

# Un marché à Port-Sud ?

—

Dossier de présentation  
en vue du conseil municipal de Ramonville St Agne  
de janvier 2023



17 novembre 2022

Florence Clément et Pascale Fine, pour le Conseil de quartier du Canal

# Préambule

---

*Et si on créait du lien social dans le quartier ?  
Et si on animait notre port ?  
Et si on proposait une offre alimentaire de proximité ?  
Et si on arrivait à concilier accessibilité et impératifs écologiques ?*

*Et si on mettait en place un marché, qui serait un peu plus qu'un marché ?*

---

# Sommaire

- Historique – Contexte
- Objectifs poursuivis
- Résultats du sondage et étude de marchés
- Le marché de Port Sud en pratique
  - Jour
  - Horaires
  - Nature et nombre des commerçants
  - Option pour favoriser le commerce vendeurs / consommateurs
  - Plan d'implantation / plan d'accès
  - Fonctionnement
  - Communication
  - Le projet face aux objections d'habitants
  - Le projet face aux objections de la mairie 😊
- Un marché "social"
- Un marché "écologique"
- Planning
- Besoins
- En synthèse

# Historique - Contexte

D'après les « anciens » du quartier, l'idée d'un marché à Port Sud est vieille de 30 ans...

Plus récemment, l'idée a (re)pris forme au sein du Conseil de Quartier (CQ) du Canal fin 2020. Présenté à plusieurs reprises -en CQ, à M. Le Maire et plus largement aux élus- au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2021, il a finalement fait l'objet d'un sondage auprès des habitants du quartier fin 2021 pour permettre de valider son intérêt citoyen plus largement, et de définir quelques paramètres clés. Les résultats ont été présentés en CQ en janvier 2022. Depuis, 3 réunions de travail ont été organisées par la Mairie courant 2022 (avril, mai, septembre). L'objectif in fine est de présenter le projet au conseil municipal début 2023 pour un lancement idéal en début de la belle saison, au printemps 2023.

Un groupe d'habitants s'est donc mobilisé pour réfléchir à la mise en œuvre du projet pour remplir les objectifs fixés. Il est accompagné par la FR CIVAM Occitanie (fédération régionale qui accompagne des collectifs de citoyens et d'agriculteurs vers la transition écologique), financée dans le cadre du PAT (Plan Alimentaire de Territoire) du Sicoval.

Une réunion de concertation a été organisée le 7 novembre 2022 pour étendre la réflexion en y associant davantage d'habitants.

Construit dans une démarche collaborative, ce document présente le résultat de ce travail dans son ensemble et dans les détails pour faciliter une décision éclairée.

# Objectifs poursuivis

Le projet :

***Proposer une offre alimentaire hebdomadaire de fin de journée de qualité et accessible au cœur de Port-Sud***

viser 2 grands objectifs :

## **1. un marché « social »**

- o Créer une occasion de liens entre les habitants, en proposant un temps convivial régulier identifié sur le quartier
- o Mobiliser les habitants du quartier autour d'un projet partagé et co-construit
- o Valoriser les compétences du quartier (proposition de services, valorisation de productions d'habitants) via des stands bonus
  
- o Renforcer l'accessibilité alimentaire de produits de qualité, en proposant différentes actions adaptées basées sur la solidarité
  
- o Soutenir les producteurs locaux par une juste rémunération, et via la possibilité de précommandes qui assurent une certaine visibilité et efficacité.

## **2. un marché « écologique »**

- o Assurer un marché qui tend vers le zéro déchet (des producteurs et des acheteurs-consommateurs)
- o Valoriser les acteurs locaux pour assurer des circuits courts, optimiser la logistique
  
- o Proposer des animations autour de ce thème
  
- o Œuvrer pour une agriculture et alimentation durables par un choix de producteurs respectueux de l'environnement, et assurer la transparence (prix, type de production) vis-à-vis des acheteurs

# Résultats synthétiques du sondage et études de marchés

## Résultats du sondage proposé aux habitants entre octobre et décembre 2021 (voir détails dans le dossier du 29 janvier 2022)

**422 réponses** ont été obtenues, dont 73 % d'habitants de Port Sud.  
Tranche d'âge des répondants : 41 % de 36-50 ans, 29 % de 51-70 ans, 23 % de 18-35 ans

### Un intérêt marqué

95 % des répondants pensent qu'un marché hebdomadaire à Port Sud serait intéressant :  
pour avoir des produits frais pas loin de chez soi,  
pour animer le quartier (76 % des répondants habitants Port Sud)  
et pour le lien social (71 % des répondants habitants Port Sud).

75 % fréquenteraient ce marché de façon hebdomadaire (soit 300 répondants).

### Des freins clairement identifiés

Parmi les 5% d'avis défavorables (soit 22 réponses), les craintes suivantes ressortent dans les commentaires :

- 3 personnes expriment leur inquiétude vis-à-vis des nuisances potentielles (circulation, bruit, déchets)
- 4 personnes sont préoccupées par la concurrence vis-à-vis du marché existant avenue d'Occitanie.

### Les résultats intéressants sur les aspects pratiques

Il n'y a pas de jour de la semaine qui ressorte particulièrement  
Les créneaux les plus plébiscités dans la soirée sont les 18h-19h puis 17h-18h.

Les produits jugés indispensables sont les légumes et les fruits, puis les œufs et le pain.  
Les produits souhaités sont la viande, poisson et plats cuisinés ; d'autres suggestions sont aussi proposées.

Une pré vente en ligne serait utilisée de façon certaine par 26 %, et possiblement par 60 %.

Un quart des répondants se déclarent prêts à s'investir dans le marché, soit une centaine de personnes.  
De nombreuses propositions ont été faites par les répondants dont certains espèrent trouver en plus d'un classique marché «un endroit pour se retrouver et papoter».

362 répondants viendraient à pied.

## Étude de petits marchés

Quelques petits marchés (moins de 10-15 vendeurs) des environs ont été étudiés, en excluant ceux pour lesquels une adhésion à une association était demandée.

	Jours	Nombre de commerçants environ	Caractéristiques
Auzeville	Vendredi soir – pause l'été	5 (fromage, légumes, viande, pizzas)	auto géré : pas de passage de la Mairie (ni droit de place, ni nettoyage)  Nettoyage géré par les vendeurs.
Vieille Toulouse	Mardi soir - pause l'été	7 (fromage, vin, légumes, brezels, crêpes, coquillages)	Très convivial : le vendeur de vin vend au verre, installe des tables et des mange-debout et met un fond musical  Pas de droit de place Nettoyage géré par les vendeurs.
Castanet	Vendredi soir	5 à 7	Marché Bio et producteurs

# Le marché de Port Sud en pratique

## Contraintes pour le jour à choisir (rappel : marché hebdomadaire)

- ne pas faire de la concurrence directe avec le marché de plein vent des mercredis et samedi matins
- éviter les débuts de semaine peu favorables aux marchés
- éviter les WE où il n'y a pas de sortie d'école ni crèche
- une fréquence hebdomadaire est nécessaire pour créer un repère, une habitude, gage de réussite du projet.

**Ainsi, le jour proposé est le jeudi.**

## Contraintes pour les horaires à choisir

- être en cohérence avec les horaires de sortie de l'école et de la crèche du quartier
- permettre un temps convivial type apéro de fin de journée

**Les horaires présentés d'ouverture au public seraient entre 16h30 et 20h**

modulables en fonction de la saison et de la clientèle (plus tardif l'été que l'hiver ?)

## Contraintes pour la nature et le nombre de commerçants

- avoir suffisamment de commerçants pour intéresser les habitants (minimum 7 à 10, fonction aussi des saisons)
- proposer une offre de produits consommables "de base" qui réponde aux besoins récurrents des habitants
- intégrer une offre de produits consommables sur place, pour faciliter le lien social
- proposer des produits de qualité (circuit court, acteurs locaux, culture respectueuse de l'environnement) avec une transparence de l'information ( cf charte à faire signer aux vendeurs)

### **-> Stands "classiques"** (6 stands)

Les type de produits de base et donc de stands pressentis seraient :

1 pain / 2 légumes / 1 fruits / 1 volaille-oeufs / 1 fromage

### **-> Stands "conviviaux"** (3 stands)

avec des produits consommables sur place ou à emporter:

exemples : crêpes, bretzels, cuisines du monde (libano-syrien, marocain, sud-américain, asiatique, ...)

### **-> Stands tournants** (2 à 3 stands)

1 alimentaire bonus (pâtisserie, porc, poisson, boissons,...) soutien à un producteur qui se lance

1 artisanat local (dont emballages zero déchets),

1 favorisant une transition vers un mode de vie plus durable : seconde main (vente de livres ou vêtement d'occasion, ...), réparations (vélos, affûtage de couteaux, ...), espace de gratuité, "disco soupe", stand d'informations

## Choix des commerçants et des animations

**Une charte sera proposée à signature du producteur (cf annexe) pour permettre leur sélection.**

Elle se base sur les objectifs du marché (social et écologique).

Un comité de sélection de producteurs pourrait être composé de 2 représentants du quartier et 1 représentant de la mairie (à discuter). Un appel à idées fournisseurs (quand nécessaire) sera mis à l'ordre du jour des réunions mensuelles du conseil de quartier du Canal.

## Option pour favoriser le commerce vendeurs / consommateurs

Pour rassurer les producteurs et leur permettre une visibilité des commandes, et faciliter les achats à des consommateurs pressés,

**Le marché serait mixte : des pré commandes possibles et de l'achat sur place.**

L'outil de pré commandes sera le site de la FR CIVAM Occitanie (<https://solalim.civam-occitanie.fr/>), outil de gestion associative de commandes en circuits courts déjà largement éprouvé pour différents marchés, et dans lequel les producteurs ont à disposition une interface pour enregistrer leurs produits qu'ils proposent à la vente.

L'utilisation de l'outil de pré commandes n'est donc pas un pré requis pour les acheteurs, puisque la vente classique sur place constitue un pilier du marché.

Outil très intuitif et facile d'utilisation pour les consommateurs comme les vendeurs, il pourrait faire l'objet d'une séance d'apprentissage sur le marché pour les personnes qui le souhaitent.

### Contraintes pour l'implantation

- être à proximité du port, espace aéré et calme, proche de nombreux immeubles, et qui mérite d'être plus fréquenté
- être en configuration plus ou moins circulaire pour créer un espace de convivialité
- être à proximité de la salle de quartier pour faciliter l'alimentation électrique, le stockage de matériel, l'éclairage, l'accès aux toilettes pour les commerçants
- être un minimum ombragé
- permettre aux enfants de pouvoir circuler en toute sécurité
- ne pas être source de nuisances sonores pour les habitants des immeubles

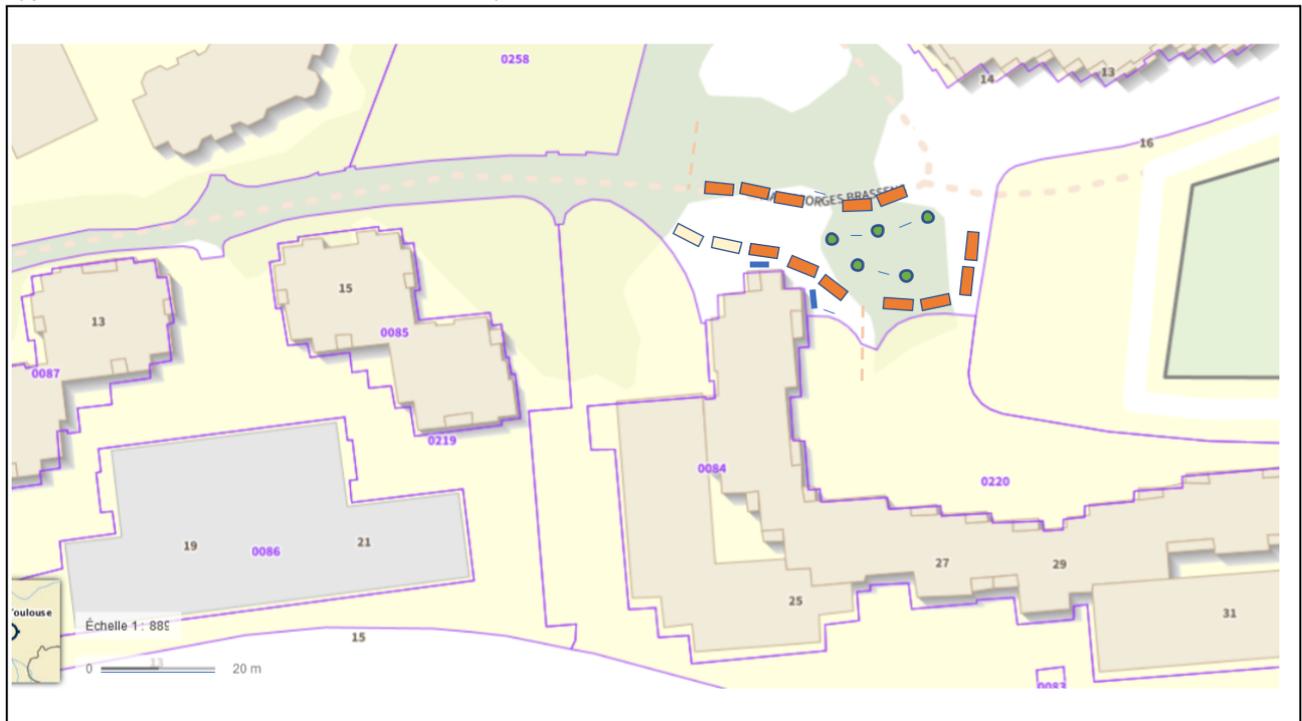
### Options pour l'accès des véhicules des vendeurs

- via le passage entre le parking rue Pablo Neruda, accessible par la rue J Prévert, et le mail G Brassens (une borne amovible serait alors nécessaire) => **notre préférence, car empruntant le moins de zones piétonnes**
- via l'entrée du port, le long du canal, vers la capitainerie (rue Federico Garcia Lorca)
- via le passage le long de l'école maternelle, depuis l'avenue Emile Zola (en face du n°52 av Emile Zola)

### voir schéma ci-dessous

à droite sur les plans : port de plaisance Port Sud

### Hypothèse de stands d'environ 5m de moyenne



Il serait intéressant de matérialiser au sol un cheminement pour les vélos autour du marché.

### Fonctionnement

De par sa taille limitée, le marché pourrait fonctionner sans placier.

De même, sa taille limitée, mais aussi l'engagement pour un marché zéro déchet des vendeurs, devrait permettre d'éviter le nettoyage municipal en fin de marché.

La salle de quartier à proximité permettrait l'accès aux toilettes pour les vendeurs et d'y stocker tables et chaises à sortir les jours de marché pour assurer sa convivialité.

Le conseil de quartier assurerait le lien avec les vendeurs et le bon déroulé des marchés.

Un comité Marché au sein du conseil de quartier permettrait de régler autant les affaires courantes que le point sur les animations à venir (voir infra - "lien social").

NB : au bout de quelques mois, il sera nécessaire de faire un point global sur les différents aspects du marché pour réajuster ce qui sera nécessaire de l'être :

- bonne adéquation des vendeurs (ceux qui ont envie de rester, ceux qui veulent arrêter, ceux qui ne sont pas dans l'esprit de la charte, ceux qui pourraient rejoindre le marché)
- taille et choix des emplacements des vendeurs ; place de leur véhicule
- public : est-il au rendez-vous, est-il représentatif des habitants du quartier
- etc.

### Communication

Point essentiel pour mobiliser les habitants, la communication (retours d'idées, temps de travail partagé, informations "descendantes" sur les animations prévues,...) pourra prendre différentes formes:

- envoi d'emails (liste via sondage qui pourra être enrichie)
- affichage sur la salle de quartier
- boîte à idées disponible les jours de marché
- point régulier en réunion de conseil de quartier
- dans un second temps, potentiellement site internet.

La communication pour le lancement sera important pour en faire un événement festif et assurer une mobilisation large du quartier :

- information dans le V&R
- flyers dans les boîtes aux lettres, affichage
- animation (musique ?) pour la "Première"

Enfin, la relation avec les "voisins" (port, pizzeria di Parma, la Table de Laurent) sera nécessaire pour se côtoyer au mieux, voire s'entraider.

### Le projet face aux objections d'habitants

*(nuisances sonores, circulation, génération de déchets, concurrence avec le marché de plein vent des mercredi et samedi à Ramonville)*

Chaque objection, même peu relayée, mérite de s'y arrêter.

La situation géographique (plutôt sous les arbres, sur le mail G Brassens) devrait permettre de générer un bruit limité pour les riverains.

Le choix d'en faire un marché zéro déchet devrait permettre d'assurer un espace propre au départ des commerçants. La charte signée des producteurs assurerait leur adhésion à ce principe; il faudra néanmoins être vigilant pour assurer le respect par tous, notamment les consommateurs.

Enfin, la petite taille de ce marché, et la place donnée à l'animation du quartier, n'en font pas un concurrent direct pour le marché de plein vent de l'avenue d'Occitanie. Qui plus est, ce dernier apparaît saturé, au vu de son niveau de fréquentation et du nombre de personnes découragées de le fréquenter..

Enfin, de nombreux producteurs cherchent aujourd'hui des débouchés pour écouler leurs produits.

Le projet face aux objections de la Mairie 😊

*(pourquoi ce quartier plutôt qu'un autre qui en aurait plus besoin ?)*

Le quartier manque nettement de vie et nombre d'habitants ne sont pas dans une relation sociale. L'environnement du port se prête totalement à la création d'un projet comme un marché qui apporterait animation et lien social.

Ce projet, à l'initiative d'habitants de Port-Sud, a aussi reçu le soutien et les encouragements de nombreux résidents du quartier.

Il ne s'agit pas nécessairement de mettre en place ce marché à Port-Sud plutôt qu'ailleurs, mais de commencer par Port-Sud. Imaginé à faible coût pour la Mairie, le projet peut essaimer dans tout autre quartier intéressé... tant que le projet initial de ce quartier n'est pas amputé : c'est-à-dire tant qu'il reste hebdomadaire pour assurer un repérage facile par les habitants.

# Un marché “social”

La dimension sociale est une spécificité essentielle du projet. Elle se décline de la façon suivante :

- avant tout, créer du lien entre les nombreux habitants du quartier : seniors, familles, jeunes, résidents en immeubles, maisons ou bateaux, personnes avec un sentiment d'isolement ou au contraire très impliquées.

Une offre alimentaire hebdomadaire est un repère facile à mémoriser.

La pérennité du projet tiendra à son appropriation par les habitants et l'envie d'investir ce lieu qu'il faudra concevoir comme un espace convivial (tables, chaises, offre à consommer sur place, guirlandes d'ampoules) mais aussi animé.

Le principe est que chacun y trouve sa place, en tant que simple consommateur, habitant du quartier, fournisseur d'idées, ou participant plus actif, en :

- valorisant ponctuellement (et proposant à la vente) des productions d'artistes, ou d'élèves de la commune ou encore du lycée d'Auzeville par exemple
- proposant des animations reposant sur des compétences individuelles ou d'associations du quartier (musique, espace de gratuité, ...)
- sur du moyen/long terme, proposant de l'aide pour le portage de leurs courses aux personnes âgées du quartier, assurée par les jeunes

La communication en amont et sur place sera importante pour que chacun rejoigne le projet de la façon et quand il souhaite.

- ensuite, renforcer l'accessibilité alimentaire des produits tout en étant vigilant à la qualité alimentaire proposée,

Exemples d'actions qui pourraient être mises en oeuvre :

- vente de produits en grande quantité pour proposer des tarifs plus compétitifs
- plusieurs prix pour un même produit
- paniers suspendus
- ...

La réflexion sur cette accessibilité pourrait notamment reposer sur la démocratie alimentaire : il s'agirait de mettre en place un comité citoyen intégrant les personnes en situation de précarité, qui déciderait d'actions de solidarité alimentaire concrètes avec comme support le marché de Port Sud.

Cet objectif-là reste à travailler dans les mois qui arrivent.

- enfin, le volet social inclut le soutien aux producteurs locaux par une juste rémunération, et via la possibilité de précommandes qui assurent une certaine visibilité et efficacité.

# Un marché “écologique”

« Il est plus facile de changer d'habitudes que de changer de planète ».

Conscient du rôle que chacun doit avoir face à l'urgence écologique, le marché veut apporter sa pierre à l'édifice en jouant à plusieurs niveaux.

NB : La charte signée des producteurs prendra en compte notamment les éléments ci-dessous

Produits respectueux de l'environnement : Les critères de qualité alimentaire et favorisant le respect de l'environnement (agriculture durable, voire biologique, bien-être animal, ...) seront favorisés, ainsi que les circuits à faible impact carbone (circuit court, mutualisation du trajet entre producteurs, modes doux utilisés).

## Transparence

Permettant d'établir une relation de confiance entre vendeur et acheteur, et de tendre vers une alimentation pour une meilleure santé et un environnement mieux préservé, l'objectif est de demander à l'ensemble des vendeurs :

- un étiquetage clair des produits (label)
- une information/affichage permettant de connaître le vendeur et son mode de production (nom, mode de production ou d'approvisionnement, son fonctionnement, valeurs...)

Marché après marché, le focus pourrait être mis sur un fournisseur via une animation dédiée. Des visites de leur lieu de production pourraient être envisagées.

## Spécificité “zéro déchet”

Dans son objectif de dimension respectueuse de l'environnement, et afin de limiter les coûts en personnel, le marché tendra vers le zéro déchet :

- encouragement des vendeurs et acheteurs à ne pas utiliser des consommables à usage unique (vente de contenants, de sacs tissu, utilisation de couverts réutilisables, consignes)
- responsabilisation des commerçants pour laisser leur emplacement propre (cf charte)
- mise en place de poubelles de tri sur le quartier
- parmi les animations, certaines seraient dédiées au zéro déchet
- encourager à la réparation, à la réutilisation, 2nde main par des stands dédiés.

## Animations

Occasion de lien social, les animations sont aussi l'occasion de découvrir les alternatives: ateliers réparations d'objets (ex Carabricole), compost, affichage d'informations, voire pourquoi pas conférences participatives de sensibilisation.

# *Planning prévisionnel*

17 Novembre 2022 : présentation du dossier en groupe de travail avec la Mairie

Décembre 2022 : finalisation du règlement intérieur et de la charte

Janvier 2023 : présentation en conseil municipal

Février 2023 : choix des producteurs

Mars - Avril 2023 : aménagement de l'espace

Mai 2023 : lancement

# Besoins

## Besoins

Accord de principe de la Mairie

Accord d'utilisation de l'espace public de la Mairie

Précision sur le droit de place => **notre recommandation : aucun** (en compensation de l'absence de placier et de nettoyage), et au regard des pratiques sur d'autres marchés

## Investissements nécessaires au démarrage

Bornes électriques, blocs de prises 16A rétractables dans le sol et accessibles par clé (cf détail ci-dessous)

Cache fils (passage de câbles)

Guirlandes d'ampoules au-dessus de l'emplacement du marché

Mange debout si pas retenu au budget participatif 2022

Matériel de nettoyage au cas où (balai)

Flyers (2500 ex couleur format Marque Page) et 20 affiches A3 couleur pour informer du lancement

Produit vendu	Nombre de stands	Besoin	Nombre de prises nominal en 16A	Nombre de prises minima en 16A
Les "classiques"				
Maraîchers	2	balance éclairage	2	1
Fruits	1	balance éclairage	2	
Volaille / Oeufs	1	stand réfrigéré balance éclairage	1	1
Fromage	1	stand réfrigéré balance éclairage	1	1
Boulangers	1	éclairage	1	1
Les "conviviaux"				
stands alimentaires à emporter ou à consommer sur place	3	petit four ou plaques éclairage	3 à 6	3
Les stands "bonus"				
stand alimentaire	1	petit four ou stand réfrigéré	1	1
artisanat local	1	éclairage	1	1
de transition écologique	1	matériel électrique éclairage	1	
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>		<b>16</b>	<b>9</b>

## Investissements sur du plus long terme si le besoin est confirmé

Parkings vélos

Marquage au sol d'une piste cyclable le long du marché

## *En synthèse*

Mettons en place un marché hebdomadaire, donc repéré par les habitants, de fin de journée, sur un espace central non loin du port, ne demandant qu'à être animé ;  
proposons une offre alimentaire "du quotidien" et qualitative pour assurer sa fréquentation régulière par les résidents du quartier;  
visons avant tout le lien social : un espace convivial mais aussi animé, avec une offre accessible à tous;  
créons un lieu où les habitants se sentent bien : des produits appétissants à partager, proche des jeux d'enfants, à la lumière de guirlandes colorées ou à l'ombre des arbres, loin des voitures;  
donnons envie aux habitants d'être acteurs de ce marché, en les impliquant dans les choix, en les faisant participer à la mise en place des animations;  
conscients de l'importance de la mobilisation à tous les niveaux face à l'urgence écologique, orientons le marché vers une offre de circuits courts et/ou durables, une transparence sur les produits et les productions, et le zéro déchets;

Et donnons naissance à :

***Les Co-Pains du Port***  
**marché convivial du jeudi soir mail G. Brassens**