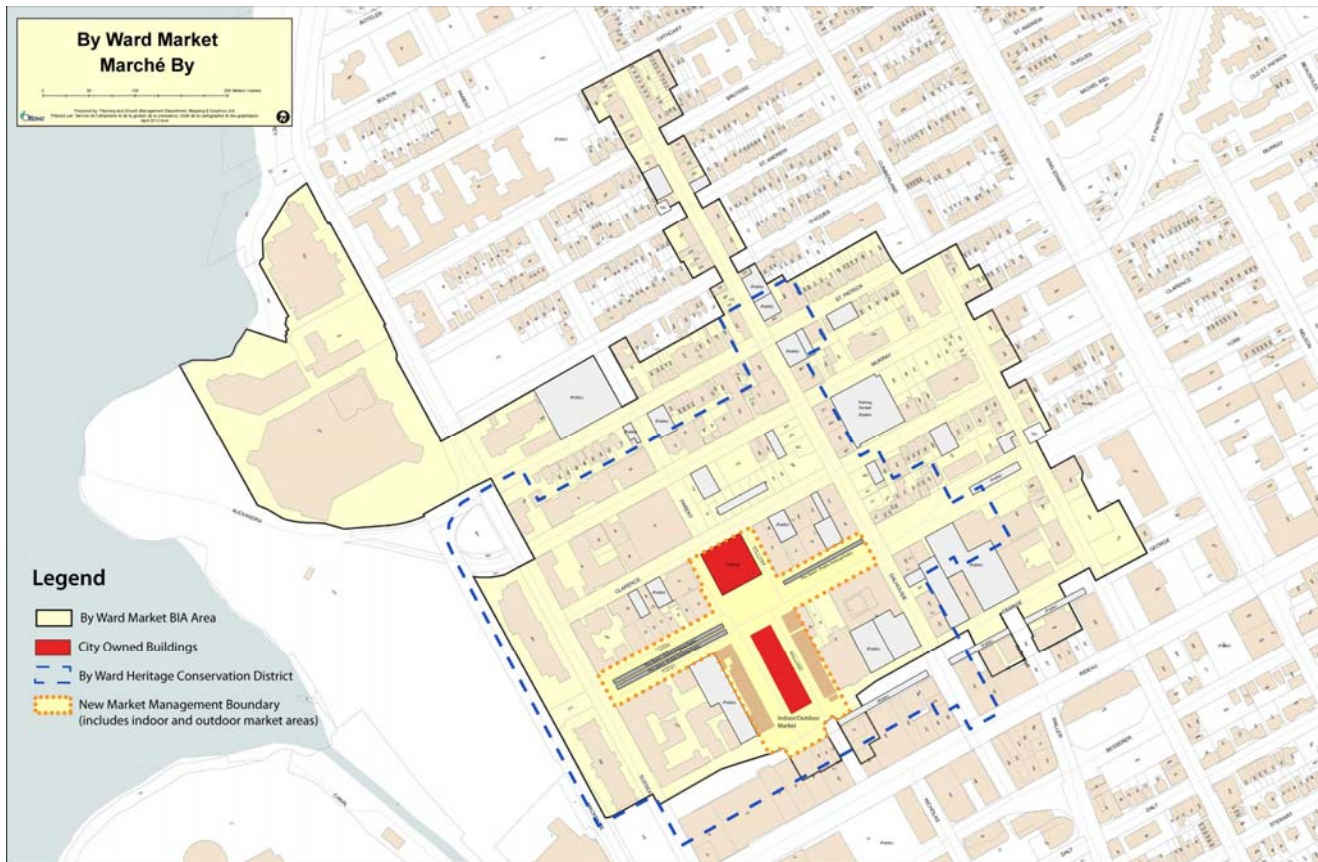
Afin de sauver le marché public, la Ville d'Ottawa doit participer pour être à la hauteur des défis qui l'attendent. Heureusement, PPS est optimiste et croit que ces deux objectifs sont réalisables. Les nombreuses personnes qui ont participé à l'atelier et aux discussions semblent prêtes à se relever les manches et à se mettre au travail.

Pour modifier la vocation actuelle du marché historique d'Ottawa, la Ville devra prendre des mesures importantes. Il faudra changer la manière dont fonctionne le marché et fournir les outils pour aider la nouvelle entité à réussir.

## **Géographie de l'étude**

Le marché By n'est pas seulement un marché en soi, il est un élément incontournable du quartier. Il fait partie d'une zone de plusieurs îlots remplie de boutiques, de restaurants, de bars, de commerces, de maisons et d'écoles. Cependant, dans le marché By, certaines limites sont bien définies, comme celle de la **Zone d'amélioration commerciale du marché By (ZAC)**, celles visées par le programme du marché By de la ville (qui a adopté les mêmes limites que celles de la ZAC – recommandées dans le rapport Marchés By et Parkdale – nouveaux arrêtés municipaux pour les programmes des marchés et plans d'affaires) et par le **district de conservation du patrimoine du marché By** (Partie V de la *Loi sur le patrimoine de l'Ontario*)

Aux fins de la présente étude, nous recommandons que les limites actuelles établies pour la gestion des marchés soient réduites afin de n'inclure que le marché public. On parle donc de l'édifice du marché, des espaces de vente d'aliments et de divers articles extérieurs du marché By et des rues William et York et des espaces de vente de produits alimentaires frais au premier étage du garage de stationnement et le long de la rue du marché By (voir carte).



Comme nous l'avons souligné, le marché public est inextricablement lié aux problèmes et aux enjeux du secteur plus large, notamment la Basse-Ville et inversement. En effet, le marché public a subi l'incidence tant positive que négative de la transformation du marché By en tant que zone de divertissements et secteur touristique à Ottawa et dans le secteur de la capitale nationale.

### **L'histoire et les raisons d'être du marché By**

L'histoire de Bytown et celle du marché By sont intimement liées. Après avoir établi le premier règlement de la ville de Bytown, ses fondateurs adoptèrent un second règlement pour créer le marché By. À l'origine ville rude et trépidante, habitée par des immigrants français et irlandais, cette zone, en bordure de la rivière Rideau, a toujours été associée au commerce et en particulier celui des aliments frais.

Au début, la rue York était un marché en plein air réservé aux agriculteurs de la région qui venaient en ville pour la semaine dans le but d’y vendre leurs produits. Par la suite, le quartier a évolué afin de mieux répondre aux besoins des marchands et de leurs clients. Des tavernes, des hôtels, des boutiques, des vendeurs ambulants ainsi que des magasins de semences et d’aliments pour animaux sont venus s’y installer. Comme d’autres marchés en Amérique du Nord au 19<sup>e</sup> et au 20<sup>e</sup> siècle, le marché By s’est transformé pour devenir un secteur voué à la restauration et à l’alimentation, fourmillant d’activités.

Quatre bâtiments furent construits en complément des activités de vente en plein air. Le premier (érigé en 1847) et le deuxième étaient situés à l’extrémité ouest de la rue George; quant au troisième, édifié en 1864, il se trouvait rue William (à l’emplacement occupé aujourd’hui par le stationnement couvert); l’édifice actuel du marché a été construit en 1927.<sup>1</sup> Il a connu de nombreux déboires, notamment plusieurs incendies et a dû faire face à la concurrence des quatre autres marchés de Bytown. Toutefois, le marché By demeurait un quartier prisé des résidents qui venaient y faire leurs courses, attirés par les marchands ambulants de la rue York qui vendaient entre autres du fourrage et des chevaux, par les produits agricoles et le bétail que l’on trouvait dans l’édifice du marché, ainsi que par les vendeurs de produits frais et les bouchers locaux.

L’histoire du marché By est marquée par les défis – petits et grands – et bon nombre des enjeux actuels ne sont pas nouveaux. La présence historique de tavernes, d’hôtels et de théâtres a toujours attiré les ivrognes et été une source de bagarres. À plus petite échelle, les commerçants installaient sur les trottoirs des étals élaborés, qui ressemblaient beaucoup aux panneaux d’affichage en A actuels et qui occupaient les espaces publics. Cependant, depuis les dernières décennies, le marché By est confronté à un défi différent et autrement plus urgent qui menace son histoire et sa personnalité : l’érosion de la vente au détail de produits frais. Ne pas garantir la pérennité du marché By et sa vocation de marché public entraînerait la disparition du cœur historique et symbolique d’Ottawa.

Le présent rapport constitue une première étape pour aider la Ville à reconstruire et à rééquilibrer le marché By afin qu’il redevienne un centre de commerce de produits frais viable.

---

<sup>1</sup> (Sources: Newton, Michael. Lowertown Ottawa, Volume 2 1854-1900. *National Capital Commission Manuscript Report 106: 1981 and Building permit search through City’s MAP system* )

## Objectifs et processus du projet

La ville d'Ottawa a demandé à PPS de l'aider à cerner les défis et les possibilités qui façonneront l'avenir du marché By. PPS a étudié la documentation, analysé les études antérieures, passé en revue les sondages réalisés auprès des utilisateurs, notamment la récente enquête auprès des résidents effectuée par l'Association communautaire de la Basse-Ville et a effectué deux visites sur le terrain : une à la fin du mois de septembre et l'autre à la fin du mois d'octobre 2012.

Pendant la première visite sur le terrain, PPS a fait le tour du marché By et organisé un atelier avec un groupe créé spécialement pour ce projet : le comité directeur du marché By. Ce comité est composé d'intervenants clés, notamment de représentants de la zone d'amélioration commerciale du marché By, de l'Association communautaire de la Basse-Ville, du Comité de sécurité et de protection du marché By, de résidents, de chefs d'entreprise, d'un conseiller municipal et de Gestion des marchés de la ville d'Ottawa. Le Comité était appuyé par le personnel de l'urbanisme qui lui a fourni des conseils pendant toute la durée du projet. Au cours de la réunion du mois de septembre avec le comité directeur, les objectifs suivants ont été définis relativement à l'avenir du marché By :

- Renforcer et agrandir le marché pour qu'il devienne une destination authentique;
- Retrouver la confiance des consommateurs et l'intégrité du marché public;
- Développer le marché By pour en faire le centre de la vente de denrées alimentaires et de produits locaux uniques;
- Rassembler les partenaires, y compris la municipalité;
- Investir de nouveau dans les espaces centraux et revoir leur conception, notamment l'infrastructure de la ville (édifice du marché et stationnement couvert);
- Agrandir l'espace intérieur et extérieur destiné à la vente au détail de produits alimentaires;
- Augmenter la diversité des utilisations.

Au mois d'octobre, PPS a rencontré plusieurs propriétaires d'immeubles du quartier et animé un atelier pour les diverses parties prenantes qui a rassemblé plus de 70 personnes, dont des chefs d'entreprise, des résidents, des représentants d'organismes publics et non gouvernementaux, des organismes culturels et des agences de service social, ayant tous un intérêt dans l'avenir du marché By ainsi que les membres du comité directeur. On a demandé aux participants d'évaluer le marché By en utilisant le

formulaire d'évaluation de marché de PPS adapté au marché By (dont les résultats figurent à l'annexe A), de présenter leurs suggestions pour améliorer celui-ci et de développer leurs idées sur l'usage du marché et de ses espaces publics (la liste complète des suggestions figure à l'annexe B). Dans l'ensemble, les participants ont proposé que le marché By :

- Élargisse son offre de denrées et de produits frais en attirant de nouveaux commerçants;
- Améliore la qualité de ses espaces publics;
- Attire davantage de vendeurs d'aliments frais;
- Reprenne le contrôle de l'édifice du marché et le rénove;
- Remplace le stationnement couvert par une structure emblématique.

Les commentaires du comité directeur et des participants à l'atelier des intervenants, ainsi que l'analyse de l'historique du marché By et des études antérieures ont alimenté le présent rapport. L'objectif est de jeter les bases d'un plan de redressement.

## **POURQUOI LE MARCHÉ BY EST EN PÉRIL**

Il peut sembler impossible que le marché By, qui est l'une des principales attractions touristiques d'Ottawa, soit confronté à des difficultés. Pourtant, de nombreuses questions compromettent la réussite du quartier et menacent l'avenir de ce marché public.

### **Incidence des utilisations à des fins de loisirs et touristiques**

Ce défi comporte plusieurs éléments interreliés :

- *Les bars, les boîtes de nuit et les restaurants dominent le quartier* – Le marché By a toujours connu une grande effervescence de jour comme de nuit – depuis les premières tavernes jusqu'aux boîtes de nuit d'aujourd'hui. Cette énergie constante et en évolution est indispensable pour assurer la pertinence d'un quartier. Toutefois, l'équilibre au sein du marché By est en train de changer et les bars, boîtes de nuit et restaurants du quartier définissent davantage ce dernier que son marché public. De plus, ces utilisations gênent le

- fonctionnement quotidien du marché public et entraînent une augmentation des loyers que les commerçants de produits frais ne peuvent absorber.
- *Disparition des producteurs de produits frais locaux* – Le marché n'est plus que l'ombre de ce qu'il était à l'origine et il perd le soutien des gens de la région. Ce qui faisait sa spécificité était son utilisation comme marché public où l'on trouvait des agriculteurs, des bouchers et autres marchands locaux de produits frais et connexes. L'édifice du marché By, propriété de la municipalité dont au moins 70 % de la superficie locative nette totale du rez-de-chaussée devait être réservée aux propriétaires exploitants de commerces d'alimentation de détail (conformément au contrat de location) est devenu essentiellement une aire de restauration où se sont installées la succursale d'une grande chaîne de magasins de chocolats et quelques boutiques. Le marché extérieur perd ses agriculteurs locaux et fait face à une très forte concurrence de la part des autres marchés de producteurs de la ville. Aux alentours du marché By, la hausse des loyers a entraîné le départ de commerces d'alimentation de base, l'exemple le plus marquant étant celui d'un grand magasin de meubles qui a remplacé un magasin de fruits et légumes frais établi depuis longtemps. Ironiquement, l'authenticité du marché By et son charme brut étaient ce qui attirait les touristes et les résidents, mais avec le temps son utilisation a changé et le quartier est en passe de devenir une zone commerciale comme tant d'autres, dominée par les magasins de grandes chaînes multinationales.
  - *Vie nocturne et comportement* – Si bon nombre de visiteurs dans le quartier sont respectueux, les intervenants locaux se plaignent du comportement inacceptable de trop de visiteurs nocturnes, en particulier au petit matin après la fermeture des bars. La nuit, pendant la fin de semaine, le bruit, les bagarres et les débris contribuent au sentiment d'insécurité et d'insalubrité ressenti face au quartier. Ce comportement dérange également le marché public; les vendeurs extérieurs se plaignent souvent de trouver leurs étals jonchés de débris quand ils arrivent le matin. Le peu d'espace public qui existe fait fréquemment face à un problème de flânerie de jour comme de nuit.
  - *Séduire les touristes au détriment des résidents* – Étant l'une des principales attractions touristiques de la ville, le marché By joue bien son rôle. Les touristes viennent dans le quartier pour admirer les bâtiments historiques de la ville, visiter le marché public, faire leurs achats dans ses boutiques uniques et manger dans les restaurants. Même si tout cela contribue à l'économie locale, des problèmes peuvent survenir si les vendeurs et les commerçants préfèrent répondre aux besoins des touristes plutôt qu'à ceux des résidents. Il faut mettre davantage l'accent sur l'approvisionnement en produits frais locaux afin de

donner priorité aux besoins des résidents, vingt-quatre heures sur vingt-quatre, sept jours sur sept.

## **Préservation physique plutôt que préservation de l'utilisation**

Bien que la valeur historique du marché By demeure un élément important, on a surtout misé sur la préservation physique des bâtiments, par exemple, en conservant leur aspect, plutôt que sur leurs utilisations historiques en tant que marché public. On a peut-être pensé que les activités traditionnelles du marché By se poursuivraient éternellement. Ce qui n'est évidemment pas le cas. Le devenir économique non planifié d'un bien immobilier urbain de grande valeur conduit généralement à la disparition d'un marché public. C'est pour cela qu'il incombe à la municipalité d'intervenir pour lui assurer à l'avenir une place et un rôle en tant que marché public central.

Au fil du temps, trois des quatre bâtiments du marché ont disparu. Les incendies ont détruit certains bâtiments entre 1862 et 1926. Un bâtiment en pierres a été entièrement démoli au milieu des années 1960.<sup>2</sup> En 1973, un permis de construire a été accordé pour remplacer un autre bâtiment du marché par un stationnement couvert municipal. L'édifice du marché, le dernier et le seul restant a conservé l'aspect d'un marché couvert traditionnel, mais à l'intérieur on trouve maintenant surtout des casse-croûte et des boutiques d'artisanat et de cadeaux.

Il existe de nombreux exemples de marchés publics ou de quartiers commerçants dont l'intégrité physique a été préservée, mais qui ont perdu leurs utilisations traditionnelles. Le marché Gansevoort dans la ville de New York est un excellent exemple de la manière dont on peut « sauvegarder » un quartier commerçant et malgré tout perdre son marché. Même si les bâtiments et le quartier ont conservé leur « aspect », l'utilisation traditionnelle en tant que marché est depuis longtemps oubliée et a fait place à des boîtes de nuit, des hôtels et des boutiques de luxe. La principale raison est économique. Bien que sur le papier l'utilisation recommandée soit clairement précisée, si les outils de gestion et les facteurs économiques ne sont pas présents, cela demeure un souhait irréalisable.

## **D'autres investissements doivent être consentis au marché By**

---

<sup>2</sup> (Sources: Newton, Michael. Lowertown Ottawa, Volume 2 1854-1900. National Capital Commission Manuscript Report 106: 1981 and Building permit search through City's MAP system)



La Ville d'Ottawa bénéficie sur le plan économique du marché By en raison de l'afflux de visiteurs et de touristes à longueur d'année. La Ville tire des recettes des stationnements du marché By (sur rue et hors rue), des terrasses de bars et de restaurants, des baux commerciaux dans les édifices municipaux et des taxes foncières sur les propriétés de la ZAC.

La Ville est résolument engagée dans la gestion du marché By, mais elle ne lui accorde pas nécessairement le soutien dont il a besoin pour assurer sa vitalité et sa viabilité.

L'équipe de gestion des marchés de la Ville a la responsabilité :

- du fonctionnement des étals extérieurs, y compris de quelques terrasses et comptoirs de rafraichissements;
- de spectacles de rue et d'activités spéciales;
- des sept magasins de détail situés dans le garage de stationnement du marché By;
- du bail principal de l'édifice du marché By;
- et du fonctionnement du marché Parkdale, appartenant lui aussi à la Ville.

L'équipe de gestion des marchés fonctionne selon le principe du recouvrement des coûts et son budget annuel est d'environ 1,3 million de dollars. Les recettes proviennent des droits perçus sur les étals des deux marchés, de la location du garage de stationnement du marché By et du bail principal de l'édifice du marché By. Ces recettes couvrent toutes les dépenses directes de fonctionnement, y compris : les salaires, les services publics, les taxes, la réparation et l'entretien, la publicité et la promotion. Comme mentionné précédemment, le marché By fonctionne selon le principe du recouvrement des coûts lesquels sont uniquement couverts par les droits perçus sur les étals et les revenus de location. D'autres marchés aux États-Unis et au Canada reçoivent une partie ou tous les revenus des stationnements afférents au marché. Ces revenus aident à soutenir leurs opérations, y compris la promotion du marché (par exemple, plus de 50 % des revenus de stationnement financent le marché Covent Garden de London en Ontario).

L'équipe de gestion des marchés administre également le programme *Ambassadeur*. Elle s'occupe des horaires, de la formation et de la supervision des ambassadeurs et des ambassadrices du marché. Le programme *Ambassadeur* du marché By se déroule chaque été en partenariat avec la ZAC et la police d'Ottawa.

La ZAC du marché By est un organisme sans but lucratif qui représente les commerces du marché et s'occupe, toute l'année, de la promotion et de la mise en marché du secteur, notamment des activités spéciales qui s'y déroulent. Le financement de la ZAC est principalement assuré par une taxe perçue sur les commerces du secteur. Fondée en 1993, la ZAC voit à la gestion de plusieurs événements annuels qui attirent les résidents et les visiteurs dans le secteur. On compte parmi ces activités spéciales, le concours de ragoûts du Bal de neige, le classique automobile, l'épluchette de blé d'Inde organisée pour une œuvre de bienfaisance, l'Oktoberfest et un programme d'activités pour la période de Noël. En 2013, le budget de la ZAC est de 282 500 dollars, une somme suffisante pour couvrir le salaire de deux employés à temps plein et sa part du coût du programme des ambassadeurs et ambassadrices du marché By et des activités spéciales. Compte tenu de l'importance économique du quartier By et de ses nombreux défis, la ZAC a besoin de plus de soutien et de ressources pour relever ces défis et profiter de façon plus substantielle et efficace des possibilités qu'offre le secteur.

Outre le rôle de la ZAC dans le secteur, la Commission de la capitale nationale (CCN), un acteur majeur et le plus important propriétaire dans le secteur du marché, organise pour le compte de la capitale des activités touristiques et des événements spéciaux.

## **Espaces publics**

Les espaces publics du marché By, en dépit d'une vie nocturne trépidante et d'un marché public souvent très animé, ont besoin que la Ville s'en occupe. Plusieurs problèmes interreliés s'articulent autour de l'espace public et ils doivent être réglés pour que le secteur tout entier se développe.

- *Espaces publics sous-utilisés* – les espaces vides d'activités, occupés et investis par les personnes sans abri et d'autres, découragent d'autres utilisations. La galerie marchande de la rue William, que PPS a aidé à rénover dans les années 1990, était un lieu assez semblable. Mais l'ajout d'activités plus positives dans ses espaces a permis d'en rétablir l'équilibre. Plus récemment, le passage piétonnier souterrain près de la promenade Colonel By et de la rue Rideau, qui était un espace public intimidant et sous-utilisé, est devenu un théâtre d'activités organisées par la ZAC Centre-ville Rideau. Cette stratégie doit être appliquée aux espaces sous-utilisés du marché By.
- *Privatisation des espaces publics* – comme la largeur des trottoirs est limitée, les terrasses extérieures ont tendance à empiéter sur l'espace public. Pouvoir se

restaurer en plein air peut être un avantage sur le plan social pour le quartier, mais la présence d'un trop grand nombre de terrasses peut aussi nuire à d'autres utilisations dans un secteur qui, au départ, ne compte pas beaucoup d'espaces publics.

- *Manque d'une esplanade centrale ou d'un lieu de rassemblement public* - la plupart des espaces publics du marché By sont en périphérie ou sur les trottoirs. Il n'y a pas de place ou d'esplanade publiques qui pourraient servir de pôle d'attraction dans le secteur. Quarante-huit pour cent des participants à l'atelier des intervenants, tenu en octobre, ont dit qu'ils étaient insatisfaits du nombre d'endroits où les gens peuvent s'asseoir. Par exemple, devant l'édifice du marché, il y a deux endroits pour s'asseoir. L'un d'entre eux est ouvert au public, mais ce sont surtout des flâneurs qui s'y retrouvent, et l'autre est réservé à la clientèle d'un restaurant. Dans l'ensemble, les intervenants rencontrés par PPS ont indiqué qu'il fallait organiser plus d'activités dans les espaces publics du marché. Cet objectif peut constituer le point de départ pour améliorer les installations publiques.

## **LE DÉFI D'ACTUALISER LA VISION POUR LE MARCHÉ**

La vision du marché By qui se dégage des ateliers et des rencontres organisés par le PPS est claire : les gens veulent conserver le caractère patrimonial, dynamique, urbain et polyvalent qui fait la réputation du marché By, mais ils souhaitent un meilleur équilibre et une plus grande présence, comme dans le passé, des étals de produits alimentaires frais. Les utilisateurs veulent un milieu sûr où il est possible de se promener à pied et doté d'espaces publics bien reliés au reste de la collectivité. Toutefois, pour concrétiser cette vision, il faudra beaucoup de travail et de volonté. Le problème majeur observé par PPS n'est pas le manque d'idées. C'est plutôt le manque de ressources financières et d'autonomie sur le plan des opérations du personnel de la Ville. L'autre défi pour la Ville consiste à concilier des intérêts publics et privés concurrentiels et, pour ce faire, il faudra resserrer l'intendance du marché public. PPS note que le Conseil municipal a approuvé en 2008 une vision pour le marché extérieur. On peut lire que le « marché By est un marché public vivant, ouvert toute l'année et installé dans un cadre patrimonial offrant une variété de produits agricoles locaux et de pièces d'art et d'artisanat locales aux résidents et aux touristes ». Il est recommandé de réviser, d'amender et de mettre à jour cette vision.

## **Leadership et engagement envers le marché public**

De la même façon que la Ville fournit des bibliothèques, des centres communautaires et des arénas pour le mieux-être de ses citoyens et de ses citoyennes, elle doit, au départ, s'engager à conserver à long terme le marché public et ses utilisations classiques à cause de l'importance qu'ont les marchés publics pour la qualité de vie et la viabilité des centres-villes. Cela nécessite de comprendre qu'un agriculteur qui vend des tomates ne peut pas être laissé à lui-même pour concurrencer des commerces de détail dont les pratiques économiques sont d'un tout autre ordre. Il s'agit d'un problème classique des marchés publics que la Ville peut régler. De tout temps, les marchés attirent les gens et créent ainsi de la valeur. Cette valeur se retrouve dans l'immobilier et les investissements autour du marché. C'est bien, mais si ces investissements attirés dans le secteur du marché By ne sont pas encadrés, ils prendront le dessus sur le marché public classique et celui-ci ne sera pas en mesure de concurrencer sur le plan économique. Les villes doivent toujours soutenir leurs marchés publics, faute de quoi, ils disparaissent ou se déplacent.

## **Intérêts publics et privés qui se font concurrence**

Beaucoup de personnes souhaitent que le secteur soit dynamique et prospère pour les générations futures. Il existe un problème systémique lorsqu'un trop grand nombre d'instances ont trop peu de pouvoir et qu'aucune instance n'est suffisamment puissante pour réaliser quoi que ce soit.

Le marché By a besoin d'abord et avant tout de contrôler son propre destin et la solution à cet égard se trouve du côté de la Ville. Laisser le marché à lui-même s'est avéré nuisible pour les activités classiques du marché public tout en étant une bénédiction pour ceux qui ont choisi d'y ouvrir ou d'y fréquenter un commerce pour l'ambiance et l'expérience que procure un marché public.

Le deuxième problème qui nuit au développement du marché By est l'échec des intérêts concurrentiels à trouver un terrain d'entente, faisant d'eux des adversaires plutôt que des alliés. Un exemple à cet égard est la perception de certains selon laquelle la prolifération des bars est nocive pour le marché By. Comme les bars paient plus cher de loyers que les locataires d'étals de produits alimentaires, les utilisations liées au marché public sont perdantes. Les bars sont devenus tellement populaires qu'ils débordent sur

les trottoirs, retranchant ainsi des sections qui auparavant appartenait à l'espace public. Cela a pour effet de transformer de plus en plus le secteur du marché en une destination de divertissement, ce qui peut comporter des effets négatifs, comme de la turbulence indésirable et un manque de sécurité et d'aise pour les résidents et les personnes qui ne fréquentent pas les bars. Les intérêts du marché public classique et ceux du volet divertissement divergent et se nuisent mutuellement.

Si la Ville tient à conserver la composante alimentaire classique du marché By, il faudra qu'elle intervienne de façon créative. Par exemple, *Savourez Ottawa*, dont l'équipe de gestion des marchés de la Ville a été un membre fondateur, soutient et prône l'achat d'aliments locaux frais. Ainsi, les dépliants promotionnels distinctifs de *Savourez Ottawa* en font mention lorsqu'un commerce vend ou utilise des produits agricoles locaux. Certains restaurants du marché By affichent qu'ils utilisent les produits locaux saisonniers et il serait possible d'encourager cette pratique dans d'autres établissements. La Ville pourrait envisager de réaffecter au marché public, ainsi qu'à la gestion et à l'embellissement de l'espace public, les droits perçus sur les terrasses extérieures. Cela permettrait d'un coup aux bars et aux restaurants de soutenir le marché public tout en répondant aux intérêts personnels des diverses parties.

### **L'espace public comme élément rassembleur**

Il sera difficile de réaliser la vision du marché By et de satisfaire tous les intervenants du secteur parce que chaque partie a ses propres intérêts. Toutefois, une mesure pourrait peut-être avoir un effet rassembleur : l'aménagement d'un plus grand nombre d'espaces publics mieux gérés. À l'atelier des intervenants tenu en octobre, une vaste majorité des personnes présentes ont convenu que le secteur avait besoin de plus de lieux de rassemblement publics. Le secteur a besoin de verdure, d'arbres et d'infrastructures pour encourager le cyclisme. Ce consensus peut être le point de départ de changements plus importants. Faire en sorte que les intervenants du secteur, y compris la Ville, travaillent ensemble à la création d'un plus grand nombre d'espaces publics permettra aux gens de réaliser qu'ils peuvent unir leurs efforts pour améliorer leur collectivité.

## **STRATÉGIES POSSIBLES POUR ALLER DE L'AVANT**

### **Apprendre d'autres villes**

Le marché By est une entreprise compliquée en ce qu'il doit être géré en tant que destination de divertissement et touristique complexe, urbaine et polyvalente, et qu'il doit être administré et développé en tant que marché public.

Pour envisager l'avenir du marché By, il est utile d'observer ce que font d'autres villes en ce qui concerne la gestion et l'investissement en capital dans leurs marchés publics et leurs secteurs urbains.

Beaucoup de villes ont laissé se dégrader leurs marchés publics au cours du siècle dernier, mais depuis vingt ans, nombreuses sont celles qui ont redécouvert leurs marchés publics et y ont réinvesti. Même que de nouveaux marchés ont vu le jour à Vancouver, à Winnipeg et, plus récemment, à Halifax. Tous ces marchés fonctionnent dans des environnements complexes : le marché public Granville de Vancouver est situé sur une île où se trouvent des ateliers d'artistes, des commerces de détail, des restaurants, un hôtel et même, une cimenterie. Le marché d'agriculteurs Seaport d'Halifax est un point d'ancrage pour le secteur riverain animé de la ville. Le marché La Fourche de Winnipeg est au cœur d'une gare de triage transformée qui présente une grande variété d'attractions communautaires, notamment un marché public, un musée pour enfants, l'Arctic glacier Winter Park, des esplanades et des sentiers le long du bord de l'eau, et des commerces.

Le marché public du marché By se définit davantage comme un secteur (quartier) à cause de la variété d'activités reliées au marché qui s'y déroulent : la halle à l'intérieur de l'édifice du marché, les étals extérieurs et les commerces de détail d'aliments frais, toujours en affaire à proximité. Les secteurs marchés, même ceux qui fonctionnent indépendamment des secteurs urbains complexes et polyvalents, représentent la forme la plus développée de marchés publics aujourd'hui et ils sont les plus difficiles à gérer, à exploiter et à contrôler. La difficulté provient notamment de leurs nombreux propriétaires et de leurs utilisations multiples, des besoins d'entretien, de l'investissement dans une infrastructure municipale et de la concurrence accrue. Tous ces facteurs font que les villes ont de plus en plus de mal à gérer la situation par elles-mêmes. Dans des secteurs marchés, comme ceux de Détroit et de Seattle, des structures organisationnelles ont été mises en place, non seulement pour préserver l'architecture du secteur, mais également pour assurer l'intégrité de leurs utilisations.

## **Modèles de gestion de marchés publics**

Les villes sont souvent celles qui ont mis sur pied les marchés publics et qui en ont assuré la gestion. Mais, la plupart des villes se retirent maintenant de cette activité et privilégient d'autres modèles de gestion pour assurer la fraîcheur, la pertinence et le fonctionnement efficace de leurs marchés publics. De bien des façons, le marché public du marché By assujettit les vendeurs à une foule de règlements et il manque de ressources. Le Règlement 2008-449, qui régit l'espace de vente extérieure et les autres espaces publics, est complexe et toutes les modifications doivent être approuvées par le Conseil municipal, ce qui en réduit la souplesse dans le contexte d'un environnement de travail quotidien. Le personnel de la gestion des marchés de la Ville a des ressources limitées pour promouvoir le marché. Pour sauver le marché public, la Ville devra prendre l'initiative de créer un meilleur modèle de gestion apte à s'attaquer aux défis mentionnés précédemment et à renforcer les utilisations de ce secteur pour tous. Et ce modèle de gestion peut s'appliquer au marché Parkdale, puisque l'équipe de gestion des marchés publics supervise également ce marché appartenant à la Ville. Voici deux exemples d'initiatives et de modèles de gestion très différents et extrêmement efficaces pouvant servir d'inspiration pour l'avenir du marché By.

### **The Forks (La Fourche) à Winnipeg - corporation de développement économique**

La Fourche est la principale destination touristique de **Winnipeg**. Ses restaurants, ses musées et son marché public attirent plus de quatre millions de visiteurs par année. Elle est gouvernée par le Partenariat Forks North Portage, créé en 1994, pour assumer la responsabilité de la propriété, de la gestion et du renouvellement continu des sites de la Fourche et de Portage-Nord. Sa mission est d'agir comme catalyseur afin de favoriser les activités au centre-ville au moyen de partenariats publics-privés et de stratégies de revitalisation et de rechercher l'autosuffisance financière.

Le Partenariat est le résultat de la fusion de deux anciennes entités administratives. La première était une corporation de développement économique, propriété collective des gouvernements fédéral et provincial et de la Ville, à savoir la North Portage Development Corporation (NPDC), et la deuxième était Forks Renewal Corporation (une filiale en propriété exclusive de NPDC).

Le Partenariat est doté d'un conseil d'administration de dix membres et d'un directeur général. Il est également soutenu par la fondation Forks, un organisme de bienfaisance enregistré, créé en 2005 dans le but de recueillir des fonds pour soutenir des projets qui

font la promotion du « patrimoine, de la culture, des arts, des loisirs et de l'environnement ».

Fait à signaler, le stationnement est la principale source de revenus du Partenariat, comme en témoigne son rapport annuel de 2012.

### **Marchés publics, Montréal – Société privée sans but lucratif**

Les quatre marchés couverts publics de **Montréal**, ouverts toute l'année, et les onze marchés de quartier en plein air appartiennent à la Ville de Montréal, mais ils sont gérés par la Corporation de gestion des marchés publics de Montréal (CGMPM). Fondée en 1993 pour libérer la Ville de ses obligations quotidiennes, la CGMPM a signé un bail avec la municipalité, qui prendra fin en 2017, et lui verse un loyer. La CGMPM s'est donné différents objectifs : gérer les marchés publics, assurer l'accessibilité à la population montréalaise et contribuer au développement futur des marchés publics. L'organisation est dirigée par un conseil d'administration, composé de dix personnes, qui est alimenté par des comités consultatifs permanents chargés de voir au développement futur de la CGMPM. La CGMPM favorise une participation maximale de ses membres, des producteurs et des commerçants.

Depuis la création de la CGMPM, grâce aux surplus d'exercices de la CGMPM et en partenariat avec la Ville de Montréal et les gouvernements provincial et fédéral, plus de 45 millions de dollars ont été investis dans les marchés publics depuis 1993. Ces fonds ont permis d'apporter plusieurs améliorations aux immobilisations : construction du nouveau marché Maisonneuve, agrandissement du marché Jean-Talon et construction d'un stationnement souterrain, amélioration des mails d'hiver des marchés Atwater et Jean-Talon. En plus des infrastructures, la CGMPM a amélioré les services offerts aux membres et adopté une politique de développement durable afin de rendre les marchés publics plus verts.

### **Réinvestissement dans les immobilisations**

S'ils veulent survivre et prospérer, les marchés publics ont besoin de réinvestissements continus dans les immobilisations. Le marché Pike Place de **Seattle**, qui a été sauvé de la démolition à la fin des années 60 et rénové par la suite, a récemment fait l'objet d'un nouveau réinvestissement de 65 millions de dollars financé à l'aide d'une émission obligataire décidée par vote et autorisée par les contribuables locaux. Les villes de Cleveland et de Baltimore prévoient également mener d'importantes campagnes de



financement pour leurs marchés publics. Après avoir « sacrifié » son marché historique Quincy pour un marché de festival dans les années 70, Boston est en train de réunir 10 millions de dollars pour un nouveau marché public et est désormais à la recherche de nouvelles installations face la multiplication des producteurs et des entreprises d'aliments locaux dans cet État.

À **Détroit**, l'Eastern Market Corporation a été établie sous forme de société à but non lucratif non seulement pour gérer le quartier complexe du marché, mais aussi pour créer un fonds pour l'investissement dans les infrastructures du marché, qui dépassait la capacité de la Ville. Au cours des six dernières années, plus de 15 millions de dollars ont été recueillis et investis dans la préservation et le réaménagement des remises du marché, qui forme le cœur du quartier.

Le marché de producteurs agricoles du port d'**Halifax** est un exemple de marché public qui est né de la croissance naturelle du mouvement en faveur des aliments locaux. Passant d'un marché temporaire ouvert un jour par semaine à un marché permanent ouvert toute l'année et pratiquement tous les jours, ce marché affiche aujourd'hui des recettes annuelles de l'ordre de 1,3 million de dollars, tirées des frais des fournisseurs et des ventes de 25 millions de dollars. En exploitation depuis plus de deux cents ans, ce marché fermier a également connu sa part de problèmes, mais son engagement à l'égard des produits agricoles et alimentaires locaux l'a aidé à survivre. Strictement axé sur les produits de la Nouvelle-Écosse, le marché de producteurs agricoles du port d'Halifax a su fidéliser une clientèle qui s'identifie aux produits locaux et créer des liens avec les exploitants agricoles, qui sont les principales raisons de faire ses emplettes au marché et de l'appuyer.

Le marché public Covent Garden de **Londres** est géré par une société à but non lucratif qui est propriétaire du bâtiment, mais dont le terrain appartient encore à la Ville. Estimant refléter le tissu social de la communauté, ce marché sert de lieu de rassemblement et permet aux entreprises locales de se développer. Il a adopté une règle toute simple : aucune chaîne de magasins n'est autorisée dans son enceinte et seuls des exploitants agricoles, et non des revendeurs, ont le droit de vendre leurs produits sur le marché extérieur.

### **Associations de réaménagement des quartiers d'affaires/zones d'amélioration commerciale (ZAC)**

PPS a participé au réaménagement des quartiers d'affaires, appelés au Canada Associations pour l'amélioration des entreprises, lesquelles vont de la simple entreprise commerciale ou société d'entretien aux organisations qui jouent un rôle crucial dans la gestion, la programmation et la conception des espaces publics. Aujourd'hui, les associations de réaménagement des quartiers d'affaires de la Ville de New York jouent un rôle stratégique dans la gestion de l'espace public à l'échelle des quartiers et grands secteurs de la Ville. Dans le centre-ville de Manhattan, une association de réaménagement des quartiers d'affaires – le partenariat de la 34<sup>e</sup> rue – a permis de modifier et d'entretenir les places Herald et Greeley, qui étaient auparavant des espaces abandonnés attirant le plus souvent les sans-abri et sont devenus depuis lors des centres animés du quartier. Le ministère des Transports a fermé des rues dans les cinq arrondissements de la Ville afin de créer des « places publiques » qui sont conçues, gérées et entretenues par les sociétés de réaménagement des quartiers d'affaires locaux.

Redéfinir le rôle des zones d'amélioration commerciale pour englober ce type de gestion des espaces publics peut engendrer des résultats positifs que la Ville ne pourrait pas obtenir aussi rapidement et avec autant de flexibilité. Par exemple, à New York, la plupart des espaces publics gérés dans le cadre des réaménagements des quartiers d'affaires ne sont pas équipés de sièges fixes, mais de tables et sièges amovibles qui sont bloqués ou enchaînés le soir. Le réaménagement des quartiers d'affaires permet avant tout d'orchestrer l'utilisation des espaces, de déplacer les vendeurs et les activités à l'intérieur et à l'extérieur (une association de réaménagement des quartiers d'affaires organise même un cours de danse salsa sur sa place publique), et joue un rôle stratégique pour permettre à un espace public d'être vraiment fonctionnel. À cette fin, il convient de travailler en étroite coordination avec les agences de police et les organismes de services sociaux pour répondre aux besoins des sans-abris et régler les questions de sécurité et de criminalité.

Ottawa a intérêt à tirer parti de ces tendances si elle ne veut pas se laisser distancer encore par les autres grandes villes canadiennes (et américaines).

Au cours des 20 dernières années, d'importants investissements ont été faits dans l'infrastructure du marché By et ont permis de reconstruire la plupart des rues, d'embellir les paysages des rues, de bâtir le garage à étages Clarence/Murray et d'agrandir et de rénover le bâtiment du marché By. Les autorités ont multiplié leurs efforts pour vérifier et privilégier les véritables producteurs agricoles et les différencier des revendeurs, notamment en adoptant les panneaux d'identification et les redevances

modulées. L'assignation des kiosques se fait selon le mérite d'un plan de production agricole. En 1995, la cour a rendu une décision qui a ralenti les efforts de la Ville visant à régir les étals des vendeurs de façon à appuyer les fermiers; en 2007, en revanche, une loi autorisant la Ville à le faire a été adoptée. Toutefois, malgré ces efforts de leadership, la Ville devra mener d'autres travaux pour s'assurer de la survie du marché public.

## **Occasions pour le marché By**

Les villes de toute l'Amérique du Nord ont été témoins d'une formidable reprise dans la préservation et le développement des marchés publics traditionnels – et le marché By a la chance de bénéficier du concours de personnes et d'événements qui lui permettront d'inscrire la prochaine grande histoire de réussite à ce titre. Le moment est bien choisi pour changer. En effet, 2017 marquant le cent cinquantième anniversaire du Canada, quel meilleur projet pouvait-on trouver dans la capitale du Canada que la revitalisation du marché public dans le marché By, qui comptera peut-être sur la participation de la Commission de la capitale nationale, de Tourisme Ottawa et du secteur privé. La reprise de l'investissement et de l'infrastructure de la Ville dans le marché public tout en mettant l'accent sur la vente au détail d'aliments à ce moment privilégié de l'histoire du pays permettrait de souligner l'importance du marché By, et, partant, celle de Bytown dans la création d'Ottawa.

Sur la base de nos contacts et de nos réunions, PPS recommande à la Ville d'Ottawa d'envisager plusieurs stratégies pour aller de l'avant, que nous avons séparées en deux composantes reliées : pour le marché public et pour l'ensemble du quartier.

## **Sauver le marché public pour les générations futures**

Sauver le marché public n'est pas un événement ponctuel. Il s'agit d'un engagement continu visant à fournir des ressources appropriées (leadership et financement) pour permettre au marché public de continuer à jouer son rôle, à savoir être un lieu qui réunit des acheteurs et des vendeurs cherchant à échanger des produits essentiellement locaux dans une atmosphère qui reflète les valeurs et les ressources de la région. Pour ce faire, il faudra changer la culture de l'exploitation du marché public. Avant tout, nous recommandons vivement à la Ville d'Ottawa de se préparer à examiner son rôle de gardien d'une institution historique et chérie. Cela ne signifie pas pour autant que la Ville doive se retirer, non, mais elle doit prendre les devants, veiller à

obtenir les résultats escomptés et fournir les moyens nécessaires, dans les limites du raisonnable, pour y parvenir.

## **Gouvernance**

La Ville d'Ottawa doit d'abord et avant tout modifier la structure de gouvernance du marché public, qu'elle gère dans le cadre de l'un de ses services. À cet effet, nous lui recommandons d'adopter un nouveau modèle de gestion, à savoir une autorité ou un organisme ayant le contrôle administratif et opérationnel du marché et le mandat clair de faire revivre les utilisations axées sur les aliments frais, équilibrées selon les besoins divers des autres utilisations et commerces du quartier. Ce nouveau modèle de gestion ne saurait être efficace sans le plein appui de la Ville, qui devra déployer des efforts pour « sauver le marché » en multipliant les ressources et les changements politiques. La Ville pourrait aussi engager différents services, dont la Direction du développement économique et de l'innovation, le Service de l'urbanisme et de la gestion de la croissance et le Service des parcs, des loisirs et de la culture.

Pour atteindre cet objectif, elle devrait suivre les étapes suivantes :

- Formuler un énoncé de mission clair pour que le marché public maintienne des aliments frais produits localement – à titre d'exemple, l'énoncé de mission de la CGMPM, la corporation sans but lucratif gérant les marchés publics de Montréal, vise à « assurer aux Montréalais et aux Montréalaises un accès aux produits de la terre dans des marchés publics qui correspondent à leur identité. »
- Évaluer les options pour passer de la structure actuelle à un modèle de gouvernance à but non lucratif ou d'un autre type proactif – comme susmentionné, plusieurs marchés publics historiques ne sont plus gérés par les autorités municipales, mais ont adopté une structure de gestion à but non lucratif. Cette nouvelle forme d'exploitation des marchés, par des organismes publics transparents composés de membres issus de la communauté, des secteurs public et privé, a d'abord été accueillie avec suspicion aux yeux de tous avant de convaincre.

## **Gestion et opérations**

Si l'administration actuelle doit être félicitée pour avoir maintenu le marché public à flot malgré l'immense pression extérieure, elle doit attirer de nouveaux commerçants locaux pour renforcer la vision d'un marché public où l'on peut acheter des aliments frais

produits localement. Pour atteindre cet objectif, l'administration doit prendre les mesures suivantes :

- Établir un plan d'affaires pour la transition vers une corporation sans but lucratif. Ce plan d'affaires doit étudier les besoins réalistes du marché pour améliorer la mise en marché et la promotion auprès des clients, accroître les efforts de location et repositionner le marché. Il doit assurer des sources de revenus pour financer ces activités de façon durable.
- Examiner les économies résultant de la consolidation des composantes du marché extérieur et intérieur. Le bâtiment du marché est un actif qui peut contribuer à renforcer la distribution d'aliments frais à l'extérieur, ainsi que la vente d'aliments frais au détail le long des rues du marché By et William. La séparation de la gestion du marché couvert et de celle du marché extérieur n'a fait que diminuer l'offre d'aliments frais dans le quartier. La nouvelle entité gouvernante devrait contrôler les deux composantes du marché public.
- Lancer des stratégies de location plus proactives afin d'attirer un plus grand nombre de producteurs agricoles et de commerces d'alimentation de détail. La Ville possède de nombreux actifs, notamment à proximité de grandes étendues de terres agricoles. Près de 121 407 ha (300 000 acres), soit 40 % de la région rurale de la Ville, sont des terres agricoles. Selon le recensement de 2011, les recettes brutes totales provenant des fermes d'Ottawa (plus de 206 millions de dollars) représentent environ 17 % des recettes totales de l'est de l'Ontario (près de 1,240 milliard de dollars). À titre comparatif, le revenu agricole total de Vancouver s'élève à 11 millions de dollars et celui de Winnipeg à environ 47 millions de dollars. Un tel accès à des aliments produits localement est un avantage majeur pour un marché public qui doit renouveler ses engagements envers l'utilisation des aliments et relancer sa clientèle qui, depuis quelques années, s'intéresse de plus en plus aux aliments sains et cherche à acheter des produits locaux. Le marché doit tirer parti des efforts de « Savourez Ottawa » visant à faire la promotion de la région en tant que première destination du tourisme culinaire toute l'année et offrant gamme diversifiée de produits locaux.
- Mettre sur pied un système de validation du stationnement pour les clients du marché public qui leur permettrait de se garer gratuitement dès lors qu'ils dépensent une somme minimale. Ce projet pourrait être proposé à certains moments de façon à ne pas entrer en conflit avec d'autres utilisations dans le quartier.
- Accroître les activités de mise en marché et de promotion pour animer les espaces publics du marché et y attirer les gens :

- engager les différentes communautés artistiques et culturelles d’Ottawa;
- multiplier les activités éducatives, en particulier à propos de l’alimentation et de la santé : le marché By devrait se repositionner au centre du mouvement en faveur des aliments locaux à Ottawa;
- organiser un festival d’aliments produits localement qui regrouperait tout le quartier, et pas seulement le marché public, en créant un événement unificateur célébrant l’histoire de l’alimentation locale et la tradition du marché By.

### **Politique et réglementation**

Une nouvelle structure de gouvernance s’accompagne de nouvelles politiques de gestion du marché public. La Ville et la nouvelle structure de gestion du marché devront mettre en œuvre de nouvelles politiques appuyant cette vision plus ample.

- Les règlements doivent être conformes à la mission – avec une structure de gouvernance et de gestion transparente et mission bien définie, il sera possible d’établir des règles claires et concises que les vendeurs devront respecter.
- Mettre l’accent sur les utilisations et non seulement sur les bâtiments – si la Ville veut maintenir le caractère historique du marché By, elle va devoir adopter des politiques visant à conserver les utilisations historiques du quartier, et non seulement son apparence.

### **Dépenses en immobilisations/Infrastructure**

Pour apporter de grands changements au marché By, la Ville devra déployer d’importants efforts, en particulier si elle veut conserver et développer le marché public. Voici quelques suggestions destinées à appuyer physiquement la croissance du marché public et la vision d’ensemble du secteur :

- Reprendre le contrôle de l’édifice du marché à la fin du bail et rénover et redévelopper le bâtiment en se concentrant sur l’offre d’aliments frais produits localement.
- À long terme, chercher à acquérir des propriétés stratégiques afin de préserver l’intégrité de la rue du marché By, et réserver certaines utilisations à l’offre d’aliments frais. Le seul moyen de retenir les nombreux commerçants d’aliments frais dans le quartier est d’avoir un propriétaire bienveillant qui maintient des loyers peu élevés de façon à leur permettre de rester en affaires. Si la Ville veut s’engager à renforcer tout le marché public, elle doit aider ces détaillants à rester en affaires et en attirer d’autres dans le secteur. Pour ce faire, elle peut

acquérir certains bâtiments, adopter une politique d'utilisation des produits frais stricte et maintenir les loyers à un niveau relativement bas.

## **Accroître la sécurité, l'attrait et la vitalité du marché By**

### **Gestion et exploitation**

La Ville et les propriétaires privés devraient évaluer le moyen d'offrir plus de ressources et d'augmenter ainsi la gestion des espaces publics pour faire face aux complexités du secteur et accroître la coopération avec le marché public, surtout s'il change aussi.

- Évaluer les possibilités de réacheminer les recettes tirées des espaces publics (p. ex., les patios, le stationnement) vers la gestion du quartier et la consolidation du marché. Il faudra des ressources pour investir dans le marché public, même si ce dernier génère de l'argent. Ces fonds doivent rester dans le secteur pour aider le marché public et la zone d'amélioration commerciale à renforcer la vision collective du marché By.
- Mieux coordonner l'entretien et la sécurité entre la gestion du marché public et la zone d'amélioration commerciale.
- Accroître la mise en marché et la promotion en collaboration, par exemple, un festival d'aliments produits localement, à l'échelle du secteur, comme susmentionné.

### **Conception de l'espace public – court et long terme**

La Ville et la zone d'amélioration commerciale du quartier doivent élaborer ensemble des plans de conception et de gestion visant à moderniser certains espaces publics dans le secteur du marché By. Elles doivent mettre l'accent non seulement sur la transformation physique, mais aussi sur la gestion active et la programmation de ces espaces de façon à assurer un meilleur équilibre entre les utilisateurs. Cela dit, ces suggestions ne constituent pas un plan pour les déplacements, mais visent plutôt à permettre à toutes et à tous de se sentir en sécurité et bienvenus dans un espace public accessible. L'Alliance pour mettre un terme à l'itinérance, Ottawa (Alliance to End Homelessness, Ottawa - ATEHO) a récemment mené une enquête sur l'itinérance dans le quartier d'où il ressort que plus de 70 % d'entre eux se sentent bienvenus au marché et proposent d'ailleurs des programmes similaires à ceux de l'Association

communautaire de la Basse-Ville (association communautaire de la Basse-Ville) pour les espaces publics du quartier.

Les participants à l'atelier des parties prenantes organisé en octobre ont été invités à proposer des idées visant à améliorer le marché public et le secteur, dont beaucoup devraient être mises en place.

#### *Court terme*

- Les plus populaires proposent d'améliorer l'accès et le stationnement pour les cyclistes, d'augmenter le nombre d'arbres et la verdure dans le marché By et de doter le marché public d'une porte d'entrée afin de contribuer à lui forger une identité.
- Effectuer des améliorations plus légères, rapides et abordables dès maintenant – plusieurs suggestions de l'atelier des parties prenantes pourraient être mises en œuvre d'ici le printemps prochain et n'exigeraient pas beaucoup de changements politiques ou de ressources. Par exemple, la place située devant l'édifice du marché, sur la rue George, pourrait être considérablement améliorée en modifiant l'aménagement et le type des sièges, les services et autres agréments, et en en ajoutant de nouveaux, comme un kiosque de renseignements. Des projets pilotes similaires pourraient voir le jour dans d'autres espaces du secteur sélectionnés.

#### *Long terme*

- Envisager les rues comme des espaces publics susceptibles d'être utilisés de façon permanente ou temporaire :
  - Réunir et repaver les rues du secteur afin de permettre une utilisation flexible – les véhicules pourraient encore les emprunter, mais l'installation de pavés en ferait des espaces piétonniers attrayants susceptibles d'être utilisés par des vendeurs ambulants ou simplement de recevoir des tables et des sièges.
  - Repenser la rue York – autrefois un lieu traditionnel de la vente d'aliments frais, la rue York (avec son grand espace de stationnement au milieu) offre un espace public que personne n'a pas su mettre à profit. Bien que les stationnements le long de cette rue figurent parmi les plus recherchés de la Ville, il s'agit d'un endroit parfait pour y aménager une



place publique ou un espace de vente en plein air qui pourrait servir de porte d'entrée au marché By, à partir du parc Major's Hill et du Parlement.

- Évaluer la faisabilité de créer une plus grande place/des espaces ouverts dans le marché By.

### **Faire face aux conséquences de la vie nocturne**

Bien que la Ville ait étudié à plusieurs reprises les conséquences de la vie nocturne dans le marché By, aussi récemment qu'en 2008, cette question reste problématique.

Plusieurs options doivent être prises en compte pour régler la sécurité et le bruit :

- Réexaminer les recommandations visant le marché By et le secteur de la rue Rideau, formulées dans l'Étude sur les règlements de restriction provisoire (boîtes de nuit et bars) menée en 2008, qui proposait de nombreuses stratégies, y compris des règlements spécifiques et des changements stratégiques, pour en assurer la mise en œuvre.
- Proposer des incitatifs financiers pour des utilisations spécifiques souhaitées dans le secteur. Si l'objectif consiste à augmenter le nombre de commerces d'aliments frais, ces incitatifs pourraient servir à encourager davantage les propriétaires à louer à des fins d'utilisation similaires. Ces commerces pourraient aussi être encouragés à soutenir le marché public.
- Trouver des moyens d'améliorer la sécurité dans la rue, en travaillant avec des propriétaires de commerce (ayant ou non leur propre système de sécurité), les sociétés de sécurité privée et la police.
- Étudier des façons d'accroître et de financer d'autres systèmes de sécurité avec des commerces tirant la plupart de leurs recettes de la vente d'alcool.
- Renforcer les exigences formelles pour la formation du personnel de table tout en tenant compte des mineurs et des clients déjà desservis.

### **Concrétiser**

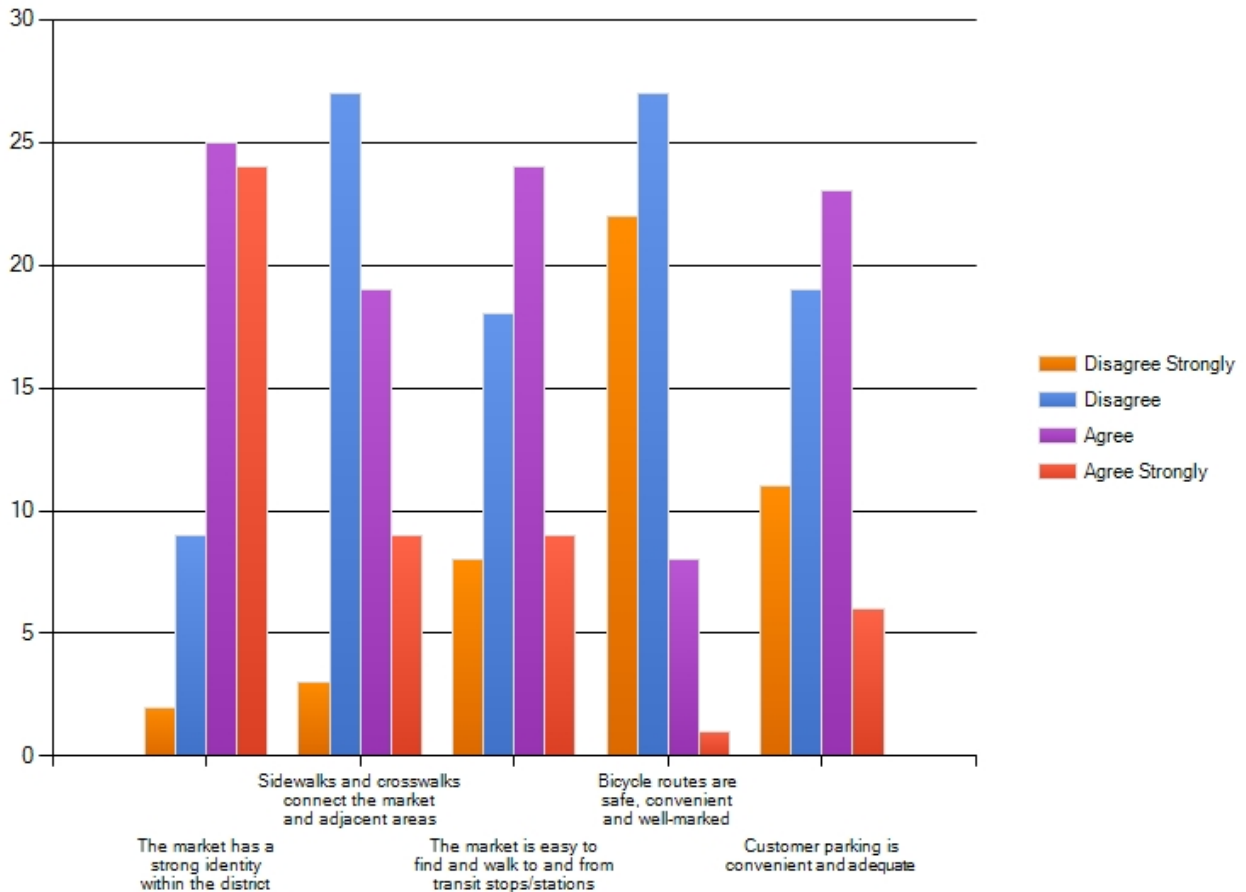
Au cours des dernières décennies, d'innombrables études se sont penchées tout particulièrement sur l'amélioration et la préservation du marché By. Le problème ne découle pas d'un manque de vision; il réside plutôt dans l'absence d'un plan clair et de ressources engagées pour concrétiser cette vision. La première étape la plus importante

consiste à repérer les personnes et les instances clés pour lancer les stratégies proposées et mettre en œuvre les recommandations de ce rapport.

## **ANNEXES**

### **Annexe A – résultats de l'évaluation de marché – atelier d'octobre**

## Access & Linkages



### Accès et liens

Disagree strongly- Fortement en désaccord

Disagree – En désaccord

Agree \_ En accord

Agree strongly – Totalemt d'accord

The market ... = Le marché a une identité bien définie dans le quartier.

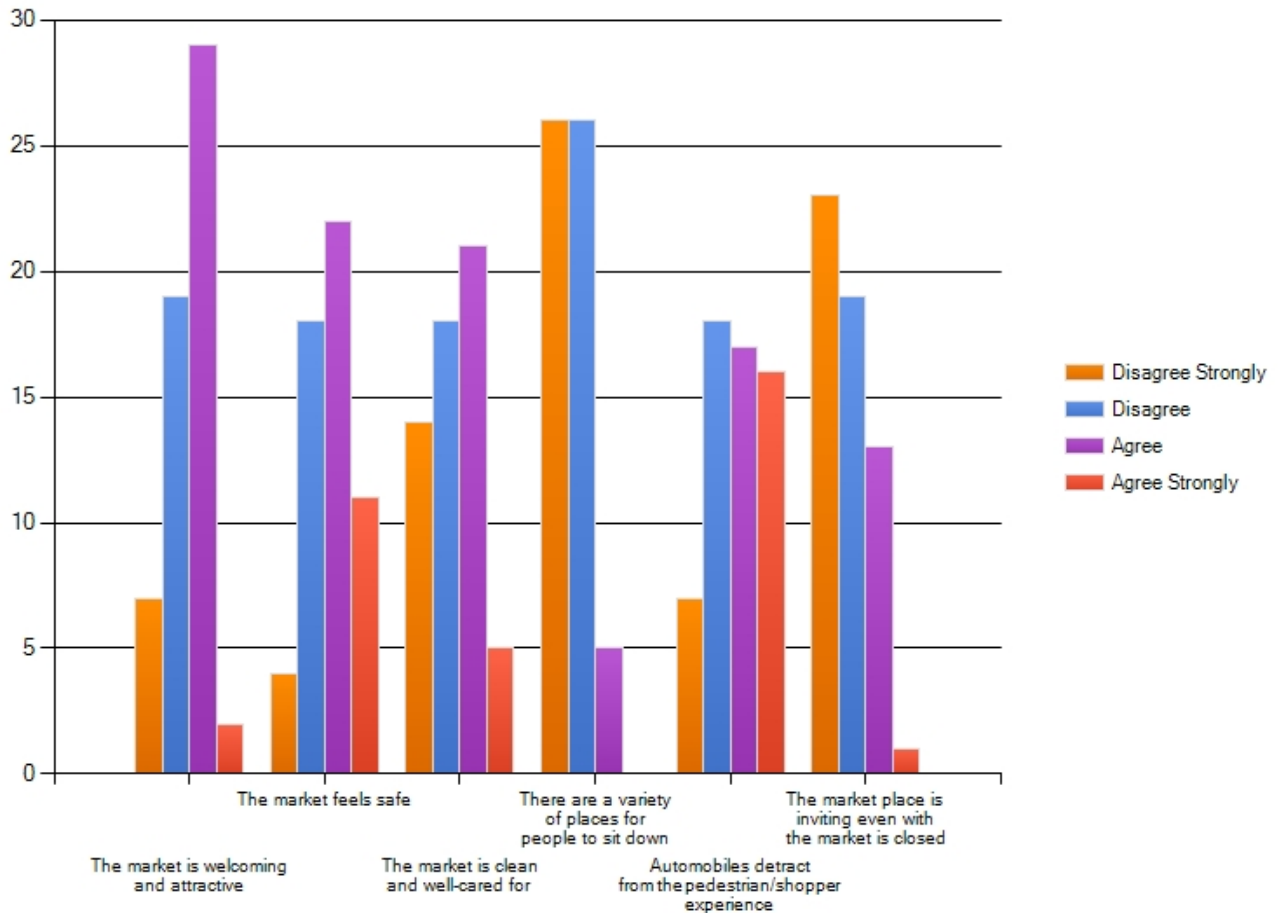
Sidewalks – Les trottoirs et les passages pour piétons relient le marché et les zones adjacentes.

The market is easy = Le marché est facile à trouver et l'on peut aisément s'y rendre à pied des arrêts ou des stations du transport en commun.

Bicycle route - Les pistes cyclables sont sécuritaires, commodes et bien indiquées.

Customer parking – Le stationnement pour les clients est commode et approprié.

## Comfort & Image



Confort et image

Disagree strongly- Fortement en désaccord

Disagree – En désaccord

Agree \_ En accord

Agree strongly – Totalemt d'accord

The market is welcoming = Le marché est accueillant et attrayant.

Feels safe – On s'y sent en sécurité.

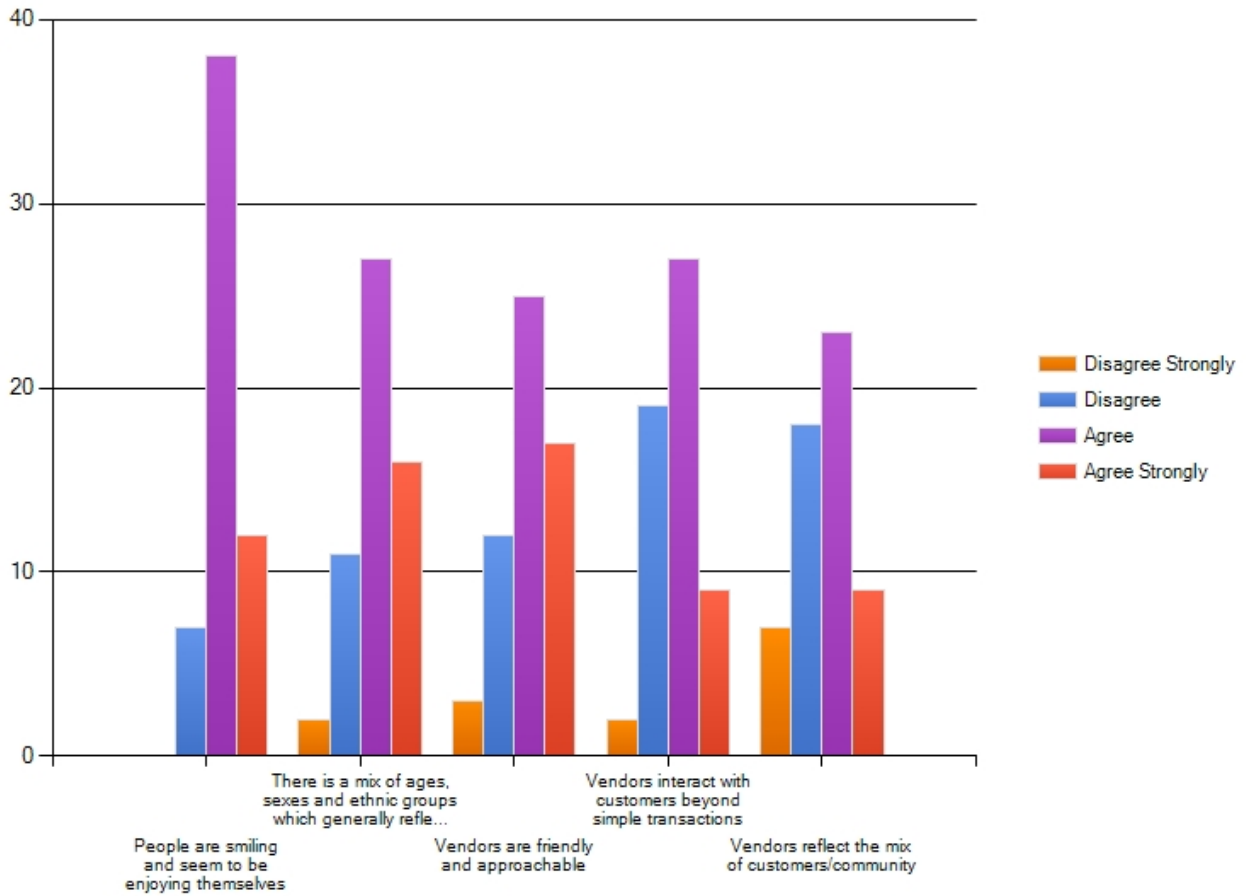
Clean and well-cared= Le marché est propre et bien entretenu.

Variety – On y trouve une grande diversité d'endroits pour s'asseoir.

Automobiles – Les voitures nuisent à l'expérience des piétons et des acheteurs.

The market place = La place du marché est invitante même quand le marché est fermé.

### Sociability



Sociabilité

Disagree strongly- Fortement en désaccord

Disagree – En désaccord

Agree \_ En accord

Agree strongly – Totalelement d'accord

People = Les gens sourient et semblent heureux.

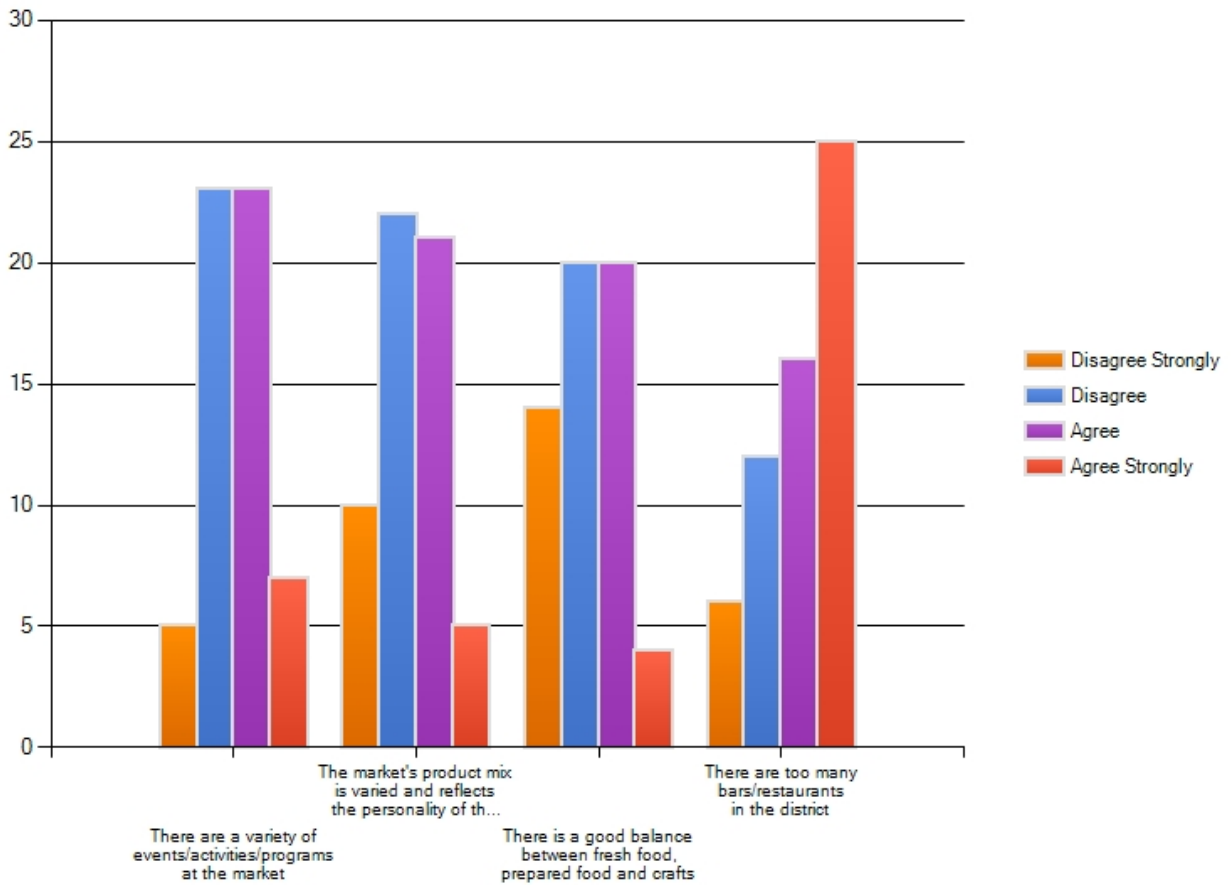
Mix of ages – Il y a des gens de tous âges, sexes et origines reflet de la communauté.

Vendors – Les vendeurs sont aimables et sympathiques.

Vendors interact - Les vendeurs parlent volontiers avec les clients à d'autres fins que la simple transaction.

Vendors reflect = Les vendeurs reflètent la mixité des clients et de la communauté.

## Uses & Activities



### Utilisations et activités

Disagree strongly- Fortement en désaccord

Disagree – En désaccord

Agree \_ En accord

Agree strongly – Totalemment d'accord

Variety events – Le marché offre une variété d'événements/d'activités/de programmes.

Product mix – L'offre de produits du marché est variée et reflète la personnalité des vendeurs.

Balance – Il y a un bon équilibre entre les produits frais et artisanaux.

Bars – Il y a trop de bars et des restaurants dans le secteur.

## **ANNEXE B – Atelier d’octobre - suggestions pour les espaces publics**

### **Quel aspect du marché By préférez-vous?**

Histoire (12)

Aliments frais locaux (5)

Édifices patrimoniaux (5)

Les cours Sussex – un si grand potentiel dans un secteur sous-utilisé, allure historique (5)

L’aspect historique et l’atmosphère – des gens heureux qui se promènent en s’amusant (5)

La variété de restaurants (3)

La foule (3)

Le soleil et l’air frais –un endroit pour marcher dehors (3)

La circulation lente (3)

L’histoire de la vente d’aliments au détail (3)

Les étals de produits frais (3)

L’authenticité – « le côté local » (3)

Le mélange de touristes et de résidents (2)

La disposition (le bâtiment central avec les rangées de boutiques) (2)

La convivialité et le service personnalisé des vendeurs qui sont installés depuis longtemps (2)

Bel endroit pour marcher et explorer (2)

Des bâtiments à l’échelle humaine (2)

La forte circulation piétonnière (2)

Son caractère unique

Le mélange de marchandises à acheter – artisanat et aliments

L’esprit du lieu

Les amuseurs de rue

La densité des utilisateurs – piétons, boutiques, etc.

Le côté rustique à l’ancienne

### **Quel est le plus grand défi auquel est confronté le marché By?**

Le manque de vendeurs d’aliments au détail (11)

Les tensions entre les sans-abris et les propriétaires de condo, d’entreprises (6)

Le coût des loyers pour la vente est trop élevé (5)

Les détaillants qui ferment beaucoup trop tôt dans la journée (5)

La drogue (5)

Le côté authentique qui disparaît (5)



Trop de bars et de restaurants (5)  
 La Ville n'est pas présente au marché By, par ex., pas de lumières de Noël comme pour le reste du centre-ville (4)  
 Problèmes de sécurité/vol (4)  
 Compétition avec les banlieues – marchés, stationnement, accessibilité (2)  
 La mixité des locataires (2)  
 Personne ne détient les pouvoirs pour faire les changements (2)  
 La nécessité de trouver une nouvelle identité/des activités pour les boutiques d'aliments qui ferment (2)  
 Les loyers augmentent pendant que le chiffre d'affaires chute (2)  
 Manque de stationnement gratuit (2)  
 Présence accrue de chaînes de magasins (2)  
 Le règlement (2)  
 Les bancs sont remplis de gens qui boivent, fument et font des transactions de drogues (2)  
 La rue Williams est fermée – pourquoi? (2)  
 L'incidence des magasins du Centre Rideau – Nordstrom  
 Les ambassadeurs n'ont aucune connaissance des commerces du marché – il faudrait les former  
 Les stores métalliques des boutiques sont affreux lorsqu'ils sont abaissés  
 La gestion du marché extérieur – il faudrait établir une structure de gouvernance  
 Pas de circulation vers le sud  
 La réfection de la promenade Sussex est un échec monumental, c.-à-d. éclairage, bancs, etc.  
 Pressions des promoteurs  
 Il n'y a pas assez d'importance donnée aux produits agricoles biologiques et locaux  
 Le changement dans l'espace de rue, de voitures à cyclistes/piétons  
 Compétition avec d'autres marchés (biologique, Parkdale, etc.)  
 Banalisation/uniformité des produits  
 Accent accru sur le tourisme/mercantilisme  
 Définir les aspects uniques de l'expérience  
 Processus d'octroi de permis d'alcool de la CAJO – opaque et non démocratique  
 Stationnement  
 Allure globale  
 L'éclairage de Sussex  
 Modèle d'autorégulation  
 Réinvestissement insuffisant (trottoirs, panneaux, etc.)  
 Disparition des kiosques de vente d'aliments et de fleurs à l'extérieur  
 Trop de produits de piètre qualité – ce n'est pas un marché aux puces  
 (6,60 \$/le pied carré par mois)

### **Moyens pour améliorer l'accès et les liaisons**

Plus d'espace de stationnement pour les vélos sécuritaires (6)  
 Continuer les pistes cyclables à travers le marché – « arrêts et panneaux d'arrêts » (5)

Stationnement maximum de deux heures dans la rue (5)  
 Fermeture des rues la fin de semaine (5)  
 Installer une bannière désignant le secteur du marché à l'intersection Williams et Rideau et York et Sussex (4)  
 Avoir un endroit pour acheter les billets/laissez-passer d'autobus et Passejour (4)  
 Carte générale d'orientation (3)  
 Stationnement hors du centre (3)  
 Autobus municipal gratuit dans le secteur du centre autour du marché (2)  
 Ajouter des zones pour s'asseoir la fin de semaine pour les familles (2)  
 Placer les kiosques face aux rues fermées, les trottoirs sont trop étroits (2)  
 Panneaux d'orientation pour le stationnement des vélos (2)  
 Kiosque d'information central sur le transport en commun au cœur du marché (2)  
 Temps de correspondance plus longs (2)  
 Plus d'outils d'orientation (c.-à-d. flèches) – (2)  
 Autorisation de vendre des billets d'autobus (2)  
 Davantage de rues utilisées comme espace piéton et de zones assises le samedi (2)  
 Créer du stationnement souterrain et utiliser l'espace en surface à d'autres fins (2)  
 Interdire les tableaux-annonces  
 Entretenir/réparer les trottoirs  
 Élargir les trottoirs  
 Ériger des trottoirs sur George  
 Priorité aux piétons au passage pour piétons  
 Utilisation de l'espace/art  
 Connectivité des voies (Clarendon, Jean D'Arc, Time House, Beaux Arts)  
 Intégrer le marché au réseau cyclable comme destination  
 Stationnement pour vélos couvert  
 Placer les pistes cyclables à l'extérieur du centre du marché  
 Présence d'OC Transpo  
 Accès logique/facile par transport en commun, pour que l'automobile ne soit pas le premier choix  
 Agents spéciaux d'OC Transpo au Centre Rideau, pour éradiquer les vendeurs de drogues  
 Indiquer l'arrêt/station qui est le point principal d'accès du transport en commun  
 Renommer la station Rideau « Rideau – marché By »  
 Abandonner le contrôle des parcs de stationnement par la ville  
 Redonner les espaces de stationnement aux gens, pas aux voitures  
 Nettoyer les parcs de stationnement qui sont sales en raison des sans-abris  
 Augmenter les panneaux d'indication de stationnement  
 Fermer les grands parcs de stationnement/bâtiments municipaux et les utiliser à d'autres fins (art)  
 Plus de souplesse pour les livraisons  
 Rendre le stationnement du marché By compétitif avec ceux des autres secteurs  
 Modifier la ZAC afin que les propriétés sur la rue George qui font face au marché soient incluses

Mettre les trottoirs et les rues à niveau  
Modifier les rues en allées piétonnières  
Réparer les trottoirs  
Ajouter de l'éclairage  
Lumières de festival  
Essayer des projets pilotes temporaires relatifs aux rues  
Planter des arbres dans York  
Trottoir et éclairage ayant un intérêt patrimonial  
Réaménager l'espace du Musée des beaux-arts du Canada (jardin, espace près de l'araignée, améliorer l'accessibilité)  
Vendre des briques pour refaire les trottoirs  
Navettes  
Installer une grande porte d'entrée  
Pas de stationnement sur la rue York  
Installer des bancs

**Utilisations et activités :**

Arbres (5)  
Espace intérieur pour les vendeurs l'hiver (5)  
Légumes à l'année (3)  
Activités pour les adolescents et les jeunes dans la vingtaine – compétitions de planche à roulettes (2)  
Foire annuelle de fromage local (2)  
Camions d'aliments (2)  
Accent sur la saison (Noël)  
Il faut des bouchers, des épiciers  
Nécessité de répondre aux besoins quotidiens des achats  
Aliments frais dans les bâtiments du marché  
Marchand de vin indépendant  
Plus de résidents  
Plus d'espaces naturels, moins de béton  
Ramener le marché des animaux vivants  
Réformer la direction du marché  
Doublé ou triplé le nombre de vendeurs d'aliments, de plantes et de fleurs  
Événements familiaux gratuits  
Marché de Noël  
Atelier d'artistes en direct abordables  
Le Bluesfest au marché By – davantage de concerts  
Les vendeurs qui sont présents depuis longtemps devraient avoir priorité sur les nouveaux vendeurs  
Offrir un petit espace aux sans-abris pour qu'ils vendent leurs pièces d'artisanat/œuvres  
Marché de nuit – aliment, art

Dimanche : marché aux puces/antiquités/meubles sur York entre Sussex et By  
Créer des événements culturels uniques  
Faire un meilleur usage des bâtiments du marché – petits kiosques, chariots, restaurants et vendeurs)  
Festivals alimentaires annuels (chefs, agriculteurs, détaillants)  
Laisser les magasins d'Étaler sur le trottoir  
Centre pour touristes/visiteurs  
Faire de la rue York un espace public – profiter des vues du Parlement

**Confort et image :**

Porte d'entrée/forging une identité (8)  
Heures d'ouverture prolongées pour les magasins (4)  
Sièges mobiles, pas des bancs (3)  
Art public (3)  
Utiliser l'art public pour créer une identité unique autour du district (3)  
Créer des lieux de rencontre (2)  
Ouvrir toutes les rues à la circulation automobile (2)  
Ne plus bloquer les rues (2)  
Plus de fleurs (2)  
J'aimerais voir des paramètres visuels de la ZAC pour unir les commerces, et ce, malgré les coûts supplémentaires  
Télévision en circuit fermé  
Élargir les trottoirs d'au moins deux mètres  
Entretien des trottoirs  
Veiller à ce que les lieux soient propres  
Bannières  
Utiliser les édifices historiques pour de l'éclairage artistique  
Collecte des déchets spéciale  
Entretien  
Définir le secteur par blocs comme dans Westboro  
Coupler tout effort d'accueil à l'histoire du marché By  
Plus de policiers à pied la nuit  
Interdire la mendicité  
Ligne anonyme de dénonciation pour signaler les mendiants, les narcomanes agressifs, etc.  
Caméras policières comme en Angleterre  
Centre des visiteurs dans un endroit très visible, ouverture prolongée  
Bon éclairage – axé sur les piétons  
Ainsi que les installations  
Protection sécuritaire discrète  
Faire participer les services sociaux afin de régler les questions de sécurité avec la police, la ZAC  
Davantage de poubelles  
Bancs publics

Faire respecter la politique sans fumée  
Convertir les rues en rue à deux directions  
La rue York ne doit pas être un parc de stationnement  
Kiosques de vendeurs vides  
Uniformité de l'apparence des espaces vendeurs

**Sociabilité :**

Introduire plus d'éléments naturels au marché – eau, arbres  
Créer des espaces de rencontre naturels – espaces ouverts invitants (2)  
Utiliser la place York comme terrasse en saison (2)  
Mieux utiliser les cours comme espace public  
Créer des zones de rassemblement/de repos sur George  
Créer un trajet « découverte » pour les visiteurs du marché  
Créer des espaces sociaux

**Comment pouvez-vous aider?**

Je peux aller plus souvent au marché (4)  
Dire au conseiller que le loyer devrait être plus bas (4)  
Faciliter/encourager la conservation/restauration des ressources patrimoniales (2)  
Élaborer un projet unique dans le marché pour les célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada et obtenir le financement (2)  
Communiquer avec les autorités pour leur indiquer ce qui est nécessaire et quand  
Suivre la ZAC du marché By sur Twitter  
Promouvoir le marché auprès de ma communauté et de mes amis  
Effectuer des promotions croisées entre les organismes communautaires et les détaillants – événements et promotions  
Revoir les règlements  
Militer pour que les loyers des vendeurs extérieurs soient abaissés  
Lancer l'autorégulation ou participer à la gouvernance  
Mieux communiquer avec les résidents.