

**Une dynamique « Circuits courts de mise en marché » qui avance ;  
le cas des marchés publics**

Au tournant des années 2000, on parle encore peu des circuits courts de mise en marché. Les marchés publics reviennent en grâce après quelques décennies de quasi disparition, il y a aussi l'agriculture soutenue par la communauté et les kiosques à la ferme. C'est à ce moment-là que naissent les nouveaux marchés en Chaudière-Appalaches. D'abord à Lévis, puis à Saint-Georges. Quelques années plus tard, leur nombre augmente fortement avant de se stabiliser. La région connaîtra ainsi jusqu'à 9 marchés publics.

C'est que les marchés publics ont retrouvé la cote auprès des consommateurs qui se sont lassés des supermarchés où les produits semblent toujours plus aseptisés. Et puis, une relation directe avec celle et celui qui a élaboré le produit présenté a beaucoup de charme.

Cependant, cet essor des marchés publics est aussi marqué par les premières interrogations sur le modèle. Alors que les consommateurs se font toujours plus nombreux, le nombre de producteurs intéressés par la vente directe dans les marchés publics plafonne. La variété des produits présentés aux consommateurs n'évolue donc guère. De leur côté, les infrastructures alourdissent la charge de travail pour les transformateurs, lesquels doivent, matin et soir, disposer de leurs produits.

L'année 2009 voit démarrer la réflexion sur la relocalisation du marché public de Lévis. Le même type de réflexion se fait jour à Saint-Georges. Elle aboutira dès 2011 avec l'achat d'une bâtisse et sa transformation afin d'accueillir le marché public permanent de Saint-Georges. Le mouvement de consolidation des marchés publics est lancé, et il ne porte pas seulement sur les installations physiques. Les municipalités semblent avoir mesuré l'intérêt du marché public comme service public aux citoyens. Elles tendent aujourd'hui à s'investir dans les projets. Et l'idée d'accueillir le consommateur dans les instances de gestion du marché public n'est plus aussi rejetée.

Si les marchés publics ont un avenir très intéressant, les défis à relever restent nombreux. Il y a encore du chemin à faire pour que chaque marché public soit doté d'installations permanentes de qualité. L'amélioration des infrastructures va entraîner un allongement de leurs périodes d'activité, et une augmentation des volumes d'affaires pour les PME de la Chaudière-Appalaches. Mais encore faut-il recruter de nouveaux producteurs et transformateurs.

Prêtes à devenir partenaires pour les installations, les villes ne souhaitent pas pour autant se mêler de la gestion des marchés. Peut-être est-ce d'ailleurs une bonne chose, qui oblige les acteurs directs du marché à prendre en main leur destinée. Le marché public étant un outil de commerce pour les entreprises, n'est-il pas normal que ces dernières en assument la direction ? Autrement dit, le marché public, comme prolongement des entreprises individuelles, devient l'entreprise collective qui permet à ces dernières de se développer.

Les problèmes quotidiens des marchés publics sont identiques. Il y a donc place, voire obligation, que les solutions soient recherchées collectivement. Le réseau régional des marchés publics de la Chaudière-Appalaches ne peut plus être remis à plus tard. Plus tard est arrivé !