

Direction de santé publique

Agence de la santé et des services sociaux de Montréal

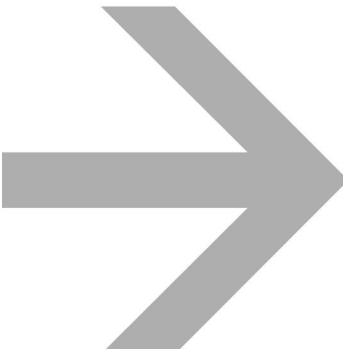
Mile-End Visite de quartier



Rapport

GARDER
notre monde
ENSANTÉ

Québec 



Direction de santé publique

Agence de la santé et des services sociaux de Montréal

Mile-End Visite de quartier

Rapport

Nathalie Pouliot

Serge Chevalier

2009

GARDER
notre monde
ENSANTÉ

**Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal**

Québec 

Une réalisation du secteur Tout-petits, familles et communauté (TPFC)
et du Bureau de soutien à la direction, à la planification et aux partenariats (BSDPP)
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Montréal
1301, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2L 1M3
Téléphone : 514 528-2400
www.santepub-mtl.qc.ca

Remerciements

Grand merci à Francine Trickey, responsable du secteur Tout-petits, familles et communauté, qui a permis la collaboration entre les deux secteurs. Un coup de chapeau bien senti aux collègues qui ont accepté de tenter cette expérience alimentaire ainsi qu'aux commerçants qui ont accepté que nous déambulions dans leur établissement.

Crédits photographiques

Toutes les photos ont été prises par Julie Bédard, Ramana Zanfongnon, Yan Kestens, Louise Hamel et Serge Chevalier.

Note liminaire

La visite du Mile-End a été réalisée à titre de projet-pilote. Cette visite s'inscrit dans un effort d'exploration de modes alternatifs ou supplémentaires d'acquisition et de mise en contexte de données sociosanitaires de toute nature à une échelle locale.

Mile-End – Visite de quartier

- **Rapport**
- Présentation

© Direction de santé publique

Agence de la santé et des services sociaux de Montréal (2009)

Tous droits réservés

ISBN 978-2-89494-830-9 (version cédérom)

ISBN 978-2-89494-831-6 (version PDF)

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2009

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives Canada, 2009

Prix : 5 \$

*L'environnement alimentaire représente « l'ensemble des conditions dans lesquelles une personne ou un groupe de personnes a accès aux aliments, les choisit et les consomme »
(OQLF, 2002).*

Table des matières

Page

Table des matières	i
Liste des images	ii
Présentation du projet	1
Préparation de la visite	1
Préparation des participants.....	2
Déroulement de la visite	2
❖ Rencontre préparatoire.....	2
❖ Éléments de logistique.....	3
❖ Principaux constats observés.....	3
○ Les lieux offrant des produits alimentaires	4
○ L'accessibilité aux commerces et aux aliments.....	4
❖ Rencontre de clôture.....	25
Références.....	26
Annexes.....	27

Liste des images

	Page
Photo 1	Prix des tomates du Québec dans un kiosque extérieur5
Photo 2	Prix des tomates du Québec dans une épicerie spécialisée5
Photo 3	Menu du jour à prix modique6
Photo 4	Menu d'un restaurant où les prix sont plus dispendieux6
Photo 5	Voie réservée au transport en commun sur du Parc.....7
Photo 6	Piste cyclable sur Clark7
Photo 7	Passage piétonnier à l'intersection du Parc et Bernard 8
Photo 8	Résidents faisant leurs emplettes sur Saint-Viateur..... 8
Photo 9	Trottoirs accueillants plusieurs variétés de « promeneurs » sur du Parc 8
Photo 10	Intersection en construction (du Parc et Saint-Viateur) 8
Photo 11	Mendiant sur du Parc..... 8
Photo 12	Coin des ordures d'une épicerie sur du Parc.....9
Photo 13	Vitrine « sobre » d'une poissonnerie cachère.....9
Photo 14	Vitrine « appétissante » d'une boulangerie9
Photo 15	Terrasse et devanture fleuries sur du Parc9
Photo 16	Devanture fleurie d'un restaurant grec sur du Parc9
Photo 17	Kiosque « invitant » de fruits et légumes10
Photo 18	Graffiti dans une ruelle menant sur la rue Saint-Viateur10
Photo 19	Théâtre Rialto sur du Parc10
Photo 20	Église Saint-Michel sur Saint-Viateur10
Photo 21	Épicerie accueillant les poussettes..... 11
Photo 22	Allée étroite où certains produits sont difficiles d'atteinte en hauteur 11
Photo 23	Camion de livraison d'une épicerie sur du Parc 11
Photo 24	Véhicule de livraison de bagels 11
Photo 25	Magasin spécialisé (Bagel Saint-Viateur) ouvert 24 heures 12
Photo 26	Épicerie spécialisée fermée le dimanche 12
Photo 27	Retsina (vin grec) 13
Photo 28	Boucherie cachère sur Saint-Viateur 13
Photo 29	Dépanneur à la devanture chargée et défraîchie sur Saint-Viateur..... 14
Photo 30	Poissonnerie à la devanture impeccable sur du Parc..... 14
Photo 31	Menu de restaurant grec sur du Parc..... 14
Photo 32	Poisson d'une relative rareté..... 14
Photo 33	Betteraves blanches, betteraves rouges et topinambours..... 15
Photo 34	Olives variées 15
Photo 35	Melons canaris 15
Photo 36	Mayonnaise à la polonaise 15
Photo 37	Coings et pommes grenades 15
Photo 38	Framboises jaunes 15
Photo 39	Céleris, carottes et radis 16
Photo 40	Différentes coupes de bœuf..... 16
Photo 41	Pâtisseries françaises 16
Photo 42	Magasin d'aliments naturels 17
Photo 43	Magasin d'aliments naturels de catégorie haut-de-gamme..... 17
Photo 44	Mélasse biologique..... 17
Photo 45	Pommes Fuji biologiques..... 17
Photo 46	Café – indépendant..... 17
Photo 47	Café – franchise d'une chaîne de cafés 17

Photo 48	Bar offrant des spectacles érotiques	18
Photo 49	Bar de « quartier »	18
Photo 50	Restaurant dont l’affiche a connu de meilleurs jours	19
Photo 51	Taco loco, le taco fou	19
Photo 52	Marché d’alimentation offrant des produits polonais et est-européens.....	20
Photo 53	Aliments industriels «exotiques», sauces mexicaine et indienne	20
Photo 54	Aliments naturels, naturopathie et « coach de vie et de santé »	21
Photo 55	Aliments naturels, « Bio-tiful », « marchand de vie »	21
Photo 56	Café offrant des produits Lavazza (prononcé à l’italienne, « lavatts »).....	21
Photo 57	Café, succursale d’une chaîne établie de longue date au Québec	21
Photo 58	Boutique de thés – Artea, « tout l’art du thé ».....	22
Photo 59	Bistro à l’affiche au design contemporain et recherché.....	22
Photo 60	Menu de bière d’une microbrasserie offrant entre autres une « blanche aux fleurs d’hibiscus »	22
Photo 61	Affiche d’un restaurant offrant de la « cuisine nuevo latina ».....	22
Photo 62	Quatre variétés de pommes de terre	22
Photo 63	Restaurant offrant principalement un menu de déjeuner	22
Photo 64	Affiche d’une chocolaterie artisanale haut-de-gamme	23
Photo 65	Tablette de chocolat industriel offert dans les dépanneurs, les supermarchés et les pharmacies	23
Photo 66	Franchise de restauration rapide offrant un décor intérieur standardisé	23
Photo 67	Bar offrant de la musique d’ambiance et de spectacle de type rock alternatif et reggae	23

Présentation du projet

Faire découvrir un quartier aussi multiculturel que le Mile-End sur le plan de son environnement alimentaire semblait très approprié pour un projet de visite de quartier. D'une part, l'alimentation, un besoin primaire, représente un déterminant particulièrement important de l'état de santé. D'autre part, ce quartier regorge de commerces alimentaires de toute sorte qui permettent de saisir immédiatement son contexte socioculturel et, par le fait même, fournissent des renseignements sur les résidents qui y habitent.

Une étude parue en 2006 a démontré que l'accès physique à des aliments santé dans le territoire du CSSS de Jeanne-Mance se situe parmi les plus favorables de la région de Montréal (Bertrand, 2006). Une analyse plus précise de ce territoire indique la contribution déterminante du quartier du Mile-End à cet état de fait. Ainsi, la visite s'attarde à décrire un quartier où les aliments santé semblent hautement accessibles et tente de contextualiser les résultats observés.

Les objectifs spécifiques de la visite de terrain sont :

- ❖ décrire un quartier sur un enjeu de santé publique : l'alimentation;
- ❖ faire le lien entre les statistiques disponibles (accès aux aliments santé, défavorisation matérielle et sociale, consommation alimentaire, portrait de santé) et ce qu'on observe sur le terrain.

Préparation de la visite

Tout d'abord, des visites exploratoires préalables ont été réalisées afin de mieux cerner l'éventail des commerces et des services en lien avec l'alimentation dans le quartier et d'être à même de mieux planifier la visite.

Une fois les commerces dénombrés, en raison de leur nombre, il a fallu sélectionner les endroits à visiter et les éléments informatifs à souligner, le tout devant être représentatif du quartier.

Le **choix des commerces à visiter** s'est fait selon :

- ❖ la diversité des types de commerces du quartier (dépanneurs, épiceries, épiceries spécialisées — fruiteries, épiceries fines, épiceries d'aliments biologiques, boulangeries, pâtisseries, boucheries, poissonneries, etc. — , café/restaurant/bar)
- ❖ les divers groupes culturels du quartier
- ❖ les différences à l'intérieur d'un même type de commerces

Parallèlement, le choix de l'itinéraire a facilité la sélection des commerces à visiter (voir Annexe 1 pour l'itinéraire).

L'itinéraire a ensuite été pré testé afin d'estimer la durée du trajet. Le trajet, sans arrêt, a ainsi été évalué à quarante minutes. En comptant cinq minutes

par visite à l'intérieur d'un commerce (× 12 commerces visités) et deux minutes par points d'observation (× 30 points d'observation), la durée totale pour parcourir l'itinéraire est d'environ trois heures. Cette étape a aussi permis de prévenir les commerçants du projet en cours où des visites étaient prévues. Peu d'objections ont été manifestées.

Le **choix de l'itinéraire** a visé à :

- ❖ montrer les disparités dans l'environnement bâti qui existent à l'intérieur d'un quartier
- ❖ faire vivre la vie de quartier
- ❖ durer un maximum de 3 heures

Finalement, un bref document expliquant le projet a été développé et distribué lors du recrutement des participants. L'invitation ciblait les personnes potentiellement intéressées par le projet, soit parce qu'elles travaillent dans le domaine de l'environnement alimentaire, soit parce que leur travail porte sur l'élaboration de portraits de quartier (voir Annexe 2 pour la lettre d'invitation). Au total, un maximum de six participants était souhaité, incluant les deux responsables du projet.

Préparation des participants

Dans la semaine avant la rencontre, les participants ont reçu les derniers détails concernant la visite (entre autres : objectifs, itinéraire, lieu de rencontre, matériel à apporter). Aucune préparation préalable n'était nécessaire; toutefois, deux textes sur le Mile-End ont été envoyés pour satisfaire les curieux (voir Annexe 3).

Déroulement de la visite

Rencontre préparatoire

La visite a débuté par une rencontre préparatoire afin que les participants puissent se rencontrer et que le projet soit présenté.

En guise de mise en contexte, l'alimentation a été présentée comme un déterminant de santé. Les résultats des études menées par la DSP sur le sujet ont été survolés (Bertrand, 2002; 2006).

Dans une perspective d'animation et avec la capacité de valider les représentations *a priori*, les participants ont été invités à évoquer ce à quoi, pour eux, réfère le Mile-End (*Réponse à la question suivante : À quoi pensez-vous lorsque vous entendez le mot Mile-End ?*). Cette étape a, entre autres, permis de contextualiser et de décrire subjectivement le quartier visité. Les éléments de réponses obtenus sont les suivants :

- ❖ Bagel 24 heures
- ❖ Un mélange de Côte Ouest Américaine (Seattle) et de quartier juif
- ❖ Un quartier domiciliaire
- ❖ Une architecture typique
- ❖ Un quartier riche et vieux
- ❖ Un quartier central
- ❖ Beaucoup de commerces de proximité
- ❖ Une gentrification (embourgeoisement) marquée
- ❖ Un quartier multiethnique

Suivant cette réflexion, les participants ont conclu que des contrastes existaient dans ce quartier quant à l'état de santé des résidents et l'indice de défavorisation du quartier (*Réponse à la question : Selon la perception que vous avez du Mile-End, comment qualifieriez-vous les statistiques de santé et de défavorisation de ce quartier ? Que vous attendez-vous à retrouver ?*).

Finalement, quelques règles de sécurité et points d'information spécifiques ont été exposés avant le grand départ (allergies, contraintes de temps, autres commentaires). Une liste d'éléments à observer de façon générale a été remise aux participants (voir Annexe 4). De plus, tous les participants se sont vus assigner l'observation d'un groupe d'aliments spécifique afin qu'une attention plus particulière et précise soit portée sur sa disponibilité, sa qualité et son coût; ceci dans le but d'alimenter les échanges *post* visite entre les participants.

Éléments de logistique

Date : Mardi 23 septembre 2008 13heures – 18 heures

Température : Nuageux, environ 20°C

Participants : Julie Bédard (TPFC), Serge Chevalier (BSD), Louis-Robert Frigault (SÉSAM, rencontre préparatoire seulement), Louise Hamel (BSD), Yan Kestens (EUS), Nathalie Pouliot (TPFC) et Ramana Zangfongnon (ÉMES),

Trajet et durée : La visite a eu lieu de 14 heures à 16 heures. Par manque de temps, la visite s'est terminée au coin de Laurier et Clark (voir Annexe 5 pour l'itinéraire final). Un retour sur la visite a toutefois permis de présenter certaines des observations envisagées lors de la planification du trajet.

Principaux constats observés

Le quartier du Mile-End héberge un nombre et une variété considérables de commerces offrant des produits alimentaires. Il s'agit d'ailleurs d'un des quartiers montréalais les mieux dotés en cette matière. D'une part, une

abondance de commerces est offerte; plus d'une cinquantaine ont d'ailleurs été identifiés. D'autre part, ce foisonnement de commerces alimentaires est autant diversifié selon leur type — dépanneurs, épiceries, épiceries spécialisées de toutes sortes, magasin à escompte, restaurants, café — que selon la provenance des produits — grecque, juive, italienne, portugaise, polonaise, française, indienne, pakistanaise, africaine, etc. À ceci s'ajoute la nature des aliments qui peuvent être non traitées, de confection artisanale ou industrielle, ou encore, concoctées sur place.

Les lieux offrant des produits alimentaires

Les marchés, les supermarchés et les boutiques spécialisées (boulangerie, poissonnerie, fromagerie, épicerie fine, etc.) viennent immédiatement à l'esprit d'une personne énumérant les différents endroits où se procurer des produits alimentaires. D'autres types de commerces sont aussi facilement assimilables à l'alimentation, les dépanneurs et les restaurants, incluant les cafés. D'autres lieux s'inscrivent aisément dans cette liste, une fois identifiée : les traiteurs, les bars (non seulement y sert-on de l'alcool, mais nous ne connaissons aucun établissement de ce type qui ne servent pas au moins des grignotines sinon d'autres types de denrées et plats plus élaborés; l'alcool faisant aussi partie des denrées alimentaires, il faut inclure à la liste les succursales de la SAQ). D'autres types de commerces doivent aussi intégrer ce recensement. Les pharmacies offrent à leur clientèle toute sorte de friandises, de produits amaigrissants et de suppléments alimentaires; certaines succursales offrent même un choix plus large encore de denrées comestibles. Reste encore à traiter des magasins à escompte qui proposent des étalages variés de nourriture allant des friandises, aux épices et passant par toute une gamme de produits à longue durée de vie, dont la contribution à une saine alimentation est parfois discutable.

L'accessibilité aux commerces et aux aliments

Il n'existe cependant pas une adéquation parfaite entre la disponibilité des produits et leur accessibilité réelle.

L'accessibilité se décline selon plusieurs dimensions qui collectivement favorisent, inhibent ou carrément interdisent à certaines portions de la population de se procurer l'une ou l'autre des denrées disponibles dans le quartier.

1. L'accessibilité économique réfère aux coûts des aliments ou des produits alimentaires mais aussi aux dépenses supplémentaires qui doivent être consenties pour effectuer les achats et les ramener au domicile : par exemple les frais de déplacements, de stationnement, de livraison ou, éventuellement, de gardiennage.

2. L'accessibilité temporelle inclut deux notions distinctes : le temps requis pour compléter les achats mais surtout les horaires d'ouverture des détaillants et commerçants.
3. L'accessibilité physique représente la distance à parcourir afin d'atteindre un détaillant alimentaire offrant des aliments de qualité et intègre des considérants de nature diverse qui peuvent être regroupés selon qu'ils soient présents à l'extérieur ou à l'intérieur des commerces : contraintes climatiques, architecturales, urbanistiques, etc.
4. L'accessibilité légale s'attarde aux lois et règlements restreignant la vente de certains produits alimentaires.
5. L'accessibilité symbolique englobe les notions culturelles, sociales, voire anthropologiques.

La notion d'accessibilité peut s'appliquer autant à l'ensemble des commerces, à un établissement en particulier ou même seulement à certains produits à l'intérieur même d'un magasin.

1. Économique

Le prix des aliments offerts varie d'un commerce à l'autre, parfois notablement. Que ce soit le prix d'un panier de pêches ou d'un casseau de fraises ou le montant affiché sur le menu à l'entrée des restaurants, il y en a pour tous les budgets dans le quartier. Des écarts sont même perçus entre deux commerces adjacents. À quoi peut être dû autant de différences ? La qualité des aliments, leur provenance, le statut de l'endroit, etc. Les réponses sont aussi multiples que les prix fluctuent. En faisant le tour des étals extérieurs et intérieurs des commerces (car les cahiers publicitaires sont quasi absents), il est possible de remplir un panier d'épicerie à bon compte. Une personne plus attirée par les produits fins d'exportation ou du terroir peut s'attendre néanmoins à ce que sa facture monte en flèche.



Photo 1. Prix des tomates du Québec dans un kiosque extérieur



Photo 2. Prix des tomates du Québec dans une épicerie spécialisée

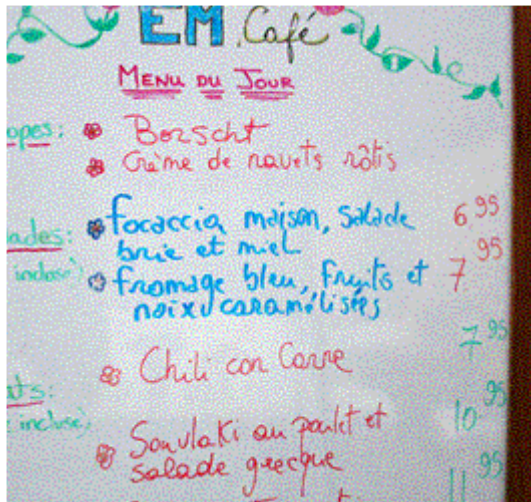


Photo 3. Menu du jour à prix modique



Photo 4. Restaurant où les prix sont plus dispendieux – l'entrée de salade grecque se détaille à 25 \$, le repas à prix fixe coûte 75 \$ sans alcool et avant taxes et service

2. Physique

Les adeptes des commerces de proximité diront qu'un des avantages est de pouvoir faire son épicerie à pied. Qu'en est-il dans le Mile-End ? Les principaux commerces sont situés sur des artères relativement passantes, comme l'avenue du Parc et la rue Saint-Viateur. Automobilistes s'abstenir durant les heures de pointes (à moins d'aimer les défis), une voie sur l'avenue du Parc est réservée au transport en commun (le matin en direction sud, le soir vers le nord). Il faut aussi savoir qu'aucun stationnement n'est aménagé pour les visiteurs du quartier.

Les cyclistes sont choyés par le nombre d'endroits où ils peuvent cadener leur vélo. En plus, le quartier est bien desservi par une piste cyclable selon l'axe nord-sud. Toutefois, en direction est-ouest, il faut quitter le quartier pour trouver un endroit plus sécuritaire pour circuler. Effectivement, hors piste, le transport actif est plus difficile en raison de l'achalandage du quartier.

Plusieurs autobus sillonnent le quartier, il faut par contre aimer les foules durant les heures de pointe et ne pas être trop « bousculé » par le temps, car il n'est pas rare de devoir attendre le prochain faute d'espace.



Photo 5. Voie réservée au transport en commun sur du Parc



Photo 6. Piste cyclable sur Clark

De grands trottoirs accueillent les piétons, leur convivialité laisse à désirer dans certains secteurs. Le bruit et les tuyaux d'échappement font partie intégrante du décor urbain local. Lors des journées de collecte des ordures, les nombreux déchets n'améliorent ni l'esthétique, ni l'odeur des lieux, ni la facilité à circuler. Une voie est actuellement en réparation, ajoutant au spectacle et à la congestion, mais ce n'est que temporaire.

Par bonheur, certains commerçants ont fleuri et enjolivé leur devanture colorant ainsi le gris paysage asphalté. De nombreuses terrasses agrémentent également les façades des restaurants. De plus, certaines odeurs émanant d'étals, font aussi oublier ces désagréments, pensons aux parfums des fruits et légumes frais, du café fraîchement moulu ou des bagels chauds. Les vitrines des commerces nourrissent aussi l'ambiance du coin; certaines sont très attrayantes, voire incitatives au contraire de d'autres.



Photo 7. Passage piétonnier à l'intersection du Parc et Bernard



Photo 8. Résidents faisant leurs emplettes sur Saint-Viateur



Photo 9. Trottoirs accueillant plusieurs variétés de « promeneurs » sur Parc



Photo 10. Intersection en construction (du Parc et Saint-Viateur)



Photo 11. Mendiant sur du Parc



Photo 12. Coin des ordures d'une épicerie sur du Parc

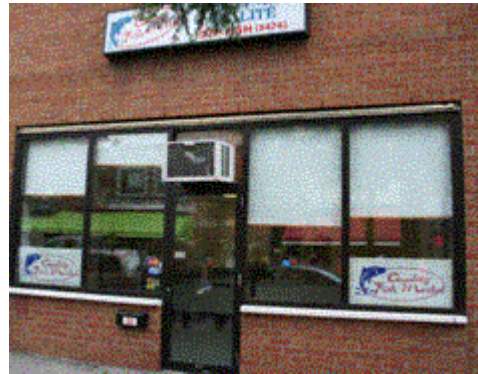


Photo 13. Vitrine « sobre » d'une poissonnerie cachère



Photo 14. Vitrine « appétissante » d'une boulangerie



Photo 15. Terrasse et devanture fleuries sur du Parc



Photo 16. Devanture fleurie d'un restaurant grec sur du Parc



Photo 17. Kiosque « invitant » de fruits et légumes

Outre les rues principales que sont du Parc, Saint-Urbain, Saint-Laurent, Saint-Joseph, Laurier, Saint-Viateur et Bernard, d'autres rues sont aussi très accueillantes et beaucoup plus tranquilles. L'architecture baroque ajoute aussi à la beauté du décor. Bien que certains immeubles soient délabrés, les vestiges rappellent le décor enchanteur des temps meilleurs. Certains artistes ont également vu à embellir certaines ruelles par leurs graffitis. Tous les éléments architecturaux et urbanistiques qui indiquent un souci de l'environnement rehaussent la qualité de vie et contribuent à augmenter le sentiment de sécurité des habitants et des visiteurs du quartier.



Photo 18. Graffiti dans une ruelle menant sur la rue Saint-Viateur



Photo 19. Théâtre Rialto sur du Parc



Photo 20. Église Saint-Michel sur Saint-Viateur

Pour les personnes à mobilité réduite ou celles qui ne peuvent transporter tous leurs paquets, de nombreux commerces offrent le service de livraison. Il faut s'informer, ils ne sont pas toujours très publicisés. Un simple passage au supermarché PA, par exemple, aide à comprendre la grande popularité d'un tel service. L'accès aux chaises roulantes est rare. De plus, ce n'est pas dans tous les commerces que les allées sont assez larges pour accueillir ces moyens de transport, voire même des poussettes, qui sont d'ailleurs omniprésentes dans le quartier.



Photo 21. Épicerie accueillant les poussettes



Photo 22. Allée étroite où certains produits sont difficiles d'atteintes en hauteur



Photo 23. Camion de livraison d'une épicerie sur du Parc



Photo 24 : Véhicule de livraison de bagels

En ce sens, on constate même qu'à l'intérieur des commerces, les aliments ne sont pas accessibles pour tout le monde. Pensons aux tablettes trop hautes d'accès ou celles trop basses où les produits prennent plus facilement la poussière les rendant ainsi moins attrayants. Bien que très populaires dans les magasins de grandes surfaces, peu d'îlots — sections permettant d'augmenter les achats compulsifs et contenant habituellement des produits dont la marge de profit est élevée (pensons à des aliments camelotes la plupart du temps) — ont été observés, ce qui peut s'expliquer par la petite taille des commerces.

Le climat rendra moins accessible les commerces alimentaires pour certains segments de la population : les trottoirs enneigés ou verglacés ainsi que les températures très froides ou caniculaires et humides font parti des principales contraintes météorologiques.

3. Temporelle

Malgré toute cette abondance, encore faut-il avoir le temps de déambuler de commerce en commerce afin de satisfaire notre liste d'épicerie. Il faut aussi que les commerces soient ouverts au moment opportun. Pour manger ou sortir, grâce à la multitude de bars et de restaurants, il est possible à presque toutes les heures de l'horloge de trouver un endroit où remédier à la situation. En plus, le quartier est perçu suffisamment sécuritaire à la tombée de la nuit pour s'y promener sans crainte. Une fringale à n'importe quelle heure du jour, les bagels Saint-Viateur sont ouverts 24 heures, pour les amateurs ou les affamées aux petites heures de la nuit. Les épicerie et dépanneurs suivent les heures régulières en moyenne de 7 à 22 heures. Toutefois, les heures d'ouverture varient pour les épicerie spécialisées. Quelques-unes sont fermées soit les samedis, dimanches et/ou lundis et ferment relativement tôt. D'autres sont ouvertes 7 jours et suivent même les tendances des heures prolongées allant jusqu'à 21 ou 22 heures la semaine et 19 heures la fin de semaine. Vous avez oublié d'acheter votre bouteille de vin pour le souper et il est passé 19 heures, vous devrez vous rabattre sur le choix du dépanneur, car les succursales de la SAQ du coin ne sont pas de type Express !



Photo 25. Magasin spécialisé (Bagel Saint-Viateur) ouvert 24 heures



Photo 26. Épicerie spécialisée fermée le dimanche

4. Accessibilité légale



Photo 27. Retsina
(vin grec)

En matière de produits alimentaires, les seules restrictions à l'accès s'appliquent à la vente de boissons alcoolisées. Ainsi cette catégorie de produits ne peut être vendue qu'à des personnes âgées de 18 ans et plus, preuve d'âge à l'appui, et ce, quelque soit la nature des commerces offrant ces produits : marchés d'alimentation, dépanneurs, restaurants, bars ou succursales de la Société des alcools du Québec.

5. Accessibilité symbolique

Les peurs alimentaires – la préservation de la personne

La souillure – La souillure représente la peur alimentaire la plus fondamentale, elle procède du tabou ou des préceptes religieux. La souillure peut contaminer la vie terrestre mais, plus gravement encore, la vie après la mort. Tels sont les enjeux autour des appellations cachère et hallal. Ainsi, pour poursuivre sur ces deux exemples, juifs et musulmans pratiquants seraient davantage susceptibles de s'approvisionner dans des endroits garantissant la rectitude religieuse des produits offerts.



Photo 28. Boucherie cachère sur Saint-Viateur

L'hygiène – La nourriture sert à perpétuer la vie, mais elle peut aussi la menacer. Les conditions d'hygiène de certains établissements feront en sorte d'inclure ou d'exclure des portions de la clientèle potentielle. Par exemple, les conditions d'hygiène dans les poissonneries doivent être impeccables, plus que celles d'un dépanneur; ceci est dû au potentiel délétère perçu des produits de la mer avariés (parfois invisiblement affectés) largement supérieur, toujours de manière subjective, à celui des boissons gazeuses ou des friandises offertes en dépanneur. L'état des toilettes d'un restaurant peut rendre suspecte la qualité de la nourriture servie ou les conditions d'hygiène prévalant au moment de la confection des plats.



Photo 29. Dépanneur à la devanture chargée et défraîchie sur Saint-Viateur



Photo 30. Poissonnerie à la devanture impeccable sur du Parc

Les produits inconnus ou méconnus – Les produits alimentaires introduits dans l'alimentation d'une personne depuis la naissance sont circonscrits par les us et coutumes ethniques et sociales, voire même familiales. L'éventail des produits intégrés à l'alimentation provient de plusieurs facteurs dont la disponibilité et le prix mais possèdent aussi des racines autrement plus anciennes où la survie même était associée à la méfiance envers les aliments étrangers ou peu familiers. Si la socialisation alimentaire (ou générale) d'une personne n'attribue pas de valeur particulière à l'exploration, cette dernière sera moins susceptible de se procurer des aliments inconnus, même s'ils sont économiquement ou autrement accessibles.



Photo 31. Menu de restaurant grec



Photo 32. Poisson d'une relative rareté



Photo 33. Betteraves blanches, betteraves rouges et topinambours



Photo 34. Olives variées



Photo 35. Melons canaris

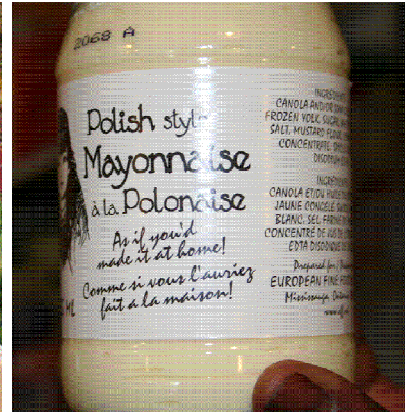


Photo 36. Mayonnaise à la polonaise



Photo 37. Coings et pommes grenades



Photo 38. Framboises jaunes

Les habitudes alimentaires

Les habitudes alimentaires influencent directement l'accessibilité aux produits. Les *aficionados* des produits carnés pourraient s'avérer moins nombreux dans les fruiteries, *a contrario*, les végétariens, de toutes allégeances, sont probablement plus clairsemés dans les boucheries; les personnes désirant maintenir ou perdre du poids favoriseront sans doute moins fréquemment les pâtisseries, les diabétiques jetteront, peut-être, modérément leur dévolu sur les chocolateries et les confiseries.



Photo 39. Céleris, carottes et radis



Photo 40. Différentes coupes de bœuf



Photo 41. Pâtisseries françaises

Les orientations politiques

Des motifs politiques peuvent orienter les décisions de certains consommateurs. Certains voudront acheter des produits locaux – pour diminuer les « food miles » et favoriser le capital social et économique –, d'autres désireront davantage des produits exotiques. Certains éviteront les produits en provenance d'un pays ou d'un autre. Les politiques de production ou d'achat de certaines compagnies, plus particulièrement multinationales, déplairont à une portion de la population. D'autres consommateurs se solidariseront avec les fournisseurs de produits étiquetés équitables. Des positions environnementalistes pourraient orienter des segments de la population vers des produits biologiques, cultivés ou élevés sans l'aide de pesticides, fongicides ou autres hormones de croissance.



Photo 42. Magasin d'aliments naturels



Photo 43. Magasin d'aliments naturels de catégorie haut-de-gamme



Photo 44. Mélasse biologique



Photo 45. Pommes Fuji biologiques



Photo 46. Café – indépendant



Photo 47. Café – franchise d'une chaîne

Les multiples appartenances sociales

Sexe – Une femme désirant consommer une boisson alcoolisée sera-t-elle davantage encline à visiter un bar de danseuses ou un pub de quartier ?



Photo 48. Bar offrant des spectacles érotiques



Photo 49. Bar de «quartier»

Âge – Certains commerces plaisent ou attirent davantage certaines clientèles qui se distinguent selon l'âge. Ainsi, dans la catégorie des cafés, le Starbucks enthousiasme davantage une clientèle d'étudiants plus, à ce qu'il semblerait, que son compétiteur situé un coin de rue plus loin, Toi, moi & café.

Classe (ou groupe) sociale – Les ressources économiques dont dispose une personne réduisent l'accessibilité à certaines denrées ou à certains commerces. Inversement, ce n'est pas parce qu'une personne dispose des ressources économiques suffisantes qu'elle « daignera consentir » à fréquenter certains lieux qui peuvent lui paraître « indigne » de sa condition sociale.



Photo 50. Restaurant dont l'affiche a connu de meilleurs jours



Photo 51. Taco loco, le taco fou

Caractéristiques ethnoculturelles (langue maternelle, pays d'origine et autres)
 – Certains commerces affirment haut et fort leur appartenance culturelle. Le « Polskie » peint dans la porte d'entrée de l'Euro-Deli Batory souhaite la bienvenue aux personnes de la communauté polonaise mais aussi à tous les quidams tentés par la gastronomie est-européenne. Un nombre considérable de commerces du Mile-End étale ainsi leurs spécificités ou leurs savoir-faire. Autrement, d'autres magasins seront favorisés sur la base de la nationalité du propriétaire, de la langue avec laquelle le client pourra s'entretenir avec le personnel ou tout simplement parce que des denrées d'une relative rareté y sont disponibles. Inversement, tous ces signes et ces éléments peuvent réduire l'attrait de certains consommateurs.



Photo 52. Marché d'alimentation offrant des produits polonais et est-européens sur Saint-Viateur



Photo 53. Aliments industriels «exotiques», sauces mexicaine et indiennes

Les modes et les tendances – Certaines formes de consommation ou certains achats spécifiques relèvent du désir du consommateur à se conformer aux modes ou à se plier aux tendances. Les consommateurs peuvent se brancher sur plusieurs tendances, simultanément ou consécutivement : du luxe au « trash », de la simplicité volontaire à l'extravagance. Ainsi certains opteront davantage pour un « coach de vie » plutôt qu'un autre professionnel de la santé, pour des variétés exotiques de pommes de terres en lieu et place des patates terreuses vendues en sac de 5 lbs, pour les produits biologiques de Bio-tiful ou Bio-Terre ou, le thé de Artea à la place des produits offerts en super marché, pour le café Lavazza plutôt que le Van Houtte, pour la cuisine «nuevo latina» au lieu du burrito, pour une bière blanche aux fleurs d'hibiscus de micro-brasserie plutôt qu'une bière importée du Mexique servie avec un quartier de limette qui elle-même pourrait être estimée plus tendance qu'une bière industrielle québécoise brassée à LaSalle. Ou inversement.



Photo 54. Aliments naturels, naturopathie et «Coach de vie et de santé» sur du Parc



Photo 55. Aliments naturels, «Bio-tiful», «marchand de vie»



Photo 56. Café où l'on offre des produits Lavazza (prononcé à l'italienne, «lavatts») sur du Parc



Photo 57. Café, succursale d'une chaîne établie de longue date au Québec sur du Parc



Photo 58. Boutique de thés – Artea, «tout l'art du thé»



Photo 59. Bistro à l'affiche au design contemporain et recherché



Photo 60. Menu de bière d'une microbrasserie offrant entre autres une «blanche aux fleurs d'hibiscus»



Photo 61. Affiche d'un restaurant offrant de la «cuisine nuevo latina»



Photo 62. Quatre variétés de pommes de terre



Photo 63. Restaurant offrant seulement un menu de déjeuner



Photo 64. Affiche d'une chocolaterie artisanale haut-de-gamme



Photo 65. Tablette de chocolat industriel offert dans les dépanneurs, les supermarchés et les pharmacies

Les affinités sociales diverses – D'autres éléments encore vont accroître ou gêner l'accessibilité. Si vous voulez aller au restaurant en famille et recevoir un accueil chaleureux, le Laurier Barbecue ou l'Arahova sont sans doute mieux indiqués qu'un restaurant à l'atmosphère feutrée. Si vous n'appréciez guère les ébats sportifs télévisés, vous éviterez les bars « sportifs ». Si le rock alternatif vous hérise, vous ne vous attarderez pas au Playhouse. Si vous recherchez un restaurant particulièrement éclairé, le Subway saura vraisemblablement vous plaire.



Photo 66. Franchise de restauration rapide offrant un décor intérieur standardisé



Photo 67. Bar offrant de la musique d'ambiance et de spectacle de type rock alternatif et reggae

Finalement, les bonnes et les mauvaises expériences que vous aurez vécues dans différents commerces ou avec divers produits augmenteront ou réduiront votre propension à fréquenter ces lieux ou consommer ces denrées.

En somme, cette visite fait ressortir qu'un accès favorable aux aliments santé va au-delà d'une présence élevée de commerces, l'indicateur le plus souvent utilisé dans les études sur le sujet. Cette réflexion mène à se questionner, en termes de santé publique, sur les caractéristiques d'un environnement alimentaire favorable. En effet, observant dans un quartier où l'offre en aliments, même abondante, n'est pas garante d'accessibilité, qu'en est-il dans les quartiers où cette disponibilité est plus limitée ?

Rencontre de clôture

Finalement, quelques minutes ont été prises afin de décrire les endroits que nous n'avons pas eu le temps de visiter, et ce, en plus de mentionner certains éléments de discussion prévus durant le reste du trajet.

Ensuite, un bref retour a permis de discuter des observations selon les groupes d'aliments que chacun examinait plus attentivement. La discussion étant ouverte, seuls quelques éléments ont été mentionnés dont, la variation des prix de fruits et légumes (ex. fraises passant de 1,49 \$ à 2,49 \$ dans une distance de moins de 100 m) et la différence dans la qualité des produits offerts.

Visant à mieux comprendre les perceptions de chacun des participants, certaines questions sur leurs habitudes personnelles ont été posées. En effet, les participants, étant aussi des consommateurs, ont des habitudes et des attentes envers les différents aspects de l'environnement alimentaire, influençant conséquemment le regard qu'ils ont porté lors de la visite. Avoir le choix, être reconnu / entrer en contact avec les commerçants, pouvoir se procurer ou avoir le sentiment que les produits sont frais sont, entre autres choses, les principaux éléments rapportés. Certains participants nous ont également fait parvenir leur impression de la visite (voir Annexe 6); les recommandations générales sur les visites de quartier feront l'objet d'un autre document.

Quelques données sur le portrait du quartier et de l'état de santé des résidents ont été présentées (voir Annexe 7).

Références

- Bertrand, L. (2006). Les disparités dans l'accès à des aliments santé à Montréal: une étude géomatique. Montréal, Direction de santé publique de l'Agence de santé et des services sociaux de Montréal.
- Dorval, D. (2008). *La santé des Montréalais selon l'enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes : recueil statistique*. Montréal, Direction de santé publique de l'Agence de la santé et des services sociaux de Montréal.
- Douglas, M. (2002 [1966]). *Purity and danger*. Londres, Routledge.
- Erner, G. (2008). *Sociologie des tendances*. Paris, PUF.
- Ferrières, M. (2002). *Histoire des peurs alimentaires*. Paris, Seuil.
- Khun, K., Drouin, C., Montpetit, C. (2008) *Regard sur la défavorisation à Montréal*. Montréal, Direction de santé publique de l'Agence de la santé et des services sociaux de Montréal.
- Lipovetsky, G. (2006). *Le bonheur paradoxal*. Paris, Gallimard.
- Mongeau, S. (1998). *Simplicité volontaire, plus que jamais*. Montréal, Écosociété.
- Waridel, L. (2005). *Acheter c'est voter*. Montréal, Écosociété.

Annexe 2 : Lettre d'invitation

Bonjour à tous,

Dans le cadre d'un projet-pilote émanant du Bureau de soutien à la direction et à plein d'autres choses, s'organisent des visites de terrain. L'objectif global est double, il s'agit de mieux connaître Montréal, petit bout par petit bout, ou thématique par thématique afin d'être mieux à même d'interagir avec nos partenaires du terrain et aussi de mieux pouvoir analyser et interpréter les données dont nous disposons - sans compter, selon le type de visite, le réseautage avec les gens du milieu.

La prochaine visite, à laquelle vous êtes conviés, se déroulera mardi prochain, le 23 septembre ou reportée, si les conditions climatiques l'empêchent, au jeudi 25 septembre. Il s'agit d'une visite pédestre mais néanmoins culturelo-alimentaire du quartier Mile-End.

Voici les détails dont je dispose à ce moment, des informations supplémentaires vous seront transmises au fur et à mesure qu'elles seront disponibles (vous l'aurez reconnu, il s'agit d'une forme promotionnelle s'apparentant, de loin, au «teaser»).



MileEndProjet.doc

Hâtez-vous de vous inscrire, il n'y a que quelques places disponibles - premier arrivé, premier servi.

Au plaisir de sillonner avec vous le quartier Mile-End,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Luz'.

Annexe 3 : Textes suggérés à lire

Pour ceux qui voudraient humer à l'avance certains éléments de contexte, Nathalie et moi vous suggérons deux textes.

L'article de Rima Elkouri de La Presse portant sur le Mile-End en contexte de la Commission Bouchard-Taylor



LaPresse031207.htm

Ainsi qu'un article cosigné par notre collègue Louis-Robert Frigault.



Annexe 4 : liste d'éléments d'observation

Tous les commerces relatifs à l'alimentation

- ✎ Marchés & supermarchés
- ✎ Boutiques spécialisés
- ✎ Traiteurs
- ✎ Restaurants
- ✎ Succursales de la SAQ
- ✎ Pharmacies
- ✎ Dépanneurs
- ✎ ...

Éléments extérieurs

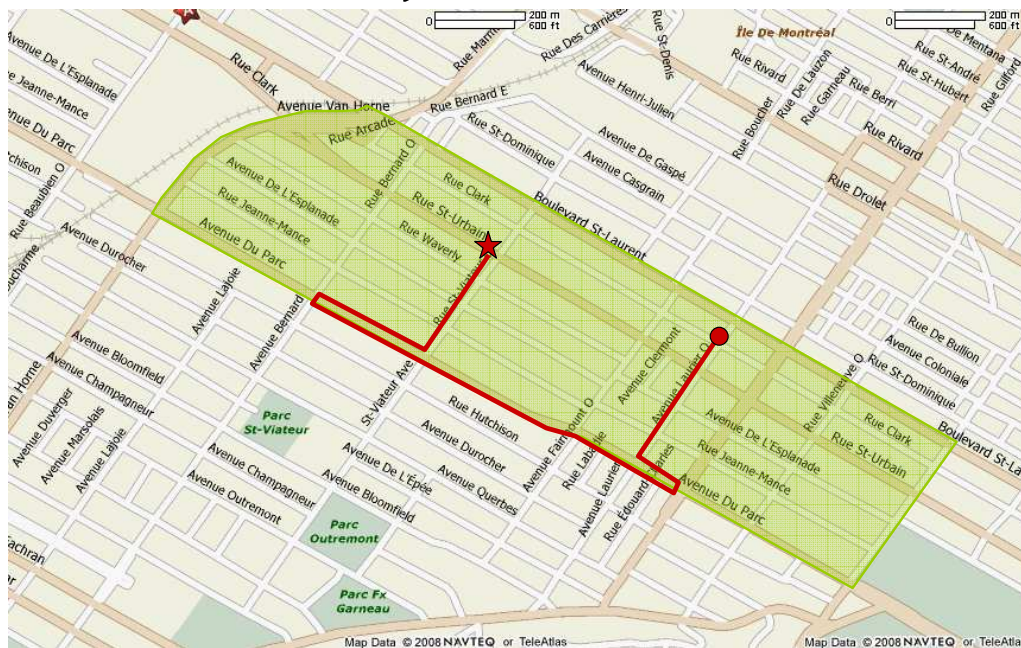
- ✎ Environnement
- ✎ Nature du commerce
- ✎ Raison sociale
- ✎ Vitrine (produits vedettes)
- ✎ Étals extérieurs
- ✎ Origine «ethnique» des produits et du commerce
- ✎ Accessibilité (moyen de transport possible – personnes à mobilité réduite)

Éléments intérieurs

- ✎ Ambiance
- ✎ Propreté
- ✎ Variété
- ✎ Prix
- ✎ Qualité
- ✎ Disposition des produits
- ✎ Odeurs
- ✎ Promotions
- ✎ Personnel

Annexe 5 : itinéraire final

Mile End – trajet de la visite de terrain



Annexe 6 : L'impressions des participants

'RAPPORT' RANDONNEURS DU MILE-END – POINTS MARQUANTS DANS LA VISITE DU QUARTIER –

- Importance des petites boutiques de quartier
- Diversité des boutiques (épicerie, restaurant, pâtisserie, vêtements, fruiterie, etc.).
- Diversité également en terme de clientèle visée....Bio, cachère, oriental, polonais, égyptien....mais en fait c'est pas un peu le propre de Montréal???
- Plusieurs poissonneries, mais très rare de trouver du poisson dans les épiceries et grande surface!
- Certains endroits m'ont fait penser à la rue Mont-Royal à l'ouest de Papineau
- Importance de la circulation sur Parc... frappant quand même vu la quantité de petites boutiques et des habitations. Danger pour les piétons?? Mais au fond ça ressemble un peu à la rue St-Denis qu'au demeurant, j'adore!
- Variation des prix... \$2.50, \$1.99, \$1,49 pour un ananas Dole dans trois fruiteries juxtaposées... Je n'ai pas vraiment fait de contrôle de qualité! Dans mon Loblaws, l'ananas coûte tout de même \$3. 69! Voilà!

Ramana Zanfongnon

Visite Mile-End

À prime abord, la présence de restaurants et d'épicerie dans ce quartier restreint était impressionnante. La diversité des lieux était étonnante, nous pouvions retrouver à la fois des chaînes de pharmacies à grande surface et des petits magasins non traditionnels, situés un à côté de l'autre. Les résidents du quartier ou les passants ont donc le choix d'une grande variété de produits, qui proviennent de plusieurs pays. Nous pouvions observer également que certains de ces produits étaient uniques en leur genre. Par exemple, j'ai été surprise par la «mayonnaise polonaise» faite maison. Par ailleurs, les façades des magasins n'étaient pas toutes très jolies, mais la senteur des produits frais était très invitante !

J'ai donc trouvé cette visite de quartier très enrichissante. D'une part, je n'avais jamais visité le quartier, et d'autre part, j'ai eu l'occasion d'observer une communauté juive hassidique dans son milieu de vie.

Merci de m'avoir invité !

Julie Bédard

Annexe 7 : Description du quartier

Un territoire aux dimensions modestes mais très densément peuplé

Le quartier du Mile-End fait parti du territoire du CLSC Saint-Louis-du-Parc. Une population de 23 500 personnes y réside; il s'agit là de la plus grande part des personnes desservies par le CLSC qui compte 37 900 personnes. Le Mile-End aussi bien que le CLSC Saint-Louis-du-Parc affichent une densité de population particulièrement élevée par rapport à l'ensemble de la région, de fait ces territoires sont environ trois fois plus densément peuplés que l'Île de Montréal. Cette densité est davantage attribuable au nombre d'immeubles de trois étages et plus qu'au nombre élevé de personnes par logement.

Le caractère cosmopolite revisité

A contrario d'une perception qui semble bien ancrée, la population du quartier Mile-End ne comprend pas une proportion particulièrement élevée d'immigrants, ni même de personnes de provenances ethniques autres que françaises, britanniques, amérindiennes et nord-américaines. Même si les données du Mile-End relatives aux éléments ethnoculturels globaux ne se distinguent pas notablement de celles mesurées pour l'ensemble de la région, des différences, parfois considérables, apparaissent lors d'une analyse plus fine. Ainsi, les personnes d'origine européennes (autre que française) totalisent 38,7 % de la population du Mile-End, un score largement supérieur à celui observé à Montréal dans son ensemble. Plus spécifiquement encore, les personnes d'origine juive, portugaise et grecque sont aussi plus présentes, en proportion, que dans la région. Inversement, sont proportionnellement moins nombreuses au Mile-End, les personnes d'origines arabes (notamment maghrébines), asiatiques, africaines et des Caraïbes (notamment haïtiennes).

	Région de Montréal		Mile-End	
Britanniques, françaises, amérindiennes et nord-américaines	1 292 930	70,9	18 550	78,8
Origines européennes	494 785	27,1	9 105	38,7
Origines asiatique d'Est et du Sud-Est	120 545	6,6	1 260	5,4
Origines arabes	133 760	7,3	910	3,9
Origines de l'Amérique latine, centrale et du Sud	60 965	3,3	805	3,4
Origines des Caraïbes	91 990	5,0	575	2,4
Origines sud-asiatiques	62 960	3,5	465	2,0
Origines africaines	51 705	2,8	385	1,6
Origines d'Asie occidentale	36 555	2,0	260	1,1
Origines de l'Océanie	815	0,0	15	0,1

**Origines autres que
françaises, britanniques,
amérindiennes et nord-
américaines**

57,8

58,6

	Région de Montréal		Mile-End	
Juif	62 390	3,4	1 735	7,4
Portugais	27 695	1,5	1 495	6,4
Grec	35 440	1,9	1 115	4,7
Italien	174 635	9,6	1 050	4,5
Allemand	44 305	2,4	1 030	4,4
Chinois	63 390	3,5	770	3,3
Espagnol	37 390	2,0	700	3,0
Origines du Maghreb	56 785	3,1	345	1,5
Haïtien	61 390	3,4	305	1,3

Cette perception un peu distordue de la réalité du Mile-End est probablement davantage attribuable à l'évolution de l'ensemble de la région alors que la proportion d'immigrants a crû significativement à Montréal au cours du dernier demi-siècle, rattrapant, en quelque sorte, les taux historiquement élevés observés dans ce quartier. Il est aussi permis de penser que la proportion de commerces ethniquement identifiés facilite une telle lecture de la situation.

Un portrait socioéconomique contrasté

Si l'on se fie aux taux de personnes vivant sous le seuil de faible revenu qui s'établit à 35,2 % au Mile-End et qui s'avère largement supérieur à celui de la région qui atteint 29,0 %, nous pourrions rapidement conclure, sans doute trop rapidement, à une situation socioéconomique particulièrement dégradé dans ce quartier. Or, des nuances doivent être immédiatement apportées. Le taux des enfants de moins de 6 ans vivant sous le seuil de faible revenu fournit un portrait considérablement moins sombre. La proportion des personnes bénéficiaires d'aide sociale est aussi plus favorable dans le quartier (8,0 % pour le CLSC Saint-Louis-du-Parc) que dans la région (13,2 %). Ces clivages marqués selon les indicateurs observés s'expliquent sans doute par la présence importante d'étudiants au cégep et à l'université. Ce type de personne est généralement peu fortuné, ce qui contribue à la hausse du nombre de personnes vivant sous le seuil de faible revenu; ils ont moins fréquemment des enfants, ce qui n'influence pas le taux des enfants vivant sous le seuil de faible revenu; et ils ne sont pas nécessairement éligibles à l'aide sociale, ce qui affecte peu la proportion de bénéficiaires de ce type de transfert gouvernemental. Il se pourrait, par ailleurs ou concurremment, que la situation des personnes âgées de 65 ans et plus soit davantage précaire qu'ailleurs à Montréal.

Le niveau de scolarisation est élevé dans le quartier. Chez les 15-24 ans, la proportion de personnes sans diplôme d'études secondaires se situe largement en deçà du seuil montréalais (Mile-End : 19,7 %; Montréal : 29,9 %). Cet élément corrobore l'hypothèse d'une proportion élevée d'étudiants dans le quartier. Chez les personnes âgées de 25 à 64 ans, la situation demeure avantageuse pour le Mile-End alors que la proportion des personnes sans diplôme secondaire est de 9,3 % pour les 13,8 % de la région montréalaise dans la même situation. D'ailleurs, par rapport à ceux qui le sont moins, les personnes les plus scolarisées présentent collectivement un meilleur état de santé quelque soit leur revenu.

Une espérance de vie proche du niveau régional

L'espérance de vie, tant celle des femmes (83,8 ans) que celle des hommes (78,0 ans), place les habitants du quartier au milieu du peloton des CLSC montréalais (pour la région, femmes : 82,5 ans; hommes : 77,4 ans).

Indicateurs	Période	Montréal	CLSC St-Louis-du-Parc		Mile-End
			Rang		
Population totale au recensement	2006	1 854 445	38 330	26	23 805
	2001	1 812 725	39 245	26	
	1996	1 775 845	38 125	26	
Densité de population (hab/km2)	2006	3 712	11 167	3	11 682
% de ménages de 4 personnes ou plus	2006	16,8	9,7	25	11,4
	2001	17,3	9,6	26	
	1996	18,0	11,4	24	
% immigrants	2006	30,7	28,6	15	27,7
	2001	27,6	28,8	12	
	1996	26,5	31,5	10	
% immigrants récents	2006	7,5	5,5	21	5,4
	2001	5,7	5,5	11	
	1996	6,7	6,3	14	
% minorités visibles	2006	25,0	16,4	20	15,8
	2001	21,1	13,6	20	
	1996	18,7	15,6	17	
% personnes vivant sous le seuil de faible revenu	2006	29,0	36,0	8	35,2
	2001	29	34,3	9	
	1996	34,8	45,3	8	
% enfants de moins de 6 ans vivant sous le seuil de faible revenu	2006	37,4	31,8	20	33,2
	2001	37,8	31,4	21	
	1996	44,4	44,4	16	
% aide sociale (assistance-emploi)	2006	11,3	8,0	24	-
	2001	12,9	11,0	19	

	1996	18,0	17,4	15	
Taux de chômage (%) 15-24	2006	13,2	15,5	7	13,4
	2001	13,2	13,7	12	
	1996	19,0	18,4	20	
Taux de chômage (%) 25 ans et plus	2006	8,1	6,8	20	7,2
	2001	8,5	8,4	16	
	1996	12,0	13,5	13	
% familles monoparentales	2006	33,0	34,6	17	34,8
	2001	33,0	35,1	14	
	1996	31,7	32,9	16	
% 15-24 ans sans DES	2006	29,9	16,9	28	19,7
	2001	28,6	16,7	27	
	1996	32,1	21,4	27	
% 25-64 ans sans DES	2006	13,8	9,1	22	9,3
% ne fréquentant pas l'école	2001	31,6	34,2	16	-
	1996	28,9	30,0	18	
% de logements loués	2006	62,1	69,3	12	70,1
	2001	64,2	73,9	10	
	1996	65,7	78,5	9	
% de logements possédés	2006	37,9	30,7	18	29,9
	2001	35,8	26,1	20	
	1996	34,3	21,5	21	
% locataires consacrant 30% ou plus de leur revenu au logement	2006	38,7	41,9	8	40,0
	2001	37,2	39,6	8	
	1996	44,7	47,3	9	
Répartition de la défavorisation matérielle selon les quintiles (zone de référence Montréal)					
% Quintile 1 (conditions plus favorables)	2001	20	19		-
% Quintile 5 (conditions plus défavorables)	2001	20	7		-
Répartition de la défavorisation sociale selon les quintiles (zone de référence Montréal)					
% Quintile 1 (conditions plus favorables)	2001	20	8		-
% Quintile 5 (conditions plus défavorables)	2001	20	26		-
Proportion d'enfants vulnérables dans les domaines de maturité scolaire					
Santé physique et bien-être		12,4	8,2		-
Compétence sociale		11,6	11,9		-
Maturité affective		15,2	11,3		-
Développement cognitif et langagier		16,9	9,5		-
Habiletés de communication et connaissances générales		13,4	10,0		-
Au moins un domaine de maturité scolaire		34,6	24,5		-

Sorties sans diplôme ni qualification (écoles publiques)					
Filles		28,1		25,0	-
Garçons		36,8		28,8	-
Total		32,5		26,9	-
Défavorisation des écoles					
	<i>Statut</i>	<i>Nb</i>	<i>%</i>	<i>Nb</i>	<i>%</i>
Effectifs scolaires selon le statut de défavorisation des écoles primaires, 2006-2007	<i>Non défavorisé</i>	77848	69,8	1132	100,0
	<i>Défavorisé</i>	11248	10,1	0	0,0
	<i>Très défavorisé</i>	22404	20,1	0	0,0
Effectifs scolaires selon le statut de défavorisation des écoles secondaires, 2006-2007	<i>Non défavorisé</i>	50213	69,9	455	100,0
	<i>Défavorisé</i>	7370	10,3	0	0,0
	<i>Très défavorisé</i>	14280	19,9	0	0,0
Taux de victimisation (pour 1000)					
0-4 ans		36,8		13,7 (-)	-
5-11 ans		36,8		20,9 (-)	-
12-17 ans		22,6		15,9	-
0-17 ans		32,0		17,0 (-)	-
Taux d'externalisation (pour 1000)					
0-4 ans		0,1		0,0	-
5-11 ans		2,9		2,8	-
12-17 ans		41,8		32,7	-
0-17 ans		15,4		10,2 (-)	-
Espérance de vie - hommes (années)					
	<i>2001-2005</i>	77,4		78,0	12
	<i>1991-1995</i>	73,9		73,7	15
Espérance de vie - femmes (années)					
	<i>2001-2005</i>	82,5		83,8	11
	<i>1991-1995</i>	81,0		81,0	15

Une santé presque exemplaire

Les plus actifs dans les loisirs et dans les déplacements, les résidents du CSSS de Jeanne-Mance sont également ceux qui présentent le plus faible taux d'embonpoint et d'obésité à Montréal. Leur sentiment d'appartenance à la communauté locale est d'ailleurs parmi les plus élevés de la métropole. Les autres données de santé comme l'hypertension, les allergies, l'asthme et la perception de l'état de santé sont essentiellement équivalentes à la moyenne montréalaise. Serait-ce dû à un taux de fumeurs et de personnes qui prennent 14 consommations et plus au cours d'une semaine dans les plus hauts de la région ? Somme toute, les données disponibles jettent un éclairage positif sur la santé des résidents du CSSS de Jeanne-Mance.

	Montréal	CSSS Jeanne- Mance	Commentaires
Les disparités dans l'accès à des aliments santé à Montréal, 2006¹			
Superficie de F/L (en pi²) dans un rayon de 500 m	2115,5	3076,2	83,9 % de la population de ce territoire a accès à plus de 640 pi ² de F/L dans un rayon de 500 m
Indice d'accessibilité aux F/L (sur 100)	20,1	28,0	
La santé des Montréalais selon l'ESCC 2005, 2008³			
Fumeurs	25 %	36 %	+ haut taux à Mtl
Population inactive durant les loisirs	39 %	31 %	+ faible taux à Mtl
Aucun transport actif pour les déplacements	21 %	7 %	+ faible taux à Mtl
14 consommations et plus au cours d'une semaine	7 %	11 %	+ haut taux à Mtl
Faible sentiment d'appartenance à la communauté locale	45 %	37 %	+ faible taux à Mtl
Perception négative de l'état de santé	11 %	11 %	
Obésité	13 %	8 %	+ faible taux à Mtl
Embonpoint	30 %	22 %	+ faible taux à Mtl
Allergies alimentaires	7 %	6 %	
Allergies autres qu'alimentaires	26 %	31 %	
Asthme	9 %	9 %	
Arthrite ou rhumatisme (45 ans et plus)	28 %	26 %	
Migraine	10 %	6 %	+ faible taux à Mtl
Hypertension (45 ans et plus)	28 %	30 %	



BON DE COMMANDE

QUANTITÉ	TITRE DE LA PUBLICATION (version imprimée)	PRIX UNITAIRE (tous frais inclus)	TOTAL
	Mile-End - Visite de quartier Rapport et présentation	5\$	

NUMÉRO D'ISBN (version cédérom)

978-2-89494-830-9

Nom

Adresse

No	Rue	App.
Ville		Code postal

Téléphone

Télécopieur

Les commandes sont payables à l'avance par chèque ou mandat-poste à l'ordre de la **Direction de santé publique de Montréal**

Veuillez retourner votre bon de commande à :

Centre de documentation
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Montréal
1301, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2L 1M3

Pour information : 514 528-2400 poste 3646

GARDER
notre monde
EN SANTÉ

**Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal**

Québec 



Mile-End

Visite de quartier

Présentation

Nathalie Pouliot
Serge Chevalier
2009

GARDER
notre monde
ENSANTÉ

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec 



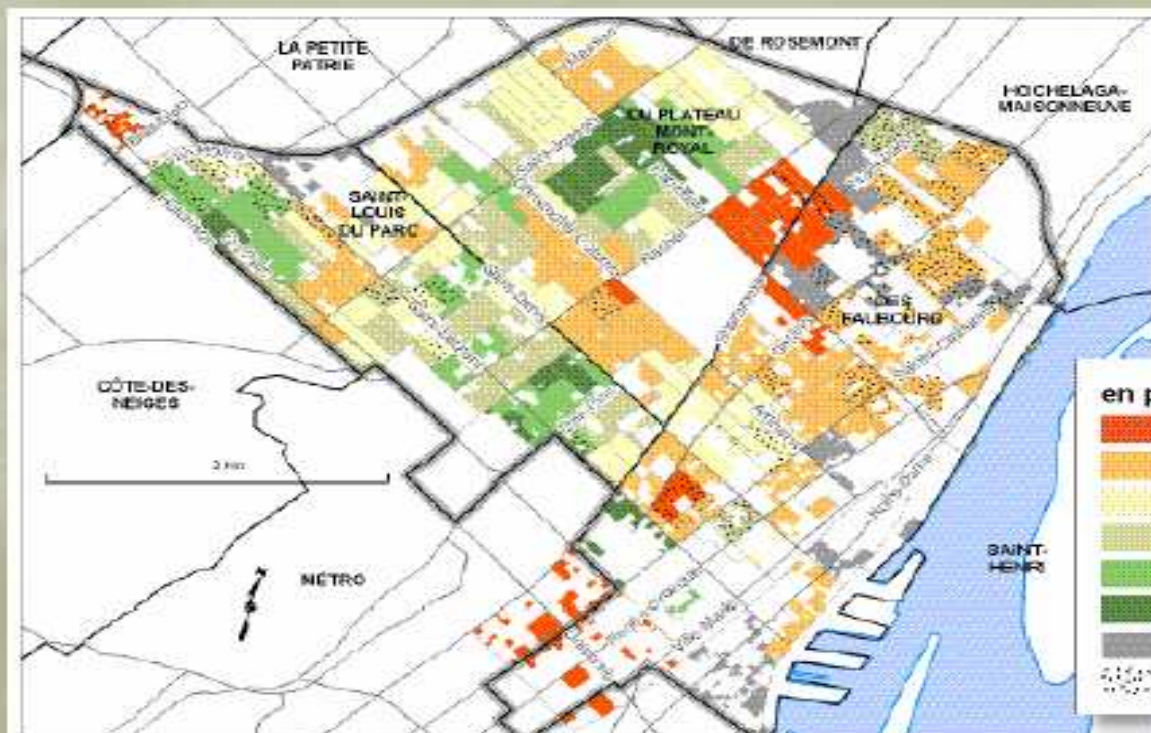
Objectifs de la visite

- ❄ Décrire un quartier selon un enjeu de santé publique: l'alimentation
- ❄ Donner vie aux statistiques disponibles en les associant à des observations de terrain
- ❄ Observations générales sur
 - ❄ la dynamique du quartier
 - ❄ la localisation et l'accès aux commerces alimentaires
- ❄ Visites de certains commerces alimentaires selon
 - ❄ les types de commerce
 - ❄ la qualité et la diversité de l'offre alimentaire
 - ❄ l'ambiance



Contexte: un quartier où l'accès aux fruits et légumes est favorable

Surfaces de vente de fruits et de légumes dans un rayon de 500 m – CSSS Jeanne-Mance



Les couleurs appliquées sur les cartes indiquent les aires de diffusion majoritairement résidentielles, incluant ou non des secteurs commerciaux. Les zones blanches représentent des espaces non résidentiels, essentiellement les secteurs industriels, les zones commerciales et de bureau exclusives, les parcs, ou encore des terrains vacants.

en pieds carrés

87 à 639
640 à 2 500
2 501 à 3 650
3 651 à 4 950
4 951 à 6 550
6 551 à 8 947
Valeur à zéro
Dévalorisation

Cartographie: Carole LesRoux, O.Prim, Septembre 2007

GARDER
notre monde
EN SANTÉ

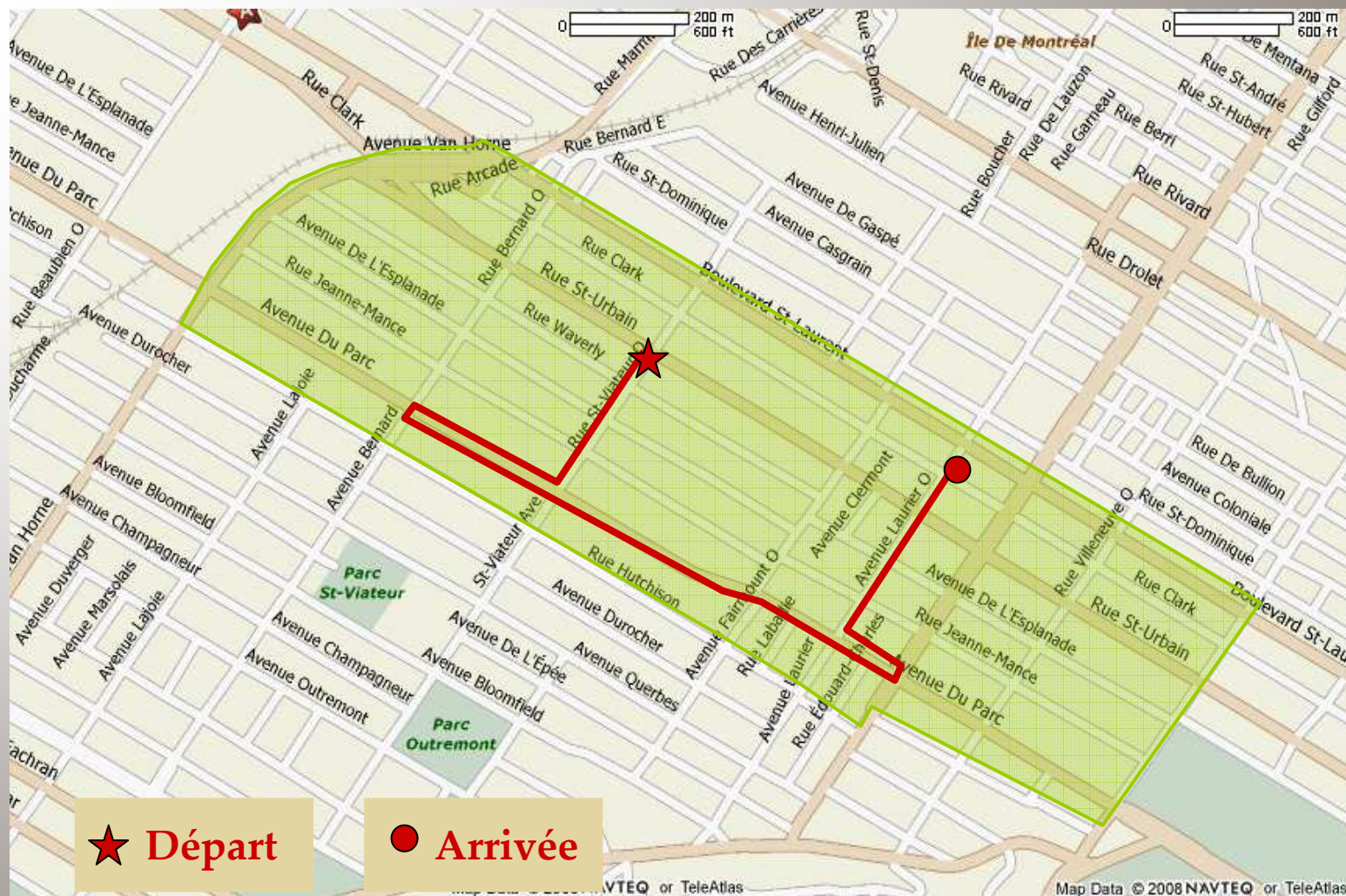
Source: Bertrand, 2006

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec



Itinéraire



★ Départ

● Arrivée

GARDER
notre monde
EN SANTÉ

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec



Éléments généraux

Quand : Mardi 23 septembre 2008 13h00-18h00

Durée du trajet : 2 heures

Température: Nuageux, environ 20°C

Qui : 7 membres du personnel de la DSP (Julie Bédard, Louis-Robert Frigault, Louise Hamel, Yan Kestens, Ramana Zangfongnon, Serge Chevalier et Nathalie Pouliot)

Photos: environ 300 prises durant la visite

GARDER
notre monde
EN SANTÉ

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec





Deux constats principaux

Nous retrouvons au Mile-End une très grande disponibilité de produits alimentaires reflétant les diversités culturelles des résidants

- ❄ Un nombre élevé de commerces
- ❄ Une diversité autant dans les types de commerces que dans les produits offerts



Divers types de commerces de denrées

Du
dépanneur



au
supermarché



en passant par toute une gamme
de commerces spécialisés





D'autres sources commerciales d'aliments



Des restaurants
et des cafés



Sans oublier les
magasins à escompte,
les pharmacies et les
lieux de vente d'alcool

et
d'autres
encore!





Des commerces indépendants



Le plus souvent des
petits surfaces qui ne
sont pas affiliées à des
chaînes nationales et
internationales





La disponibilité n'est pas garante d'accessibilité

Cinq formes d'accessibilité

- ❄ **Accessibilité économique**
- ❄ **Accessibilité temporelle**
- ❄ **Accessibilité physique**
- ❄ **Accessibilité légale**
- ❄ **Accessibilité symbolique**



Accessibilité économique

L'accessibilité économique réfère aux *coûts des aliments* ou des produits alimentaires mais aussi aux *dépenses supplémentaires* qui doivent être consenties pour effectuer les achats et les ramener au domicile : par exemple les frais de déplacements, de stationnement, de livraison ou, éventuellement, de gardiennage.



Accessibilité économique

On peut observer,
pour un même
produit, des
différences de prix
entre deux
commerces
adjacents



Des écarts de
prix s'observent
aussi entre les
catégories
d'aliments





Accessibilité économique



De tout...

Des tables
d'hôte bon
marché à 6,75 \$,
aux menus à 30 \$
ou au prix bien
davantage
raffiné encore





Accessibilité temporelle

L'accessibilité temporelle inclut deux notions distinctes : le *temps requis* pour compléter les achats mais surtout les *horaires d'ouverture* des détaillants et commerçants.



Accessibilité temporelle



Bien que les heures d'ouverture des commerces soient de plus en plus étendues, certaines épicerie suivent encore la *tradition* et ferment le samedi ou le dimanche, voire même le lundi.

GARDER
notre monde
EN SANTÉ

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec



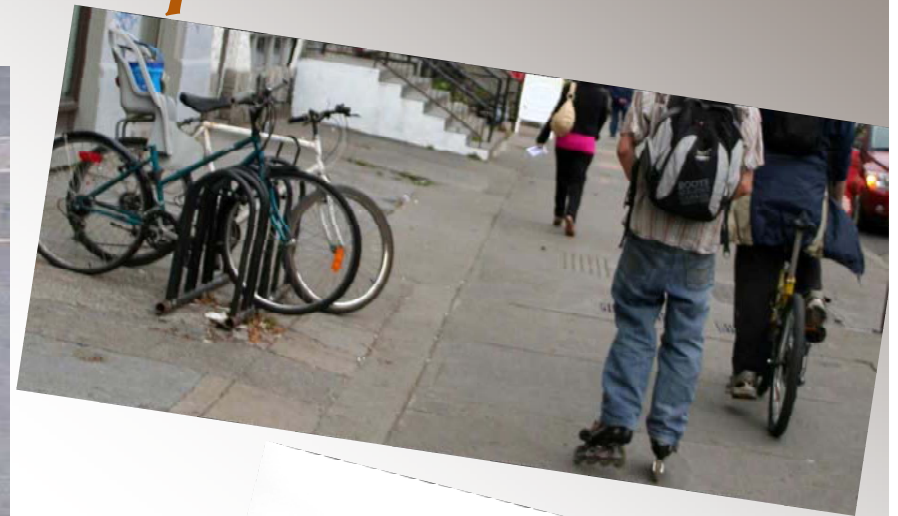


Accessibilité physique

L'accessibilité physique représente la distance à parcourir afin d'atteindre un détaillant alimentaire offrant des aliments de qualité et intègre des considérants de nature diverse qui peuvent être regroupés selon qu'ils soient présents à l'extérieur ou à l'intérieur des commerces : *contraintes climatiques, architecturales, urbanistiques, etc.*



Accessibilité physique *urbanistique*



Le Mile-End est accessible en transport en commun, on y retrouve des voies réservées, et des pistes cyclables. La circulation intense sur plusieurs rues réduit l'accès, de façon sécuritaire, à certains commerces





Accessibilité physique *urbanistique*

Certains commerces vous livreront à domicile vos achats, résolvant ainsi une contrainte pour les personnes à mobilité réduite ou dont le transport des achats pose d'autres difficultés.



GARDER
notre monde
EN SANTÉ

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec





Accessibilité physique *architecturale*

Parfois les allées sont trop étroites pour y déambuler en poussette. Il arrive aussi que les produits soient placés trop haut ou trop bas.

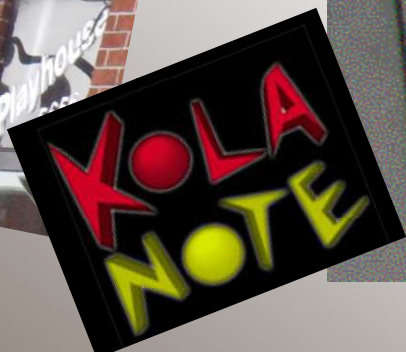


Avez-vous remarqué cette petite marche qui limite l'accès aux personnes en fauteuil roulant ?



Accessibilité légale

L'accessibilité légale s'attarde aux lois et règlements restreignant la vente de certains produits alimentaires, notamment l'alcool





Accessibilité symbolique

L'accessibilité symbolique englobe les notions culturelles, sociales, voire anthropologiques qui favorisent ou inhibent la consommation de denrées particulières



Accessibilité symbolique *les peurs alimentaires*

Des tabous alimentaires relevant de préceptes religieux préconisent certains produits et en interdisent d'autres à l'exemple des produits cachères ou hallal



La tenue impeccable d'une devanture sera associée par amalgame aux conditions hygiéniques prévalent à l'intérieur d'un commerce



Accessibilité symbolique *les habitudes alimentaires*

Selon que vous aurez été socialisés dans une culture ou une famille qui intègre certaines denrées à leur alimentation vous serez tenté ou rebuté par... le pompano, la betterave blanche, le melon canari, le coing ou la pomme grenade, la mayonnaise à la polonaise ou même la pomme Russet





Accessibilité symbolique *les habitudes alimentaires*

Peut-être êtes-vous d'allégeance plutôt végétarienne ou carrément carnivore. Peut-être voulez-vous perdre du poids ou souffrez-vous de diabète. Vos choix alimentaires en seront restreints malgré l'ampleur de l'offre globale de produits



GARDER
notre monde
EN SANTÉ

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec





Accessibilité symbolique *les orientations politiques*

Vous voulez contribuer à
préserver la planète, vous
désirez une plus grande
équité entre les hommes.
Vous pourriez être tenté de
favoriser les denrées
biologiques, les produits
équitables, les produits
locaux ou les commerces
indépendants





Accessibilité symbolique *les appartenances sociales*

Êtes-vous un homme ou une femme ?

Êtes-vous plutôt jeune ou autrement ?

Êtes-vous du type famille ou davantage dragueur ?

Êtes-vous tendance ?

Préférez-vous le rock alternatif ou la musique traditionnelle grecque ?

La réponse à ces questions pourra déterminer en tout ou en partie les commerces que vous favoriserez ou éviterez



Bio-tiful
saura peut-être attirer
le segment
tendance de
la gente
féminine...

GARDER
notre monde
EN SANTÉ

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec





Accessibilité symbolique *les appartenances sociales*

... probablement
moins le bar
Exxxoticca



GARDER
notre monde
EN SANTÉ



On s'attend
sans doute à
retrouver une
clientèle plus
jeune au Taco
Loco qu'au
Nouveau
Palais



Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

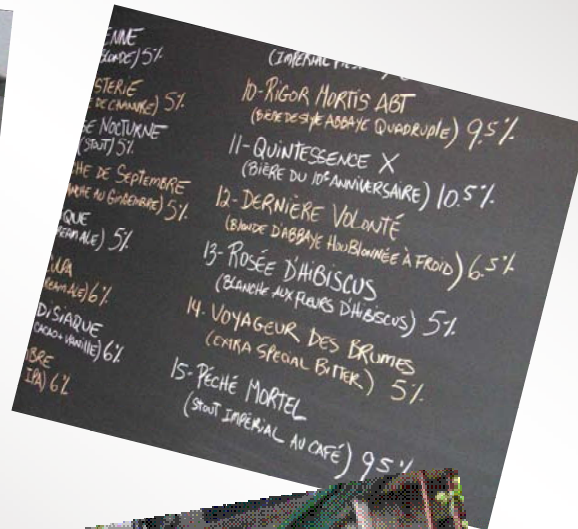
Québec



Accessibilité symbolique *les appartenances sociales*



**Vous êtes tendance :
la cuisine nueva
latina ou la bière aux
fleurs d'hibiscus
sauront peut-être
vous attirer. Mais
vous pouvez tout
autant apprécier vos
classiques (grecs)**



**Mais tous
se rallient
autour du bagel!**





Conclusion

Cette visite fait ressortir que le quartier du Mile-End déborde de commerces alimentaires, diversifiés tant dans le type que dans la variété de denrées qu'ils offrent tout en mettant en lumière que divers facteurs limitent leur accessibilité.

Observant dans un quartier où l'offre, même abondante, n'est pas garante d'accessibilité, qu'en est-il dans les quartiers où la disponibilité est plus limitée ?



La visite du Mile-End a été réalisée à titre de projet-pilote. Cette visite s'inscrit dans un effort d'exploration de modes alternatifs ou supplémentaires d'acquisition et de mise en contexte de données sociosanitaires de toute nature à une échelle locale.



Crédits :

Réalisation conjointe :

Secteur Tout-petits, familles et communauté (TPFC)
et Bureau de soutien à la direction, à la planification et aux partenariats (BSDPP)
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Montréal

Remerciements :

Grand merci à Francine Trickey, responsable du secteur Tout-petits, familles et communauté, qui a permis la collaboration entre les deux secteurs. Un coup de chapeau bien spécial aux collègues qui ont accepté de tenter cette expérience alimentaire ainsi qu'aux commerçants qui ont accepté que nous déambulions dans leur établissement.

Crédits photographiques :

Julie Bédard, Ramana Zanfongnon, Yan Kestens, Louise Hamel et Serge Chevalier.

GARDER
notre monde
EN SANTÉ

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec    