

Les initiatives de kiosques maraîchers pour améliorer l'accès aux fruits et légumes auprès des populations défavorisées atteignent-elles leur cible ? Le cas du Marché solidaire Cadillac

Hébert M.¹, Kestens Y.^{2,3}, Chaput S.⁴, Drouin L.⁵, Mercille G.¹

¹ Département de nutrition, Université de Montréal ² Département de médecine sociale et préventive, École de santé publique de l'Université de Montréal ³ Centre de recherche du CHUM, Santé des populations ⁴ Réseau francophone international pour la promotion de la santé ⁵ CIUSSS du Centre-Sud-de-l'Île-de-Montréal

Contexte

- Plus de 50 % des adultes québécois ne consomment pas assez de fruits et légumes (FL) [1].
- Des inégalités persistent quant à l'accessibilité physique et économique aux FL [2].
- Les systèmes alimentaires alternatifs, tels les kiosques de FL locaux, seraient prometteurs pour améliorer l'accès et la consommation de FL frais auprès des populations défavorisées.
- Aux étés 2016 et 2017, l'organisme *Y'a Quelqu'un l'aut'bord du mur* a opéré le Marché solidaire Cadillac (MSC), un kiosque maraîcher à la sortie du métro Cadillac situé dans l'arrondissement Mercier-Hochelaga-Maisonneuve.
- Caractéristiques de la population de l'arrondissement :
 - 1/3 a un accès nul ou négligeable aux FL frais à distance de marche [3].
 - Près de 1/5 vit sous le seuil de faible revenu [4].



Jardins de production

Crédit photo : YQQ



Marché solidaire Cadillac

Crédit photo : M. Hébert

Objectifs

- 1) Comprendre l'évolution de la fréquentation du MSC entre les saisons 2016 et 2017
- 2) Suivre l'évolution du profil des utilisateurs du MSC entre les saisons 2016 et 2017

Méthode et démarche

- Devis d'étude transversale répétée
- Deux sources de données :
 1. Données de ventes colligées par une application de paiement mobile
 2. Enquête répétée auprès des utilisateurs, recrutement au point d'achat (2016 : n = 214, participation 68 % ; 2017 : n = 151, participation 55 %)
- Variables étudiées

1. Données de ventes

- Ventes totales
- Ventes quotidiennes
- Nombre d'utilisateurs/jour
- Ventes/utilisateur

2. Enquête auprès des utilisateurs

- Caractéristiques sociodémographiques
- Habitudes d'approvisionnement alimentaire
- Achats effectués au MSC
- Accès physique au MSC
- Consommation de FL [5]
- Caractéristiques de l'environnement alimentaire

- Analyses statistiques : Analyses bivariées effectuées avec le logiciel SPSS 25

Références

- [1] Ministère de la Santé et des Services sociaux. (2018). Statistiques de santé et de bien-être selon le sexe - Tout le Québec : Consommation de fruits et de légumes. Repéré à <http://www.msss.gouv.qc.ca/professionnels/statistiques-donnees-sante-bien-etre/statistiques-de-sante-et-de-bien-etre-selon-le-sexe-volel-national/consommation-de-fruits-et-de-legumes/>
- [2] Ministère de la Santé et des Services sociaux en collaboration avec l'Institut national de santé publique du Québec. (2016). La santé de la population : portrait d'une richesse collective. Repéré à <http://publications.msss.gouv.qc.ca/msss/fichiers/2016/16-228-01.pdf>
- [3] Bertrand, L. et Goudreau, S. (2014). Étude sur l'accès aux aliments santé à Montréal : Regard sur le territoire du CSSS Lucille-Teasdale. Repéré sur le site du Directeur de santé publique de Montréal http://www.dsp.santemontreal.qc.ca/ReadAdmin/Documents/Dossiers_Thematiques/Environnement/Acces_aliments/Regard_CSSS_Lucille-Teasdale_Web.pdf
- [4] Montréal en statistiques. (2018). Recensement 2016 - Arrondissement Mercier-Hochelaga-Maisonneuve. Repéré sur le site de la Ville de Montréal : http://ville.montreal.qc.ca/ci/ciportal/docs/PAGE/MTL_STATS_ER/MEDIA/DOCUMENTS/PROFIL_SOCIOID%CSMO_MERCIER%20HOCHELAGA%20MAISONNEUVE%202016.PDF
- [5] Adapté de Shatenstein, B. & Payette, H. (2015). Evaluation of the Relative Validity of the Short Diet Questionnaire for Assessing Usual Consumption Frequencies of Selected Nutrients and Foods Baseline determinants of global diet quality in older men and women from the NuAge cohort. *Nutrients* 7(8), 6362-6374. et de Statistique Canada (2016). Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes (N°3226). Repéré à http://www23.statcan.gc.ca/imdb/b3lnstr_f.pl?Function=assembleInstr&a=1&&lang=fr&Item_id=260675#qb269581
- [6] Blouin, C., Ouedraogo, S., Gélinau, M.-C., Lepage, C., Lo, E., Paquette, M.-C., ... Perron, S. (2019). Intervention économique pour augmenter la consommation de fruits et légumes : étude sur la faisabilité et l'acceptabilité de l'intervention. Repéré à https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2498_intervention_economique_consommation_fruits_legumes.pdf

Résultats

Tableau 1. Fréquentation du Marché solidaire Cadillac des saisons 2016 et 2017

	2016	2017
Ventes totales, \$	3 828,63	22 325,07
Ventes quotidiennes, \$ (moy ± ET)	201,51 ± 84,99	348,83 ± 101,67
Utilisateurs/ jours, \$ (moy ± ET)	44 ± 18	61 ± 15
Ventes/utilisateurs, \$ (médiane)	3,30	4,30

Gras : p < 0,05

Tableau 2. Profil des utilisateurs du Marché solidaire Cadillac des saisons 2016 et 2017

	2016	2017		2016	2017
Habitudes d'approvisionnement alimentaire			Caractéristiques sociodémographiques		
Principal responsable des achats alimentaires du ménage (%)	71,4	72,8	Âge, ans (%)		
Fréquentation du MSC (≥ 1 fois/ semaine)	7,5	40,7	18 – 44	44,9	39,8
Augmentation perçue des achats de FL (%)	11,7	23,2	45 – 64	34,6	39,1
Accès physique au MSC (%)			65 et plus	20,6	21,2
Accès à une automobile (%)	45,8	52,0	Sexe féminin (%)	80,2	78,0
MSC sur l'itinéraire habituel de déplacement (%)	81,3	78,1	Né au Canada (%)	79,0	77,5
Distance domicile-MSC, 100 m (médiane)	7,23	7,03	Salarié ou travailleurs autonomes (%)	65,1	67,1
Achats effectués au MSC			Détenteur d'un diplôme universitaire (%)	38,0	54,3
Montant, \$ (médiane)	3,90	4,78	Revenu du ménage, \$ (%)		
Diversité de légumes, n (médiane)	1	1	< 20 000 – 29 999	32,3	15,9
Diversité de fruits, n (médiane)	0	1	30 000 – 49 999	21,5	21,2
Nombre de portions de FL, n (médiane)	8,59	11,12	50 000 – 79 999	16,4	17,9
			80 000 et plus	14,5	23,2
			Ne sais pas/Refus	15,4	21,9
			Consommation ≥ 5 FL / jour (%)	42,9	53,6
			Environnement alimentaire		
			«Retail Food Environment Index» ≥ 1	75,8	74,8

Gras : p < 0,05

Conclusion et recommandations

Faits saillants

- De 2016 à 2017, le MSC présente un succès et une viabilité économique potentiels, car :
 - ↑ significative des ventes et de la fréquentation
 - Les répondants ont acheté plus en quantité, en diversité et en montant dépensé
 - ↑ de la proportion d'utilisateurs rapportant des habitudes alimentaires positives
- Toutefois, le MSC semble rejoindre des individus plus scolarisés et plus nantis (≠ populations visées)

➡ Les réflexions sur l'intégration de stratégies complémentaires pour rejoindre les populations ciblées doivent se poursuivre (ex. incitatif économique) [6]

Forces

- Données de ventes : comportements d'achats de tous les utilisateurs du MSC
- Inclusion de variables peu étudiées pour établir le profil des utilisateurs (ex. accès physique, environnement alimentaire)
- Utilisation d'outil standardisé pour la collecte de données

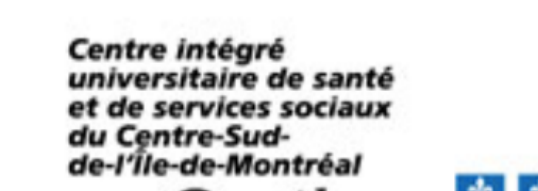
Limites

- Petite taille d'échantillons
- Aucun lien de causalité
- Biais de sélection et de désirabilité probables



Crédit photo : M. Hébert

Remerciements



Cette étude a été financée par Québec en forme (2016) et la Chaire de recherche appliquée en interventions urbaines et santé des populations (2016 et 2017). MH a reçu le soutien financier des Instituts de recherche en santé du Canada (BESC-M 2019- 2020) et du Département de nutrition de l'Université de Montréal. Conflit d'intérêts : Aucun.
Contact : myreille.hebert@umontreal.ca