

Université de Montréal

**La Promenade Masson : Une étude de l'évolution du paysage
alimentaire**

Par
Véronique Patry

Département de Géographie
Faculté des Arts et des sciences

Mémoire présenté
en vue de l'obtention du grade de Maîtrise ès sciences
en Géographie

Novembre 2020

© Véronique Patry

Ce mémoire intitulé :

**La Promenade Masson : Une étude de l'évolution du paysage
alimentaire**

Présenté par :

Véronique Patry

A été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Nicole Gombay

Présidente-rapporteuse

Sébastien Rioux

Directeur de recherche

Claude Marois

Codirecteur

Michel Guenet

Membre du jury

Résumé

L'augmentation du coût du logement est un phénomène observé dans plusieurs villes canadiennes et Montréal n'en fait pas exception. À l'intérieur même de la métropole québécoise, cette croissance s'effectue à l'échelle de certains arrondissements comme celui de Rosemont-La Petite-Patrie. En effet, l'augmentation du coût du logement y est significative et amène les chercheurs à parler de gentrification résidentielle. Cette étude approfondit la réflexion de ce processus de transformation socioéconomique du quartier en intégrant l'aspect commercial de la gentrification. En effet, depuis plusieurs années le développement commercial de la Promenade Masson est orienté vers une offre de produits de meilleure qualité, plus raffinés et plus huppés. Par différentes initiatives, les commerçants vont même jusqu'à offrir une expérience d'achat au consommateur pour créer un lien affectif entre ce dernier et le commerce. C'est ce qui nous amène à considérer le paysage alimentaire comme espace dynamique et complexe qui rejoint la conception tripartite de l'espace de David Harvey. Ainsi, nous abordons le paysage alimentaire en considérant les dimensions absolue, relative et relationnelle de ce dernier. Suivant cette mise en contexte, nous nous questionnons sur le lien entre la gentrification commerciale et l'évolution du paysage alimentaire. Aussi, ce projet de recherche identifie 1) l'évolution sociale, démographique et économique du quartier entre 1996 et 2016; 2) l'évolution des commerces alimentaires de la Promenade Masson depuis les années 2000 et 3) la mobilisation du paysage alimentaire par les consommateurs.

Mots-clés : Production de l'espace, gentrification commerciale, paysage alimentaire, Promenade Masson, Rosemont-La Petite-Patrie.

Abstract

The increase in the cost of housing is a phenomenon observed in several Canadian cities and Montreal is no exception. Even within the Quebec metropolis, this growth is taking place in certain boroughs such as Rosemont-La Petite-Patrie. Indeed, the increase in the cost of housing is significant and leads researchers to speak of residential gentrification. This study deepens the reflection of this process of socio-economic transformation of the district by integrating the commercial aspect of gentrification. Indeed, for several years now, the commercial development of Promenade Masson has been oriented towards offering better quality, more refined and more upscale products. Through various initiatives, merchants are even going so far as to offer a shopping experience to the consumer to create an emotional link between the consumer and the business. This is what leads us to consider the food landscape as a dynamic and complex space that is in keeping with David Harvey's tripartite conception of space. Thus, we approach the food landscape by considering its absolute, relative and relational dimensions. Following this contextualization, we question the link between commercial gentrification and the evolution of the food landscape. This research project also identifies 1) the social, demographic and economic evolution of the neighbourhood between 1996 and 2016; 2) the evolution of the food stores on Promenade Masson since the 2000s and 3) the mobilization of the food landscape by consumers.

Keywords: Production of space, commercial gentrification, food landscape, Promenade Masson, Rosemont-La Petite-Patrie.

Table des matières

Résumé.....	3
Abstract	4
Liste des tableaux	7
Liste des figures	8
Remerciements.....	9
1. Introduction	12
1.1. Problématique.....	14
1.2. Méthodologie de recherche	14
1.3. Portée et limites	20
2. L'évolution de l'espace : Rosemont-La Petite-Patrie au fil du temps	22
2.1. La production sociale de l'espace.....	23
2.2. La naissance d'un quartier	30
2.2.1. Le développement économique du quartier	32
2.2.1.1. La colonisation	32
2.2.1.2. L'industrialisation.....	34
2.2.1.3. La désindustrialisation.....	37
2.2.1.4. Le secteur commercial.....	39
2.2.2. L'église dans l'espace.....	43
2.2.2.1. L'aire géographique de la religion : La paroisse	44
2.2.2.2. Le secteur de l'éducation.....	46
2.2.2.3. Le secteur socioculturel	49
3. Entre gentrification résidentielle et gentrification commerciale.....	51
3.1. La gentrification résidentielle.....	52
3.1.1. Rosemont-La Petite-Patrie, le nouveau Plateau?.....	58
3.1.2. Trois marqueurs de gentrification dans Rosemont-La Petite-Patrie.....	62
3.1.2.1. Le logement	62
3.1.2.2. La nouvelle démographie	64
3.1.2.3. La scolarité et l'activité économique.....	66
3.2. Vers la gentrification commerciale	68
3.2.1. La Promenade Masson : une rue commerciale.....	69
4. Le paysage alimentaire et l'espace	78
4.1. Une vision tripartite de l'espace alimentaire	79
4.2. La dynamique de l'offre et de la demande alimentaire de la Promenade Masson	87
4.2.1. Les commerces de détail alimentaires	88
4.2.2. Les commerces de restauration	92
5. Conclusion	98
Bibliographie.....	102

Annexe 1 : Le questionnaire	112
Annexe 2 : Fiche de codification SPSS	113
Annexe 3 : Grille d’entrevue des commerçants	115
Annexe 4 : Grille d’entrevue de la Société de Développement Commerciale	116
Annexe 5 : Certificat d’éthique du comité d’éthique de la recherche en arts et humanités (CERAH)	117

Liste des tableaux

Tableau 1. Horaire de collecte des données	17
Tableau 2. Comparaison des catégories d'âge entre la Ville de Montréal, l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie et le quadrilatère d'étude en 2016.....	65
Tableau 3. Conversion actuelle (2019) des commerces vacants en 2000 sur la Promenade Masson.....	72

Liste des figures

Figure 1. Le tracé du quadrilatère d'étude et la Promenade Masson	13
Figure 2. Portrait de la rue Masson au coin de la 3e Avenue, 1957	42
Figure 3. Portrait de la rue Masson au coin de la 8e Avenue, 2016	43
Figure 4. Localisation des projets immobiliers de 15 unités ou plus depuis 2010	61
Figure 5. Évolution des coûts d'habitation pour les ménages locataires et propriétaires dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie entre 2001 et 2016	63
Figure 6. Évolution du type de commerce présent sur la Promenade Masson entre 2000, 2010 et 2019 (%)	71
Figure 7. Évolution de la proportion (%) des commerces d'alimentation sur la Promenade Masson entre 2000 et 2019	75
Figure 8. Répartition des commerces alimentaires de la Promenade Masson, 2019.....	88
Figure 9. Fréquentation hebdomadaire de l'épicerie principale des répondants en fonction du revenu annuel du ménage	90
Figure 10. Fréquentation hebdomadaire des restaurants en fonction du revenu annuel des ménages	93
Figure 11. Fréquentation hebdomadaire du premier choix de bar et de pub des répondants en fonction du revenu annuel des ménages	95
Figure 12. Fréquentation hebdomadaire du premier choix de cafés des répondants.....	97

Remerciements

Il y a deux ans je débutais ce projet de recherche avec enthousiasme, détermination et, je dois l'avouer un peu d'appréhension. Aujourd'hui, tandis que j'en suis à faire les derniers ajustements, je réalise tout le chemin parcouru et il me semble indispensable de prendre le temps de souligner la contribution de bon nombre de personnes qui m'ont accompagnée dans cette aventure et sans qui ce projet n'aurait pu voir le jour tel qu'il est.

Sur le plan académique, je ne peux passer sous silence le soutien inestimable de mon directeur Sébastien Rioux. Tes conseils, ton temps et tes encouragements m'ont beaucoup guidé à travers ce projet et j'espère garder un peu de ton esprit critique et de ton bon jugement pour la suite. Merci également à Claude Marois qui a codirigé ce projet avec minutie et discernement. Je remercie également la société d'histoire de Rosemont-Petite Patrie, la Société de Développement Commerciale de la Promenade Masson et les participants de l'étude pour leur disponibilité et leur appui dans la réalisation de cette étude.

Sur une note plus personnelle, merci à ma grande sœur Valérie qui a su prendre le recul nécessaire pour me conseiller, m'orienter et parfois oui, me consoler! En temps de crise, tu as été autant indispensable que rassurante. Merci à Marianne, ma meilleure amie, ma plus fidèle acolyte qui, par l'expérience acquise au fil des années, a toujours trouvé les mots justes pour remettre les pendules à la bonne heure. Et il y a mon copain Derek. Je ne suis toujours pas certaine d'être en mesure, par ces quelques mots, de te remercier comme il se doit, mais je veux tout de même essayer. Je te suis reconnaissante d'avoir ouvert la lumière quand il faisait sombre, de m'avoir guidée quand je n'avais plus de repère et d'être le pilier sur lequel je peux m'appuyer. Bref, merci d'avoir bravé la tempête avec moi. Je veux également remercier mes grands-parents Cécile Lefebvre et Jérôme Patry qui n'ont jamais cessé de croire en moi et qui ont toujours su être présents ainsi qu'à mon père, Daniel Patry, qui par son acharnement, son dévouement et sa résilience, s'est avéré être une source constante d'inspiration. Plus largement, je suis reconnaissante envers l'ensemble de ma famille qui de près ou de loin s'est impliquée dans ce projet.

Je remercie aussi mon enseignant de géographie du secondaire, Rock Mercier, qui a fait naître cette passion pour la géographie et la connaissance.

Un merci plus général, mais tout aussi chaleureux à toutes les personnes qui ont cru possible que la jeune fille arrogante et indisciplinée que j'ai un jour été mette ce projet à terme. Aujourd'hui je sais qu'il n'y a pas de questions trop complexes, de projets trop ambitieux ou de montagnes trop hautes qu'elles ne puissent être surmontées. Au contraire, vous êtes la preuve que la réussite de toute chose dépend, dans une certaine mesure, des assises sur lesquels on peut s'appuyer. C'est après avoir écrit ces quelques dernières lignes que je termine ce chapitre de ma vie prête à en commencer un prochain.

*« Ce qui m'émeut si fort de ce petit prince endormi, c'est sa fidélité pour une fleur,
c'est l'image d'une rose qui rayonne en lui comme la flamme d'une lampe,
même quand il dort... »*

*Le Petit Prince
Antoine de Saint-Exupéry*

1. Introduction

Comme d'autres villes canadiennes, Montréal connaît depuis plus de 20 ans, une croissance prononcée des coûts d'habitations résidentiels (Gaudreau, Hébert et Posca, 2020). Loin d'être ciblée, cette flambée des prix concerne tant les locataires que les propriétaires. L'utilisation de la propriété comme une marchandise et la croissance des prix du loyer démontrent combien le capitalisme est au cœur des processus urbains (Harvey, 2010; Gaudreau, 2019; 2020). Dans cette mesure, l'utopie de la ville vers laquelle on tend n'en est pourtant pas une puisque c'est également un lieu d'exclusion et de luttes sociales (Harvey, 2010 p. 183; Harvey, 2011; Smith, 2017). En effet, la ville est un espace où les inégalités sociales se voient particulièrement bien à travers les représentations matérielles et c'est dans cet ordre d'idée que les études sur la gentrification abordent la question du logement. Ainsi, l'étude de la gentrification s'intéresse au remplacement de classe socio-économique populaire par une classe financièrement aisée (Ley, 2009 p. 274). Cette analyse conçoit la ville comme un lieu d'accumulation de capitaux imbriqué dans le système économique capitaliste actuel (Harvey, 2011). Malgré qu'elle soit largement couverte dans la littérature, la gentrification résidentielle n'offre qu'une partie de la réponse aux questions de transformation socio-urbaine.

En effet, il faut savoir que la gentrification correspond également au remplacement des commerces établis dans un secteur gentrifié (Maltais, 2017 p. 33). Moins détaillée dans la littérature, la gentrification commerciale sera ici étudiée comme la suite logique du processus de gentrification résidentielle. En effet, le manque d'études sur la gentrification commerciale ne permet pas de rendre compte de façon holistique la problématique de gentrification puisque cet angle d'analyse ne fait qu'étudier la demande des résidents. Celle-ci étant intimement liée à l'offre il est nécessaire d'aborder l'évolution de cette dernière. De ce fait, la présente étude propose un regard croisé de l'offre et de la demande alimentaire dans un contexte de gentrification.

Dans ce contexte, l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie est idéal comme secteur d'étude : d'une part, plusieurs projets immobiliers réorientent à la hausse le coût du logement ce qui donne un air de gentrification au quartier. D'autre part, la Promenade Masson fait l'objet d'un grand dynamisme commercial depuis une dizaine d'années

(Bélanger et Fortin, 2018; SDC Promenade Masson, 2016). Le long du kilomètre qui la compose, on dénombrait plus de 150 commerces en 2019 et les 60 commerces d'alimentation rendaient ce secteur commercial non négligeable. À l'intérieur de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie, le secteur d'étude est formé de la rue d'Iberville à l'ouest, du boulevard Rosemont au nord, du boulevard Saint-Michel (11^e Avenue) à l'est et du boulevard Saint-Joseph Est au sud (figure 1). Plus spécifiquement, l'artère commerciale qu'est la Promenade Masson est représentée par le tracé bleu pâle dans la figure 1. D'après la Société de Développement Commerciale de la Promenade Masson, cette artère est le lieu de travail de quelques 1 500 employés et dessert une population approximative de 88 000 personnes (SDC Promenade Masson, 2016). Ces chiffres traduisent le rôle crucial de la Promenade Masson dans l'alimentation des résidents de l'arrondissement.

Figure 1. Le tracé du quadrilatère d'étude et la Promenade Masson



1.1. Problématique

L'évolution de l'offre et de la demande alimentaire est un phénomène complexe qui évolue au fil du temps. Dans un contexte où l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie s'est développée au gré des mœurs économiques des époques et où l'on entrevoit les prémises d'une forme de gentrification, différents facteurs sont susceptibles de nuancer la relation entre l'offre et la demande alimentaire. Commercialement très dynamique, la Promenade Masson vit cette métamorphose socioéconomique. De ce fait, la présente recherche place cette artère commerciale au centre des interactions socioéconomiques alimentaires pour en comprendre l'évolution.

Cette étude s'articule autour de la question suivante : dans quelle mesure la gentrification commerciale de la Promenade Masson influence-t-elle le paysage alimentaire des résidents du quartier ? Afin de mieux comprendre la relation qui existe entre l'offre et la demande alimentaire, notre étude poursuit trois objectifs principaux : 1) comprendre comment l'évolution sociale, démographique et économique du quartier a transformé la demande alimentaire entre 1996 et 2016 ; 2) décrire l'évolution de la distribution des commerces d'alimentation depuis 2000 ; 3) déterminer comment le paysage alimentaire est mobilisé par les habitants du quartier.

1.2. Méthodologie de recherche

Au plan méthodologique, notre étude est basée sur trois axes principaux. D'abord, au niveau de la littérature scientifique, trois concepts viennent encadrer notre réflexion : 1) la production sociale de l'espace ; 2) la gentrification ; et 3) le paysage alimentaire. La structure organisationnelle de ce projet de recherche est d'ailleurs organisée autour de ce cadre conceptuel, les trois chapitres étant respectivement fondés sur un des trois concepts. Ainsi, s'appuyant des travaux de Henri Lefebvre (1974) et de David Harvey (2010; 2011), le premier chapitre aborde les aspects fondamentaux de la construction sociale de l'espace et de la production de la ville afin de comprendre les éléments structurants ayant menés à la naissance de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie. Cette évolution du quartier nous offre le contexte nécessaire pour soulever, dans le second chapitre, la question de la gentrification résidentielle et commerciale du milieu et ainsi broser un portrait

socioéconomique de la demande et de l'offre alimentaire en lien avec la Promenade Masson. Le troisième et dernier chapitre s'intéresse plus particulièrement au paysage alimentaire et problématise la nature des interactions entre l'offre et la demande. À partir d'une grille de lecture calquée de la conception tripartite de l'espace de Harvey (2010), notre analyse des données de terrain permet une vision holistique et nuancée du paysage alimentaire de la Promenade Masson.

Le deuxième axe méthodologique concerne la littérature grise. Plus spécifiquement, nous avons travaillé à partir des données de recensements de Statistique Canada et de la Ville de Montréal afin de construire des profils sociodémographiques à diverses échelles géographiques. Ainsi, trois secteurs géographiques ont fait l'objet d'études statistiques, soit la Ville de Montréal, l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie et le quadrilatère d'étude situé autour de la Promenade Masson (figure 1, p. 13). Cette diversité d'échelles géographiques permet une approche plus dynamique et contextuelle des phénomènes étudiés. Également, cette démarche permet de créer un rapport d'échelle entre l'arrondissement et la ville et met en perspective la valeur des indicateurs. Dans le cas de la Ville de Montréal et de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie, les données recueillies proviennent de Montréal en statistiques¹. Le quadrilatère d'étude n'étant pas une division spatiale reconnue ni par la Ville de Montréal ni par Statistique Canada, le Professeur Claude Marois m'a aidé à extraire les données socioéconomiques à partir des aires de diffusion. Ainsi, 36 aires de diffusion ont été retenues à partir des six secteurs de recensements présents autour de la Promenade Masson. Seules les variables pertinentes à la présente étude ont été conservées pour l'analyse ; celles-ci ont été analysées dans le logiciel Excel. De plus, les données d'établissement des commerces utilisées dans le deuxième chapitre ont été fournies par la Société de Développement Commerciale ainsi que la société d'histoire de Rosemont-Petite-Patrie sous la forme de fichier Excel et de relevés historiques².

¹ Montréal en statistiques est une division de l'administration métropolitaine dédiée à la présentation de profils socioéconomiques et sociodémographiques de la Ville de Montréal et de ses arrondissements. Les données utilisées pour les analyses sont prélevées à même statistique Canada.

² Il faut mentionner que la date précise du relevé de données historiques n'a pas pu être établie par la société d'histoire de Rosemont étant donné le décès de l'historien. L'année 2000 utilisée pour

S'il est pertinent de comparer différentes échelles spatiales entre elles, il est aussi judicieux d'observer leur variation temporelle. Ainsi, les années de recensement mobilisées pour étudier le profil socioéconomique de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie (1996, 2001, 2006, 2011, 2016) couvrent une période de 20 ans. À l'échelle plus réduite du quadrilatère d'étude de la Promenade Masson, seulement les données de l'année 2016 ont été extraites. Ce choix méthodologique s'explique par l'exigeante consommation de temps nécessaire pour réaliser la collecte de ce secteur. Faute de temps, il n'a pas été possible d'étendre la collecte de données aux précédentes années de recensement.

Les variables retenues pour brosser un portrait socioéconomique des différentes aires d'études ont été regroupées sous trois catégories d'indicateurs. La première catégorie est celle du logement. Elle s'intéresse aux prix du loyer ainsi qu'à la valeur de l'hypothèque pour les ménages ainsi que sa fluctuation au fil du temps et des aires géographiques. Cette catégorie d'indicateurs est centrale pour démontrer l'importance de l'augmentation des coûts associés au processus de gentrification. La seconde catégorie d'indicateurs traite des composantes démographiques, dont l'âge, le genre des individus ainsi que le nombre de personnes par ménage. Le troisième groupe d'indicateurs englobe les variables de scolarité et d'activité économique, lesquelles permettent de déterminer le niveau de scolarité et le secteur d'emploi des individus habitant les différentes échelles géographiques. Ensemble, ces variables nous permettront de comprendre les dynamiques sous-jacentes à la gentrification du quartier.

Finalement, le troisième axe méthodologique s'appuie sur une étude terrain portant sur trois acteurs clés du quartier : les consommateurs, les commerçants et la Société de Développement Commerciale de la Promenade Masson. Puisque le temps disponible ainsi que l'implication de ces différents acteurs auprès de la Promenade Masson est différent, j'ai adapté la méthode de collecte des données à chacun. Dans le cas des consommateurs, un questionnaire a été utilisé (annexe 1). La construction du questionnaire a été faite afin d'obtenir des informations sur le profil socioéconomique des consommateurs et sur leurs achats alimentaires. Organisé sur une page afin d'optimiser la collecte de données, le questionnaire est composé de quatre grandes sections. La première rassemble des

positionner ces données dans le temps fût établie à partir d'une recherche de l'établissement des commerces identifiés sur la Promenade Masson.

informations factuelles telles que la localisation du point de collecte, la date et la plage horaire de la collecte, de même que le sexe des individus et leur lieu de résidence approximatif. Ici, la collecte de données reposait sur un horaire précis composé de plages horaires (tableau 1) et de points d'échantillonnage préétablis (figure 1, p. 13). Ces points d'échantillonnage ont été répartis sur la Promenade Masson de sorte qu'il y en ait un à l'ouest (1^{re} Avenue), un second au centre (6^e Avenue) et un dernier à l'est (11^e Avenue). Cette disposition a permis une couverture générale du secteur de recherche et une réduction des biais géographiques liés à cette méthode de collecte de données.

Au total, 236 questionnaires ont été remplis, dont 69 au point de collecte situé à l'ouest, 90 au coin de la 6^e Avenue et 77 à l'est (figure 1). Dans le même ordre d'idée, les plages horaires ont été réparties de sorte que chaque point de collecte coïncide avec les trois plages horaires prévues à au moins un moment. Encore une fois, cette répartition des horaires de collectes permet de diminuer les biais liés aux périodes d'achalandage, tout en favorisant une meilleure représentation de la diversité des habitudes de magasinage des consommateurs de la Promenade Masson.

Tableau 1. Horaire de collecte des données

	Lundi (16-09- 19)	Mardi (17-09- 19)	Mercredi (18-09- 19)	Jeudi (19-09- 19)	Vendredi (27-09- 19)	Samedi (28-09- 19)	Dimanche (29-09-19)
10h à 13h			1 ^{er} /Masson		6 ^e /Masson		11 ^e /Masson
16h à 18h		1 ^{er} /Masson	6 ^e /Masson		1 ^{er} /Masson	11 ^e /Masson	6 ^e /Masson
19h à 20h30		6 ^e /Masson			11 ^e /Masson	1 ^{er} /Masson	1 ^{er} /Masson

Les deuxième et troisième sections du questionnaire traitent de la fréquentation des différents types de commerces alimentaires présents sur la Promenade Masson. Afin d'établir une distinction entre les commerces d'alimentation, ceux-ci sont regroupés sous deux grandes catégories : (1) les commerces de détail alimentaires, qui regroupent les

épiceries traditionnelles³, les commerces spécialisés, les magasins généraux et les dépanneurs; (2) les commerces de restauration, qui rassemblent les bars, les cafés et les restaurants rapides et traditionnels. Cette distinction permet une compréhension plus fine des dynamiques de consommation dans le quartier. La quatrième et dernière section du questionnaire porte sur les informations liées à l'âge du répondant, au nombre de personnes habitant le ménage, incluant les enfants, et au revenu annuel du ménage. Ces informations sont pertinentes puisqu'elles permettent de relier un profil de consommation alimentaire à un profil d'individus.

Les réponses obtenues à partir des 236 questionnaires ont été compilées dans un fichier Excel et exportées dans le logiciel d'analyses statistiques SPSS, où les 35 variables du questionnaire ont été codées (annexe 2). Ainsi, chaque possibilité de réponse est reliée à un code numérique. Par exemple, les quatre épiceries repérées dans le secteur d'étude se sont vues attribuées un code numérique unique : Melon Miel (1), Maxi (2), Citron que c'est bon (3) et Poivre et Sel (4). Lors de l'entretien, je demandais au répondant d'identifier l'épicerie qu'il fréquentait le plus sur une base hebdomadaire. Si la réponse était le Melon Miel, alors le code numérique compilé dans la base de données était 1. Ce procédé s'applique à l'ensemble des possibilités de réponses offertes par le questionnaire. Le nombre 99 est systématiquement attribué aux valeurs manquantes pour qu'elles ne soient pas comprises dans les analyses. Les paramètres statistiques utilisés pour la gestion des analyses ont été définis pour chacune des variables. Il est important de préciser que malgré qu'un total de 236 répondants aient participé à l'étude, ce n'est pas toutes les analyses qui se font sur la base de ce nombre. Lors de la collecte des données, certaines informations sont restées sans réponse puisque les répondants n'arrivaient pas à établir quel commerce il fréquentait le plus souvent, par exemple. D'autres ont refusé de répondre à certaines questions, notamment au niveau du revenu annuel du ménage. Bien que ce ne soit pas optimal dans un contexte de recherche, il faut tenir compte de la possibilité de cette réalité dans la collecte de données par interception (Gumuchian et Marois, 2000; Gagnon, 2012).

³ Entre le moment de la collecte de données et la publication de ce mémoire, une épicerie située sur la Promenade Masson a changé de nom. En effet, Citron que c'est bon est devenu Fraîchement Bon. Tout au long de ce mémoire nous utiliserons le nom Citron que c'est bon en priorité et le nouveau nom commercial sera mentionné entre parenthèse.

En ce qui a trait aux commerçants de la Promenade Masson, quatre entrevues semi-dirigées ont été effectuées avec des commerçants représentant autant de catégories commerciales différentes : épiceries, commerces spécialisés, pubs et cafés. En raison d'un manque de disponibilité, il n'a pas été possible de rencontrer un ou des commerçants appartenant à la catégorie des restaurants. Chaque entrevue a duré approximativement une heure et s'est basée sur une grille d'entrevue préalablement établie (annexe 3). Pour les quatre entrevues faites avec les commerçants, les mêmes questions réparties en deux thématiques ont été posées. La première thématique tentait de comprendre la relation qu'entretient le commerce avec la clientèle et les motifs à l'origine de l'établissement du commerce sur la Promenade Masson. Ainsi, le type de clients, les périodes d'achalandage de même que les changements effectués dans le commerce pour répondre aux besoins des clients le cas échéant ont été abordés. La seconde thématique portait sur la relation qu'entretient le commerçant avec la Société de Développement Commerciale de la Promenade Masson.

J'ai également eu la chance de m'entretenir avec la Société de Développement Commerciale de la Promenade Masson (annexe 4). La première partie de l'entrevue fut dédiée à l'histoire de l'organisme et à son implication auprès des clients et des commerçants de l'artère commerciale. Les tendances de consommations ainsi que les défis de la Promenade Masson furent abordés dans la seconde section de cette entrevue. Présent à titre d'organisme à but non lucratif sur la Promenade Masson depuis plusieurs décennies, la Société de Développement Commerciale est un acteur clé du développement de la Promenade Masson. Dans cette mesure, il convient de leur permettre de se prononcer sur les différentes thématiques abordées au cours de l'entrevue. Nous élaborerons davantage le rôle de la Société de Développement Commerciale au cours des trois prochains chapitres de ce mémoire.

Avec le consentement écrit de l'ensemble des participants, toutes les entrevues ont été enregistrées et retranscrites pour en faciliter l'interprétation. Afin de préserver l'anonymat des participants, les participants ont été associés à un code alphanumérique et seront toujours cités sous le genre masculin. Également, cette étude a reçu l'approbation éthique du comité d'éthique de recherche en arts et humanité de l'Université de Montréal (CERAH) (annexe 5).

La production des cartes s'est effectuée avec le logiciel cartographique QGIS (version Desktop 3.8.2 with GRASS 7.6.1). Compte tenu de la localisation du site d'étude, la projection utilisée est NAD1984 Universal Transverse Mercator (UTM) puisqu'elle permet de conserver les surfaces cartographiées. Les données utilisées ont été prélevées à partir de bases de données de la ville de Montréal. Les étapes de production des cartes sont les suivantes. Premièrement, les couches LIMADMIN, GEOBASE et RHN ont été importées dans le logiciel QGIS. Deuxièmement, une nouvelle couche vectorielle ponctuelle a été créée de sorte que les points de localisation des lieux de collecte de données et des commerces alimentaires puissent être localisés. Finalement, la symbologie (légende, code de couleur, etc.) appropriée a été appliquée à l'ensemble des cartes produites.

1.3. Portée et limites

Au cours de ce projet de recherche, trois limites ont été identifiées. La première limite a trait à la taille de l'échantillon des questionnaires. Bien que ce dernier ait permis de recueillir un nombre élevé de réponses, surtout par rapport aux autres méthodes de collecte de données, il n'en demeure pas moins que les 236 répondants de l'étude ne sont pas représentatifs des 88 000 personnes desservies par la Promenade Masson (SDC Promenade Masson, 2016). Deuxièmement, les résultats obtenus concernant la fréquentation hebdomadaire des restaurants et des restaurants-minute ne semblent pas refléter l'importance de l'offre des commerces de restauration sur l'artère commerciale. En effet, la présence de 29 restaurants et restaurants-minute sur les 60 commerces d'alimentation présents sur la Promenade Masson tend à démontrer qu'il y a une forte demande de la population. Or, seulement 37% de l'échantillon étudié affirme fréquenter hebdomadairement un restaurant ou un restaurant-minute. Il n'est donc pas exclu que cette situation soit une conséquence de la première limite décrite dans la mesure où la faible taille de l'échantillon n'a pu permettre de démontrer l'importance de la fréquentation des restaurants et des restaurants-minute sur l'artère commerciale. Troisièmement, le manque d'informations statistiques concernant le quadrilatère d'étude limite l'analyse de l'évolution du secteur. Tel qu'abordé précédemment, l'extraction de ce type de données étant très complexe, il ne fut pas possible de répéter la démarche pour d'autres périodes de recensement que celle de 2016, ce qui limite l'analyse temporelle de ce secteur.

En contrepartie, cette étude propose trois contributions théoriques. Tout d'abord, notre recherche souligne l'importance d'une conception double de la gentrification comme processus à la fois résidentiel et commercial. Cette façon holistique d'aborder la gentrification porte la réflexion de ce processus urbain au-delà d'un changement de classe socio-économique dans l'arrondissement puisqu'elle aborde également les effets commerciaux engendrés par l'arrivée de cette nouvelle population (Maltais, 2017; Fortin, 2019). En effet, le processus de gentrification du quartier est fréquemment corrélé avec une métamorphose de l'offre commerciale. C'est pourquoi nous observons la gentrification résidentielle comme une transformation socioéconomique de l'arrondissement et la gentrification commerciale comme la continuité de la transformation de l'arrondissement. Nuançons toutefois qu'il est possible que ces deux processus de gentrification soient indépendants. Ensuite, peu d'études ont été effectuées dans ce domaine de recherche à l'échelle de l'arrondissement. S'il est pertinent de souligner le travail de recherche du département d'études urbaines et touristiques de l'Université du Québec à Montréal en collaboration avec le Comité logement Rosemont, qui fait état du processus de gentrification en cours dans l'arrondissement montréalais, celui-ci ne traite toutefois pas de la question alimentaire (Bélanger et Fortin, 2018). Dans cette mesure, ce projet de recherche permet de densifier la littérature sur la relation dialectique entre les processus urbains et le paysage alimentaire. Enfin, cette étude développe, suivant les travaux de Harvey (2010), une nouvelle conception du paysage alimentaire comme espace absolu, relatif et relationnel. Si le paysage alimentaire est généralement abordé soit d'un point de vue absolu (Burgoine, 2010) ou relatif et relationnel (Howerton et Trauger, 2017; MacKendrick, 2014 p. 1; Beagan, Power et Chapman, 2015), peu ou pas de travaux soulignent l'importance de ces trois dimensions pour notre compréhension des paysages alimentaires.

2. L'évolution de l'espace : Rosemont-La Petite-Patrie au fil du temps

Si la géographie situe l'espace au centre de son étude, ce n'est que tout récemment qu'elle mise sur une approche holistique du concept (Lévy et Lussault, 2003 p. 436). En effet, avant les années 1950, le concept d'espace est peu utilisé par les géographes et on peine à distinguer « l'espace géographique » de « l'espace astronomique » (Bavoux, 2016 p. 85 ses guillemets). Dès lors qu'on parvient à dissocier l'espace géographique des autres dimensions du terme, les géographes s'affairent à le définir à travers ses dimensions mathématique, quantifiable et absolue. À partir de ce moment, c'est par la tradition euclidienne et les lois universelles qu'on tente d'expliquer le monde. L'idée est d'offrir un modèle de lois universelles fondé sur la science pour répondre aux questions d'organisation spatiale de la société (Rioux, 2013). Ainsi, l'espace est un cadre de référence à l'intérieur duquel il est possible d'y superposer un système de coordonnées qui cartographie et localise les objets (Bailly, Béguin et Scariati, 2016 p. 62). D'après Gregory, la principale critique effectuée à l'endroit de cette démarche géographique est l'élévation d'un concept d'espace universel qui décrirait en tout point le monde dans lequel nous vivons (2009 p. 708). Ainsi, « les relations spatiales seraient définies *entre les objets et les évènements* et non à partir de points fixes d'un système de coordonnées » (Gregory, 2009 p. 708 ses italiques). Cette question sera plus approfondie au cours de la décennie 1970 où l'on amorce un tournant vers l'étude qualitative des phénomènes spatiaux d'où émergera une « nouvelle géographie » (Bavoux, 2016 p. 85). En 1972, Harvey publie l'article « Revolutionary and Counter-Revolutionary Theory in Geography and the Problem of Ghetto Formation » qui remettra en cause la capacité de la géographie « classique » à expliquer les phénomènes urbains (Rioux, 2013). On admet alors qu'il est impossible de définir des lois spatiales puisque le fondement de l'espace est également d'ordre social. Cette nouvelle façon d'envisager l'espace suggère qu'elle dépend à la fois des lois naturelles et des lois humaines (Lévy et Lussault, 2003 p. 816) et « qu'il est essentiel de réfléchir à la nature de l'espace si nous [voulons] comprendre les processus urbains en régime capitaliste » (Harvey, 2010 p. 54).

Une des notions phares de cette nouvelle géographie est celle de production de l'espace (Lefebvre, 1974). Tout au cours de son ouvrage intitulé *la production de l'espace* (1974), Lefebvre propose une vaste réflexion sur la production de l'espace, les mécanismes qui lui sont propres et ouvre la voie à d'autres réflexions (Harvey, 2010; Smith, 2008). C'est dans cette lignée que sont fondées plusieurs revues géographiques telles qu'*Espace géographique* (1972), *Espace et Société* (1970) et *Espace-Temps* (1975), qui mettent de l'avant de caractère social de l'espace (Bavoux, 2016 p. 85). C'est également dans une perspective de production de l'espace que j'aborde l'histoire de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie.

Ce chapitre est composé de deux sections principales. Tout d'abord, la théorie associée à la production de l'espace sera étudiée sous les travaux d'Henri Lefebvre et de David Harvey. À partir de cette théorie, il sera possible de mieux comprendre la production de la ville de même que les dynamiques d'inégalité qu'elle génère. Ensuite, je démontrerai comment l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie est le résultat de la production de la ville et s'insère dans un processus de gentrification. Pour soutenir cet argument, je mobilise deux vecteurs historiquement importants de production de l'espace dans le quartier soit : le développement économique et l'influence religieuse.

2.1. La production sociale de l'espace

Henri Lefebvre, philosophe d'inspiration marxiste, consacre plusieurs écrits à la notion de production de l'espace. La théorie lefebvrienne est basée sur la prémisse que « l'espace social est un produit social » dans la mesure où sa production est utilisée comme médium de la pensée et de l'action. (Lefebvre, 1974 p. 35; Martin, 2006). Dans son argumentation, ce constat est basé sur deux implications. Premièrement, l'espace-nature ou l'espace physique n'est plus au centre de la théorie spatiale et est relégué au rang de *matière première* (italiques dans l'original 1974 p. 39). Il s'agit ainsi de la toile de fond qui permet aux sociétés de produire leur espace. Deuxièmement, chaque société produit un espace qui est le sien. Approprié aux mœurs de l'époque et de l'endroit, l'espace sera produit sur mesure par la société qui la produit (1974 p. 40; Gaudreau, 2013b). Lefebvre conceptualise donc une représentation tridimensionnelle de l'espace qui met en relation les dimensions perçue, conçue et vécue. Spatialement, ces trois dimensions sont comprises par

la pratique spatiale (physique), les représentations de l'espace (mentale) et l'espace de représentation (social), respectivement (italiques dans l'original 1974 p. 42-43). Toutefois, s'il peut s'avérer utile de séparer chacune de ces trois dimensions pour en faciliter la compréhension, Harvey soutient que cette théorie est d'autant plus pertinente lorsqu'elle est soumise à une tension dialectique (2010 p. 66).

Tout d'abord, l'espace perçu correspond aux espaces tangibles, matériels et physiques de la vie et est associé aux pratiques spatiales. Au quotidien, cette dimension de l'espace se traduit par des banalités auxquelles nous sommes habitués et dans un ordre déterminé par la société au fil du temps (Lefebvre, 1974; Gaudreau, 2013a; 2013b). Pour Buire, « la pratique spatiale apparaît comme l'irréductible matérialité du quotidien » (2019 p. 31). On peut donner l'exemple du trajet qu'on emprunte pour se rendre à un endroit régulièrement fréquenté. Cette dimension est autant représentée par le quotidien d'un individu habitant la banlieue que par celui d'une personne située dans le centre-ville tout en n'excluant pas les autoroutes et les chemins qui les relient. À cet effet, il est aisé d'affirmer que la pratique spatiale « associe la réalité quotidienne et la réalité urbaine » (Lefebvre, 1974 p. 48). Pour le formuler autrement, il s'agit de superposer l'emploi du temps au parcours reliant les lieux entre eux. Dans cette mesure, la pratique spatiale est le résultat d'une découverte toujours inachevée de l'espace perçu et explique le comportement des sociétés à l'endroit de leur espace (Gaudreau, 2013b).

Ensuite, l'espace conçu fait référence aux représentations mentales de l'espace qui sont, par définition, abstraites et intangibles comme par exemple, la sphère politique et économique. Cet espace est conceptualisé par la représentation de l'espace. Elle est associée à l'espace des savants puisqu'elle est rattachée aux rapports de production et à l'ordre qui en découle ainsi qu'aux signes et aux codes de la société (Lefebvre, 1974). Avec ses symboles et ses représentations, cet espace est le reflet de la façon dont les individus imaginent leur monde (Gaudreau, 2013b). Elle est produite par une catégorie d'individus issus de la sphère des urbanistes, des planificateurs et des technocrates (Martin, 2006). En outre, la planification et la gestion d'un espace orientent les idées conçues à son endroit. C'est à partir de la représentation de l'espace qu'un lieu s'agence d'une idéologie et qu'un endroit précis est attribué à une activité en particulier (Buire, 2019; Gaudreau, 2013b).

Enfin, l'espace vécu se traduit par l'espace de représentation. Cet espace est associé aux significations qu'un espace représente dans le quotidien des gens. Pour le formuler autrement, l'espace de la représentation correspond à l'espace qui est vécu par les images, les symboles et les émotions (Buire, 2019). C'est la nature intime de la signification d'un espace chargé de toute sorte d'émotion et de souvenir qui teinte la représentation de cet espace ou comment il sera vécu. En opposition avec l'espace perçu considéré objectif, l'espace vécu est défini par son caractère subjectif. Cette dernière dimension de la triplicité de l'espace serait pour Lefebvre à la base du processus puisque l'espace est d'abord vécu et devient conçu par la suite : « c'est dans la rencontre entre la pratique et les conditions sociohistoriques qui s'imposent à elle qu'apparaissent les représentations de l'espace » (Gaudreau, 2013b p. 63).

Ainsi, le modèle proposé par Lefebvre (1974) fait référence aux trois formes que prend l'espace dans le quotidien des individus et qui se recourent entre elles. On peut synthétiser cette théorie par une explication de Lefebvre où il place le corps comme objet d'analyse de la triplicité de l'espace (1974, p. 50). Dans cette optique, l'espace perçu correspond à l'usage qu'un individu fait de ses mains, les gestes utilisés dans le cadre de son travail et à l'extérieur de celui-ci. La relation qu'entretient le corps humain et la nature ou les maladies et les remèdes se réfèrent à l'espace conçu. Toujours dans la métaphore anatomique, l'espace vécu est d'autant plus complexe qu'il est intercepté par la culture et les symboles de représentation du corps (Buire, 2019). Par ailleurs, Gaudreau rappelle que l'espace est le reflet de la société qui la produit (2013b). Or, cet exemple obtiendra des réponses différentes d'une société à l'autre en fonction des mœurs et des traditions qui la composent. Cette interprétation peut également varier dans le temps au sein d'une même société ayant changé au fil du temps. Comme nous le développerons au cours de ce chapitre, l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie est riche de son histoire. De l'époque de la colonisation du territoire jusqu'à aujourd'hui, l'interprétation de cette métaphore corporelle recèle bon nombre de différences. En effet, le travail manuel et les gestes posés (l'espace perçu) seront tantôt dirigés vers le travail de la terre, tantôt vers une chaîne de production. Le paysage évoluera également au fil du temps tout comme les secteurs d'emploi dominant ce qui modulera en permanence la relation entre le corps humain et la

nature (l'espace conçu). Puis, l'évolution de cette société reconfigurera les mécanismes et les symboles de perception du corps (l'espace vécu).

À l'instar de Lefebvre, David Harvey offre une vision tripartite de l'espace où chacune de ses dimensions est soumise à une tension dialectique (Harvey, 2010). Dès ses premiers travaux, Harvey dégage trois dimensions, soit l'espace absolu, relatif et relationnel (2010). Selon ce schéma de pensée, « l'espace n'est ni absolu, ni relatif, ni relationnel en lui-même, mais il peut devenir l'un ou l'autre séparément ou simultanément en fonction des circonstances » (Harvey, 2010 p. 59). Ainsi, l'espace est le produit de pratiques sociales issues d'un contexte précis. Avant d'élaborer sur chacune de ces dimensions, il convient de broser le cadre dans lequel Harvey positionne sa théorie de la production de l'espace. Pour l'auteur, il est essentiel de bien saisir les processus urbains issus du capitalisme si nous voulons comprendre l'espace (Harvey, 2010 p. 54). Considérant le rôle crucial du capitalisme dans la société, il centre ses travaux sur la production de l'espace autour de ce modèle économique. En effet, le capital s'ancre dans l'espace à travers les différentes étapes de production des marchandises alors que la mobilité du capital est permise par la production de marchandises (Gaudreau, 2013b; Boichot, 2009). Ainsi, il est essentiel de comprendre d'abord l'espace pour ensuite saisir les dynamiques d'accumulation du capital puisque c'est à partir de cela qu'Harvey tente de spatialiser l'économie politique marxiste (Rioux, 2013). Avec Marx, Harvey décrit le cycle de la valorisation du capital selon cette formule :

$$A \rightarrow M \{MP, FT\} \dots P \dots M' \rightarrow A + pl$$

Le capital (A) permet de se procurer des marchandises (M) qui sont transformées par différents moyens de production (MP) en addition avec la force de travail (FT) vendue par les ouvriers. La production (P) de ces biens engendre une nouvelle marchandise (M') avec une valeur ajoutée (pl) (Rioux, 2013). Ce détour sur le mode de production capitaliste est pertinent dans la mesure où il indique clairement la nécessité d'une force de travail pour la production de marchandises de consommation. Or, cette force de travail est concentrée dans un lieu de travail et l'expression matérielle de celui-ci est l'usine ou la manufacture. L'acceptation de ce système par la société a engendré une révolution au niveau des moyens

de production et de l'organisation du travail. Les effets de cette organisation sont l'augmentation de la productivité, un meilleur contrôle du rythme de travail et une diminution des coûts de production (Rioux, 2013). Le fordisme est la plus simple mise en application de ce système.

Or, la tendance du système capitaliste à la suraccumulation provoque des cycles de crises qui sont inévitables (Harvey, 2010 p. 218). Pour y répondre, Harvey démontre l'importance de la mobilité du capital comme moyen de gérer temporairement les excédents (2010 p. 219). Ainsi, la possibilité de déplacer les capitaux dans le temps et dans l'espace par les investissements à long terme ou la délocalisation d'entreprise, pour ne citer que ces exemples, permet de surmonter, pour un temps, la crise engendrée par ce même système (Boichot, 2009). Ces mouvements doivent être provoqués pour assurer la pérennité du système et sont identifiés comme le « spatial fix » par Harvey (Gaudreau, 2013b). Boichot définit ce concept par « un nouvel ancrage géographique dans la quête de ressources ou de débouchés, mais aussi le caractère temporaire d'une telle solution » (2009 p. 2). Ainsi, par les différents mécanismes qui le composent, le capitalisme contribue à différencier tant le domaine économique que spatial (Boichot, 2009). Bref, pour Harvey, le capitalisme dicte le pas de la société à partir de l'organisation du travail (2010). Si l'espace est indispensable au capitalisme, ce dernier produit, configure et oriente son organisation au profit de son bon développement. C'est pourquoi l'étude de ce système est un préambule nécessaire à la compréhension de la production de l'espace et des dimensions qui la compose. La démonstration de cette théorie sera faite à Montréal et à Rosemont-La Petite-Patrie dans une section ultérieure du présent chapitre.

C'est donc, à partir de cette structure capitaliste que Harvey (2010) construit sa conception tridimensionnelle de l'espace. Ainsi, l'espace absolu renvoie à la dimension fixe et tangible de Newton, Descartes et à la conception euclidienne de la géométrie traditionnelle (Harvey, 2010). C'est à cette dimension quadrillée, immobile et calculée que l'on fait référence pour cartographier des lieux. Il s'agit donc d'un cadre spatial de référence au travers duquel les individus tracent les lignes de leur propriété, de leur ville et les frontières de leur pays. C'est dans le même ordre d'idée que des lieux tels que Montréal ou Québec peuvent être situés dans l'espace selon un système de coordonnées (Bailly, Bégin et Scariati, 2016 p. 62). Puisque l'espace absolu est celui de la dimension physique,

tangible et objective du terme, il doit être décrit dans des termes tout aussi concrets que ceux qui lui sont imposés par sa nature.

Quant à lui, l'espace relatif est associé au célèbre physicien Albert Einstein en raison de la relation spatiale entre les objets qu'elle implique. Puisque cette relation est externe, « il est impossible de comprendre l'espace indépendamment du temps, et cela implique une modification langagière importante, avec un passage de l'espace et du temps à l'espace-temps ou spatiotemporalité » (Harvey, 2010 p. 55). Afin d'imager cette idée, un exemple utilisé est celui des transports. En effet, la distance séparant Montréal de Québec demeure toujours inchangée en termes d'espace absolu. Toutefois le moyen de transport utilisé pour parcourir cette distance (train, automobile, vélo, etc.) viendra moduler le temps nécessaire pour parvenir du point de départ au point d'arrivée (Rioux, 2013). Il est alors question de la friction exercée entre l'espace et le temps pour parvenir à surmonter cette distance (Harvey, 2010 p. 60). À partir de ce même territoire, on peut créer une multitude de cartographies d'espace-temps selon ce que l'on choisit de représenter (coûts, temps, distance, etc.). C'est d'ailleurs ce que font les applications de localisation géographiques telles que Google maps. En offrant plusieurs choix tant dans les moyens de transport disponibles pour parcourir la distance voulue que dans les possibilités de trajets proposées par l'application, celle-ci démontre le caractère relatif de l'espace. C'est de cette façon qu'on en vient à admettre que l'espace relatif traduit la friction entre l'espace-temps. De plus, l'aspect relatif de cet espace est entendu selon un double sens. D'une part, il doit être compris comme étant relatif en raison de la multitude de géométries d'analyse possible (analytique, descriptive, euclidienne, etc.) (Rioux, 2013 p. 108). D'autre part, puisque la conception relative de l'objet dont il est question est intimement liée au « cadre spatial » de l'individu qui la conçoit (Harvey, 2010 p. 55). Par exemple, à travers l'observation d'une ville, un géographe peut choisir d'observer un bon nombre de phénomènes (le système de transport, la disposition du mobilier urbain, la présence de parcs, etc.), ce qui identifie la première forme de relativité d'analyse. La seconde est la posture prise par le géographe, car elle viendra teinter son analyse dépendamment de s'il s'inscrit dans une tradition d'analyse marxiste, féministe, post capitaliste ou autre. Cette double analyse oblige de considérer à la fois l'objet d'analyse et l'individu qui le relativise (Harvey, 2010).

La troisième dimension de l'espace rassemble les relations internes de l'espace-temps (Harvey, 2010 p. 57). En effet, cet espace est associé à la mémoire d'un endroit selon la relation qu'on entretient avec celui-ci (Rioux, 2013 p. 109). Comme il est ici question de relation, l'exemple utilisé par Harvey pour illustrer cet espace est de demander la nature de la signification d'un espace donné à une personne. Force est d'admettre que la réponse ne peut se trouver que dans la dimension relationnelle de l'espace. Ainsi, la nécessité de l'approche relationnelle provient de l'impossibilité de placer sur une carte des thématiques telles que la mémoire d'un espace ou les sentiments qu'il nous évoque. L'espace absolu étant l'espace du concret, il est impossible de tenter d'y insérer l'abstraction de l'espace relationnel. Cet espace étant teinté par l'expérience intime qu'un individu y entretient, un lieu sera appréhendé en fonction de cette relation. C'est de cette façon que Harvey (2010) offre une vision tripartite de l'espace où la tension dialectique qui réunit ses trois dimensions permet d'analyser un espace autant en superposant celle-ci qu'en les dissociant.

L'étude de la production de l'espace met en lumière le rôle crucial des interactions humaines dans les dynamiques de production de l'espace urbain. C'est dans un contexte de planification urbaine où la ville s'est organisée en faveur de la bourgeoisie et suite aux manifestations de mai 1968 en France qu'Henri Lefebvre publie *le droit à la ville* (1968). Cet ouvrage met en lumière les dynamiques de l'espace urbain des sociétés contemporaines. Il va de soi que la ville abrite des individus issus de groupes sociaux hétérogènes et comme le soutient Harvey, l'urbanisation est un phénomène de classe (2011). Par ailleurs, le système économique actuel place le capital au centre des interactions et la ville est abordée comme un lieu d'absorption des surplus de capitaux qui tend à exacerber les disparités économiques (Harvey, 2011). En effet, on ne voit jamais si bien les inégalités sur le plan de la représentation matérielle que dans la ville. S'affichant comme un lieu d'exclusion, la ville produit donc un tissu d'inégalités sociospatiales (Fournier et Raoulx, 2003). Harvey résume bien ce constat : « la qualité de vie urbaine, de même que la ville elle-même, est désormais une marchandise réservée aux plus fortunés, dans un monde où le consumérisme, le tourisme, les industries de la culture et de la connaissance sont devenus des aspects majeurs de l'économie politique urbaine » (2011 p. 21). Smith renchérit en insistant sur le fait que la méthode employée par la bourgeoisie capitaliste pour

résoudre le problème que constituent les plus démunis dans un contexte de crise du logement est de les déplacer (2017). Le droit à la ville émerge ainsi en réaction aux inégalités urbaines. D'après Harvey, « c'est en outre un droit collectif plus qu'individuel, puisque, pour changer la ville, il faut nécessairement exercer un pouvoir collectif sur les processus d'urbanisation » (2011 p. 8). La gentrification qui prend doucement place dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie force l'intégration de la question du droit à la ville, que nous aborderons plus en détail dans le chapitre prochain.

Bien que la vision tripartite de la production de l'espace offerte par Lefebvre (1974) soit pertinente, cette étude s'appuie davantage sur les travaux de Harvey (2010). Les similitudes entre les deux théories, notamment la conception en trois dimensions de l'espace et la nature de ces celles-ci, rendent toute deux compte du dynamisme et de la complexité de l'espace social. Toutefois, en raison du cadre capitaliste qui structure la vision tripartite de Harvey celui-ci est plus productif pour aborder l'organisation spatiale de Rosemont-La Petite-Patrie. En effet, tel qu'il sera démontré dans les prochaines lignes, la naissance de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie et plus largement de Montréal s'est orchestrée en diapason de l'expansion de l'idéologie capitaliste à partir de la phase d'industrialisation. Puisque ce modèle économique est situé à la base du mode de vie montréalais, notamment en raison du rythme de travail, du rythme de vie et de l'organisation qu'il impose, je suis d'avis qu'il s'agit du cadre théorique de référence appropriée pour cette recherche. C'est dans cette mesure que l'apport théorique de Harvey met en lumière différents mécanismes de production sociale de l'espace et l'évolution de la conception de certains endroits. Dans ce chapitre, nous verrons comment la conversion du paysage agricole en ville, l'évolution de la présence religieuse dans l'espace ou la transformation commerciale de la Promenade Masson sont autant d'exemples se référant à la théorie de la production de l'espace de Harvey.

2.2. La naissance d'un quartier

Depuis la fondation de la Ville de Montréal jusqu'à aujourd'hui, le territoire a grandement évolué et l'histoire de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie remonte à plusieurs siècles. À l'époque, l'occupation du territoire est organisée en « côte ». Cette structure désigne l'orientation perpendiculairement des terres agricoles par rapport au

fleuve Saint-Laurent ainsi qu'aux voies de desserte de l'île de Montréal (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 2). C'est à partir de ce système agricole que sera découpé le territoire montréalais en grands domaines terriens qui deviendront par la suite des municipalités (Marsan, 1974; Brisebois et Delagrave, 2017). En effet, au cours du 19^e siècle, le territoire montréalais est fragmenté en plusieurs petits villages. C'est le cas des trois villages de Saint-Louis-du-Mile-End cadastré en 1846, de Côte-Saint-Louis (1878) et de Côte-de-la-Visitation (1870), qui correspondent au territoire actuel de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie (Brisebois et Delagrave, 2017). La terre Crawford, située au sud de Côte-de-la-Visitation, appartient initialement au cultivateur Alexander Crawford. Sa proximité avec ce qui deviendra plus tard les ateliers Angus en fait une terre convoitée (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 15). C'est au terme de cet intérêt que le domaine passe successivement entre les mains de différents cultivateurs pour ensuite être racheté en 1902 par Herbert Samuel Holt qui la revend l'année suivante à Ucal-Henri Dandurand pour la somme de 100 000\$ (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 15).

S'associant à Holt pour former la Rosemount Land Improvement Company, Dandurand entreprend de subdiviser la terre Crawford et de la revendre en lot à bâtir par la vente à tempérament (Lachance, 2009 p. 35). L'utilisation de ce type de transaction foncière offre la possibilité aux acheteurs d'étendre le prix d'achat du lot en plusieurs paiements, permettant ainsi à plusieurs familles provenant de classes sociales modestes d'accéder à la propriété (Lachance, 2009; Brisebois et Delagrave, 2017). La technique de vente employée par Dandurand agit au même titre qu'un prêt hypothécaire. Les institutions financières de l'époque n'offrant pas ce type de service financier à la classe laborieuse, celle-ci doit alors trouver autrement les fonds nécessaires à l'achat d'une terre. Le promoteur fait alors office de banque vers qui l'acheteur se tourne pour obtenir un prêt et accéder à la propriété (Gaudreau, 2019 p. 122). C'est dans ce contexte que la vente à tempérament proposé par Dandurand constitue une offre intéressante pour les potentiels acheteurs. Concrètement, la mise de fonds des lots était de 10\$ et la balance mensuelle de 5\$ sans intérêt jusqu'au remboursement complet du prêt (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 5). Si les affaires démarrent lentement pour Dandurand, la promotion du territoire n'est pas anodine puisque celle-ci est structurée par la construction et l'ouverture des ateliers Angus

(1904), déjà perçue à l'époque comme un créneau économique important (Lachance, 2009 p. 36; Brisebois et Delagrave, 2017 p. 5).

Après de multiples modifications des cadastres, c'est en 2002 que le territoire prendra le nom de Rosemont-La Petite-Patrie. L'origine du nom de l'arrondissement vient tout d'abord du prénom de la mère d'Ucal-Henri Dandurand : Rose Phillips. Ensuite le suffixe La Petite-Patrie tire son origine du roman autobiographique de Claude Jasmin publié en 1972 (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 2). Voici donc le tableau rapidement brossé de l'histoire cadastrale de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie tel qu'on le connaît aujourd'hui. Nous nous tournons maintenant vers l'étude des quatre phases économiques et de la structure religieuse ayant façonné l'histoire et l'espace du quartier.

2.2.1. Le développement économique du quartier

2.2.1.1. La colonisation

Dans son ouvrage *une histoire de Montréal* (2017), Paul-André Linteau souligne qu'il faut d'abord s'attarder aux facteurs géographiques qui confèrent à la future métropole son importance comme pierre angulaire du développement de la Nouvelle-France. Situé sur l'ancien site de la mer de Champlain, le retrait des eaux a fait émerger l'île de Montréal qui est aujourd'hui bordée au Nord par la rivière-des-Prairies et au sud par le fleuve Saint-Laurent. Les dépôts sédimentaires laissés à la suite du retrait des eaux ont permis aux premiers occupants ainsi qu'aux colons de bénéficier d'un sol très fertile pour l'agriculture. De surcroît, lors de son arrivée en Amérique, Jacques Cartier a pu constater que la situation géographique de l'île de Montréal était idéale (Linteau, 2017). Situé à la confluence du fleuve Saint-Laurent, de la rivière des Outaouais et du Richelieu, ce territoire offre un accès direct au cœur du continent nord-américain ainsi qu'une route vers la ville de New York (Marsan, 1974 p. 23). Ces passages sont tout autant d'arguments économiques favorables au développement de l'île de Montréal. C'est ainsi que, comme beaucoup d'autres villes, la proximité avec un réseau hydrologique aura un impact bénéfique indéniable sur le développement de la métropole (Linteau, 2017; Marsan 1974).

Si le commerce de la fourrure encourage l'exploration du territoire, celui-ci est progressivement défriché pour permettre aux colons de s'établir et de cultiver le sol (Linteau, 2017; Marsan, 1974). Suite à la fondation de Ville-Marie en 1642, des terres sont

distribuées aux occupants par le gouverneur de l'époque, Paul de Chomedey de Maisonneuve (Robert, 2014). Il faut savoir que dans la même année est également mise sur pied la Société de Notre-Dame, une organisation religieuse influente de l'époque ayant pour mission non pas seulement la conversion des Amérindiens au catholicisme, mais aussi la fondation d'une colonie agricole (Linteau 2017 p. 27). Ainsi, le peuplement de l'île s'effectue timidement jusqu'en 1665 où l'on dénombre quelques centaines d'âmes sur le territoire (Linteau 2017 p. 61). L'arrivée des 770 Filles du roi entre 1663 et 1673 et l'établissement d'environ 400 militaires du régiment français de Carignan-Salières en 1668 favorisent l'accroissement démographique de la colonie. Pour encourager l'établissement des militaires sur le territoire, ceux-ci obtiennent un gain financier additionné à un lopin de terre pour les soldats et une seigneurie dans le cas des officiers (Linteau, 2017 p. 62). Il faut rappeler que malgré les efforts déployés par la France pour peupler le territoire, l'établissement des colons sur l'île de Montréal reste difficile en raison des incessantes attaques iroquoises qui ont lieu jusqu'à la signature de la Grande Paix de Montréal en 1701. Ce traité met fin aux conflits entre les colons français et les Iroquois et permet ensuite d'accélérer l'occupation du territoire (Robert, 2014). En 1713, on dénombre environ 4 000 personnes sur l'île de Montréal (Linteau, 2017 p. 61).

Cette phase de colonisation de l'île va de pair avec la prolifération de cultivateurs qui défrichent le sol pour ensuite le cultiver. Ainsi, la culture du blé et de l'avoine succèdera à celle du maïs, des courges, des haricots et des citrouilles, qui sont cultivés depuis plus de 1000 ans par les Iroquois du Saint-Laurent (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 2). L'occupation du territoire est d'abord orientée vers l'autosuffisance des familles et ensuite vers l'alimentation de la ville par l'entremise des surplus agricoles (Linteau, 2017 p. 63). Au fil du temps et du défrichement des terres, les récoltes s'accroissent tout comme la population de la colonie, si bien qu'en 1760 on estime que le territoire montréalais compte approximativement 5 000 citoyens (Marsan p. 72). L'agriculture demeure la principale occupation des habitants de l'île puisqu'approximativement 1 400 agriculteurs sont dénombrés lors de la deuxième moitié du 19^e siècle (Robert, 2014). Un peu moins de 100 ans plus tard, ce nombre chute de 45% (Robert, 2014). Le déclin de l'agriculture vient clore la phase de colonisation, qui débouche alors sur une phase industrielle.

L'évolution du développement de la colonie vers la configuration actuelle du territoire de la ville de Montréal s'inscrit dans une logique de production de l'espace. Pour reprendre les termes d'Harvey, ici l'espace absolu renvoie au découpage de l'île en seigneurie, en lopin de terre puis en côte. La conception de l'espace relatif est possible avec peu de moyens puisque les déplacements se font principalement à pied et dans certains cas, en calèche ou à chevaux. Finalement, l'espace-temps relationnel est largement teinté à la fois de la dimension religieuse, très présente à l'époque, et de la vie agricole aussi très prenante dans le quotidien des colons.

2.2.1.2. L'industrialisation

Le secteur industriel prend le relais d'abord avec l'exploitation des carrières et ensuite avec les manufactures. Tout comme à l'époque de la colonisation du territoire, la dynamisation de ce secteur d'activité économique ira de pair avec la croissance démographique. L'abondance en calcaire du sol montréalais initie l'exploitation des gisements à partir de la fin du 18^e siècle (1780) jusqu'aux premières décennies du 20^e siècle (1930) (Caron, 2002; Brisebois et Delagrave, 2017). L'exploitation des carrières permettra la construction de plusieurs bâtiments de l'actuel centre-ville de Montréal et des quartiers bourgeois de l'époque (Caron, 2002; Brisebois et Delagrave, 2017). Elles sont également à l'origine de la construction de l'église Saint-Édouard située dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie ainsi que la Basilique Notre-Dame (Germond, 2020). Également, la première ligne de Tramway inauguré en 1895, située au nord de la voie ferrée dans l'axe de la rue Saint-Denis, de même que les projets immobiliers incitent les jeunes ménages à s'établir dans l'arrondissement (Caron, 2002 p. 16).

Le chemin des Carrières (aujourd'hui la rue des Carrières), bordé par l'avenue Henri-Julien et le boulevard Rosemont, sillonne au travers du quadrillage rectiligne de la Ville de Montréal. Son toponyme est à l'origine des nombreuses carrières qui ont successivement occupé son sillage au fil des années (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 93). En effet, les carrières se multiplient dans l'arrondissement si bien qu'en 1930, dix carrières sont présentes dans Rosemont-La Petite-Patrie alors qu'au total, la Ville de Montréal en dénombre 15. C'est l'importance de ce secteur économique qui explique l'impact considérable de la crise financière de 1929 sur la population de l'arrondissement. En effet,

lors de la période de la Grande Dépression, l'abondance des carrières s'effrite d'autant plus que l'opinion publique penche en défaveur de l'industrie qui ne génère que peu d'emploi dû à sa forte mécanisation et au coût des produits devenus trop dispendieux (Brisebois et Delagrave, 2017; Caron, 2002). Aussi, les fosses non clôturées combinées à l'accumulation d'eau qui s'y retrouve représentent un danger. C'est dans ce contexte que la Ville de Montréal entreprend entre les années 1920 et 1940 de racheter les carrières pour les transformer en sites d'enfouissement qui seront par la suite aménagés en parcs (Caron, 2002). C'est ainsi que l'ancienne carrière Martineau, aujourd'hui le parc du Père-Marquette, fut rachetée par la Ville de Montréal en 1938 pour la somme de 100 000\$. En plus de rendre sécuritaire l'ancienne carrière, cet investissement a aussi permis le prolongement du boulevard Rosemont jusqu'à la rue de Fleurimont (Caron, 2002).

De façon presque simultanée, l'industrie manufacturière tourne à plein régime. À partir de 1840, l'industrie montréalaise se taille une place dans le marché économique afin de subvenir à la demande des consommateurs pour une production de masse dans certains secteurs d'activité (Linteau, 2017 p. 137). Principalement orientés vers des produits de consommation tels que les chaussures, les tissus, les vêtements, les outils et les produits alimentaires, la présence de ces usines sur le territoire limite les importations. Partout sur l'île de Montréal des usines émergent et offrent du travail aux ouvriers. D'ailleurs, le canal de Lachine a accueilli plusieurs entreprises désireuses de profiter de l'énergie qu'offre l'eau près des écluses ou encore en raison de la facilité associée au transport fluvial (Linteau, 2017 p. 138).

À Rosemont-La Petite-Patrie, si la mise sur pied des ateliers Angus donne le coup d'envoi de l'industrialisation, c'est tout l'arrondissement qui sera, par la suite, inondé de manufactures (Caron, 2002). En effet, l'inauguration des ateliers Angus en 1904 aura un rôle capital sur le développement de l'arrondissement. À cette époque, il s'agit du plus vaste complexe industriel au Canada spécialisé dans le domaine ferroviaire, plus précisément dans la construction et l'entretien de locomotive et de wagons (Lachance, 2009). Au moment de l'ouverture du complexe industriel, on dénombre quelque 3 000 employés. Pendant la Première et la Seconde Guerre mondiale, les ateliers Angus seront aussi sollicités pour la construction d'appareils militaires pour les soldats envoyés au front. Employant à la fois des hommes et des femmes, les ateliers atteindront le nombre record

de 12 000 ouvriers en 1944. En 1945, la capitulation de l'Allemagne nazie occasionne un retour à la normale du personnel avant que s'amorce le déclin progressif de l'entreprise. De ce fait, en 1950 on ne compte plus que 7 000 employés et au début des années 1980 ce nombre a encore diminué pour atteindre 2 500 employés (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 79). D'après Brisebois et Delagrave, « la concurrence des autres modes de transport, le déclin de Montréal comme plaque tournante du commerce au Canada ainsi que l'ouverture de la gare de triage Saint-Luc » officialisent la fin de l'âge d'or de la compagnie (2017 p. 79). Les portes de l'usine ferment le vendredi 13 décembre 1991.

Bien que les ateliers Angus aient été un employeur important pour l'arrondissement, d'autres entreprises issues du secteur industriel fournissent également de l'emploi aux résidents du quartier. Tout comme dans la métropole, on y retrouve autant d'usines de produits de consommation (Slater Shoe, La Parisienne, Hinde et Dauch Paper) que d'alimentation (Coca-Cola, Cadbury et Brasserie Frontenac) (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 90-91). Dans leur ouvrage sur l'évolution de Rosemont-La Petite-Patrie, Brisebois et Delagrave expliquent combien le secteur industriel s'est imposé à titre d'employeur principal dans l'arrondissement. Déjà en 1911, une grande majorité de la population vend sa force de travail à une manufacture ou un chantier de construction du quartier (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 87). En effet, on mentionne de multiples manufactures dont la fabrique de pâte Catelli en activité sur la rue Bellechasse à l'angle de la rue Drolet entre 1911 et 1941. L'usine d'embouteillage Coca-Cola, également située sur la rue Bellechasse au coin des avenues de Gaspé et Henri-Julien, était pourvue d'installations à la fine pointe de la technologie et disposait de six chaînes de montage pouvant produire 576 bouteilles à la minute. Afin d'assurer la production de l'entreprise, l'usine embauchera près de 500 employés entre son ouverture en 1929 et sa fermeture en 1973. De plus, en activité de 1931 à 1973, la Slater Shoe, une manufacture de chaussures, a employé plus de 200 personnes. Puis, sur la rue Holt bordée par les rues des Carrières au nord et Fullum à l'est, on retrouve la General Cigar Co, une entreprise de fabrication de cigare qui, de 1948 à 1975, embauchera plus de 400 employés (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 91).

Tout comme la phase de colonisation du territoire, la révolution industrielle reconfigure l'espace dans une dynamique de production de l'espace. Un paysage agricole et un paysage industriel n'offrent pas le même espace tangible et matériel, réactualisent

l'espace relatif d'autant plus que la relation qu'entretient un agriculteur avec la terre n'est pas celle qui unit l'ouvrier à l'usine (Harvey, 2010; Bailly, Bégin et Scariati 2016). En effet, cette transition n'est pas seulement économique, elle est également spatiale : « *autrefois espace rural et paisible, le territoire devient une bruyante banlieue ouvrière* » (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 87). L'effervescence économique que vit Montréal à partir des années 1960 contribue tant à la densification du centre-ville qu'à l'étalement du parc automobile (Linteau, 2017 p. 277). Sur la couronne nord, la construction de l'autoroute des Laurentides (A 15) permet de desservir Laval ainsi que toutes les nouvelles villes dont le développement est stimulé par cette nouvelle porte d'entrée sur l'île (Linteau, 2017 p. 278). Au sud, la construction du pont Champlain et du tunnel Louis-Hippolyte Lafontaine favorise respectivement l'effervescence de Brossard et de Boucherville sans compter Longueuil qui devient la plus importante ville de la région suite à l'annexion de Jacques-Cartier (1971) (Linteau, 2017 p. 278).

2.2.1.3. La désindustrialisation

Encouragée par la construction des autoroutes au nord et au sud de l'île, la Ville de Montréal connaît dans les années 1950 une phase d'exode de la population vers la banlieue (Bélanger et Fortin, 2018 p. 9; Lachance, 2009 p. 12). En effet, l'intérêt grandissant pour de vastes espaces et la croissance du parc automobile combiné au développement du réseau routier qui accélère les déplacements amorcent le déclin de la population de Montréal et par extension de Rosemont-La Petite-Patrie (Lachance, 2009; Bélanger et Fortin, 2018; Linteau, 2017). Si la banlieue est d'abord résidentielle, l'étalement urbain accueillera par la suite des centres commerciaux et des usines, désireux de rester à proximité de leur main d'œuvre et de leur clientèle (Linteau, 2017 p. 278). Dans la présente étude, il est établi que la désindustrialisation débute lorsque les industries prennent également le chemin de la banlieue ou ferment leurs portes puisque cela engendrera une profonde transformation tant dans l'espace que dans la société (Lachance, 2009 p. 12).

Si la phase industrielle a eu pour résultat la transformation de Rosemont-La Petite-Patrie en une banlieue ouvrière, la désindustrialisation orchestrera une nouvelle reconfiguration de l'espace dans l'arrondissement. En effet, l'espace autrefois utilisé pour les manufactures est désormais vacant et certains bâtiments industriels se voient

reconvertis. C'est notamment le cas de la General Cigar Co. après sa fermeture en 1975, l'usine a été entièrement rénovée en 1996 pour devenir le siège social de la Bibliothèque et Archive nationale du Québec de Rosemont-La Petite-Patrie (BAnQ). L'usine Coca-Cola s'est également attribué une nouvelle vocation suite à la fermeture de l'entreprise. Elle accueille aujourd'hui et depuis 1973 des services municipaux, dont le service de la prévention des incendies et le service d'approvisionnement et de soutien technique de la Ville de Montréal (Ville de Montréal, 2008).

Le changement de vocation des anciennes manufactures amène également un changement dans l'interprétation de l'espace qu'occupe le bâtiment. D'usine de production de cigares pendant près de 30 ans à bibliothèque, le 2275 rue Holt n'a plus la même signification pour les individus du quartier. Si l'espace absolu est demeuré sensiblement le même, il en est autrement de l'espace de la représentation. Ce lieu est imprégné de souvenirs de toute sorte pour les individus y ayant autrefois travaillé et bien que l'espace soit désormais occupé différemment, la mémoire de l'endroit demeure. En contrepartie, une personne n'ayant jamais connu l'usine de cigares aura une tout autre représentation du bâtiment et de sa signification.

Alors que Lamonde et Polèse (1984) soutiennent que le déclin de l'industrie manufacturière est en partie généré par la décentralisation de ce secteur d'activité vers la banlieue, Linteau (2017) rappelle que la fermeture de ces usines est également une conséquence de la crise économique et de la délocalisation de ces entreprises vers des pays en voie de développement. Signe du temps, les industriels cherchent à réduire les coûts de production et trouvent la réponse dans la main d'œuvre plus qu'abordable des pays du sud global. Ce mouvement de capitaux dans l'espace réfère directement à l'argument de Harvey sur la centralité du capitalisme dans notre société (Boichot, 2009). Le marasme économique qu'engendre la période de désindustrialisation amène également son lot de difficultés pour la population montréalaise. En effet, la situation de fermeture et de délocalisation d'industries autrefois situées sur le territoire métropolitain génère du chômage, de la pauvreté liée à la perte d'emploi et de l'incertitude économique pour les ménages.

À Montréal, le bilan de perte d'emploi au cours au cours de la décennie 1970 est lourd. Les travaux de Manzagol (1983) dressent un portrait déficitaire

d'approximativement 35 000 emplois entre 1971 et 1979. Toutes reliées au secteur manufacturier, les pertes d'emploi sont générées soit en raison du mouvement de l'industrie, soit dues aux conditions économiques peu favorables de l'époque. Au cours des décennies de désindustrialisation, le taux de chômage au Québec effectue une courbe en dents de scie, mais ne cesse de croître depuis la période d'après-guerre. D'après Daneau, la main d'œuvre québécoise en chômage a plus que doublé puisqu'en 1950 on dénombrait 63 000 chômeurs et que ce nombre grimpe à 131 000 en 1964 (1966 p. 663). En effet, à l'échelle de la province, le taux de chômage est de 8,7% en 1976, et grimpe ensuite à 11% en 1978. Il redescend l'année suivante à 9,7% avant d'entreprendre une nouvelle pente ascendante jusqu'en 1983 où il atteint 14,2% (CIRANO, 2017). C'est un triste record qu'enregistre la province qui est durement touchée par la crise économique (Linteau, 2017). À titre comparatif, le taux de chômage canadien au cours de la même année est de 12%. Les pertes d'emploi et le taux de chômage élevé donnent un aperçu de la pauvreté du quartier alors qu'une grande partie de la population était embauchée dans une usine. De plus, la faible scolarisation rend difficiles les perspectives d'emploi pour un grand nombre d'ouvriers du quartier (Linteau, 2017 p. 300).

Bien que le secteur manufacturier soit grandement touché par la désindustrialisation, celui-ci ne disparaît pas complètement du paysage économique de Montréal. En effet, les industries sont réorientées vers une production plus automatisée nécessitant une main d'œuvre moins nombreuse, mais plus qualifiée (Linteau, 2017 p. 299). C'est ainsi que s'amorce, près d'un siècle après le début de la révolution industrielle de l'arrondissement, une phase de désindustrialisation qui conduira, par la force des choses, à l'ère commerciale (Brisebois et Delagrave, 2017). Bien que l'ascendance du secteur commercial s'amorce au tournant des années 1980, c'est la fermeture des ateliers Angus, en 1991, qui représente le dernier clou dans le cercueil de l'industrie et officialise la fin de l'ère manufacturière du quartier.

2.2.1.4. Le secteur commercial

Si la période de désindustrialisation a laissé de nombreux espaces vacants dans Rosemont-La Petite-Patrie, le secteur commercial a toujours fait partie du paysage économique de l'arrondissement. De nombreux commerces tels que « Bovet (1940) » le

plus grand magasin pour hommes de toutes tailles », Corbeil Électrique (1949) « le seul vrai spécialiste de l'électroménager », l'épicerie Dionne (1939), le Roi du Smoked Meat (1955) [et] Italmoda (1961) » s'installent de part et d'autre dans l'arrondissement (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 107). De plus, en 1951, la rue Saint-Hubert inaugure la première rôtisserie St-Hubert BBQ puis, en 1973, entre les rues Beaubien et Saint-Zotique on retrouve des commerces tels que Laura Secord et un Steinberg (Robert, 2014). Comme mentionné, la Promenade Masson a depuis toujours une vocation commerciale. Les figures 2 et 3 (p. 42 et 42) témoignent de la présence continue de commerces sur la rue Masson et de l'évolution de ceux-ci. La présence de ces commerces permet aux ouvriers de pourvoir à leurs besoins en matière d'alimentation, d'habillement et d'autres produits de consommation en plus d'être à proximité de l'église Saint-Esprit-de-Rosemont. Cette forte relation commerciale entre les ouvriers et les commerçants de la Promenade Masson a contribué au marasme économique de l'artère commerciale lors de la période de désindustrialisation. En effet, dans les années 1960 et 1970 la situation s'avère difficile sur l'artère commerciale en raison de l'intérêt croissant des consommateurs pour les centres commerciaux ainsi que la désindustrialisation. En effet, le centre commercial Maisonneuve (1960), la Plaza Saint-Hubert (1960) et la place Versailles (1963) sont autant d'exemples qui témoignent de l'effervescence des centres commerciaux de l'époque, et ce, au détriment de la vie commerciale de la rue Masson (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 110). À cette nouvelle tendance s'ajoutent les effets de la désindustrialisation qui contribue aux difficultés financières de la Promenade Masson. Ainsi, la rue commerciale est progressivement délaissée au plus grand bénéfice des centres commerciaux.

Ce déclin progressif de l'effervescence économique de la Promenade Masson fut une source de tension entre les promoteurs immobiliers et les commerçants de la Promenade Masson. Au cours des années 1970 et suite à la fermeture partielle des ateliers Angus, la filiale immobilière du Canadien Pacifique propose l'implantation du projet Marathon (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 110). Ce projet avait pour but de construire le plus grand centre commercial de l'est du Canada, en plus d'accueillir un complexe immobilier rassemblant 1 500 logements sur une partie du site où étaient établis les ateliers Angus (Laferrrière et Vallée, 1998). Conscients des répercussions négatives de ce projet sur la vitalité des commerces situés à proximité, les commerçants de Rosemont expriment

vivement leur désaccord face au projet. Après plusieurs années de protestations, de pressions et de négociations, le projet est finalement abandonné en 1980.

Suite à cet épisode, les commerçants de la Promenade Masson sentent l'importance d'être unis sous une même voix pour faire valoir leur opinion. Ainsi naît, en 1981, la Société d'Initiative de Développement des Artères Commerciales (SIDAC) sur la Promenade Masson. Renommée la Société de Développement Commerciale (SDC), l'association évolue au gré des époques et demeure toujours au service du bien-être commercial des 150 commerces et des 1 500 employés qu'elle représente (Laferrière et Vallée, 1998; SDC Promenade Masson, 2016). Au cours des décennies 1980 et 1990, les commerçants font face à une situation économique précaire liée à la fois à la crise économique qui touche durement la Ville de Montréal, mais également en raison des pertes d'emplois de la population liée à la désindustrialisation précédemment décrite. L'importance des commerces bon marché est telle que la Promenade Masson est alors communément surnommée « la rue du Dollarama ». C'est d'ailleurs ce que constate un participant à l'étude : « avant c'était pas mal le même genre de commerce, des commerces à 1\$ ça y'en avait beaucoup dans le quartier et y'a commencé à avoir de beaux commerces, de beaux restos, de beaux bars, des restaurants intéressants » (Participant A3).

La SDC jouera un rôle important dans la préservation et par la suite la restauration du tissu commercial de la Promenade Masson. Aujourd'hui, elle œuvre à l'harmonisation, à la mise en valeur et au développement de la Promenade qui porte son nom. Elle axe ses interventions sur trois volets, soit le service aux membres, le développement commercial et la vie communautaire (SDC Promenade Masson, 2016). La mise sur pied d'associations commerciales comme la SDC de la Promenade Masson se voit également sur d'autres artères commerciales comme la petite Italie et le Marché Jean-Talon, Laurier Ouest ou encore Fleury Ouest. Depuis 2007, les 20 associations commerciales montréalaises sont regroupées sous l'Association des Sociétés de Développement Commercial de Montréal (ASDCM) (ASDCM, 2020). Convaincu des bienfaits des sociétés de développement commercial sur la vitalité des entreprises qu'elles représentent, l'organisme cherche activement à favoriser leur croissance.

L'implantation de la Société de Développement Commerciale sur la Promenade Masson a eu pour effet de favoriser le dynamisme de la l'artère commerciale par différents

projets, mais également d'en faire un lieu qui dépasse la simple transaction financière. Tel qu'indiqué par un participant de l'étude, « le but c'est de développer un sentiment d'appartenance ou les gens viennent flâner parce que ça sécurise [...] avoir de la vie, avoir des personnes, des personnes âgées, des jeunes des moins jeunes qui sont assis sur un banc qui discutent et qui flânent » (Participant B1). Cette citation met en valeur le caractère relationnel de l'espace qu'est la Promenade Masson. Elle démontre également que par-delà l'espace absolu que représente l'artère commerciale, celle-ci génère aussi un sentiment d'appartenance et développe une expérience commerciale pour les résidents. Tout comme l'indique le participant B1, la Promenade Masson n'a pas comme vocation exclusive la progression économique, mais également la mise en valeur d'une expérience d'achat agréable pour les consommateurs. Cette expérience est possible grâce aux activités de vitalisation de la Promenade Masson par la Société de Développement Commerciale qui seront davantage explorées dans le chapitre prochain.

Figure 2. Portrait de la rue Masson au coin de la 3e Avenue, 1957



Source : SDC Promenade Masson, 2016

Figure 3. Portrait de la rue Masson au coin de la 8e Avenue, 2016



Source : SDC Promenade Masson, 2016

2.2.2. L'église dans l'espace

L'histoire religieuse de Rosemont-La Petite-Patrie remonte aussi loin qu'au début de la colonisation de Montréal. À cette époque, la Société de Notre-Dame, les Jésuites, les Sulpiciens et d'autres congrégations religieuses ont d'abord pour mission de convertir les Amérindiens au catholicisme et ensuite d'offrir un appui spirituel aux colons (Linteau, 2017 p. 68). Au fil du développement économique de Montréal, la religion s'est étendue et a structuré l'espace physique et matériel par le tracé des paroisses et la construction d'églises. L'espace social à travers le rythme de vie des citoyens s'est également accommodé à celui de l'agenda religieux. Cette section sera d'abord consacrée à démontrer le rôle de l'église dans l'organisation et la production de l'espace, notamment par le système paroissial. Ensuite, nous verrons comment la religion s'est intégrée dans les domaines de l'éducation et du secteur socioculturel.

2.2.2.1. L'aire géographique de la religion : La paroisse

En conséquence de la démographie croissante de la colonie, l'arrivée toujours plus abondante de missionnaire rend possible la mise en place de quatre paroisses sur l'île de Montréal en 1678 (Linteau, 2017 p. 68). L'instauration du système paroissiale comme circonscription ecclésiastique permet d'organiser et d'administrer le territoire. Son importance est telle que la paroisse est encore aujourd'hui utilisée comme référence spatiale. Comme l'indique Brisebois et Delagrave, « la création des paroisses allait en effet de pair avec les développements urbains » (2017 p. 21). Par exemple, la terre Crawford, aujourd'hui le vieux Rosemont ou notre quadrilatère d'étude, est entièrement recouverte du cadastre de la paroisse Saint-Esprit-De-Rosemont. Cette dernière est délimitée à l'est par le boulevard Pie IX, au nord par le boulevard Rosemont, à l'ouest par la rue Louis-Hébert et le chemin de fer qui longent la rue Molson jusqu'à la rue Sherbrooke qui trace la limite sud de la paroisse (Diocèse Montréal, 2020). En comparaison, le quadrilatère d'étude couvre les boulevards Saint-Michel à l'est, Rosemont au nord, Saint-Joseph au sud et la rue d'Iberville à l'ouest. L'agencement de ces deux abstractions spatiales démontre le rôle initial qu'a occupé la religion dans l'organisation du territoire qui a, par la suite, été récupéré par les institutions séculaires, avant d'étendre les nouvelles délimitations de l'arrondissement pour former celui que nous connaissons aujourd'hui. Or, cette reprise cadastrale par les institutions municipales n'est pas anodine puisqu'elle démontre combien les vieilles géographies demeurent. De confession catholique, protestante, anglicane musulmane ou bouddhiste, l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie compte quelques 60 lieux de cultes. La paroisse Saint-Esprit-de-Rosemont en dénombre trois et une de ces églises est localisée sur la Promenade Masson (Brisebois et Delagrave, 2017).

Située au cœur de la Promenade Masson, c'est sur cette église que nous concentrerons notre analyse du paysage ecclésiastique. Tel que le souligne Ferretti tout au long de son ouvrage sur l'héritage de l'Église catholique au Québec, l'importance de l'Église dans la vie quotidienne des habitants se reflète sur l'espace public qu'elle occupe (1999). Ainsi retrouve-t-on l'église Saint-Esprit-de-Rosemont et le presbytère entre la 5^e et la 6^e Avenue, au cœur de l'artère commerciale. Depuis sa construction en 1922, l'aura de l'église a largement contribué au développement des bâtiments situés à proximité :

L'église de Saint-Esprit-de-Rosemont et son presbytère ont joué un rôle important comme pôle de développement dans le quartier. Les banques, les immeubles commerciaux et les bureaux construits à proximité dans les années 1920 et 1930 témoignent de la vitalité du quartier. Le tronçon de la rue Masson compris entre la 5e et la 6e Avenue correspond au cœur institutionnel et commercial de l'ancien quartier ouvrier de Rosemont. (Gouvernement du Québec, 2013 p. 1)

Cette situation est intéressante puisqu'encore aujourd'hui ce tronçon est le cœur institutionnel et commercial de la Promenade Masson. Deux banques bordent toujours l'église : la Banque de Montréal au coin de la 5^e Avenue et la Banque Nationale au coin de la 6^e Avenue, juste devant l'église. Sur la 6^e Avenue, dans les locaux situés le long de l'église, sont établis les Chevaliers de Colomb du conseil Ste-Marie ainsi que la société d'histoire de Rosemont-Petite-Patrie. Je formule l'hypothèse que ces diverses institutions se sont établies à proximité de l'Église Saint-Esprit-de-Rosemont en raison de l'attraction structurante du bâtiment dans l'espace. Encore aujourd'hui, l'idée d'être positionné à proximité de l'Église est un argument fort pour certains commerçants. En effet, en expliquant le choix de l'emplacement de son commerce, un participant mentionne que « L'église c'est souvent un lieu de rassemblement pas nécessairement à l'intérieur, mais tsé les places devant l'église [...] quand y'a des places dans un quartier c'est souvent en avant de l'église que ça se passe » (participant A4).

Si l'on repositionne la Promenade Masson à l'échelle d'un village, la place et le perron de l'église s'inscrivent dans une perspective absolue de l'espace et son emplacement au cœur de la Promenade Masson est une analogie de la place centrale qu'elle occupait autrefois dans le quotidien des citoyens. Toutefois, la dimension relationnelle qu'entretiennent les individus à l'encontre de l'Église est toujours très forte malgré que l'hégémonie ecclésiastique ne soit plus d'actualité. D'ailleurs, ce qui lie les individus à l'Église n'est pas tellement le message religieux qui y est véhiculé que le bâtiment et la mémoire du lieu. En effet, l'église Saint-Esprit-de-Rosemont constitue un symbole spatial pour les citoyens, qui se traduit notamment par un lieu de rencontre. Il n'est pas rare de voir des gens, toutes classes socioéconomiques confondues, s'y rencontrer ou utiliser ce lieu pour se repérer dans l'espace, puisqu'il s'agit d'une référence universelle pour les

citoyens. D'autant plus que depuis 2018, du mobilier urbain tel que des bancs, des tables et des chaises a été installé devant l'église pour le confort des piétons. D'après la Ville de Montréal, les piétons « se posent aussi sur les placotours pour lire ou admirer l'église de Saint-Esprit de Rosemont classée site patrimonial » (2018d p. 1). Aussi, la tribune dont bénéficie l'Église lui autorise même une dérogation du règlement municipal. En effet, autour du secteur de la Promenade Masson, le règlement municipal limite à trois le nombre d'étages permis pour les bâtiments (Ville de Montréal, 2005 p. 37). Toutefois, la hauteur de l'église Saint-Esprit-de-Rosemont dépasse largement le nombre d'étages que permet le tissu urbain du secteur.

Bref, la religion s'insère aisément dans chacune des trois dimensions de l'espace de la théorie de Harvey. Premièrement, le tracé de la paroisse Saint-Esprit-de-Rosemont repris presque intégralement pour tracer le vieux Rosemont, notre quadrilatère d'étude, ainsi que le positionnement central de l'Église autour duquel s'est développé un véritable pôle institutionnel et commercial démontre combien l'architecture religieuse est ancrée dans l'espace de l'arrondissement. Deuxièmement, le fait que le perron de l'église se soit agrandi avec du mobilier urbain conçu par la ville pour profiter de l'ambiance générée par l'église Saint-Esprit-de-Rosemont prouve que l'importante relation entre cette dernière et les citoyens s'est perpétuée avec le temps. Bien que la religion n'occupe plus la place d'avant la Révolution tranquille, la signification du lieu reste symbolique pour les individus. Troisièmement, l'emplacement du lieu de culte s'inscrit dans un espace relatif très intéressant puisqu'elle est centrale sur la Promenade Masson. Accessible de plusieurs moyens (marche, vélo, auto, etc.), l'église Saint-Esprit-de-Rosemont reste toujours *près* de la population. En ce sens, l'église demeure un marqueur spatial autour duquel s'organisent les référents spatio-temporels des résidents.

2.2.2.2. Le secteur de l'éducation

L'arrivée de Marguerite Bourgeoys, membre externe de la Congrégation Notre-Dame, sur le continent nord-américain en 1653 initie la relation qui unira l'éducation et la religion pour les siècles à venir (Linteau, 2017 p. 38; Bernier, 2015). À l'époque, comme la mortalité infantile est trop élevée, les premières années de Marguerite Bourgeoys furent consacrées à l'éducation des Filles du roi, notamment quant à leur rôle au sein du ménage

(Linteau, 2017 p. 38; Leclerc, 1989 p. 9). C'est en 1658, dans une grange offerte par Maisonneuve, que se dispensent les premières leçons de Bourgeois alors que l'intégralité du domaine scolaire relève des instances ecclésiastiques de la colonie française (Linteau, 2017 p. 38; Bernier, 2015). Ainsi, « c'est à l'évêque de la colonie que revient la pleine souveraineté en matière d'éducation. En vertu des pouvoirs qui lui sont conférés par l'autorité papale, il approuve la construction de nouvelles écoles, embauche les instituteurs et définit les programmes d'études » (Leclerc, 1989 p. 9). De plus, la Constitution canadienne de 1867 réitère l'autorité en matière d'éducation du secteur confessionnel et l'accorde également aux provinces canadiennes (Pigeon, 2020). L'implication du gouvernement québécois dans l'éducation donne jour au ministère de l'Instruction publique en 1868, qui sera aboli moins d'une décennie plus tard en 1875. Son abolition est le résultat de pressions effectuées par le clergé qui se dit mieux outillé pour dispenser l'éducation à la population et alors le pouvoir sur le domaine scolaire leur est pleinement réaccordé (Pigeon, 2020). Au début du 20^e siècle, malgré que près d'une centaine de collèges classiques masculins ainsi que quelques universités exclusivement réservées aux hommes soient répertoriés sur l'île de Montréal, l'éducation supérieure demeure un luxe et n'est accessible qu'à une minorité de Canadiens français (Pigeon, 2020). Seulement une vingtaine de collèges classiques sont destinés aux femmes et l'école publique dispense des cours portant sur l'enseignement agricole, commercial et ménager pour les jeunes filles (Pigeon, 2020; Ferretti, 1999).

L'émergence de métiers professionnels accessible aux femmes au cours des années 1930 encourage les sœurs de la congrégation Notre-Dame à mettre sur pied des écoles d'infirmières, de service social, de commerce, d'art domestiques et d'enseignement de la musique, et ce, sans support financier du gouvernement (Ferretti, 1999 p. 125). À partir de 1943, l'éducation devient obligatoire pour tous les enfants âgés entre six et quatorze ans dans la province (Marshall, 1996). Au plan social, ce changement de législation donne lieu à une nouvelle structure puisqu'elle assure une scolarisation normalisée à l'échelle de la province pour les enfants, mais également une proximité avec l'enseignement religieux. Au quotidien, le maintien des institutions scolaires sous la tutelle de l'Église contribue à orienter le développement de la société québécoise. En effet, l'éducation de la population par le secteur ecclésiastique permet de véhiculer l'idéologie religieuse et ainsi de perpétuer

dans l'espace les dynamiques valorisées par les autorités cléricales. On pense notamment à la messe hebdomadaire et au mariage, ce dernier étant un passage obligatoire pour accéder à une vie de couple. D'ailleurs, les couples devaient s'inscrire à des cours de préparation au mariage dont les leçons de vie conjugale étaient dispensées par l'Église (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 31). Jusqu'à la Révolution tranquille, les institutions scolaires et plus généralement l'éducation demeurent sous la tutelle de l'église. En effet, c'est en 1964 et suite aux recommandations de la commission Parent, que s'amorce une phase de laïcisation des établissements scolaires (Linteau, 2017 p. 266; Pigeon, 2020). De cette sécularisation s'en suivra une distinction entre le domaine de l'éducation et l'apprentissage de la Bible (Ferretti, 1999). C'est également en 1960 que l'éducation devient obligatoire jusqu'à 16 ans (Marshall, 1996). Signe du temps, elle n'est plus considérée comme un luxe, mais bien un droit fondamental pour la population d'un Québec en plein changement (Pigeon, 2020).

S'il est important de nuancer que l'enseignement était dispensé tant par des religieux que des instituteurs laïques, l'école était cependant fréquemment construite sur un terrain connexe à l'église en plus d'être généralement frappée du même nom que la paroisse (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 25). Dans la paroisse Saint-Esprit-de-Rosemont, un des premiers établissements scolaires fut une chapelle-école à proximité de l'église, rappelant ainsi la grande proximité entre le clergé et l'éducation. Par la suite, des établissements scolaires sont érigés, à la demande des Frères Maristes de Rosemont, en raison de la croissance démographique. C'est d'ailleurs le cas de l'école St-Jean-de-Brébeuf, située sur la rue Dandurand, entre la 5^e et la 6^e Avenue, derrière l'église Saint-Esprit-de-Rosemont. Construite en 1925, cette école est une commande des Frères Maristes de Rosemont (Pépin, 1955). Ce survol de la proximité historique de l'Église et de l'École démontre que celle-ci était alimentée à l'intérieur des murs des institutions scolaires notamment par l'enseignement, mais aussi à l'extérieur de ceux-ci avec la construction des écoles par les autorités ecclésiastiques.

2.2.2.3. Le secteur socioculturel

Au Québec, l'importance de l'église dans les différentes sphères de la vie s'est peu à peu effritée avec le temps (Laperrière, 2007). En effet, à une autre époque, son rôle dans l'organisation du quartier était d'ordre social et matériel. L'espace géographique qu'est la paroisse et l'implication active de l'église dans l'éducation de la population discutée précédemment en témoigne. Aujourd'hui, l'Église occupe davantage un rôle représentationnel et esthétique pour la société. Ainsi, malgré qu'elle n'occupe plus la place centrale d'autrefois, la valeur esthétique, symbolique et représentationnelle associée aux bâtiments ecclésiastiques demeure (Rioux-Hébert, 2005).

De ce fait, l'empreinte religieuse à Rosemont-La Petite-Patrie s'étend dans les secteurs social et culturel des résidents. Comme discuté plus tôt, l'église Saint-Esprit-de-Rosemont et la place centrale qu'elle occupe sur la Promenade Masson vont au-delà du simple positionnement géographique du lieu dans l'espace. En effet, la dimension représentationnelle qui relie le lieu à différent passage de la vie d'une personne (baptême, mariage, funérailles) est teintée d'une gamme d'émotions et de signification qui sont d'ordre culturel. Plusieurs études démontrent l'aspect structurant du patrimoine religieux dans l'espace des individus. D'après Gravari-Barbas, « l'identification d'un groupe à un territoire [s'exprime] essentiellement à travers les éléments patrimoniaux *matériels*, portés par le territoire » (1995 p. 4 ses italiques). C'est ainsi qu'un groupe s'approprie le patrimoine et s'y identifie par la suite. Il devient alors une partie intégrante de l'espace et de sa construction sociale en raison du fort sentiment d'appartenance qu'on y développe (Gravari-Barbas, 1995). L'espace est donc construit autour de l'identification des individus au patrimoine. Une étude sur le patrimoine religieux place l'église Saint-Esprit-de-Rosemont au deuxième rang des 37 églises les plus importantes de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie. Pour 57% des répondants c'est la valeur architecturale et artistique de cette église qui créer un sentiment identitaire à son égard. La valeur identitaire comprise comme l'attachement et l'habitude de fréquentation justifie le choix de 33% des répondants (Rioux-Hébert, 2005). Cette étude démontre que l'Église représente encore aujourd'hui un facteur d'identification socioculturel pour les résidents de l'arrondissement.

Naturellement, il convient de souligner que la production de l'espace dans l'arrondissement ne s'est pas structurée uniquement autour du développement économique et de la religion. D'autres facteurs ont également orienté la production de l'espace dans l'arrondissement. En effet, l'ambiance politique tant à l'échelle municipale, provinciale, nationale qu'internationale pour ne mentionner que cet aspect a contribué toutes époques confondues au développement de Rosemont-La Petite-Patrie. Par exemple, la Révolution tranquille fut animée par un courant idéologique fort du nationalisme québécois. De cette époque émerge une plus grande utilisation de la langue française et la naissance d'un Québec Inc. où de grandes sociétés d'État comme Hydro-Québec deviennent un symbole de la réussite économique francophone. On peut également mentionner la Première et la Seconde Guerre mondiale, qui ont grandement mobilisé la population à l'effort de guerre et ont réorganisé l'espace. Bref, malgré la multiplicité des facteurs qui composent l'espace, celui-ci est un produit d'ordre social et central en milieu urbain.

3. Entre gentrification résidentielle et gentrification commerciale

D'abord introduit par Ruth Glass pour désigner la transition sociale de quartiers londoniens suite à l'arrivée de classes « nobles⁴ » au début des années 1960, la gentrification est désormais présente dans de nombreux milieux urbains notamment, l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie (Glass, 1964; Ley, 2009 p. 274; Bélanger et Fortin, 2018). Alors que ce concept se prête aujourd'hui à différentes démonstrations, les tenants et aboutissants de ce processus varient peu : transformation sociale du quartier, augmentation des coûts d'habitation, déplacement des populations moins nanties vers des quartiers plus accessibles. L'appréhension même de la gentrification est mitigée dans la société et suscite des débats, voire des tensions (Maltais, 2016; Bélanger et Gaudreau, 2013). Pour certains, la gentrification permet d'augmenter la mixité sociale et de favoriser les investissements gouvernementaux dans des installations communes comme les parcs et le mobilier urbain. Pour d'autres, l'arrivée de gentrificateurs dans le quartier constitue l'étape précédant l'éviction de leur logement et de leur quartier (Bélanger, 2019).

Si la gentrification résidentielle est un concept largement mobilisé en géographie urbaine (Ley, 1994; Ley 1996; Smith 1996; Hackworth et Smith, 2000), la gentrification commerciale est beaucoup moins présente dans la littérature bien qu'elle constitue l'envers de la gentrification résidentielle, c'est-à-dire l'offre. Différente de la population traditionnelle⁵, la nouvelle classe moyenne s'agence d'une nouvelle demande de produits (Maltais, 2017). L'arrivée successive d'une population au mode de vie tendance et de commerces répondant aux besoins de cette dernière alimentera le processus de gentrification. Je fais ici référence à des cafés et des pubs qui offriront des produits plus haut de gamme au consommateur, en plus d'une expérience commerciale rehaussée. Le café est alors entendu non pas seulement comme lieu de consommation, mais également comme la démonstration d'un mode de vie (Maltais, 2017 p. 37; Fortin, 2019). Ainsi, la gentrification commerciale est non seulement un marqueur de la gentrification mais

⁴ Le terme « *gentry* », qui désigne la petite noblesse terrienne anglaise, est l'origine de la notion de « gentrification ».

⁵ Pour désigner la population vivant dans le quartier avant l'arrivée de gentrificateurs, plusieurs dénominations sont possibles. Pour la présente étude, nous avons choisi le terme « population traditionnelle » (Bélanger et Fortin, 2018).

également un vecteur la rendant possible (Fortin, 2019). Ce chapitre démontre que l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie et la Promenade Masson se développent à travers une dynamique de gentrification qui reconfigure à la fois la demande des consommateurs et l'offre commerciale.

Pour ce faire nous aborderons la gentrification en deux temps. D'abord, la gentrification résidentielle sera abordée comme un processus de transformation de la demande. Afin de bien comprendre ce processus, nous nous intéresserons aux diverses façons d'appréhender ce concept avant de détailler trois grandes phases de gentrification. En comparant l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie à celui du Plateau Mont-Royal, nous observerons de quelle façon notre aire d'étude s'insère dans un processus de gentrification. Trois arguments socioéconomiques seront mobilisés pour démontrer qu'une forme de gentrification semble se développer dans l'arrondissement soit, le logement, la démographie ainsi que la scolarité et l'activité économique des individus. Ensuite, la gentrification commerciale de la Promenade Masson sera étudiée comme le prolongement du processus de gentrification résidentielle. Ainsi, nous ferons un portrait de l'évolution commerciale de la Promenade Masson depuis les années 2000 jusqu'à aujourd'hui.

3.1. La gentrification résidentielle

Tel que mentionné, le concept de gentrification est introduit dans les années 1960 pour décrire le retour de la noblesse terrienne dans les quartiers centraux de Londres (Glass, 1964). Aujourd'hui très présente dans les villes nord-américaines (Bélanger et Gaudreau, 2013), ce processus de reconquête du centre-ville ne fait pas l'unanimité chez la communauté scientifique pour deux principales raisons. Une première controverse est liée à l'origine soit économique, soit culturelle, de la gentrification (Siou et Blanck, 2011). La seconde controverse est due au fait que pour certains chercheurs la gentrification aura des effets bénéfiques pour le quartier alors que d'autres soulèvent les impacts sociaux néfastes de ce processus sur la population moins nantie (Bélanger et Gaudreau, 2013; Duany, 2001).

Considérant que la gentrification progresse de manière indépendante dans les villes et à travers des mécanismes qui lui sont propres, une définition universelle semble tout à fait inappropriée. En effet, la reprise des quartiers centraux américains par la bourgeoisie documentée par Smith (1996) et la croissance de nouveaux groupes sociaux qui

s'accaparent les habitations gentrifiées de Vancouver (1996) suivent des dynamiques aussi valables qu'unique. Cette section a pour but d'explorer les interventions scientifiques permettant de documenter ce qu'est la gentrification.

Les travaux de Smith (1996) placent les dynamiques d'accumulation du capital au centre du processus de gentrification. Celui-ci est décrit « comme une réponse au phénomène de sururbanisation massive des années 1950 et la promotion de la gentrification du centre-ville, par différentes politiques, est une manière d'attirer les capitaux sous forme d'investissement et d'impôts locaux » (Gervais-Linon, 2006 p. 226). La ville est abordée comme un espace à reconquérir pour la classe moyenne qui avait alors déserté le centre-ville dans les années 1950-1960 pour s'établir en banlieue. L'intérêt grandissant pour la banlieue a eu pour conséquence une diminution de la valeur foncière des quartiers centraux. Puis, avec la saturation du marché immobilier banlieusard, les quartiers centraux sont progressivement reconquis (Fortin, 2019). Cette revitalisation de l'urbain se traduit donc par un mouvement du capital et des classes sociales plus nanties vers le centre (Smith, 1979). D'après Smith, ce mouvement de capitaux génère une rente différentielle de localisation (*rent gap*) (1982; Bélanger et Fortin, 2018 p. 15). L'apparition de ce différentiel constitue une étape clé du processus de gentrification : le changement d'usage de terrains dévalorisés ou en friche constitue une opportunité de profit pour les investisseurs. Bien que nous développerons cet aspect plus loin, mentionnons que l'ancien site industriel des ateliers Angus s'inscrit dans cette dynamique (Bélanger et Fortin, 2017 p. 12). Les travaux de Gervais Linon synthétisent le concept de rente différentielle de localisation qui « décrit la relation entre prix du terrain et le prix de la propriété bâtie et se fonde sur la différence entre les loyers effectivement générés par ces quartiers habités par des populations à bas revenus, et les loyers qui pourraient être perçus si ce quartier était rénové, les immeubles réhabilités ou reconstruits » (2006 p. 226-227). Les différents acteurs impliqués (promoteurs immobiliers, propriétaires, etc.) auraient donc, avantage à investir dans la transformation du paysage urbain (Fortin, 2019). Suivant la logique de l'offre et de la demande, l'engouement d'un quartier suite à sa revitalisation favorisera une augmentation de la valeur foncière (Bélanger et Fortin, 2018). Dans son article « la question du logement », Smith (2017 p. 136) se range du côté de Lefebvre et Harvey en établissant un lien entre le capitalisme et l'urbain.

S'appuyant sur l'exemple de la ville de New York, Hackworth et Smith décrivent un processus de gentrification en trois temps (2000). La première vague débute dans les années 1950 et se termine vers les années 1975. À cette époque, la gentrification sporadique consiste à restaurer le bâti présentant des signes de dégradation dans un contexte économique où le milieu financier ne suscite que très peu d'intérêt. Duany ajoute que cette vague est composée d'une population marginale, d'étudiants et d'artistes ayant un mode de vie tendance (2001; Bélanger et Fortin, 2018). La deuxième vague de gentrification émerge avec la crise financière de la fin des années 1970 qui déferle sur la métropole américaine. La crise immobilière a pour effet de diminuer la valeur foncière des propriétés, ce qui engendre la mise en vente de nombreuses propriétés par des propriétaires incapables de faire face à la crise. Rachetés par des promoteurs immobiliers plus en moyens, ces bâtiments sont rénovés et destinés à être revendus. Contrairement à la phase de gentrification sporadique, les secteurs touchés intéressent désormais les banques et les investisseurs désireux de faire grimper leur capital à la revente ou à la location de ce nouveau bâti. Finalement, la dernière vague de gentrification new-yorkaise théorisée par Hackworth et Smith (2000) débute en 1994 et prend le titre de gentrification généralisée. Celle-ci s'opère principalement dans le centre-ville pour ensuite se propager vers la périphérie, ce qui a pour effet non seulement de transformer les logements, mais aussi plusieurs éléments de l'espace tels que les routes, les bâtiments commerciaux et les lieux historiques (Duany, 2001). Dans cette dernière vague, ce sont les promoteurs immobiliers qui sont les principaux acteurs (Duany, 2001).

Duany (2001) associe chacune des trois vagues décrites par Hackworth et Smith (2000) à un type de transformation au sein du quartier. Ainsi, l'arrivée d'une nouvelle classe socio-économique contrastant avec la population traditionnelle combinée aux restaurations mineures du bâti occasionne une transformation sociale du quartier (Fortin, 2019 p. 14; Duany, 2001). Pour lui, la seconde vague est caractérisée par une transformation économique de l'arrondissement. Sur ce plan les théories de Hackworth et Smith (2000) et de Duany (2001) divergent quelque peu. En effet, pour Hackworth et Smith (2000), cette vague est composée de propriétaires incapables de faire face à la crise économique alors que pour Duany (2001), la population qui compose cette vague dispose d'une bonne position économique. C'est à la troisième vague que les deux théories se

raccordent puisqu'on fait état d'une transformation physique du quartier orchestrée par des promoteurs immobiliers. Hackworth et Smith (2000) comme Duany (2001) évoquent un changement dans le quartier où les bâtiments commerciaux, les devantures des maisons et les espaces publics sont complètement différents de ceux présents avant la première vague. Gervais-Linon (2006) résume la gentrification en soulevant la transformation sociale, économique puis physique du quartier. Pour Bélanger et Gaudreau, la démocratisation de l'accès au logement perpétue un cycle d'augmentation du prix d'habitation (2013). En effet, pour que l'investissement que représente la propriété puisse être rentable celui-ci doit s'accompagner d'une hausse de la valeur du logement (Bélanger et Gaudreau, 2013). Tout comme le démontrent Duany (2001) ainsi qu'Hackworth et Smith (2000), ce phénomène est essentiel au processus de gentrification. Bref, pour Smith la gentrification s'effectue dans un cadre capitaliste et dicte la reconquête de quartiers centraux dévalués au fil du temps par l'engouement de la banlieue.

En contrepartie, Ley s'intéresse davantage à la croissance des nouveaux groupes sociaux pour qui les habitations gentrifiées sont destinées comme élément moteur de la gentrification dans les quartiers du centre-ville de Vancouver (1996). D'après l'auteur, ce renouveau urbain désigne l'établissement de la classe moyenne dans les propriétés rénovées ou réaménagées des quartiers plus anciens du centre-ville anciennement occupé par une population à faible revenu (1994). C'est donc « l'effet cumulatif d'actions individuelles de réhabilitation et de rénovation résidentielle » qui constitue la gentrification (Bélanger et Fortin, 2018 p. 16). Tout comme le décrivent Hackworth et Smith (2000) et Duany (2001), les observations de Ley (1996) indiquent que la gentrification débute par l'arrivée de ménages modestes ayant un style de vie différent qui prendront en charge eux-mêmes les rénovations du logement. L'addition de ces nouveaux ménages dans le quartier encouragera ensuite l'arrivée de commerces destinée à répondre à la demande de la nouvelle population (Ley 1996; Bélanger et Fortin, 2018). C'est à la suite de quoi les populations mieux nanties seront attirées par le quartier en question. Se rattachant à la vision de Ley, Zukin (1987) désigne la gentrification comme une conversion des quartiers socialement marginalisés et de la classe ouvrière du centre-ville vers un usage résidentiel de la classe moyenne. Ainsi, la réhabilitation du quartier s'effectue au moyen d'investissements privés dans les quartiers du centre-ville et des grands centres urbains.

Dans cet ordre d'idée, le processus de gentrification fait référence à la transformation graduelle des quartiers populaires par l'investissement de groupes sociaux appartenant aux couches moyennes et supérieures (Bacqué, 2006).

Dans la littérature française, Lévy et Lussault (2003) rattachent la notion de gentrification à celle de « valeur spatiale ». Cette association conceptuelle est intéressante puisque la valeur accordée à un espace est fondamentale au processus de gentrification. En effet, celle-ci se produit à des endroits précis auxquels une valeur, autrefois absente, leur est désormais attribuée. C'est d'ailleurs ce que Smith décrit par le concept de rente différentielle de loyer précédemment expliqué (1979). Par exemple, pour la première vague décrite par Hackworth et Smith (2000), c'est le potentiel que voient les artistes et les étudiants face au quartier dévalorisé qui les incite à s'y établir. L'expression de leur mode de vie jugé *tendance* sera attrayante pour les vagues suivantes. Ainsi, la valeur de l'espace change au fil des vagues successives de gentrification et attire différents acteurs. Comme nous le fait remarquer Harvey, entre la valeur spatiale et les transformations urbaines, Engels avait bien cerné le processus de gentrification (2011 p. 25) :

L'extension des grandes villes modernes confère au terrain, dans certains quartiers, surtout dans ceux situés au centre, une valeur artificielle, croissant parfois dans d'énormes proportions; les constructions qui y sont édifiées, au lieu de rehausser cette valeur, l'abaissent plutôt, parce qu'elles ne répondent plus aux conditions nouvelles; on les démolit donc et on les remplace par d'autres. Ceci à surtout lieu pour les logements ouvriers qui sont situés au centre dont le loyer, même dans les maisons surpeuplées, ne peut jamais ou du moins qu'avec une extrême lenteur, dépasser un certain maximum. On les démolit et à leur place on construit des boutiques, de grands magasins, des bâtiments publics.

Malgré sa réalité globale, la gentrification demeure un processus difficile à définir de façon universelle, précisément parce qu'elle est le résultat de dynamiques complexes et géographiquement spécifiques (Bélanger et Fortin 2018). Toutefois, certains mécanismes de gentrification s'apparentent à d'autres mécanismes observés dans différents quartiers gentrifés. Ainsi, je tenterai de démontrer comment le processus de gentrification vécu dans

l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie fait écho aux processus observés dans d'autres villes gentrifiées. En effet, les travaux de Smith (1979) abordent la gentrification comme un mouvement de capitaux où ces derniers reviennent dans les quartiers centraux. En raison du contexte capitalisme au sein duquel Smith (1979 ; 1996) développe sa théorie, et considérant que ce modèle économique s'applique à Rosemont-La Petite-Patrie, je crois que cette idée peut être maintenue. Selon sa théorie, la conquête de la banlieue occasionne dans un premier temps une désertion de certains quartiers et par la suite un surpeuplement de la périphérie métropolitaine. La gentrification consiste donc à un retour de cette classe économique dans la ville. Cet aspect est important dans le cas de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie puisque, comme abordé dans le chapitre précédent, on assiste à partir des années 1950 à un exode d'envergure de la classe moyenne vers les grands espaces qu'offre la banlieue (Linteau, 2017). Toutefois, le profil d'acteurs de la première et de la seconde vague semble mieux s'arrimer avec la théorie de Ley (1996) qui décrit une addition de démarches individuelles de rénovation des logements. En effet, pour Hackworth et Smith (2000), la seconde vague est dictée par les investissements de promoteurs immobiliers ce qui ne semble pas être le cas dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie.

De plus, Ley (1996) fait mention d'une dynamique où la gentrification serait d'abord résidentielle et favoriserait ensuite la gentrification commerciale. Cette dernière encouragerait alors l'arrivée de nouveaux ménages appartenant à une classe socioéconomique nantie. Cette dynamique est appuyée par Bélanger et Fortin (2018 p. 33) qui identifient la Promenade Masson comme un lieu de concentration des caractéristiques de gentrification. De plus, les travaux de Maltais sur la gentrification commerciale tendent à indiquer que l'offre commerciale évolue en diapason de la demande commerciale dans un contexte de gentrification (2017). La dernière vague, soit celle des promoteurs immobiliers, décrite par Hackworth et Smith (2000) et Duany (2001), serait présentement en cours d'après le recensement des projets immobiliers de Bélanger et Fortin (2018) que nous aborderons plus en détail dans la prochaine section de ce chapitre. Ainsi, le modèle de gentrification en trois temps décrit par Hackworth et Smith (2000) et appuyé par Duany (2001) peut s'appliquer, en complémentarité de celui de Ley (1996), et moyennant quelques distorsions de ces patrons, à Rosemont-La Petite-Patrie. L'addition de ces

théories permet de brosser un portrait de la gentrification de notre secteur d'étude (Fortin, 2019). La gentrification commerciale, sera plus longuement détaillée dans une section ultérieure du présent chapitre.

3.1.1. Rosemont-La Petite-Patrie, le nouveau Plateau?

Situé en plein cœur de la Ville de Montréal, le Plateau Mont-Royal est connu comme le quartier de référence en matière de gentrification dans la métropole québécoise (Bélanger et Fortin, 2018 p. 33). L'augmentation du coût du logement, l'expulsion de locataires et la fermeture de commerces traduisent le changement socioéconomique de l'arrondissement au fil des années. En parallèle, la désindustrialisation de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie a laissé plusieurs terrains vacants sur lesquels sont aujourd'hui implanté des projets de développement immobilier (Bélanger et Fortin, 2018 p. 12). La technopole Angus, par exemple, est un cas probant de projet immobilier rendu possible suite à la fermeture des ateliers Angus. Ici, la théorie de la rente différentielle de localisation permet de comprendre le rôle de la revalorisation de ces terrains dans la reconfiguration du patron de développement immobilier (Smith, 1982; Bélanger et Fortin, 2018). Ainsi, l'augmentation du coût du logement causé par la saturation du Plateau Mont-Royal combiné à la dynamisation des projets immobiliers de Rosemont-La Petite-Patrie place ce dernier dans une position favorable. En effet, Rosemont-La Petite-Patrie accueille les individus désireux de bénéficier des avantages de l'emplacement du quartier à moindres coûts. C'est d'ailleurs ce que souligne un participant de l'étude, « je dirais la saturation du marché du Plateau Mont-Royal ou l'explosion des prix du Plateau Mont-Royal a poussé des familles à aller plus vers l'est donc vers Rosemont » (Participant B1). Cette hypothèse est soutenue par Bélanger et Fortin qui identifie que les zones où se concentrent certaines caractéristiques de la gentrification⁶ dans Rosemont-La Petite-Patrie se trouvent à proximité d'autres arrondissements gentrifiés comme le Plateau Mont-Royal (2018 p. 33). Aussi, il est intéressant de souligner que plusieurs participants à l'étude aient employé le

⁶ L'étude de Bélanger et Fortin (2018 p. 31) identifie sept caractéristiques pour tenter de mesurer la gentrification. Ces variables sont : (1) la population de 15 ans et plus possédant un grade universitaire; (2) la population active de 15 ans occupant un emploi professionnel; (3), le taux d'activité des femmes de 15 ans et plus; (4) la taille des ménages; (5), la proportion d'enfants de moins de 5 ans; (6) la proportion des ménages non-familiaux; (7) et le revenu médian des ménages.

terme « plateausation » pour décrire la gentrification dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie. L'utilisation de ce terme est un argument fort puisqu'il relie les changements dans le quartier Rosemont-La Petite-Patrie à ceux survenus sur le Plateau-Mont-Royal, aujourd'hui gentrifié. La présente section de ce chapitre vise à démontrer l'avantage financier et immobilier que représente Rosemont-La Petite-Patrie par rapport au Plateau Mont-Royal. Toutefois, il convient de nuancer que le Plateau Mont-Royal ne se gentrifie pas uniformément. En effet, ce sont plutôt certains secteurs qui tendent vers ce processus par exemple, le carré Saint-Louis.

Tout d'abord, les coûts d'habitation sont plus favorables pour les ménages dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie. Le taux d'effort ou le rapport d'abordabilité met en relation le coût d'habitation par rapport au revenu annuel brut du ménage (Rivest, 2008). Ainsi, le logement est jugé abordable si le coût associé à ce dernier n'excède pas 30% du revenu des ménages. Au contraire, si le taux d'effort s'élève à plus de 30% il est considéré comme « moyennement élevé » et il devient un fardeau « très élevé » lorsqu'il excède 50% des revenus du ménage (Rivest, 2008). Les études sociodémographiques effectuées sur le Plateau Mont-Royal démontrent qu'en 2016, 23% des ménages propriétaires consacraient 30% ou plus de leur revenu total aux coûts d'habitation et ce taux s'élève à 44% pour les ménages locataires (Ville de Montréal, 2018b). Au cours de la même année, les coûts mensuels médians pour les propriétaires se chiffraient à 1 342\$ et à 885\$ pour les ménages locataires (Ville de Montréal, 2018b). En comparaison, la Ville de Montréal rapporte qu'en 2016, 20% des ménages propriétaires et 34% des ménages locataires de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie consacraient plus de 30% de leur revenu mensuel total aux frais de logement (2018a). Les coûts d'habitation mensuels médians pour les ménages propriétaires s'élèvent à 1 297\$, comparativement à 734\$ pour les ménages locataires, en 2016 (Ville de Montréal, 2018a). Une analyse de ces chiffres permet de soulever deux constats.

Premièrement, la gentrification touche plus particulièrement les ménages locataires. En effet, tant à Rosemont-La Petite-Patrie que sur le Plateau Mont-Royal, le taux d'effort est plus élevé chez les ménages locataires. À Rosemont-La Petite-Patrie, les ménages locataires dont le taux d'effort est supérieur à 30% sont 14 points de pourcentage plus élevés que les ménages propriétaires. Cet écart est plus grand dans le cas du Plateau Mont-Royal,

puisque c'est 21 points de pourcentage qui sépare les ménages locataires des ménages propriétaires. Or, il est acquis que ce sont les ménages locataires qui sont les plus touchés par la gentrification (Sénécal, Lessard et Hamel, 2017 p. 8). La démonstration du taux d'effort plus élevé chez les ménages locataires renforce l'argument que ce sont les ménages locataires qui absorbent davantage l'augmentation des coûts d'habitation associés à la gentrification. Aussi, puisque la gentrification sur le Plateau-Mont-Royal est plus avancée que celle de Rosemont-La Petite-Patrie, il est possible que l'écart entre le taux d'effort des ménages propriétaires et locataires soit amené à croître dans ce quartier. Le taux d'effort étant plus bas à Rosemont-La Petite-Patrie, cela peut s'expliquer par un coût d'habitation encore abordable combiné à un revenu confortable des ménages, ce qui démontre l'attractivité de l'arrondissement pour une catégorie ciblée d'individus. Deuxièmement, les coûts d'habitation étant moins élevés dans Rosemont-La Petite-Patrie que sur le Plateau-Mont-Royal, cela confère un avantage financier pour les ménages. C'est d'ailleurs cette accessibilité financière qui encourage les jeunes familles à s'établir dans l'arrondissement. Rappelons qu'en 2016, les coûts mensuels médians pour les locataires sont de 885\$ sur le Plateau-Mont-Royal et de 734\$ à Rosemont-La Petite-Patrie, une différence de près de 150\$ par mois. (Ville de Montréal, 2018a; 2018b) Cet aspect budgétaire n'est pas négligeable considérant l'ensemble des dépenses mensuelles qu'un ménage doit assumer.

Ensuite, combiné à l'accessibilité économique du logement, le grand nombre de projets immobiliers établis dans Rosemont-La Petite-Patrie offrent un espace de vie pour la nouvelle classe moyenne. L'espace libéré par la désindustrialisation est converti, dans certains cas, en terrain pour le développement immobilier. Ces projets immobiliers sont composés principalement de condos, d'après le recensement de Bélanger et Fortin (2018 p. 12). Pour les chercheurs, « le développement de ces espaces pourrait répondre à des attentes et des besoins d'une population aux caractéristiques et au mode de vie différents des résidentEs de longue date du quartier et favoriser la gentrification » (Bélanger et Fortin, 2017 p. 12). Dans un reportage sur la gentrification de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie, Louis Gaudreau explique cette situation par le fait que le condo est présenté comme une forme d'habitation associée à un style de vie urbain et haut de gamme avec des activités comme les sorties aux restaurants et la fréquentation de certains pubs et cafés branchés (Laganière, 2017). Toutefois, ce mode de vie n'est pas accessible pour tous.

L'inventaire des grands projets immobiliers dressé par Bélanger et Fortin (2017) fait état de plusieurs projets immobiliers⁷ (figure 4).

Figure 4. Localisation des projets immobiliers de 15 unités ou plus depuis 2010



Projets construits depuis 2000

	Fin prévue
1. Rosemont les quartiers 90 unités condos, 700 unités locatives, 125 chambres	2015-2017
2. Habitations Loggia-Pélican 179 unités locatives	2015-2017
3. MUV Condos 350 unités condos	2015-2017
4. Angus avenue du Mont-Royal 383 unités condos	2015-2017
5. U31 400 unités condos	2014-2018
6. Loft Angus 76 unités condos	2014
7. Condos Cité-Nature 1400 unités condos	2012-2014

Projets en construction

	Fin prévue
8. Unicité Rosemont 149 unités mixtes	2020
9. Angus Nord 200-250 unités condos	SD
10. Technopôle Angus 350 unités condos, bureaux, commerces	2020

Sources:
D'après la carte d'Alex Fortin 2016
Ville de Montréal 2016, 2020
Technopole Angus 2017

Réalisation:
Marianne Turcotte-Plamondon, 10-2020.

⁷ Dans l'étude de Bélanger et Fortin (2018) il est précisé que cet inventaire exclut les petits projets locatifs de moins de 15 logements ou condominiums. Cette décision fût prise en raison de l'important travail que représente ce dénombrement.

3.1.2. Trois marqueurs de gentrification dans Rosemont-La Petite-Patrie

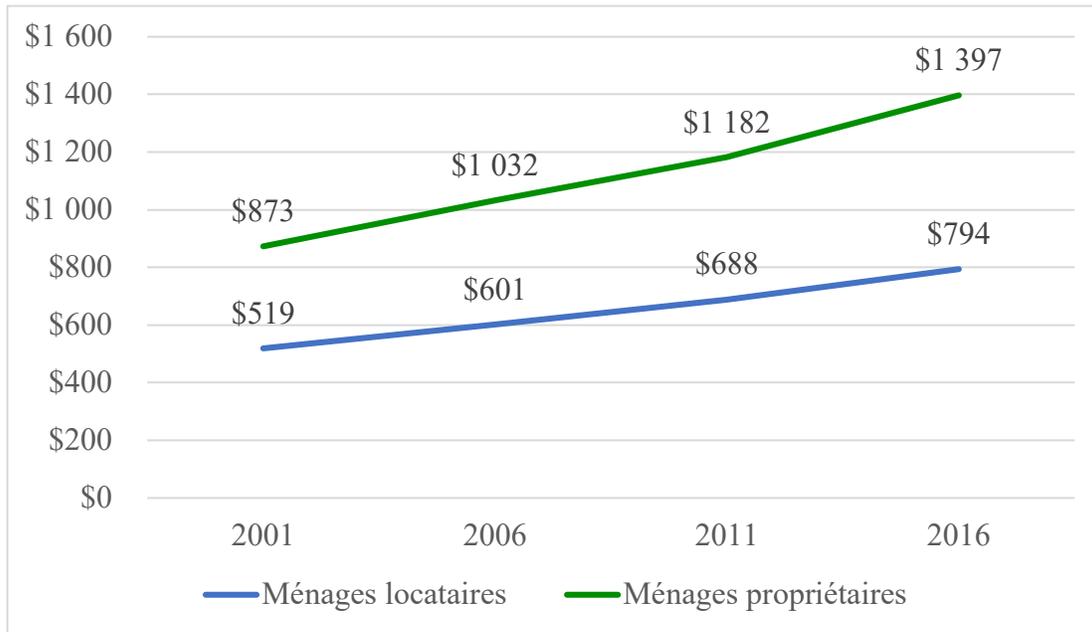
Dans la présente étude, trois groupes d'indicateurs sont mobilisés pour démontrer que l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie suit un processus de gentrification. En premier lieu, les coûts d'habitation seront observés puisqu'ils représentent un important marqueur de gentrification (Fortin, 2019). En effet, entre 2001 et 2016, on constate une augmentation du coût du logement tant pour les ménages locataires que propriétaires dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie. En second lieu, la démographie de l'arrondissement s'avère être un marqueur de gentrification dans la mesure où le changement d'une population traditionnelle vers la nouvelle classe moyenne tend à réduire la taille des ménages. En dernier lieu, le profil scolaire et professionnel sera étudié comme un marqueur additionnel de gentrification en raison de la scolarisation et du domaine professionnel de la nouvelle classe moyenne. Ces trois groupes d'indicateurs sont autant d'arguments pour soutenir l'hypothèse que le développement de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie s'inscrit dans un processus de gentrification.

3.1.2.1. Le logement

Comme le démontre l'exemple comparatif du Plateau Mont-Royal et de Rosemont-La Petite-Patrie, le coût du logement est un marqueur fondamental de la gentrification. C'est la rénovation ou la réhabilitation du bâti par l'investissement de capitaux qui transforme un quartier traditionnel en un quartier gentrifié (Smith, 1979; 1982; Bélanger et Fortin, 2018). Ainsi, pour les locataires, le coût moyen du logement dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie est passé de 519\$ en 2001 à 794\$ en 2016 (Ville de Montréal, 2004; 2018a). Cette augmentation représente une hausse du coût moyen du logement locatif de 275\$ en l'espace de 15 ans (figure 5, p. 63). Cette augmentation est d'autant plus marquée pour les ménages propriétaires. En effet, les coûts mensuels moyens associés au logement pour les ces derniers étaient de 873\$ en 2001 et ont grimpés à 1 397\$ à 2016 (Ville de Montréal, 2004; 2018a). L'écart entre ces deux années d'analyses est de 524\$, soit près du double de l'augmentation connue pour les ménages locataires au cours de la même période (figure 5). De plus, l'augmentation de la valeur moyenne du logement dans l'arrondissement est également un indice de la gentrification du quartier. En effet,

celle-ci a plus que triplé entre 2001 où la valeur était de 139 486\$ et 2016 qui chiffre la valeur moyenne du logement à 424 521\$.

Figure 5. Évolution des coûts d'habitation pour les ménages locataires et propriétaires dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie entre 2001 et 2016



Sources : Ville de Montréal, 2004 ; 2007 ; 2014b et 2018a.

Comparativement aux coûts moyens et médians d'habitation, la proportion de ménage consacrant 30% ou plus de leur revenu total aux coûts du logement diminue entre les mêmes dates. Ce taux est passé de 23% à 20% entre 2001 et 2016 pour les ménages propriétaires, et de 35% à 34% pour les ménages locataires durant la même période (Ville de Montréal, 2004; 2018a). Dans le quadrilatère d'étude, la proportion moyenne de ménages consacrant plus de 30% de leur revenu au logement, en 2016, est de 14% pour les ménages propriétaires et de 35% dans le cas des ménages locataires. Bien que la proportion de ménages consacrant plus de 30% de leur revenu aux frais de logement ait légèrement diminué dans l'arrondissement, celui-ci reste tout de même élevé dans le cas des ménages locataires, et ce, particulièrement dans le quadrilatère d'étude. En effet, cela indique que plus du tiers des ménages de l'arrondissement ont un taux d'effort moyennement élevé ou très élevé (Rivest, 2008). Pour le comité logement Rosemont, cette situation, combinée à

l'augmentation rapide des coûts d'habitation, engendre l'appauvrissement et la dégradation de la qualité de vie de la population déjà présente dans l'arrondissement (2018 p. 10)

Depuis toujours, Rosemont est un quartier de locataires. En 2016, 68% des personnes qui habitaient dans le quartier louaient leur logement, contre 70% en 2011 et 72% en 2006. En 10 ans, c'est donc plusieurs milliers de logements locatifs qui ont disparu. À l'inverse, le nombre de ménages propriétaires ne cesse d'augmenter ce qui témoigne très clairement que Rosemont se gentrifie. (Comité logement Rosemont, 2018 p. 10)

D'après le comité logement Rosemont, la gentrification de Rosemont-La Petite-Patrie ne se voit pas seulement à travers l'augmentation du coût du logement, mais également dans le changement du type de logement. En ce sens, la transformation du logement locatif en condo rejoint l'argument de Bélanger et Fortin (2017) pour qui la construction de plusieurs projets immobiliers est un indice de gentrification dans le quartier.

3.1.2.2. La nouvelle démographie

La société d'habitation du Québec fait état d'un profil démographique associé à la gentrification (Sénécal, Tremblay et Teutel, 1990). Ce profil est caractérisé par une population jeune et de ménages de faibles tailles composées de personnes seules ou de couples sans enfants. Le tableau 2 (p. 65) démontre que les personnes issues de la catégorie d'âge entre 25 et 49 ans sont proportionnellement plus nombreuses dans le secteur de recherche et que près des trois quarts de la population (71%) sont âgés de moins de 49 ans. Plus généralement, à l'échelle de l'arrondissement, la population âgée entre 25 et 49 ans représente 44% et celle située en deçà de 49 ans est de 68%. Ainsi, la population habitant dans le quadrilatère d'étude est légèrement plus jeune que celle de l'arrondissement. Bien qu'une comparaison historique ne soit pas possible avec le quadrilatère d'étude, les données de 2001 dressent un profil démographique de l'arrondissement un peu plus âgé qu'en 2016. En effet, d'après les données de 2001, la population âgée entre 25 et 49 ans représente 42% alors que celle de plus de 69 ans correspond à 12% (Ville de Montréal, 2004).

Tableau 2. Comparaison des catégories d'âge entre la Ville de Montréal, l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie et le quadrilatère d'étude en 2016

Catégories d'âge	Montréal	Rosemont-La Petite-Patrie	Quadrilatère d'étude
< 25 ans	27%	24%	25%
25 à 49 ans	38%	44%	46%
50 à 69 ans	23%	23%	22%
> 69 ans	11%	10%	7%

Source : Ville de Montréal, 2018a, 2018c. Étant donné le temps et la complexité associée à la collecte de données pour le quadrilatère d'étude, seulement l'année 2016 est disponible et qu'il n'est pas possible de comparer historiquement ces données.

Dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie, les ménages comptaient en moyenne 1,9 personne en 2016 (Ville de Montréal, 2018a). Les ménages formés d'une seule personne sont les plus fréquents et constituent près de la moitié des ménages recensés lors de la même année, soit 49% des ménages. Les 51% restant sont réparti entre les ménages de deux personnes (29%) de trois personnes (11%), de quatre personnes (8%) et de cinq personnes ou plus (3%) (Ville de Montréal, 2018a). Au sein du quadrilatère d'étude, c'est 50% des ménages qui sont composé d'une personne, 29% de deux personnes, 12% de trois personnes, 7% de quatre personnes et 2% de cinq personnes. Ce sont donc 79% des ménages qui comptent deux personnes ou moins. D'ailleurs, il est intéressant de mentionner que la taille moyenne des ménages était de 1,8 personne dans notre aire d'étude en 2016. Ces chiffres démontrent dans un premier temps que la population du secteur d'étude est plus jeune que celle de l'arrondissement et principalement composée d'une population âgée entre 25 et 49 ans. Dans un second temps, la composition des ménages indique une plus grande proportion de ménages de petite taille ce qui est une caractéristique démographique associée à la gentrification (Fortin, 2019 p. 14; Sénécal, Tremblay et Teutel, 1990).

3.1.2.3. La scolarité et l'activité économique

Selon la société d'habitation du Québec, la population qui rend possible la gentrification est largement constituée d'individus scolarisés faisant partie du milieu artistique ou intellectuel (Sénécal, Tremblay et Teutel, 1990). Fortin souligne également l'accès à l'économie de service de la nouvelle classe moyenne (2019). Ainsi, la scolarité et l'activité économique associée à cette population distinguent cette dernière de la population traditionnelle, souvent ouvrière. Cette observation théorique s'applique à l'arrondissement puisqu'en 2001, le taux de diplomation universitaire était presque la moitié de celui d'aujourd'hui. À cette époque, 27% de la population âgée de 20 ans et plus détenait un diplôme universitaire, comparativement à 30% à l'échelle de la métropole (Ville de Montréal, 2004). D'après le recensement de 2016, 49% de la population âgée entre 25 et 65 ans vivant à Rosemont-La Petite détenait un diplôme universitaire (Ville de Montréal, 2018a). À titre comparatif, le taux de diplomation universitaire de la Ville de Montréal, pour la même année, était de 43% (2018c). Il faut toutefois nuancer que le taux de scolarisation universitaire est moins élevé dans le quadrilatère d'étude. En effet, la population habitant autour de la Promenade Masson affiche un taux de diplomation universitaire de 33%, soit 16 points de pourcentage en deçà de l'arrondissement. Ce sont les gens détenant un diplôme d'études postsecondaire provenant d'une école de métier qui représente la majorité de la population du secteur. À cet effet, j'émetts l'hypothèse que la moins grande scolarisation universitaire s'explique par la présence de famille de tradition ouvrière résidant toujours dans le secteur. Provenant d'une époque ouvrière, ces familles sont recensées avec la nouvelle classe moyenne également présente dans le quadrilatère d'étude. Il est donc possible qu'une partie des gens provenant de la catégorie 25 à 64 ans soit issue de la population traditionnelle et explique le taux de scolarisation universitaire moins élevé du quadrilatère d'étude en comparaison de l'arrondissement. Toutefois, pour démontrer cette hypothèse de manière probante, il faudrait approfondir cette question dans une recherche ultérieure.

En 2016, le domaine d'étude le plus représenté dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie est celui du commerce, de l'administration et de la gestion (14%), suivie par les sciences sociales et le droit (11%) (Ville de Montréal, 2018a). Au niveau de notre secteur d'étude, 24% de la population active de 15 ans et plus travaille dans le domaine de

la vente et du service alors que 15% de la population œuvre dans le domaine des affaires, des finances et de l'administration. Malgré le manque d'informations précises sur la scolarisation universitaire de la population, ce profil d'activité professionnelle cadre bien avec la description faite par la société d'habitation : « Deux caractéristiques sociodémographiques sont particulièrement associées à la réanimation des quartiers centraux; les nouveaux acteurs y sont habituellement hautement scolarisés (diplôme universitaire) et occupent un emploi considéré à statut élevé : professionnel, cadre administratif, etc. » (Sénécal, Tremblay et Teutel, 1990 p. 56). Une étude plus approfondie aurait permis de connaître le lieu de travail des employés du domaine des ventes et des services. On peut toutefois émettre l'hypothèse qu'une partie des 1 500 emplois générée par la Promenade Masson sont occupés par la population du secteur d'étude (SDC Promenade Masson, 2016). Donc, conformément à ce que décrit la littérature, la population de Rosemont-La Petite-Patrie et plus précisément du quadrilatère d'étude suit un profil de scolarisation et d'activité économique caractéristique de la gentrification (Sénécal, Tremblay et Teutel, 1990; Fortin, 2019).

Ces trois arguments soit l'augmentation du logement, la présence d'une population plus jeune et de ménages plus petits ainsi que la scolarité et les secteurs d'activités professionnels soutiennent la présence de gentrification dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie ainsi que dans le quadrilatère d'étude. Premièrement, le contexte d'accessibilité économique de Rosemont-La Petite-Patrie combiné à l'effervescence de projets immobiliers font de l'arrondissement un lieu abordable et pourvu d'espace pour y habiter en comparaison du Plateau Mont-Royal. Deuxièmement, le profil sociodémographique de la population est caractérisé par une population plus jeune et tend vers une diminution de la taille des ménages. Finalement, la nouvelle classe moyenne de Rosemont-La Petite-Patrie combinée à la population traditionnelle génère un profil professionnel axé sur le secteur tertiaire. Quant à la scolarisation, la population affiche un taux de diplomation universitaire plus élevée qu'en 2001, ce qui correspond au patron de gentrification défini par la société d'habitation du Québec (Sénécal, Tremblay et Teutel, 1990).

3.2. Vers la gentrification commerciale

En dépit de son importance, les études sur la gentrification se penchent généralement peu sur l'aspect commercial du processus, et ce même si la gentrification est corollaire du jeu de l'offre et de la demande (Maltais, 2017). La transition d'une population modeste vers une population nantie aura des effets sur la consommation et, par extension, les commerces. Cette transition commerciale s'effectue en parallèle de la gentrification résidentielle et rend compte de l'évincement progressif des commerces populaires par les commerces plus huppés (Fortin, 2019). Il s'agit donc d'une « réinvention des rues commerçantes locales comme espace de consommation et de divertissement pour les classes aisées » (Hubbard, 2008 traduit par Maltais, 2017). Ainsi, l'arrivée de la nouvelle classe moyenne favorise l'apparition d'un marché qui tente de répondre aux besoins de cette population dont les goûts sont plus dispendieux (Comité logement Rosemont, 2018; Bélanger et Fortin, 2018). Maltais suggère que c'est le cas des cafés et des bars où les baristas et les mixologues se réclament comme des artisans capables de mettre en valeur le café et les cocktails par l'utilisation de techniques spécialisées (2017). Comme nous le verrons plus tard, le concept des cafés et des bars est alors réorienté vers une dimension plus tendance où le consommateur ne consomme plus exclusivement le produit qu'il achète, mais également l'ambiance du commerce (Maltais, 2017 ; Van Criekingen et Fleury, 2006).

Pour élaborer sur le processus d'émergence de la gentrification commerciale, Maltais, suggère une spirale où l'établissement de commerces gentrifiés et l'arrivée d'une population issue de la classe moyenne et élevée se renforceraient mutuellement. Le processus de gentrification commerciale qu'il théorise est divisé en deux phases successives (Maltais, 2017 p. 36). D'après ce patron, les commerces familiaux laissent progressivement leur place, au cours des années 1990, à des commerces associés à la contre-culture tels que des bouquineries, des cafés bohèmes et des commerces politiquement affichés comme altermondialiste. Ensuite, l'ouverture faite par l'intégration des commerces de la première vague qui s'oppose au traditionalisme des commerces établis avant les années 1990 permet la venue d'une autre catégorie de commerces, cette fois-ci plus dispendieux et destinés à une clientèle plus nantie. Ces établissements commerciaux ont tout avantage, suivant la logique de la spirale de Maltais, à proposer des

biens et des services à la hauteur de la nouvelle classe socioéconomique (2017). C'est ainsi que des épiceries fines, des magasins de décoration, des restaurants gastronomiques et des boutiques de vêtements font leur arrivée sur les artères commerciales du nouveau quartier en vogue (Maltais, 2017; Fortin, 2019; Comité logement Rosemont, 2018). Plus encore, « cette offre commerciale, en termes de cafés, restaurants et lieux de sortie, deviens ainsi le reflet et le support de l'identité sociale de cette population » et contribue à façonner l'identité du quartier (Fortin, 2019 p. 28). De plus, dans la mesure où cette spirale favorise l'arrivée de commerces répondant aux besoins de la classe moyenne nouvellement établie, l'augmentation des loyers commerciaux est susceptible d'entraîner le déplacement ou la fermeture de commerces traditionnels (Bélanger, 2019; Comité logement Rosemont, 2018). À cet effet, la Promenade Masson accueille, depuis plusieurs années de nouveaux commerces destinés à répondre aux besoins de la nouvelle classe moyenne du quartier qui s'ajoutent aux commerces traditionnels présents sur l'artère commerciale.

3.2.1. La Promenade Masson : une rue commerciale

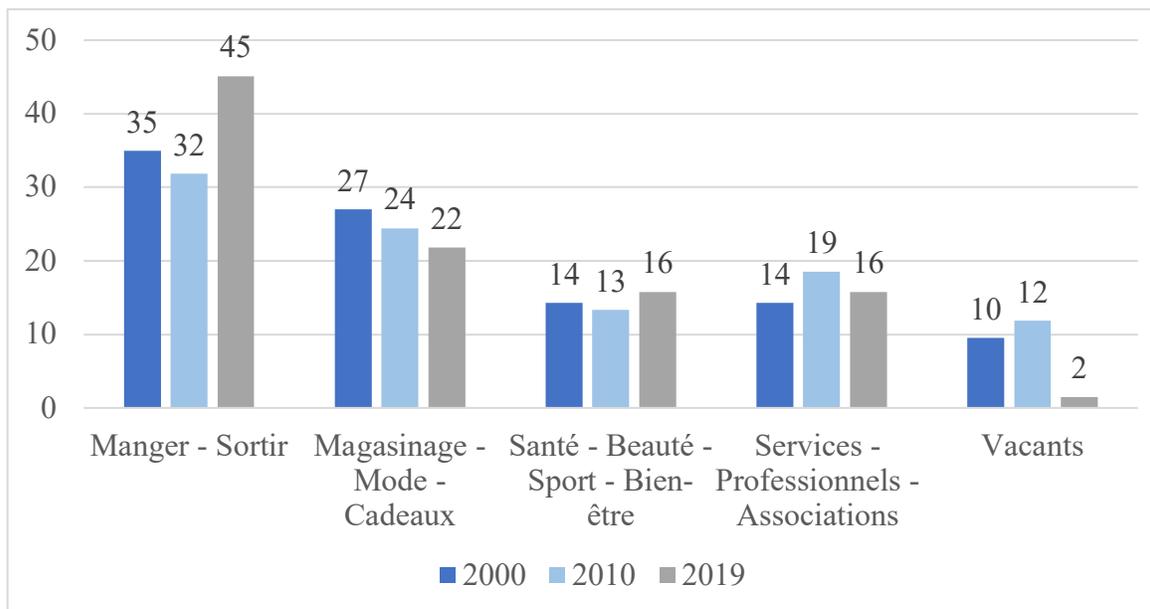
Malgré la présence de centres commerciaux comme la Plaza St-Hubert ou le marché Jean-Talon, la Promenade Masson constitue un pôle commercial très attractif pour la population du quadrilatère d'étude. Au fil des années, cette artère commerciale a évolué pour offrir un paysage commercial et alimentaire répondant aux besoins de la population locale. Regroupant aujourd'hui 133 commerces en tout genre, c'est principalement le type de commerces qui a évolué à travers les années. Dans cette section, nous étudierons l'évolution de cette artère commerciale depuis les années 2000 jusqu'à aujourd'hui. Nous tenterons par la suite d'expliquer l'origine des transformations commerciale de la Promenade Masson.

Les données provenant du recensement commercial de 2000 indiquent une prédominance de commerces d'alimentation sur l'artère commerciale. Des 126 commerces recensés sur la Promenade Masson à cette époque, 44 (35%) sont des commerces d'alimentation⁸, 34 (27%) des commerces de magasinage, 18 (14%) des commerces liés

⁸ Dans la présente étude, rappelons qu'une distinction est faite quant aux commerces d'alimentation. D'une part, les commerces de détail alimentaire font référence aux épiceries, aux épiceries spécialisées, aux magasins généraux et aux dépanneurs. D'autre part, les commerces de restauration regroupent les bars et les pubs, les cafés, les restaurants minutes et les restaurants.

au secteur de la santé, de l'esthétique et du bien-être, 18 (14%) commerces sont loués par des professionnels ou associations, et 14 (10%) des commerces vacants ou en reconstruction (figure 6, p. 71). En 2010, le profil commercial de la Promenade Masson indiquait que 43 commerces sur 135 étaient des commerces d'alimentation (32%) ce qui représente une légère diminution par rapport à l'année 2000. Également, la représentation des magasins et d'esthétique est réduite au cours de cette même période. En effet, durant l'année 2010 ceux-ci sont respectivement chiffrés à 33 magasins (24%) et 18 commerces d'esthétique (13%). En contrepartie, les commerces loués par des professionnels, des associations ou offrant un service augmente au nombre de 25 (19%) tout comme les locaux vacants augmentent à 14 (12%). À cet effet, l'accroissement du taux d'inoccupation du recensement est possiblement causé par la crise financière de 2008. Puis en 2019, la répartition des commerces de la Promenade Masson indique que plus de la moitié de ceux-ci sont des commerces d'alimentation. En effet, des 133 commerces répertoriés sur la Promenade Masson, 60 sont des commerces d'alimentation. Cela correspond à une hausse de 16 commerces depuis 2000 et de 17 commerces depuis 2010. Cette augmentation des commerces d'alimentation peut s'expliquer par la croissance de la demande pour ce type de commerce provenant de l'arrivée de la nouvelle classe moyenne dans le secteur d'étude. Cette proportion place la catégorie « manger et sortir » au premier rang avec 45% de la représentation de l'artère commerciale. Aussi, 29 commerces sont associés au magasinage (22%), 21 à l'esthétique et au bien-être (16%), 21 sont des commerces de services (16%) et seulement 2 locaux étaient vacants (2%) (figure 6).

Figure 6. Évolution du type de commerce présent sur la Promenade Masson entre 2000, 2010 et 2019 (%)



Source : Société d'histoire de Rosemont-La Petite-Patrie (2000) et la Société de Développement Commercial (2010 et 2019).

Le taux de vacance des locaux commerciaux de la Promenade Masson est un indicateur de la santé économique de l'artère commerciale. Au cours de l'an 2000, on dénombrait 14 locaux vacants et ce chiffre est grimpé à 18 en 2010. Le nombre de locaux vacants est progressivement redescendu à dix en 2015 et en 2019 il n'y a que 2 locaux inoccupés (figure 6). Un participant à l'étude mentionne qu'aujourd'hui, « le taux d'inoccupation est faible et le taux de rotation est très faible, ce n'est pas une problématique. [...] Un local qui ferme, deux mois après un nouveau commerce s'installe » (Participant B1). Le tableau 3 (p. 72) démontre que les commerces vacants en 2000 sont présentement tous occupés, et ce, principalement par des commerces d'alimentation. De surcroît, ces commerces d'alimentation nouvellement établis sur la Promenade Masson sont, à l'exception du Tim Hortons et du Pizza express, des restaurants diversifiés et des commerces alimentaires spécialisés. Comme détaillé précédemment, la gentrification commerciale permet de répondre aux besoins de la nouvelle classe moyenne et l'arrivée de ces nouveaux commerces semble s'inscrire dans cette dynamique (Ley, 1996; Maltais, 2017; Bélanger et Fortin, 2017). Aussi, l'arrivée spécifique de nouveaux commerces liés à l'alimentation est un élément marqueur de gentrification commerciale (Maltais, 2017).

Comme décrit précédemment, pour ce chercheur québécois, la gentrification s’effectuerait en deux vagues successives où la fermeture de commerces familiaux entraîne l’apparition de commerces plus huppés offrant des produits de qualité, en particulier dans le secteur alimentaire, à la nouvelle classe moyenne.

Tableau 3. Conversion actuelle (2019) des commerces vacants en 2000 sur la Promenade Masson

N° civique	2000	2019	Type de commerces
2637	Vacant	Studio Nahkha Café et Yoga (2018)	Café
2685	Vacant	SAQ Classique (2012)	Commerce alimentaire spécialisé
2815	Vacant	Aliments Merci (2012)	Commerce alimentaire spécialisé
2917	Rénovation	Pizza express (2012)	Restaurant-minute
2980	Vacant	Tim Horton (2018)	Restaurant-minute
3008	Vacant	Tandoori Masson (2014)	Restaurant
3033	Vacant	Tori Tora Sushi (2014)	Restaurant
3127	Vacant	Mojito et Margarita (2019)	Restaurant
3141	Vacant	Pot Masson (2016)	Bar et Pub
3162	Vacant	La Culotte à l’envers (2013)	Magasin de vêtements
3180	En construction	Boucherie Champfleuri (2019)	Commerce alimentaire spécialisé
3188	En construction	La Succursale (2013)	Bar et pub
3242	Vacant	Acomptax (2014)	Service financier
3295	Vacant	Maison en gros (2019)	Magasin de décoration intérieure

Source : Société d’histoire de Rosemont-La Petite-Patrie (2000) et la Société de Développement Commercial (2010 et 2019).

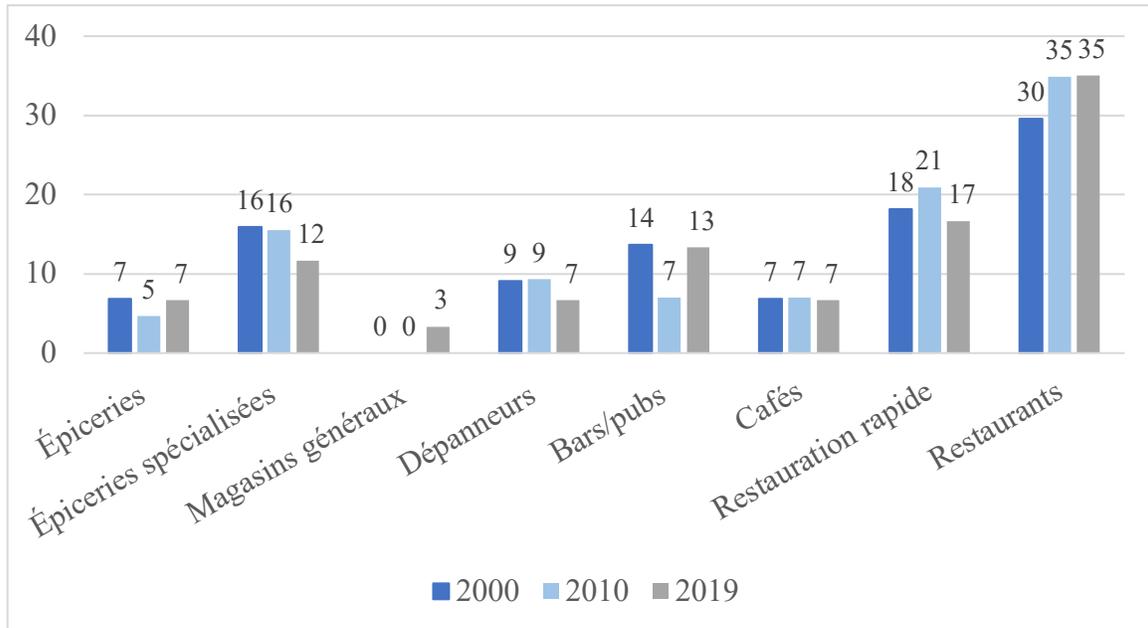
De manière plus spécifique, la figure 7 (p. 75) indique une prédominance des commerces de restauration parmi les commerces d'alimentation. En effet en 2000, on dénombre 30 commerces de restauration parmi les 44 commerces alimentaires de la Promenade Masson ce qui correspond à 68% l'offre alimentaire. En 2019, 43 commerces sur 60 (72%) sont des commerces de restauration, soit une légère hausse par rapport à l'année 2000. Comme le détaille la figure 7, ce sont les restaurants traditionnels, au nombre de 21 (35%), qui sont les plus présents sur la Promenade Masson en 2019. Aussi, on remarque une augmentation de 7 restaurants depuis 2000 d'autant plus que l'offre de restaurants plus haut de gamme s'est accrue avec le temps. En effet, en 2000 les restaurants étaient plus de types familiaux, comme par exemple la grand-mère poule, La Corvette et le restaurant la presque île bien qu'il y eût aussi des restaurants plus recherchés comme Madre. Aujourd'hui, l'offre de restaurant tend à se raffiner et est toujours destinée à une clientèle familiale, mais également aux jeunes adultes financièrement aisés. Mentionnons Quai N°4, Rose Ross, le restaurant Bon-D et le restaurant chez Gaston. Bien que ce type de restaurants constitue aujourd'hui une partie non négligeable de l'offre de restauration de la Promenade Masson, certains commerces tels que La Corvette sont toujours en activité. La représentation des restaurants-minute est restée similaire au cours des trois dernières décennies avec environ 14% de l'offre de commerces de restauration (figure 7).

Quantitativement, un seul café s'ajoute entre 2000 et 2019 (figure 7). Par contre, le modèle d'affaires d'aujourd'hui très différent. En effet, la Promenade Masson accueille notamment le Placottoir café (2016) et le Café-studio Namkha (2018), qui offrent une expérience d'achat au consommateur. Le Placottoir est situé dans le même local que la librairie Au vieux bouc et l'aménagement est pourvu de table et de chaises de lecture qui permettent au consommateur de prendre son café tout en feuilletant un livre. Les produits alimentaires véganes, biologiques et équitables répondent aux exigences d'une clientèle spécifique. Le Café-studio Namkha est un café combiné à un studio de yoga. Même s'il est possible de simplement y prendre un café, l'expérience du consommateur peut être agrémentée par une séance de yoga dans un lieu épuré et d'inspiration bohème. Ce constat est également applicable dans le cas des bars et des pubs. Les commerçants cherchent à développer une expérience de consommation tant dans l'ambiance du commerce que dans la qualité des produits offerts. Ainsi, de nouveaux pubs comme La Succursale font la

promotion du club des chopes où le client peut louer une chope pour l'année et obtenir un escompte sur le verre de bière et participer à des activités organisées par le pub notamment la visite d'autres microbrasseries (Participant A3). Des soirées jeu-questionnaire sont également organisées le dimanche soir. Pour la préparation des bières et des plats, les aliments achetés localement sont prioritaires afin que la qualité soit optimale (Participant A3). Un autre exemple est le Billy Buck Pub qui organise à l'occasion des soirées d'humour. Tout comme pour les cafés, cette formule commerciale offre au consommateur une expérience commerciale divertissante et crée un sentiment de fidélité envers le commerce. Cette expérience commerciale est d'ailleurs identifiée comme une caractéristique de la gentrification commerciale (Maltais, 2017; Fortin, 2019 p. 21). Par ce nouvel attachement à un commerce, le consommateur réaffirme son intérêt pour l'artère commerciale de son quartier (Fortin, 2019).

Les commerces de détail alimentaires sont au nombre de 17 et représentent 28% de l'offre alimentaire de la Promenade Masson. Dans cette catégorie, ce sont les épicerie spécialisées qui sont plus nombreuses. Les sept commerces issus de cette catégorie représentent 12% de l'offre alimentaire de la Promenade Masson en 2019 (figure 7, p. 75). De plus, l'arrivée de 3 magasins généraux distingue l'année 2000 de 2019. Concernant les épicerie, celles-ci sont restées quantitativement égales au cours des 20 dernières années. La répartition des commerces d'alimentation sur la Promenade Masson fait écho à l'espace absolu et à l'espace relatif discuté dans le précédent chapitre. En effet, les grandes surfaces commerciales sont situées aux extrémités de l'artère commerciale. Anciennement un Dominion puis un Provigo, le Maxi est situé à l'ouest de la Promenade Masson, à proximité de la rue d'Iberville (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 109). À l'opposé, le Steinberg, aujourd'hui occupé par un le Poivre et Sel et un Jean Coutu, est situé au coin de la Promenade Masson et du boulevard Saint-Michel (Brisebois et Delagrave, 2017 p. 109). Au centre de la Promenade Masson, c'est-à-dire à côté de l'église Saint-Esprit-de-Rosemont, on retrouve également une épicerie. Autrefois deux commerces distincts, la Fruiterie et charcuterie Premier choix et la Boulangerie de Père en fils, les 2901 et 2907 rues Masson sont aujourd'hui occupées par une seule épicerie, Citron que c'est bon, récemment devenu Fraîchement bon.

Figure 7. Évolution de la proportion (%) des commerces d'alimentation sur la Promenade Masson entre 2000 et 2019



Source : Société d'histoire de Rosemont-La Petite-Patrie (2000) et la Société de Développement Commercial (2010 et 2019).

Ces chiffres démontrent une évolution quantitative et qualitative de l'offre commerciale de la Promenade Masson. En effet, potentiellement dans le but de répondre aux besoins de la nouvelle classe moyenne, des commerces plus huppés ont ouvert leur porte sur l'artère commerciale alors qu'on y retrouve tout de même des commerces populaires. Ainsi, la quantité s'agence avec la qualité et la diversité puisqu'il est possible de sortir manger autant un plat comme une poutine au Canada Hot-Dog qu'un repas gastronomique chez Rose Ross. Cette réalité est la même pour tous les types de commerces d'alimentation présents sur l'artère. En effet, il est possible d'aller prendre un café chez Tim Horton où à la Brûlerie Saint-Denis, de sortir au Gaspé Broue ou encore à la Succursale, et de faire son épicerie chez Maxi ou chez Citron que c'est bon (Fraîchement bon). On se retrouve ainsi devant une situation particulière où les commerces huppés et populaires cohabitent pour offrir une grande variété de choix à la population du quartier. Comme le souligne un des participants :

On peut aller faire son épicerie à un Maxi comme on peut aller la faire chez un épicier qui vend des fruits et légumes qui n'est pas Maxi [...]. On a Poivre et Sel, on a Melon Miel on a Citron que c'est bon [Fraîchement bon] c'est-à-dire la variété existe et la petite boutique de quartier de proximité qui livre à domicile, que vous parlez avec le gérant, que vous parlez avec la personne, mais que vous cherchez un Maxi dans l'artère commerciale y'a effectivement un maxi et vous pouvez y aller. (Participant B1)

Cette situation démontre un processus de gentrification commerciale par lequel l'offre se transforme en lien avec la gentrification résidentielle du quartier. Cela se fait en parallèle d'une offre commerciale populaire qui répond aux besoins d'une population traditionnelle toujours présente dans le quartier. Malgré le rôle de la demande dans la transformation de l'offre commerciale sur la Promenade Masson, il faut également noter les efforts déployés par la SDC qui contribuent à l'embellissement et à l'effervescence de l'artère commerciale. Comme l'indique le Participant B1, « la SDC ce n'est pas uniquement une structure pour le développement commerciale, c'est aussi une structure pour le développement du sentiment d'appartenance et d'identification au quartier ». Ainsi, le virage écologique de la SDC a permis la mise en place de plusieurs initiatives vertes. En effet depuis 2007, deux boîtes à sacs ont été installées sur la Promenade Masson pour limiter la consommation de sacs lors du magasinage. Pour contrer l'utilisation néfaste du plastique, des boîtes de recyclage de mégots de cigarettes ont été placées de part et d'autre de l'artère commerciale, une campagne de sensibilisation contre les pailles en plastique a fait grimper à 70% les commerces qui utilisent désormais des pailles biodégradables. Également, la mise en place de deux ruches de 30 000 abeilles permet la pollinisation du quartier sur 10 kilomètres. Afin de limiter les îlots de chaleur, des arbres, des plantes et des bacs à fleurs ont été placés un peu partout sur la Promenade Masson et on envisage même la possibilité de planter des espèces grimpantes sur les façades orientées vers le sud. On peut également souligner les investissements faits pour aménager des espaces publics agréables avec du mobilier urbain qui permet les rassemblements comme c'est le cas devant l'église Saint-Esprit-de-Rosemont, l'installation d'un piano public au coin de la 2^e Avenue et de l'accès à un réseau internet sans-fil gratuit sur toute l'artère commerciale. Le

programme Pr@m est un autre exemple d'investissement fait par la SDC, en partenariat avec la Ville de Montréal, pour améliorer la qualité de l'expérience commerciale de la Promenade Masson. Sous forme de subvention, ce programme a permis à 56 commerces sur 140 de faire des travaux de rénovation pour leur commerce entre 2018 et 2020. En ce sens, ces nouvelles installations bénéficient au plus grand nombre et offrent un cadre qui favorise à la fois un processus de gentrification commerciale et la possibilité d'une mixité sociale.

4. Le paysage alimentaire et l'espace

L'arrivée de la nouvelle classe moyenne a favorisé l'ouverture de commerces offrant des produits et des services destinés à répondre aux besoins d'une population plus nantie. Ainsi, l'extension commerciale de la gentrification permet de quantifier l'arrivée de nouveaux commerces dans l'espace absolu. Intégrée à l'étude de la géographie de l'alimentation, la présence de commerces alimentaires dans l'espace est attribuée au concept de paysage alimentaire (Johnston, Biro et MacKendrick, 2009). Localisant la présence de ce type de commerces dans l'espace, le paysage alimentaire est trop souvent entendu sous sa dimension absolue. Dans ces travaux, ce sont les mesures quantitatives de présence et de localisation des commerces alimentaires dans l'espace qui sont retenues pour établir un paysage alimentaire unique, universel pour tous et fixe dans l'espace.

Or, cette représentation quantitative de la présence de commerces alimentaires est une vision très simplifiée de ce qu'est le paysage alimentaire. En effet, tout comme le démontre Harvey avec la production de l'espace, le paysage alimentaire est complexe et dynamique. Conscientes de cette réalité, certaines études s'affairent à démontrer la dimension culturelle et représentationnelle du paysage alimentaire (Buyck et Meyfroidt, 2020; Howerton et Trauger, 2017). Toutefois, ces deux approches du paysage alimentaire tendent à réduire ce dernier soit à sa dimension absolue, soit à sa dimension relationnelle. L'étroitesse de la conception unidimensionnelle du paysage alimentaire occulte ainsi la complexité d'un paysage alimentaire pourtant multidimensionnel. Ce chapitre cherche à approfondir la conception dynamique et complexe du paysage alimentaire à travers la vision tripartite de l'espace de Harvey (2010), c'est-à-dire le résultat de la tension dialectique entre les dimensions absolue, relative et relationnelle de l'espace alimentaire.

Afin de comprendre le paysage alimentaire de la Promenade Masson, ce chapitre est divisé en deux principales sections. Tout d'abord, je propose une grille de lecture du paysage alimentaire qui soit adaptée à la conception tripartite de l'espace développée par Harvey (2010). Ensuite, nous aborderons les dynamiques de l'offre et de la demande alimentaire comme vecteurs de production du paysage alimentaire sur la Promenade Masson. Cette dernière section permettra d'établir la composition du paysage alimentaire sur l'artère commerciale de même que la nature de l'utilisation de cet espace par les consommateurs.

4.1. Une vision tripartite de l'espace alimentaire

En géographie, le concept de *paysage* réfère à différentes interprétations selon que l'objet d'étude soit, par exemple, d'ordre culturel, géomorphologique rural ou urbain (Wylie, 2009). Dans la littérature française, la notion de paysage est entendue selon la façon dont il est appréhendé de même qu'à la posture de l'observateur ou encore les plans de représentation (Tissier, 2003 p. 753). Plus encore, Brossard et Wieber (1984) souligne que l'aspect relatif du concept de paysage est autant présent dans la forme que prend le paysage suite à son interprétation que dans le différentiel qui sépare le paysage réel de la construction mentale que chaque individu en fait. Ainsi, « les modalités du paysage qui peuvent être tour à tour, un objet d'étude, un produit de consommation ou un champ d'action et par le filtre perceptif (physiologique, instrumental [...]) qui, entre le paysage réel et son utilisateur, s'interpose et sélectionne les informations destinées à la construction mentale dont nous faisons état » (Brossard et Wieber, 1984 p. 7). Tout comme la production de l'espace, l'étude du paysage requiert une grande sensibilité face à la méthode d'interprétation. Pour Harvey, il n'est pas possible de conclure en faveur d'une définition générique de ce concept tant il est complexe et spécifique au domaine de recherche (2010 p. 53).

Amené dans le domaine de la géographie de l'alimentation, cet espace devient le paysage alimentaire. Dans la littérature, la notion de paysage alimentaire est comprise selon différentes échelles et selon différentes dimensions. En effet, pour certains auteurs, cet espace fait référence à l'acquisition et à l'accessibilité physique des commerces alimentaires par les individus (Johnston, Biro et MacKendrick, 2009; Mikkelsen, 2011; Burgoine, 2010). Par exemple, le paysage alimentaire peut être décrit comme l'ensemble des possibilités dont dispose une personne pour se procurer de la nourriture à l'intérieur d'un secteur donné (Mikkelsen, 2011; Burgoine, 2010 p. 522). Dans le même ordre d'idée, Johnston, Biro et MacKendrick identifient ce concept comme « la distribution spatiale de la nourriture dans les espaces urbains et les cadres institutionnels » (2009 p. 512). À une échelle réduite, le supermarché, centre commercial de la nourriture, est une expression de cette forme de paysage alimentaire : « the highest temple of the modern food system is the supermarket » (Patel, 2007 p. 216). Or, ces conceptions du paysage alimentaire ne mettent de l'avant que les possibilités physiques d'accès à la nourriture dont disposent les individus

dans l'espace. Dans ces termes, le paysage alimentaire est compris uniquement selon sa dimension quantitative et apparaît figé dans l'espace et le temps. Cette façon de concevoir le paysage alimentaire est comparable à une photo prise d'un lieu donné à un moment donné et ne traduit pas le dynamisme ni la complexité des relations qui réunit la nourriture aux consommateurs. Par exemple, le désert alimentaire est un espace dépourvu de commerce alimentaire qui se traduit par un paysage d'insécurité alimentaire (Gould, 2011). Or, la réduction du paysage alimentaire à la présence ou l'absence de commerce d'alimentation constitue une vision trop étroite de ce concept. En effet, certains auteurs reconnaissent que la notion de désert alimentaire n'est possible qu'à partir de variables de distance (INSPQ, 2013). Ainsi, un espace urbain est qualifié de désert alimentaire s'il n'y a pas de commerces d'alimentation à moins d'un kilomètre; en milieu rural cette distance est de 16 kilomètres (INSPQ, 2013). Cette façon de classer un type de paysage alimentaire comme celui du désert alimentaire souligne l'importance de considérer l'espace-temps comme seconde dimension du paysage alimentaire. Comme celui-ci ne se limite pas uniquement à la disponibilité physique de commerces alimentaires dans l'espace, une conception élargie est nécessaire pour le comprendre dans son ensemble.

Si la production et la consommation alimentaire est d'abord comprise par sa dimension physique, la dimension culturelle est également une partie intégrante du paysage alimentaire (Buyck et Meyfroidt, 2020). Howerton et Trauger abondent en ce sens en soulignant que les spécificités alimentaires contribuent à créer des habitudes de fréquentation vis-à-vis certains commerces (2017). Cette dernière dimension rappelle l'aspect très personnel et intime de l'alimentation qui contribue également à définir le paysage alimentaire d'une personne. Davantage individuelle, cette dimension superpose plusieurs facteurs notamment la classe sociale, le revenu ou les compétences alimentaires aux deux précédentes dimensions. Pour Pierre Bourdieu, les pratiques liées à l'alimentation perpétuent une distinction entre les classes sociales (1979). Ainsi, la préférence pour certains goûts par des individus issus de milieux socio-économiques plus élevés générerait un processus d'exclusion des classes ne pouvant se permettre d'accéder à ces goûts notamment pour des raisons financières (Beagan, Power, et Chapman (2015)). À l'inverse, les pratiques alimentaires sont également utilisées pour démontrer le rapport des individus avec la nourriture à partir de leur classe sociale : « the intent is not to show

how social class affects food practices, but rather how people use food practices, and talk about food, to signal their alignment with or distance from specific class positions. The social processes are those of boundary-marking through food » (Beagan, Power, et Chapman, 2015 p. 84). De surcroît, les compétences alimentaires traduisent, dans une certaine mesure, le lien entre un individu et la nourriture. En effet, la capacité de chacun à planifier, préparer et organiser son alimentation offre une dimension relationnelle au paysage alimentaire (Santé Canada, 2019; Short, 2003; Fordyce-Voorham, 2009).

Rassemblant toutes ces conditions, la définition proposée par Norah MacKendrick offre une vision holistique de ce qu'est un paysage alimentaire (2014). Elle définit cet environnement comme « *the place and space where you acquire food, prepare food, talk about food, or generally gather some sort of meaning from food* » (MacKendrick, 2014 p. 1). Cette définition se calque parfaitement à notre vision tripartite de l'espace. En effet, le paysage alimentaire s'articule d'abord autour de la notion d'espace absolu dans la mesure où les espaces alimentaires, qu'ils soient liés aux commerces alimentaires ou aux lieux de préparation des repas, peuvent être situés de façon précise dans l'espace. Cette dimension traduit une double réalité de l'offre alimentaire : elle permet de localiser et de cartographier les commerces alimentaires, en plus de décrire l'organisation spatiale intérieure des commerces alimentaires, qui forme une dimension importante et souvent oubliée du paysage alimentaire. En effet, comme nous le verrons, la disposition des produits dans l'espace commercial génère une logique qui est intériorisée par le consommateur et à partir duquel il peut se repérer dans le supermarché.

Comme cette dimension constitue la base du concept de paysage alimentaire, soit la localisation et l'emplacement des commerces d'alimentation dans l'espace, elle est indispensable, quoiqu'insuffisante, à la compréhension des dynamiques qui créent cet espace. Dans différentes études, l'aspect purement spatial du paysage alimentaire indique la présence physique de commerces alimentaires et, d'une certaine manière, le niveau de sécurité alimentaire du secteur (Howerton et Trauger, 2017; Gould, 2011). Or, l'abondance de commerces alimentaires soustrait la Promenade Masson à une dynamique de désert alimentaire. En effet, la présence continue de commerces alimentaires sur l'artère commerciale évoque, dans une perspective strictement absolue, un paysage de sécurité alimentaire.

Si la localisation des commerces alimentaires dans l'espace est largement étudiée pour qualifier l'abondance d'un secteur, l'intérieur de ces commerces constitue un angle mort. En décrivant l'organisation spatiale d'une épicerie, Patel démontre la dimension absolue de cet espace (2007). Pour cet auteur, rien dans l'organisation de l'espace n'est laissé au hasard. En effet, du type de musique jusqu'à l'organisation du parcours d'épicerie, tout est orienté pour favoriser un espace de consommation et permettre à l'entreprise de générer plus de profit. Ainsi, l'intégration du libre-service constitue à la fois un moyen de persuader les consommateurs d'acheter plus de produits et de réduire les coûts de l'entreprise (Patel, 2007). C'est dans cette optique que Clarence Saunders met sur pied une première épicerie de libre-service qui s'oppose diamétralement à l'ancien modèle commercial où l'épicier préparait chaque item selon la quantité demandée par le consommateur (Patel, 2007 p. 219). Dans son modèle, la disposition des produits est organisée de sorte que le consommateur est contraint de passer devant chacune des rangées de l'épicerie. Par conséquent, il est exposé à tous les produits, ce qui maximise les profits potentiels de l'entreprise (Patel, 2007).

L'intégration moderne de la caisse libre-service participe à ce processus d'automatisation. De plus, la mise en place d'un patron uniforme d'organisation spatiale commun à toutes les épiceries d'une même chaîne permet au consommateur de se créer des repères dans l'espace. Cette stratégie est utilisée tant par des géants comme Wal-Mart que par des chaînes alimentaires comme Maxi (Lord, 2006). En effet, l'organisation spatiale d'une épicerie suit une structure très précise avec un but spécifique. C'est dans cet ordre d'idée que les fruits et les légumes sont assurément placés à l'entrée de l'épicerie pour rappeler l'aspect du *marché* au consommateur. L'idée est donc de créer un esthétisme associé à la place du marché et ainsi vendre l'aspect de fraîcheur, de qualité et de proximité des produits achetés. Cette tactique de vente crée une connexion imaginaire entre le consommateur et la ruralité qui est largement associée à la production alimentaire. Dans cet ordre d'idée, il n'est pas anodin de retrouver le lait au fond des rangées. L'emplacement de ce produit découle de la nécessité de ce dernier pour une grande partie des ménages et en le plaçant au fond, l'épicerie s'assure que le consommateur soit exposé à plusieurs produits avant d'atteindre le lait (Patel, 2007 p. 224).

Si l'espace absolu permet de dresser un portrait quantitatif du paysage alimentaire de la Promenade Masson, il ne traduit en fait qu'une partie de la dynamique complexe qui relie l'espace alimentaire au consommateur. Ce concept peut se complexifier en intégrant la dimension relative de l'espace alimentaire, laquelle réfère à la mobilité des individus par rapport à l'environnement alimentaire. Ainsi, la capacité d'un individu à se déplacer contribue à définir son paysage alimentaire puisque la friction entre l'espace et le temps force le consommateur à choisir où il désire exercer son pouvoir d'achat sur la Promenade Masson. Il faut toutefois préciser qu'en raison de la petite échelle mobilisée pour cette étude, le caractère relatif de l'espace alimentaire est peu significatif. En effet, la Promenade Masson ne s'étale que sur une distance d'un kilomètre, ce qui amoindrit l'écart de représentation de l'espace relatif. Pour autant, cela ne signifie pas que l'espace relatif est absent de la Promenade Masson. Malgré que cette échelle ne soit pas suffisamment grande pour offrir une différence significative dans le temps nécessaire pour joindre deux lieux, la distance entre un individu et certains commerces oriente le patron de consommation selon le moyen de déplacement disponible. Dans cette section nous verrons deux façons d'interpréter l'espace relatif à partir du paysage alimentaire.

Tout d'abord, la zone de chalandise est une interprétation du paysage alimentaire relatif puisqu'elle permet de déterminer la zone géographique d'influence d'un commerce en fonction d'où est située sa clientèle (Géoconfluences, 2020). Comme il est question du rayon d'achalandage d'un commerce, cet espace est tributaire des moyens de transport utilisés par la clientèle. Ensuite, étant un lieu très accessible, la Promenade Masson peut se parcourir de plusieurs façons ce qui façonne le paysage alimentaire relatif. En effet, la rue permet aux voitures de circuler et de se stationner aux endroits prévus et les huit lignes d'autobus⁹ permettent de bien desservir la Promenade Masson. De plus, les trottoirs sont disponibles pour les piétons et des espaces de détente placés de part et d'autre rendent l'endroit convivial pour s'y déplacer à pied. Puis, trois stations de vélo communautaires sont réparties sur la Promenade Masson (1^e Avenue, 4^e Avenue et 10^e Avenue). Ces différents moyens de transport démontrent qu'il est possible de moduler l'espace de l'artère commerciale, ce qui a un impact sur le paysage alimentaire. Dans la mesure où les

⁹ Les lignes d'autobus 25 (Angus), 27 et 427 (St-Joseph), 47 (Masson), 67 (St-Michel), 197 (Rosemont), 254 (Navette Or Rosemont) et 467 (Express St-Michel) desservent la Promenade Masson.

commerces alimentaires sont fixes dans l'espace alors que les individus peuvent se déplacer dans cet espace par différents moyens, le paysage alimentaire relatif constitue une forme plus personnelle de l'espace alimentaire.

Finalement, l'expérience intime qui teinte notre perception et notre mémoire d'un lieu correspond à la dimension relationnelle du paysage alimentaire et au moins trois aspects définissent cette dimension. D'abord, la relation qui subsiste entre l'individu et l'espace alimentaire prend différentes formes et renvoi à l'ensemble des dynamiques et processus caractérisant le lien entre le consommateur et son environnement alimentaire. Pour créer un espace de consommation relationnel, les commerces cherchent à faire ressortir l'aspect affectif de la consommation notamment par le choix des couleurs, de la musique et de l'esthétisme du *marché* discuté précédemment (Patel, 2007). Par ces détails, le commerce prédispose favorablement le consommateur à acheter les produits mis en étalage. Les cartes de fidélité permettent également de créer un lien économique entre le consommateur et l'entreprise. L'idée d'économiser ou d'accéder à certaines promotions en concentrant ses dépenses à un endroit est avantageuse pour le consommateur et le commerçant, d'autant plus que ce dernier obtient des informations sur les habitudes de consommation de ses clients (Patel, 2007). Par exemple, la carte *inspire* de la Société des alcools du Québec (SAQ) dresse un portrait de la consommation du détenteur qui reçoit ensuite différentes suggestions de produits susceptibles de l'intéresser. Les cartes de fidélité représentent donc, un moyen par lequel un commerce peut espérer influencer le paysage alimentaire du consommateur, notamment en transformant la perception et la signification des lieux afin d'augmenter ses ventes (Patel, 2007 p. 225).

Une seconde dimension du paysage alimentaire relationnel est le lien entre les classes socioéconomiques et la consommation alimentaire. Dans son ouvrage *La distinction : critique sociale du jugement* (1979), le sociologue français Pierre Bourdieu suggère que les pratiques liées à l'alimentation servent à perpétuer une distinction entre les classes sociales. Par exemple, la préférence d'une « cuisine de tradition » pour une famille appartenant à l'ancienne bourgeoisie contraste avec la cuisine préparée à la « bonne franquette » d'une famille modeste (Bourdieu, 1979; Herpin, 1980). Cet exemple démontre la rupture sociale que provoque une distinction entre les classes socioéconomiques et, par extension, comment celle-ci contribue à définir les grandes lignes alimentaires des classes

économiques. Ainsi, certains goûts sont associés à certaines classes socioéconomiques et peuvent agir comme vecteur d'inclusion ou d'exclusion entre elles (Bourdieu, 1979; Beagan, Power, et Chapman, 2015). Dans une étude sur l'évolution des pratiques alimentaires Beagan, Power et Chapman démontrent toutefois qu'il n'y a pas de corrélation directe entre le revenu des ménages et leur alimentation (2015). En effet, au cours de cette étude, les chercheurs ont identifié deux orientations alimentaires. La première est celle de l'aspect pragmatique et utilitariste de la nourriture, tandis que la seconde considère la nourriture comme un plaisir. À partir de ces deux orientations, ils brossent un portrait varié des habitudes alimentaires de personnes ayant vécu un changement de classes socioéconomiques. Les résultats démontrent que la situation financière contribue, dans une certaine mesure, à créer des habitudes alimentaires en fonction de leur classe sociale. En contrepartie, il n'y a pas de corrélation établie entre le changement de statut socioéconomique des participants de l'étude et leurs choix alimentaires. Par exemple, une personne provenant d'un milieu aisé et qui se retrouve dans une situation financière précaire peut choisir de maintenir le même rythme de consommation alimentaire qu'elle détenait autrefois, malgré qu'elle n'en ait pas les moyens. Au contraire, un individu issu d'un milieu modeste vivant une ascension socio-économique peut ne pas juger nécessaire de dépenser d'importantes sommes pour s'alimenter, maintenant ainsi ses anciennes habitudes en dépit de son nouveau statut social (Beagan, Power, et Chapman, 2015).

Par extension au phénomène de classes sociales, le revenu est également cité comme une pierre angulaire de l'accessibilité alimentaire. Plaçant en évidence l'importance des coûts associés à l'alimentation, une étude effectuée en 2016 par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) démontre que le prix des aliments est largement considéré par les consommateurs. De ce fait, en 2016, le principal critère de choix des Québécois pour les aliments achetés en épicerie était le prix (MAPAQ, 2017). En effet, 82% des Québécois participant à l'étude ont indiqué que le prix des aliments représentait l'enjeu le plus important. La seconde inquiétude est celle de l'hygiène des établissements alimentaires (79%) et la présence de résidus de pesticides et d'antibiotique dans les aliments se situe au troisième rang (68%) (MAPAQ, 2017). Bien que l'écart entre les préoccupations associées à l'hygiène des établissements et à la propreté des aliments et celle du prix des aliments ne soit pas énorme,

il est tout de même intéressant de constater que cette dernière préoccupation est jugée comme la plus importante. L'importance de l'aspect financier constitue donc une part non négligeable à la mise en place d'un paysage alimentaire relationnel.

Le troisième et dernier aspect du paysage alimentaire relationnel est la relation corporelle qu'entretient un individu avec la nourriture. Les travaux de Bourdieu (1977) placent le corps au centre d'une dialectique qui permet de réconcilier le paysage alimentaire à la dimension relationnelle de l'espace. En effet, le corps, ou plus spécifiquement la taille, le volume et le poids constituent un produit social qui est attribué à une classe sociale. Comme l'indique Bourdieu, « produits sociaux, les propriétés corporelles sont appréhendées à travers des catégories de perception et des systèmes de classement sociaux qui ne sont pas indépendants de la distribution entre les classes sociales » (1977 p. 51). Se rangeant du côté de Bourdieu (1977), les travaux de Valentine (1998) décrivent comment le corps est le reflet d'une consommation de l'espace. Ainsi, les pressions sociales effectuées à l'endroit d'un modèle corporel idéalisé dressent un paysage alimentaire traduisant la relation entre ce corps et les aliments. Que ce soit inclusif (« ce que je peux manger, où je peux aller ») ou exclusif (« ce que je ne peux pas manger, où je ne peux pas aller »), cette construction du paysage alimentaire s'effectue dans le but de rencontrer un idéal corporel. De plus, la pression de l'apparence exercée sur les corps est genrée et les attentes du corps idéal sont différentes chez les femmes et les hommes. Pour les premières, cette pression est orientée vers l'attrance sexuelle de leur corps tandis que pour les seconds, les attentes sociales sont structurées autour d'un corps en santé (Valentine, 1998). Dans cette mesure, il est possible de suggérer que le paysage alimentaire relationnel sera construit à partir d'un idéal à atteindre qui lui, est le fruit de la construction sociale et genrée du corps.

La production du paysage alimentaire est donc le résultat de la relation dialectique entre le rapport qu'entretiennent les individus avec l'espace alimentaire, leur statut socioéconomique et les dynamiques sociales qui façonnent les perceptions corporelles. Bien que chacune de ces dimensions peut être étudiée indépendamment, c'est leur interaction qui génère la complexité et le dynamisme du paysage alimentaire et rend compte d'une représentation théorique fidèle à la réalité. Dans la pratique quotidienne, un espace alimentaire n'est jamais seulement absolu, relatif ou relationnel, mais

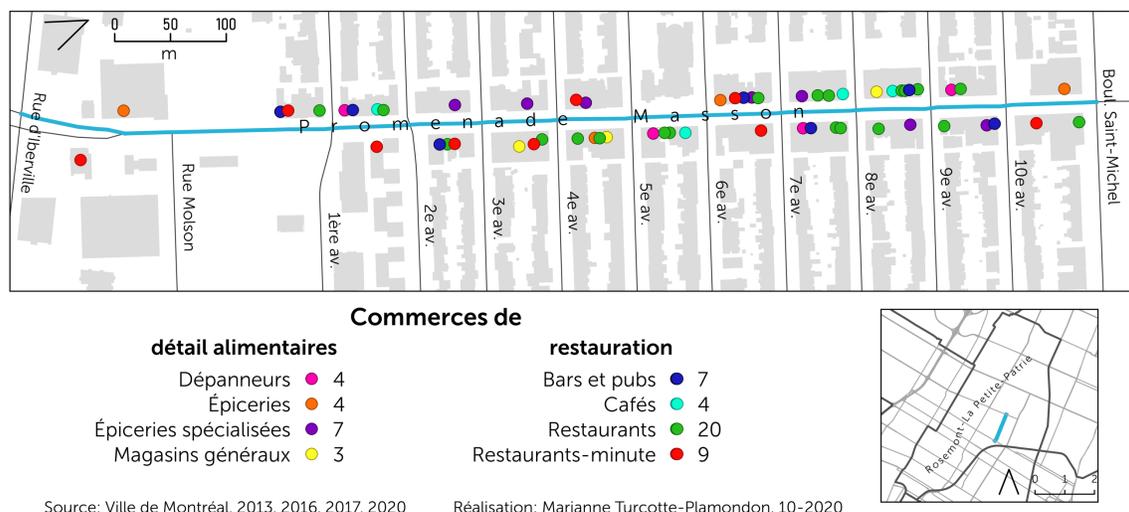
indissociablement les trois à la fois. Prenons l'exemple de l'épicerie Citron que c'est bon (Fraîchement bon), qui rend compte de la complexité associée à l'espace alimentaire. Cette épicerie s'insère dans l'espace absolu du paysage alimentaire de la Promenade Masson dû au fait de sa présence physique sur l'artère commerciale. L'organisation et l'esthétique de cette épicerie renvoient à la fois à la dimension absolue et relationnelle du paysage alimentaire. En effet, la disposition des produits dans l'espace, la présentation des fruits et légumes dans des paniers en bois et l'esthétique générale de l'épicerie créent une ambiance de marché et s'inscrivent dans une dynamique relationnelle de l'espace. Aussi, la proximité de cette épicerie dans l'espace favorise un fort lien entre le commerce et les clients (Participant A1). Par extension, la localisation de ce commerce de l'espace absolu de la Promenade Masson démontre l'aspect relatif de cet espace. Malgré que nous ayons convenu plus tôt que cette dimension est moins applicable en raison de la petite échelle de notre étude, rappelons que l'épicerie Fraîchement bon est située au coin de la 6^e Avenue et de la Promenade Masson, soit dans le centre institutionnel de l'artère commerciale.

4.2. La dynamique de l'offre et de la demande alimentaire de la Promenade Masson

Pour relier la demande alimentaire à l'offre commerciale, deux méthodes décrites dans le premier chapitre ont été employées, soit l'enquête auprès des consommateurs et le recensement des commerces alimentaires. Dans un premier temps, l'enquête auprès de la population fréquentant la Promenade Masson a permis de dresser le profil socioéconomique des 236 répondants. Premièrement, l'échantillon est composé de six catégories d'âge : 15 à 19 ans (4 répondants : 2%), 20 à 24 ans (21 répondants : 9%), 25 à 29 ans (27 personnes : 11%), 30 à 49 ans (88 personnes : 38%), 50 à 69 ans (70 personnes : 30%) et plus de 69 ans (24 personnes 10%). Deux personnes ont choisi de ne pas préciser leur âge. Deuxièmement, notre enquête révèle que 188 répondants (80%) vivent dans un ménage sans enfants, contre 46 répondants (20%) qui vivent avec un ou plusieurs enfants. Troisièmement, 52% des ménages de l'échantillon disposent d'un revenu de moins de 50 000\$, 30% ont un revenu situé entre 50 001\$ et 90 000\$ et 18% gagnent plus de 90 000\$ annuellement. Dans un second temps, le recensement des commerces alimentaires de la Promenade Masson indique qu'elle est composée de 144 commerces, dont 60 commerces

d'alimentation répartis entre les commerces de détail alimentaires et de restauration. Les commerces de détail alimentaires (31%) regroupent les commerces où il est possible d'acheter des produits alimentaires, tels que les épiceries, les commerces spécialisés, les magasins généraux et les dépanneurs, alors que les commerces de restauration (69%) offrent un service de transformation et de préparation des aliments, tels que les bars, les cafés, les restaurants et les restaurants-minute (figure 8). Les deux prochaines sections proposent une analyse des commerces alimentaires à la lumière des données recueillies, d'abord pour les commerces de détail et ensuite pour ceux de la restauration.

Figure 8. Répartition des commerces alimentaires de la Promenade Masson, 2019



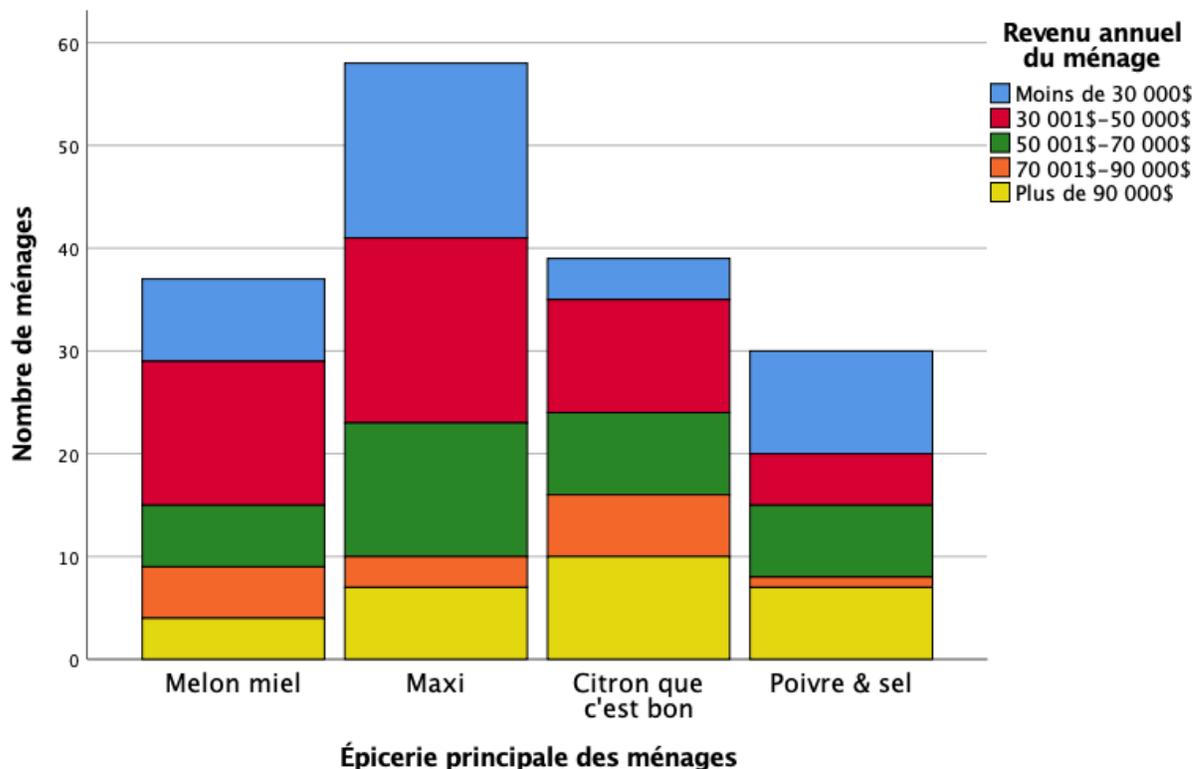
4.2.1. Les commerces de détail alimentaires

Dans la littérature, la capacité financière d'un ménage est un facteur déterminant de l'accès à l'alimentation (Howerton et Trauger, 2017, Crespo, 2018). Considérant ces travaux, la figure 9 (p. 90) met en relation le revenu annuel et le choix de l'épicerie principale des ménages. D'après ces résultats, le Maxi est l'épicerie principale de 35% des répondants, suivi par Citron que c'est bon (Fraîchement bon) (24%), Melon Miel (23%) et Poivre et Sel (18%). Maxi est principalement fréquenté par des ménages ayant un revenu annuel de moins de 50 000\$. Bannière commerciale à rabais de Loblaws, l'argument de vente principal du Maxi est les bas prix. En effet, dans cet entrepôt de la nourriture, très

peu d'attention est accordée à l'esthétique. On recherche plutôt les économies d'échelle afin de diminuer les prix pour les consommateurs. Contrairement au Maxi qui fait partie d'une grande chaîne d'épicerie, le Citron que c'est bon (Fraîchement bon) est une petite chaîne d'épicerie qui mise énormément sur la qualité, la fraîcheur des produits ainsi que le commerce de proximité. « Les compagnies c'est à tous les jours qu'ils viennent livrer. Y'a pas de deux fois par semaine. Non c'est à tous les jours. C'est toujours frais » (Participant A1). La fraîcheur et la plus grande qualité des produits se traduisent d'ailleurs par des prix généralement plus élevés que chez les concurrents. De plus, le style intérieur est recherché, ce qui crée une ambiance commerciale rehaussée. Les prix élevés que génère la mise en valeur de produits au Citron que c'est bon (Fraîchement bon) pourraient expliquer que peu de ménages ayant un revenu annuel de moins de 30 000\$ fréquentent cette épicerie.

Les résultats de la figure 9 (p. 90) semblent également démontrer que les choix alimentaires des ménages bénéficiant d'un revenu plus élevé sont davantage orientés vers leurs préférences personnelles et le plaisir alimentaire plutôt que par des considérations d'ordre financières (Beagan, Power et Chapman, 2015). Toutefois, cette analyse indique également que le choix de fréquentation de l'épicerie ne dépend pas uniquement du revenu annuel du ménage. En effet, les quatre épiceries présentes sur la Promenade Masson sont fréquentées par des individus appartenant à toutes les catégories de revenus. Malgré les nuances qui s'imposent, il semble tout de même y avoir une certaine corrélation entre le statut socioéconomique du ménage et l'endroit où celui-ci effectue ses achats alimentaires. En plus des bas prix, on peut aussi expliquer la popularité du Maxi par le fait qu'il offre, contrairement aux autres épiceries, un grand stationnement pour les automobilistes, ce qui permet de transporter plus facilement les achats, surtout pour les ménages avec des enfants, ceux qui font hebdomadairement l'épicerie ou les personnes âgées. Comme en témoigne le cas du Poivre et Sel, située au coin de Masson et du boulevard Saint-Michel et offrant un très petit stationnement qu'il partage avec la pharmacie, la proximité avec de grandes artères de circulation n'est pas suffisante pour expliquer l'achalandage ou non d'un commerce. De plus, ces données ne précisent pas certains facteurs propres à l'organisation du ménage tel que la subdivision des épiceries ou les priorités en matière d'alimentation du ménage.

Figure 9. Fréquentation hebdomadaire de l'épicerie principale des répondants en fonction du revenu annuel du ménage



Parmi les commerces de détail alimentaire, les commerces spécialisés tels que les boulangeries Les Co'pains d'abord et Première Moisson, la Boucherie Champfleuri et l'épicerie fine Les Aliments Merci sont ceux qui attirent le plus de consommateurs provenant de l'extérieur du quartier. En effet, 10 (7%) répondants ont affirmé venir sur la Promenade Masson d'une à deux fois par semaine ou d'une à deux fois par mois pour faire leurs emplettes. L'offre de cette catégorie de commerce étant plus spécifique, cela pourrait justifier que la zone de chalandise s'étend jusqu'à l'extérieur du quartier. Puisque ces commerces sont également présents dans d'autres arrondissements montréalais, la présence de consommateurs venant de l'extérieur du quadrilatère d'étude peut s'expliquer par la configuration de leur paysage alimentaire relatif ou relationnel. On peut émettre l'hypothèse que la franchise située sur la Promenade Masson soit la plus proche, bien qu'il ne soit pas exclu que la personne se déplace pour des raisons relationnelles ayant trait à la qualité du service, des produits offerts ou encore pour l'ambiance générale de l'endroit. Or, si la zone de chalandise s'étend, dans certains cas, à l'extérieur du quartier, rappelons que

la majorité des consommateurs (130 répondants, 93%) de ce type de commerce habitent dans le quadrilatère d'étude.

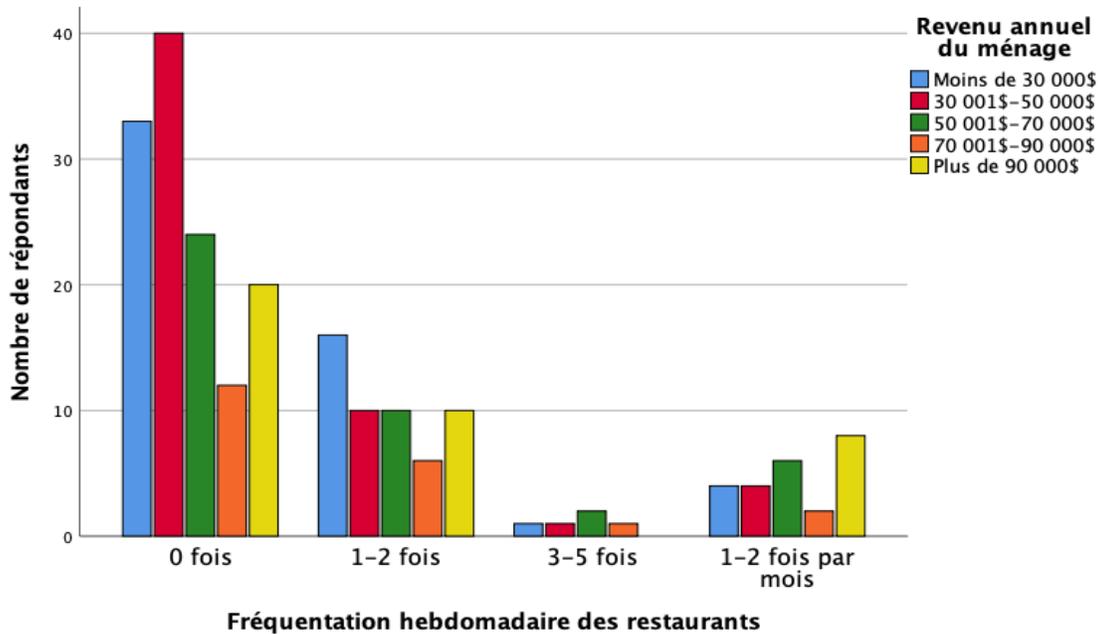
Les magasins généraux sont ici identifiés comme des commerces diversifiés à l'intérieur duquel il est possible de trouver de la nourriture. Sur la Promenade Masson les quatre commerces appartenant à cette catégorie sont le Dollarama, le Méga Vrac et les deux pharmacies Jean Coutu. Leur disposition dans l'espace fait en sorte qu'ils couvrent l'ensemble de l'artère commerciale puisqu'ils sont positionnés aux coins de la 3^e et de la 12^e Avenue pour les pharmacies Jean Coutu, de la 8^e Avenue pour le Méga Vrac, un commerce d'aliments et de produits ménagers écologiques, et au coin de la 5^e Avenue pour le Dollarama. Sur la Promenade Masson, 61 répondants (26%) ont affirmé fréquenter un des magasins généraux à différents intervalles. Les 56 répondants habitants dans le quadrilatère d'étude fréquentent ces commerces sur une base plus régulière puisque 38 d'entre eux y vont d'une à deux fois par semaine, huit y vont plus de trois fois par semaine et 10 s'y rendent entre une et deux fois par mois. En contrepartie, les cinq répondants qui habitent à l'extérieur du secteur d'étude et qui fréquentent les magasins généraux de la Promenade Masson s'y rendent tous entre une et deux fois par semaine.

Le type de commerces de détail le moins sollicité par les usagers de la Promenade Masson est le dépanneur. En effet, 23 répondants (10%) ont affirmé fréquenter un dépanneur pour des achats alimentaires entre une et deux fois par semaine ou moins. De plus, ces répondants ont souvent précisé fréquenter des dépanneurs, tout comme les magasins généraux mentionnés précédemment, de façon ponctuelle pour acheter certains produits alimentaires manquants comme du lait, par exemple. Dans la littérature, l'utilisation fréquente de dépanneur à des fins d'alimentation est souvent associée à un désert alimentaire (INSPQ, 2013). N'ayant pas de supermarché à proximité, les gens sont contraints de faire une partie ou l'entièreté de leur épicerie dans des dépanneurs. Or, l'abondance alimentaire de la Promenade Masson explique la faible utilisation de ces commerces pour l'alimentation. Cette observation est intéressante puisque ce sont 90% des répondants qui affirment ne jamais fréquenter de dépanneurs.

4.2.2. Les commerces de restauration

Parmi les 60 commerces alimentaires présents sur la Promenade Masson, 43 (72%) sont des commerces de restauration. À l'intérieur de cette catégorie, les restaurants sont au nombre de 35 (49%). 17 sont des commerces de restauration rapide (18%), 7 de ces commerces sont des cafés (16%) et 13 des bars ou des pubs (13%). Cette dernière section de ce chapitre est consacrée à évaluer l'utilisation de l'offre de restauration par les usagers de la Promenade Masson. Comme l'indique le participant B1 : « sur l'artère commerciale, y'a plus de restaurants en termes de pourcentage que le reste des activités ». D'autant plus que les restaurants offrent une variété de menus et répondent à tous les types de budgets. Aussi, la diversité des restaurants Tandoori Masson, Basha, Piri Piri, et Tori Tora, par exemple, offre des spécialités inspirées de leur culture. Toutefois, l'abondance de cette offre de restaurants s'arrime difficilement avec le taux de fréquentation de ce type de commerce puisqu'une majorité des participants de l'étude affirment ne pas se rendre dans un commerce de restauration ou dans un restaurant-minute sur une base hebdomadaire. Près de deux tiers des répondants (149 répondants, 63%) ne vont pas au restaurant alors que 37% fréquentent ce type de commerce alimentaire. De manière plus détaillée, les 87 répondants qui fréquentent des restaurants s'y rendent principalement entre une et deux fois par semaine. Selon les résultats obtenus, la clientèle des restaurants provient majoritairement du quadrilatère d'étude puisque 77 répondants (89%) fréquentant un restaurant habitent dans le secteur contre 10 répondants (11%) habitant à l'extérieur. De plus, il est intéressant de souligner que les répondants âgés entre 30 ans et 49 ans indiquent une double tendance, puisque 38% des répondants de ce groupe ne fréquentant pas de restaurants alors que 37% disent aller au restaurant entre une et deux fois par semaine. Aussi, il ne semble pas y avoir de relation entre la fréquentation des restaurants et le revenu annuel des ménages (figure 10, p. 93). Les restaurants les plus fréquentés sont ceux offrant un menu de moyenne gamme. Ce sont les restaurants Basha (13 répondants, 15%), Piri Piri (11 répondants, 13%), Poké Station (7 répondants, 8%) et le Café Léopard (7 répondants, 8%) qui sont identifiés comme le premier choix de restaurants des répondants. Les restaurants haut de gamme Madre, Gaston et Rose Ross sont le premier choix pour environ 5% des répondants.

Figure 10. Fréquentation hebdomadaire des restaurants en fonction du revenu annuel des ménages



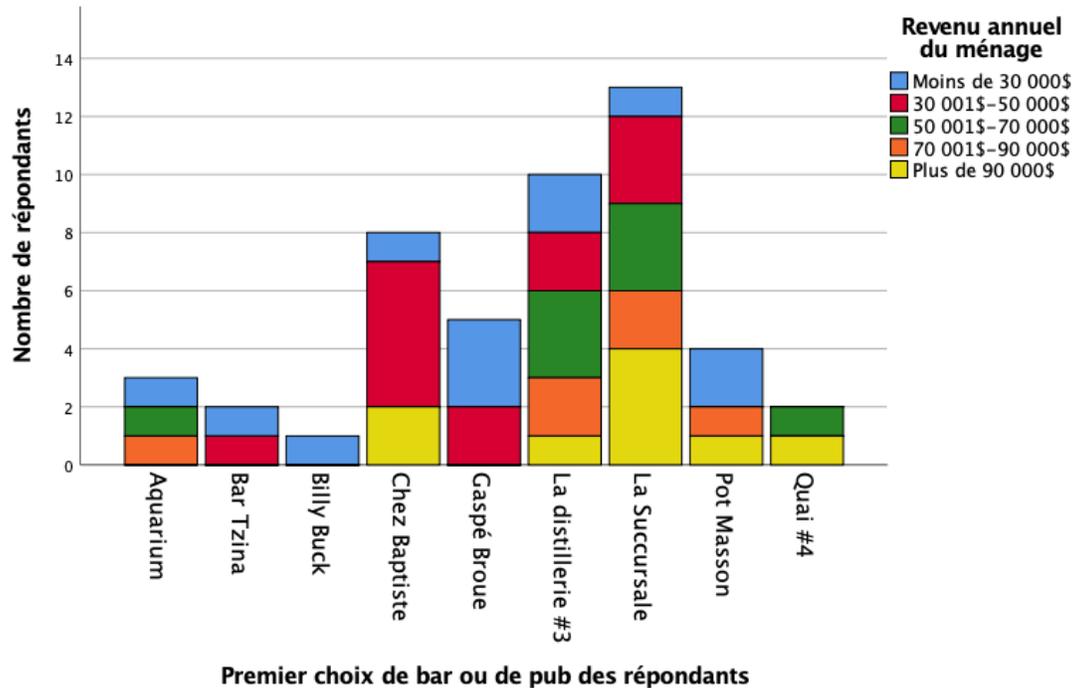
Malgré la présence de huit restaurants rapides sur la Promenade Masson, 180 répondants (76%) ne fréquentent pas ce type de commerce alimentaire. La majorité des 56 répondants (24%) qui fréquentent les restaurants-minute ne s’y rendent qu’une à deux fois par semaine. C’est Juste Nouille (10 répondants, 19%) qui est identifié comme le premier choix des répondants, suivit par Tim Horton (8 répondants, 16%) et Masson Pizza (8 répondants, 16%). L’intérêt pour ces trois restaurants-minute est intéressant en raison de leur positionnement sur la Promenade Masson. Juste Nouille ainsi que Masson Pizza sont situés aux deux extrémités de l’artère commerciale, alors que le Tim Horton est situé au centre. Ainsi, les trois commerces de prédilection des répondants sont situés à des emplacements stratégiques de la Promenade Masson, ce qui pourrait expliquer, du moins en partie, le choix des consommateurs.

Par ailleurs, les ménages avec des enfants ne fréquentent pas moins les restaurants. En effet, parmi les 46 ménages avec enfants ayant participé à l’étude, 65% ne fréquentent pas de restaurants sur une base hebdomadaire, alors que ce taux est de 83% pour les restaurants-minute. Des trois restaurants huppés précédemment identifiés, seul le restaurant Rose Ross est fréquenté par des ménages avec enfants. En effet, deux répondants

ont affirmé aller à ce restaurant une à deux fois par mois. Il faut toutefois rappeler que la fréquentation de ce restaurant se situe à l'échelle du ménage et ne précise pas l'âge des enfants et s'ils sont inclus ou non dans la fréquentation réelle du restaurant. La fréquentation générale des commerces de restauration permet de soulever deux constats. Premièrement, la taille de l'échantillon ne représente pas l'achalandage réel des consommateurs à l'égard des commerces de restauration de la Promenade Masson. Deuxièmement, l'importance des consommateurs provenant de l'extérieur et qui soutient l'économie commerciale des restaurants de la Promenade Masson est sous-représentée.

La figure 11 (p. 95) représente la fréquentation hebdomadaire des bars et des pubs en fonction du revenu annuel du ménage. Dans cette catégorie, 52 personnes (22%) ont affirmé fréquenter ce type de commerce. Des neuf bars identifiés, la Succursale, la Distillerie # 3 et Chez Baptiste sont les plus fréquentés. De plus, malgré les prix relativement élevés de ces commerces, ceux-ci attirent des consommateurs provenant de toutes les catégories de revenus. En contrepartie, les bars populaires comme Gaspé Broue, Bar Tzina et Billy Buck n'ont pas de clients ayant un revenu de plus de 50 000\$. Faisant exception à cette règle, L'aquarium, un bar populaire, accueille des personnes ayant un revenu entre 50 000\$ et 90 000\$ en raison des expositions et des spectacles qui y sont organisés. On peut expliquer ce patron de consommation par le désir qu'on les consommateurs moins fortunés de se « faire plaisir » à l'occasion et de sortir dans un bar plus huppé, comme c'est le cas pour les restaurants. En contrepartie, il ne semble pas que des clients financièrement aisés aient le désir ou l'intérêt de fréquenter un bar populaire. Un article publié dans le journal *Urbania* fait état d'une soirée passée au Gaspé Broue situé sur la Promenade Masson. Tout au long de l'article, l'auteur décrit sa soirée en précisant que celle-ci s'est terminée avec une facture de 9\$ comprenant les coûts d'un « buck » et d'un pichet de bière (Boisvert-Magnen, 2018). En comparaison, Quai #4 est une brasserie et un restaurant offrant une carte d'apéritif, de digestifs et de cocktail à environ 12\$ le verre et où le pichet coûte 40\$. Les prix des verres de bière en fût varient entre 4,75\$ et 7,50\$, selon le format et la variété de bière, alors que le prix de la bière en bouteille oscille entre 6,25\$ et 14\$, toujours selon les mêmes critères (Quai #4, 2020). Comme l'expliquait Bourdieu (1979), les choix alimentaires sont liés aux distinctions entre les classes sociales et c'est ce qui semble expliquer ce patron de consommation.

Figure 11. Fréquentation hebdomadaire du premier choix de bar et de pub des répondants en fonction du revenu annuel des ménages

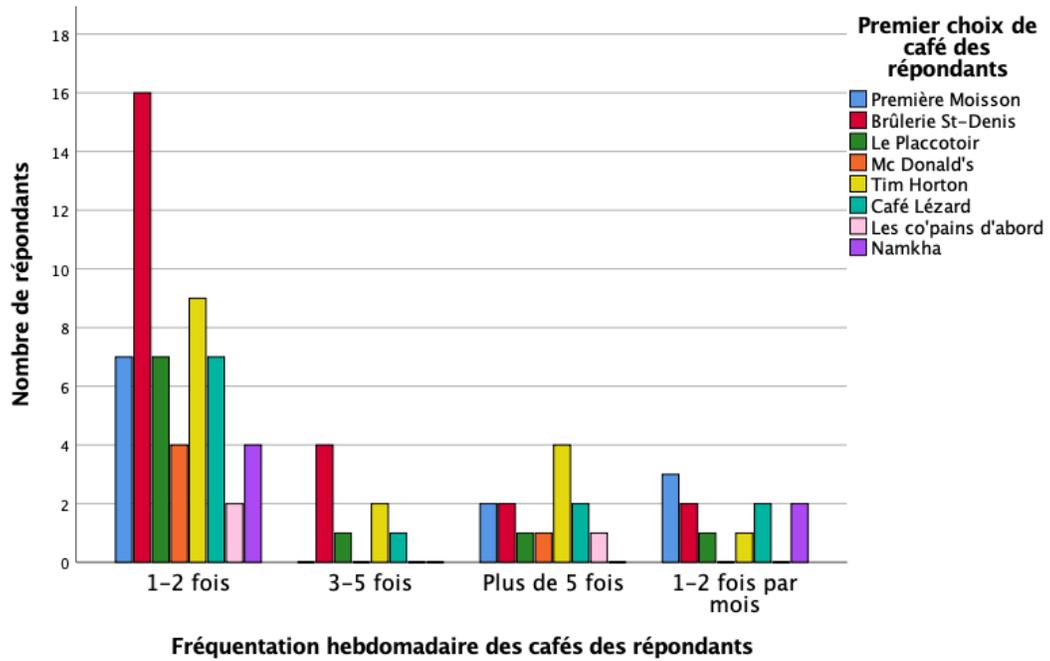


De plus, il semble y avoir une corrélation entre les profils de consommation des individus et les bars ou pubs fréquentés. En effet, les bars populaires Gaspé Broue et l’Aquarium sont fréquentés entre une à deux fois par semaine et plus de cinq fois par leurs clients. Les bars ou les pubs plus dispendieux sont moins souvent fréquentés comparativement aux commerces moins coûteux. Les pubs La Succursale et Chez Baptiste illustre ce constat par le fait qu’ils sont principalement fréquentés soit d’une à deux fois par semaine ou d’une à deux fois par mois. Finalement, le patron de fréquentation des bars et des pubs semble similaire entre les hommes et les femmes : alors que le Bar Tzina, Chez Baptiste et la Distillerie #3 sont fréquentés par le même nombre d’hommes que de femmes, l’Aquarium, la Succursale, Pot Masson et le Quai #4 sont plus appréciés des femmes, et Billy Buck et Gaspé Broue sont préférés par les hommes.

Emblème de la gentrification, le café est largement associé à un espace de consommation de la nouvelle classe moyenne. Les sept cafés présents sur la Promenade Masson représentent 10% de l’offre alimentaire. Parmi ceux-ci, les trois cafés les plus cités comme cafés de premier choix par les répondants sont Première Moisson, la Brûlerie St-

Denis et le Placcotoir. Par ailleurs, ces trois cafés offrent tous une ambiance de consommation agréable et déterminante dans l'élaboration du paysage alimentaire relationnel. L'attrait du consommateur envers cette ambiance ou l'intégration de ces cafés dans le paysage alimentaire relationnel est potentiellement ce qui incite les consommateurs à se déplacer sur la Promenade Masson. Ainsi, les 90 répondants (38%) fréquentant ce type de commerces sont principalement composés d'individus entre 30 et 49 ans (44%) et entre 50 et 69 ans (26%). Il n'y a donc, pas de tendance claire qui relie l'âge des consommateurs avec leur fréquentation hebdomadaire des cafés. D'après la figure 12 (p. 97), deux commerces sont priorisés par les consommateurs : la Brûlerie St-Denis (24 répondants, 27%) et Tim Horton (16 répondants, 18%). En contrepartie, les cafés les moins populaires sont les Co'pains d'abord (3 répondants, 4%), McDonald's (5 répondants, 6%) et Namkha (6 répondants, 7%). De plus, il n'y a pas de lien évident entre la fréquentation du premier choix de café et le revenu annuel du ménage. Par contre, Tim Horton est le café le plus fréquenté par les gens ayant un revenu de moins de 30 000\$, alors que pour toutes les autres catégories de revenu, le café de prédilection est la Brûlerie St-Denis. Par ailleurs, ce café est le troisième café favori des individus provenant de la catégorie de revenu annuel de moins de 30 000\$, après le café Première Moisson. De plus, 16 répondants ont affirmé fréquenter les cafés de la Promenade Masson en dépit du fait qu'ils habitent à l'extérieur du quadrilatère d'étude. Pour la moitié d'entre eux, cette fréquentation est estimée entre une à deux fois par semaine alors que l'autre moitié s'y rend moins fréquemment soit une à deux fois par mois.

Figure 12. Fréquentation hebdomadaire du premier choix de cafés des répondants



5. Conclusion

Située au cœur de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie, la Promenade Masson est le théâtre de plusieurs décennies de changements sociaux, démographiques et économiques. L'évolution de cet arrondissement depuis la colonisation du territoire montréalais jusqu'à aujourd'hui est centrale à la compréhension de l'organisation actuelle de l'espace. Or, cet aspect n'est pas le seul qui a évolué dans l'arrondissement puisque depuis plusieurs années, la gentrification résidentielle reconfigure le profil socioéconomique de la population et, par extension, le patron de consommation des individus. En effet, comme nous avons pu le voir au cours des précédents chapitres, le changement de demande alimentaire occasionné par l'arrivée d'une nouvelle classe moyenne donne lieu à l'ouverture de nouveaux commerces alimentaires répondant aux besoins de cette population (Ley, 1996; Maltais, 2017; Fortin, 2019). Dans cet ordre d'idée, la question de recherche qui relie l'entièreté de ce mémoire consiste à comprendre dans quelle mesure la gentrification commerciale influence le paysage alimentaire des résidents du secteur d'étude. Pour ce faire, les concepts de production de l'espace, de gentrification et de paysage alimentaire forment le cadre conceptuel de cette recherche.

Ainsi, le premier objectif de recherche avait pour but de comprendre l'évolution sociale, démographique et économique de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie (Lefebvre, 1974; Harvey, 2006). Pour ce faire, il nous fut nécessaire de nous pencher sur l'évolution du territoire par l'entremise de deux vecteurs de production de l'espace soit, le développement économique de l'arrondissement et l'influence religieuse. Ainsi, les quatre phases économiques vécues dans l'arrondissement (colonisation, industrialisation, désindustrialisation et commercialisation) ainsi que la présence accrue des institutions ecclésiastiques sont soulevées comme deux éléments marquants de la production de l'espace de l'arrondissement. Autant les moteurs économiques ont structuré l'espace autour du travail, autant la religion s'est étendue à l'ensemble des sphères de la vie quotidienne. La structure capitaliste de notre société permet de raccorder ces deux vecteurs de production de l'espace aux travaux théoriques de David Harvey (2010). En effet, les dimensions d'espace absolue, relative et relationnelle s'appliquent pour chacune de ces phases et permettent de comprendre l'organisation spatiale depuis la colonisation jusqu'à aujourd'hui. Il faut toutefois nuancer que cette conception est moins applicable lors de la

période agricole du territoire puisque le capitalisme n'est pas reconnu comme le modèle économique de l'époque. Cette conception tripartite de l'espace permet également de comprendre dans quelle mesure l'église est toujours centrale sur la Promenade Masson bien qu'elle ne détienne plus son hégémonie d'autrefois. Ainsi, l'intégration de la théorie tridimensionnelle pour comprendre la Promenade Masson démontre que l'espace est fondamentalement le produit d'une construction sociale. En effet, c'est en recadrant l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie à travers les dimensions absolue, relative et relationnelle de l'espace que l'on peut situer son histoire économique et religieuse. Plus spécifiquement, l'apport de ce chapitre se situe au niveau de la contribution théorique permettant de comprendre l'espace actuel du quadrilatère et de la Promenade Masson. Ainsi, je crois qu'il est pertinent de ne pas faire l'économie de ce retour historique puisqu'il permet de comprendre comment la production sociale de l'espace a façonné notre quadrilatère d'étude.

Au fil du temps, l'artère commerciale qu'est la Promenade Masson a évolué pour répondre aux différents besoins des résidents du quartier, se prêtant alors au jeu de l'offre et de la demande. Ainsi, le second objectif de recherche tente de mettre en lumière l'évolution récente de la distribution des commerces d'alimentation sur la Promenade Masson (Hackworth et Smith, 2000; Ley, 1994). Directement relié à l'évolution des moteurs économiques de l'arrondissement, c'est désormais le secteur commercial qui domine dans Rosemont-La Petite-Patrie et la Promenade Masson en est le reflet. Par ailleurs, la gentrification résidentielle est à la fois la cause et le résultat de l'arrivée d'une population mieux nantie et mieux éduquée au mode de vie différent qui contraste avec la population traditionnelle de l'arrondissement. Toutefois, si les effets résidentiels de la gentrification sont bien connus, ceux de la gentrification commerciale le sont moins. C'est d'ailleurs une contribution majeure de ce chapitre puisqu'on y démontre la complexité de la relation entre la gentrification résidentielle et commerciale. S'influençant mutuellement, ces deux dimensions de la gentrification coordonnent l'évolution de notre secteur d'étude. Ainsi, cette recherche tente précisément de combler une partie du vide théorique entourant les effets partagés de ces deux formes de gentrification. L'étroite relation relie la gentrification résidentielle et commerciale du secteur d'étude et de la Promenade Masson est notable dans cette recherche. L'augmentation du coût du logement, l'arrivée d'une

population plus jeune et de ménages de plus petite taille issus du milieu artistique et intellectuel illustre un processus de gentrification résidentielle. Cette nouvelle population dans l'arrondissement suggère l'arrivée de commerces qui arrivent leur offre de produits à la demande de la population. L'établissement de ce constat met en lumière la dimension moins étudiée de la gentrification, soit la gentrification commerciale. Or, le rehaussement du niveau de vie de la population de l'arrondissement s'arrime d'un rehaussement de l'offre commerciale (Maltais, 2017). D'ailleurs, c'est probablement en réponse à la demande de la nouvelle population que la Promenade Masson est progressivement réorientée vers une offre de produits haut de gamme. Pour les commerces d'alimentation, cette conversion s'est effectuée en faveur des commerces faisant la promotion de produits locaux, de goûts et de tendances appréciées de cette nouvelle population.

Si la relation entre l'offre et la demande commerciale de la Promenade Masson indique une forme de gentrification, le troisième objectif de recherche porte sur la façon dont le paysage alimentaire est consommé par les habitants du quartier. Reconnaisant la complexité de ce concept, celui-ci fut étudié selon la même conception tripartite que David Harvey accorde à la production de l'espace (2010). Ainsi, la contribution de ce chapitre réside dans l'acceptation du fait que le paysage alimentaire peut également être compris selon sa dimension absolue, relative et relationnelle alors que ces trois dimensions sont reliées par une tension dialectique. Cette représentation du paysage alimentaire offre un cadre conceptuel permettant d'étudier de façon holistique les dynamiques liées à la gentrification commerciale. Bien qu'il soit possible d'observer le paysage alimentaire sous une seule de ses dimensions, l'intégration des trois dimensions permet une vision dynamique et complexe du paysage alimentaire.

Bref, ce projet de recherche fait état de trois contributions principales. Premièrement, l'espace actuel de notre secteur de recherche est le résultat d'une production sociale, mais également historique. C'est à travers l'étude de différentes périodes de l'histoire de cet espace qu'il nous a été possible de dégager les quatre phases économiques ayant structuré l'évolution du quadrilatère de recherche. C'est également en retraçant l'implication des institutions religieuses que nous pouvons désormais reconnaître l'Église Saint-Esprit de-Rosemont et son parquet comme le cœur institutionnel de la Promenade Masson. Combinée à la théorie tridimensionnelle de David Harvey, l'étude historique de

la production de l'espace permet de comprendre la nature de l'espace de notre quadrilatère de recherche tout en évitant une forme de déterminisme géographique (2010). Deuxièmement, la gentrification est un processus complexe qui intègre non seulement l'aspect résidentiel, mais également l'aspect commercial. En effet, malgré que bon nombre d'étude traite uniquement de la gentrification résidentielle, je crois qu'il est nécessaire de se pencher sur son aspect commercial pour comprendre ce processus dans son ensemble. Ainsi, l'élaboration conceptuelle de la gentrification commerciale dans la présente étude constitue une avancée théorique. Comme démontré tout au long de cette recherche, la Promenade Masson et l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie sont un exemple probant de la dualité qui subsiste entre la gentrification résidentielle et commerciale. Celles-ci étant abordées comme les deux facettes d'une même médaille, ce projet offre une vision holistique de ce qu'est la gentrification. Troisièmement, le paysage alimentaire est un concept complexe et dynamique qui peut être compris à travers les trois dimensions de production de l'espace d'Harvey (2010). Sur le plan conceptuel, cette approche permet de reconnaître chacune des dimensions absolue, relative et relationnelle comme autant de réalité qui crée le paysage alimentaire. En acceptant cette vision du paysage alimentaire, je crois qu'il est plus aisé de comprendre le paysage alimentaire comme un ensemble, généré à la fois à partir de l'espace physique et matériel que de la relation d'un individu avec cet espace. Contrairement à d'autres ouvrages sur le paysage alimentaire qui tendent à réduire ce concept sous sa nature quantitative ou qualitative, cette conceptualisation rend compte de la complexité et du dynamisme de ce concept. En effet, si l'on calque le paysage alimentaire à la vision tripartite de David Harvey, il devient évident que ce concept n'est ni absolu, ni relatif ou relationnel en soi, mais bien une représentation de chacune de ces dimensions à la fois. Dans cet ordre d'idée, je suis d'avis qu'il serait important d'effectuer plus de travaux qui abondent en ce sens et ainsi, augmenter la littérature sur le sujet.

Bibliographie

- Association des SDC de Montréal (ASDCM). (2020, 30 juillet). Association des sociétés de développement commercial de Montréal, à propos. Repéré à <http://asdc.com/index.php?id=3etmod=apropos>
- Bacqué, M.-H. (2006). En attendant la gentrification : discours et politiques à la Goutte d'Or (1982-2000). *Sociétés contemporaines*, 63(3), 63. <https://doi.org/10.3917/soco.063.0063>
- Bailly, A. Béguin, H. et Scariati, R. (2016). *Introduction à la géographie humaine* (9^e ed.). Paris : Armand Colin.
- Bavoux, J.-J. (2016). *La Géographie. Objets, méthode débats*. (3^e ed.). Paris : Armand Colin.
- Beagan, B. L., Power, E. M. et Chapman G. E. (2015). « Eating isn't just swallowing food »: Food practices in the context of social class trajectory. *Canadian food studies*, 2(1), 75-98. doi: 10.15353/cfs-rcea.v2i1.50
- Bélanger, H. (2019). Revitaliser sans gentrifier ? *Relations*, (804), 22–23. Repéré à <https://id.erudit.org/iderudit/91731ac>
- Bélanger, H. et Gaudreau, L. (2013). La gentrification, un mal pour un bien ? *Relations*, (769), 36–37. Repéré à <https://www.erudit.org/fr/revues/rel/2013-n769-rel01041/70702ac/>
- Bélanger, H. et Fortin A. (2018). *Gentrification et droit au logement dans Rosemont : un « beau malaise »?*. Repéré à https://sac.uqam.ca/upload/files/GentrificationRosemont_2018.pdf
- Bernier, H. (2015). Marguerite Bourgeoys. Repéré à http://www.biographi.ca/fr/bio/bourgeoys_marguerite_1F.html
- Boichot, C. (2009). David Harvey, 2008, Géographie de la domination, Paris, Les Prairies ordinaires, 118p. *Cybergeo : European Journal of Geography*, 4p. Repéré à <http://journals.openedition.org/cybergeo/22846>
- Boisvert-Magnen, O. (2018, 30 avril). La taverne du mois : Gaspé Broue, Visite guidée du bar country vedette de la Promenade Masson. *Urbania*. Repéré à <https://urbania.ca/article/taverne-mois-gaspe-broue/>
- Bourdieu, P. (1977). Remarques provisoires sur la perception sociale du corps. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 14, p. 51-54. <https://doi.org/10.3406/arss.1977.2554>

- Bourdieu, P. (1979). *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris : Les Éditions de Minuit. Repéré à <http://www.urbanlab.org/articles/sociology/Bourdieu%201979%20-%20la%20distinction.pdf>
- Brisebois, M. et Delagrave, L. (2017). *Rosemont-La Petite-Patrie : il y a longtemps que je t'aime*. Montréal : Société d'histoire Rosemont-La Petite-Patrie.
- Brossard, T. et Wieber, J-C. (1984). Le paysage: trois définitions, un mode d'analyse et de cartographie. *L'Espace Géographique*, 13(1), 5-12. Repéré à https://www.persee.fr/doc/spgeo_0046-2497_1984_num_13_1_3887
- Buire, C. 2019. « La production de l'espace », une grille théorique pour décoder les territoires du quotidien. Dans *Citadins-Citoyens au Cap : Espace et justice après l'apartheid*. Presses universitaires de Paris Nanterre. doi :10.4000/books.pupo.4546
- Burgoine, T. (2010) Collecting accurate secondary foodscape data: A reflection on the trials and tribulations. *Appetite*, 55(3), p. 522-529. doi: 10.1016/j.appet.2010.08.020
- Buyck, J. et Meyfroidt, A. (2020). Explorer les paysages alimentaires pour régénérer la fabrique agriurbaine. *Territoire en mouvement : Revue de géographie et aménagement* 44-45. <https://doi.org/10.4000/tem.6071>
- Caron, I. (2002). Des mémoires « à excaver » : interpréter la présence des carrières de pierre grise à Montréal. *Journal de la société pour l'étude de l'architecture au Canada*, 27(3-4), 15-28. Repéré à https://dalspace.library.dal.ca/bitstream/handle/10222/70859/vol27_3_4_15_28.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations (CIRANO). (2017, 6 février). Évolution du taux de chômage, Québec, 1976-2011. Repéré à <https://qe.cirano.qc.ca/graphique-evolution-taux-chomage-quebec-1976-2011>
- Comité logement Rosemont. (2018). *La gentrification : Comprendre le phénomène pour mieux lutter*. Repéré à <http://www.comitelogement.org/wp-content/uploads/2010/05/Gentrification-Comprendre-lutter.pdf>
- Crespo. S. (2018). Coup d'œil sociodémographique : un aperçu de la composition des dépenses des ménages. *Institut de la statistique du Québec, Statistiques sociodémographiques, juillet 2018*(67). Repéré à <https://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/population-demographie/bulletins/coupoeil-no67.pdf>

- Daneau, M. (1966). Évolution économique du Québec 1950-1965. *L'Actualité économique*, 41 (4), 659–692. <https://doi.org/10.7202/1003128ar>
- Diocèse Montréal. (2020, 12 octobre). Saint-Esprit-de-Rosemont. Repéré à <https://diocesemontreal.org/fr/vie-communautaire/paroisses/saint-esprit-rosemont>
- Duany, A. (2001). Three Cheers for Gentrification. *American Enterprise*, 12(3), 36-39. Repéré à <https://www.mckinneytexas.org/DocumentCenter/View/1350/ThreeCheersGentrificationDuany?bidId=>
- Ferretti, L. (1999). *Brève histoire de l'église catholique au Québec*. Québec: Les éditions du Boréal.
- Fordyce-Voorham, S. (2009). Essential food skills required in a skill-based healthy eating program. *Journal of the HEIA*, vol. 16(2), p. 16-20.
- Fortin, A. (2019). *Satisfaction commerçante sur la Promenade Masson à Montréal* (mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal). Repéré à <https://archipel.uqam.ca/13387/1/M16288.pdf>
- Fournier, J. M. et Raoulx, B. (2003). La géographie sociale, géographie des inégalités. CRÉSO-Université de Caen, ESO-UMR6590. Repéré à http://eso.cnrs.fr/_attachments/n-20-octobre-2003-travaux-et-documents/Fournier-Raoux.pdf
- Gagnon, Y-C. (2012). *L'étude de cas comme méthode de recherche* (2^e éd.). Québec : Les Presses de l'Université du Québec.
- Gaudreau, L. (2013a). Espace, temps et théorie du capital chez Henri Lefebvre et Marx. *Cahiers de recherche sociologique*, (55), 155–176. <https://doi.org/10.7202/1027685ar>
- Gaudreau, L. (2013b). *La fixation du capital dans la propriété foncière. Étude de l'évolution des conditions spatiales de la reproduction du capitalisme*. (Thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal. Repéré à <https://archipel.uqam.ca/5387/1/D2429.pdf>
- Gaudreau, L. (2019). Crédit hypothécaire et croissance immobilière au Canada. Dans S. Rioux (dir.), *Dans le rouge : L'endettement des ménages québécois* (p. 117- 141). Saint-Joseph-Du-Lac : M éditeur.
- Gaudreau, L. (2020). *Le promoteur, la banque et le rentier*. Montréal : Lux Éditeur.

- Gaudreau, L., Hébert, G. et Posca, J. (2020). *Analyse du marché de l'immobilier et de la rentabilité du logement locatif*. Repéré à <https://rclalq.qc.ca/wp-content/uploads/2020/07/IRIS-rentabilite%C3%A9-du-Logement-2020.pdf>
- Géoconfluences. (2020, juin). Aire, aire d'influence. Repéré à <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/aire>
- Germond, M. (2020, 25 mai). Une histoire de La Petite-Patrie. Repéré à <https://ville.montreal.qc.ca/memoiresdesmontrealais/une-histoire-de-la-petite-patrie>
- Gervais-Linon, L. (2006). Espace urbain et gentrification aux États-Unis, évolution des interprétations. *Espaces et terre d'Amérique*, (19) p. 223-233. <https://doi.org/10.4000/caliban.2468>
- Glass, R. (1964). London: aspects of change. Londres: MacGibbon et Kee.
- Goodman, M.K. (2015). Food geographies 1: Relational foodscapes and the busy-ness of being more-than-food. *Progress in human geography*, 40(2), 257-266. doi: 10.1177/0309132515570192
- Gould, A. (2011). *Évaluation de l'accès à une alimentation saine : un portrait de l'environnement alimentaire en lien avec la défavorisation sociale et matérielle à Gatineau, Québec* (Rapport de stage). Institut national de recherche scientifique (INRS) et Université du Québec à Montréal. Repéré à http://espace.inrs.ca/78/1/Gould_Adrian_MA_2011.pdf
- Gouvernement du Québec. (2013). *Site patrimonial de l'Église Saint-Esprit-de-Rosemont*. Repéré à <http://www.patrimoine-culturel.gouv.qc.ca/rpcq/detail.do?methode=consulter&id=93559&type=bien#.XyxQFfhKiqA>
- Gravari Barbas, M. (1995). Le « sans » et le « sol ». Le patrimoine, facteur d'appartenance à un territoire urbain. *Le territoire, lien ou frontière?* 2(4), 8 p. https://www.researchgate.net/publication/32970045_Le_Sang_et_le_sol_le_patrimoine_facteur_d'appartenance_a_un_territoire_urbain
- Gregory, D. (2009). Space. Dans D. Gregory, R. Johnston, G. Pratt, M.J. Watts et S. Whatmore (dir.), *The dictionary of human geography* (5e ed., p. 707 à 710). Royaume-Unis: Blackwell publishing.
- Gumuchian, H. et Marois, C. (2000). *Initiation à la recherche en géographie. Aménagement, développement territorial, environnement*. Paris et Montréal : Anthropos et Presses de l'Université de Montréal.

- Hackworth, J. et Smith, N. (2000). The changing state of gentrification. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 92(4), p. 464-477. Repéré à <https://pdfs.semanticscholar.org/604e/33a19d24fbd8a02a3544da27fe5ac73605d7.pdf>
- Harvey, D. (2006). *Spaces of global capitalism: Towards a theory of uneven geographical development*. Londres: Verso.
- Harvey, D. (2010). *Géographie et capital : vers un matérialisme historico-géographique*. Paris : Syllepse.
- Harvey, D. (2011). *Le capitalisme contre le droit à la ville : Néolibéralisme, urbanisation, résistances*. Paris : Éditions Amsterdam.
- Herpin, N. (1980). Bourdieu Pierre, La distinction, critique sociale du jugement. *Revue BB* https://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1980_num_21_3_5028
- Howerton, G. et Trauger, A. (2017). « Oh honey, don't you know? »: The Social Construction of Food Access in a Food Desert. *ACME: An International Journal for Critical Geographies*, 16(4), 740-760. Aperçu à <https://www.acme-journal.org/index.php/acme/article/view/1524>
- Hubbard, P. (2008). Regulating the social impacts of studentification: a Loughborough case study. *Environment and Planning*, 40(2). 323-341. Repéré à https://www.researchgate.net/publication/23540003_Regulating_the_social_impacts_of_studentification_A_Loughborough_case_study
- Institut national de santé publique du Québec. (2013). *Accessibilité géographique aux commerces alimentaires au Québec : analyse de situation et perspectives d'interventions*. Repéré à https://www.inspq.qc.ca/pdf/publications/1728_AccessGeoCommAlimentQc.pdf
- Johnston, J., Biro, A., et MacKendrick, N. (2009). Lost in the Supermarket: The Corporate- Organic Foodscape and the Struggle for Food Democracy. *Antipode*, 41(3), 509-532. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2009.00685.x>
- Lachance, M.H. (2009). De l'espace rural à la banlieue industrielle : Le quartier Rosemont, 1892-1911 (Mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal) Repéré à <https://www.collectionscanada.gc.ca/obj/thesescanada/vol2/QMUQ/TC-QMUQ-2329.pdf>
- Laferrrière, S. et Vallée, B. (1998). De la prospérité à l'incertitude : Les usines Angus à Rosemont. *Cap-aux-diamants*,(54), 10-13. Repéré à <https://www.erudit.org/fr/revues/cd/1998-n54-cd1043256/7944ac.pdf>

- Laganière, C. (2017). *Quartiers sous tension* [Film documentaire]. Montréal : InformAction Films. Repéré à <https://ici.tou.tv/quartiers-sous-tension/S01E01>
- Lamonde, P. et Polèse, M. (1984). L'évolution de la structure économique de Montréal 1971-1981 : désindustrialisation ou reconversion? *L'Actualité économique*, 60 (4), 471–494. <https://doi.org/10.7202/601312ar>
- Laperrière, G. (2007). L'église du Québec et les années 1960 : l'ère de tous les changements. *Cap-aux-diamants*, (89), 10-13. Repéré à <https://www.erudit.org/fr/revues/cd/2007-n89-cd1044971/6907ac.pdf>
- Leclerc, R. (1989). *Histoire de l'éducation au Québec*. Repéré à <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs2106902>
- Lefebvre, H. (1968). *Le droit à la ville* (3^e ed.). Paris : Éditions Anthropos.
- Lefebvre, H. (1974). *La production de l'espace*. (4^e ed.) Paris: Édition Anthropos.
- Lévy, J. et Lussault, M. (2003). *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris, France: Belin.
- Ley, D. (1994). Gentrification and the Politics of the New Middle Class. *Environment and Planning D: Society and Space*, 12(1), 53–74. doi: 10.1068/d120053
- Ley, D. (1996). *The new middle class and the remaking of the central city*. Oxford; New-York: Oxford University Press.
- Ley, D. (2009). Gentrification. Dans D. Gregory, R. Johnston, G. Pratt, M.J. Watts et S. Whatmore (dir.), *The dictionary of human geography* (5^e ed., p. 273-274). Royaume-Unis: Blackwell publishing.
- Linteau, P-A. (2017). *Une histoire de Montréal* (1^e ed.). Montréal : Boréal.
- Lord, J-D. (2006). Wal-Mart Supercenter Market Share of Grocery Retailing in U.S. Metropolitan Areas. Dans *Wal-Mart World: The World's Biggest Corporation in the Global Economy*, London: Routledge, pp. 55- 61.
- MacKendrick, N. (2014). *Foodscape*. *Contexts*, 13(3), 16–18. doi:10.1177/1536504214545754
- Maltais, A. (2016). Anciens et nouveaux petits commerçants face à la transformation socioéconomique de deux anciens quartier populaires montréalais. *Lien social et Politiques* (77), p. 148-165. doi : <https://doi.org/10.7202/1037906ar>

- Maltais, A. (2017). *Gentrification et commerce de détail : Recension des écrits et pistes de solution*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=9417,142589527et_dad=portalet_schema=PORTAL
- Manzagol, C. (1983). L'évolution récente de l'industrie manufacturière à Montréal. *Cahiers de géographie du Québec*, 27(71), p. 237-253. <https://doi.org/10.7202/021610ar>
- Marsan, J-C. (1974). *Montréal en évolution* (1^e ed.) Montréal : Éditions Fides
- Marshall, D. (1996). Les familles québécoises et l'obligation scolaire, 1943-1960. *Lien social et Politiques*, (35), 13–21. <https://doi.org/10.7202/005182ar>
- Martin, J-Y. (2006). Une géographie critique de l'espace du quotidien. L'actualité mondialisée de la pensée spatiale d'Henri Lefebvre. *Articulo – Journal of urban Research*, 2. doi 10.1177/030981689806400112
- Mikkelsen, B.E. (2011). Images of foodscapes: Introduction to foodscape studies and their application in the study of healthy eating out-of-home environments. *Perspectives in public health*, 131(5), p. 209-216. doi: 10.1177/1757913911415150
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. (2017). *Le bottin : consommation et distribution alimentaire en chiffres*. Repéré à https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Bottin_consommation_distribution.pdf
- Patel, R. (2007). Checking out of Supermarkets. (p. 215-525). *Stuffed and Starved: Markets, Power and the Hidden Battle for the World Food System*. Toronto: Harper Collins.
- Pépin, A. (1955). Les frères maristes à Rosemont (Montréal) 1911-1969. *Frères maristes de la province du Canada*, 6(1), 27p. Repéré à <https://freresmaristes.qc.ca/wp-content/uploads/2016/12/vol6-1.pdf>
- Pigeon, M. (2020, Septembre). L'éducation au Québec, avant et après la réforme Parent. Repéré à http://collections.musee-mccord.qc.ca/scripts/explore.php?Lang=2&tableid=11&elementid=107__true&contentlong
- Quai #4. (2020, 12 mars). Menus : Cocktails et boisson estivales. Repéré à <https://www.quaino4.ca/fr/menus-cuisine-produits-locaux>

- Rioux-Hébert, S. (2005). Patrimoine religieux en devenir : les églises de l'arrondissement Rosemont-La-Petite-Patrie à Montréal. *Journal de la société pour l'étude de l'architecture au Canada*, 30(1-2), 5-16. Repéré à https://patrimoine.uqam.ca/wp-content/uploads/sites/35/Un_patrimoine_religieux_78.pdf
- Rioux, S. (2013). David Harvey. Dans Martineau, J. (dir.), *Marxisme anglo-saxon : Figures contemporaines. De Perry Anderson à David McNally*. (p. 103-133). Repéré à https://www.researchgate.net/publication/283154085_David_Harvey
- Rivest, F. (2008). *Les ménages à taux d'effort élevé : analyse des données provenant de l'enquête sur la dynamique du travail et du revenu (2002-2004)*. Repéré à <http://www.habitation.gouv.qc.ca/fileadmin/internet/publications/0000021222.pdf>
- Robert, M. (2014, 7 avril). L'agriculture sur l'île de Montréal depuis les Iroquoiens du Saint-Laurent. Repéré à <http://archivesdemontreal.com/2014/04/07/lagriculture-sur-lile-de-montreal-depuis-les-iroquoiens-du-saint-laurent/>
- Santé Canada. (2019). Lignes directrices canadiennes en matière d'alimentation à l'intention des professionnels de la santé et des responsables des politiques. Repéré à <https://guide-alimentaire.canada.ca/static/assets/pdf/CDG-FR-2018.pdf>
- SDC Promenade Masson. (2016). À propos de la Promenade Masson. Repéré à <https://www.promenademasson.com/fr/a-propos/>
- Sénécal, G., Lessard, G. et Hamel, P-J. (2017). *La gentrification des quartiers centraux et l'accès au logement : un état de la question et pistes de solution*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/ARROND_MHM_FR/MEDIA/DOCUMENTS/RAPPORT-LESSARD-S%C9N%C9CAL-HAMEL-FINAL25-4.PDF
- Sénécal, P. Tremblay, C. et Teutel, D. (1990). *Gentrification ou étalement urbain? Le cas du centre de Montréal et de sa périphérie*. Repéré à <http://www.habitation.gouv.qc.ca/fileadmin/internet/publications/0000021334.pdf>
- Short, F. (2003). Domestic cooking skills – What are they? *Journal of the HEIA*, vol. 10(3), p. 13-22. Repéré à <https://www.mv.helsinki.fi/home/palojoki/english/GBG%202007/francesshort.pdf>
- Siou, H. et Blanck, J. (2011). *La gentrification : un phénomène urbain complexe et son utilisation par les pouvoirs publics*. Repéré à http://www.citego.org/bdf_fiche-document-1492_fr.html
- Smith, N. (1979). Toward a Theory of Gentrification A Back to the City Movement by Capital, not People. *Journal of the American Planning Association*, 45(4), p. 538-548. Doi: <https://doi.org/10.1080/01944367908977002>
- Smith, N. (1982). Gentrification and Uneven Development. *Economic Geography*, 58(2), 139-155. doi: 10.2307/143793

- Smith, N. (1996). *The new urban frontier: gentrification and the revanchist city*. London; New York, Routledge.
- Smith, N. (2008). *Uneven Development: Nature, Capital and the Production of Space*. (3e ed.) Athens: Georgia.
- Smith, N. (2017). Retour sur *La question du logement*. *Espaces et sociétés*, 170(3), p. 133-138. doi:10.3917/esp. 170.0133.
- Tissier, J-L. (2003). Paysage. Dans Lévy, J et Lussault, Michel (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 753). Paris, France : Berlin.
- Valentine, G. (1998). A corporeal geography of consumption. *Environment and Planning D: Society and Space*. 17(3), p. 329-351. <https://doi.org/10.1068/d170329>
- Van Criekingen et Fleury (2006). La ville branchée: gentrification et dynamiques commerciales à Bruxelles et à Paris. *Belgeo*, 1(2), p. 113-134. doi: <https://doi.org/10.4000/belgeo.10950>
- Ville de Montréal. (2004). *Profil socio-économique : Arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/page/PES_Publications_FR/Publications/profil_rosemont_2001.pdf
- Ville de Montréal. (2005). *Évaluation du patrimoine urbain : Arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/page/patrimoine_urbain_fr/media/documents/21_evaluation_patrimoine_rose.pdf
- Ville de Montréal. (2007) *Annuaire statistique de l'agglomération de Montréal*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/page/mtl_stats_fr/media/documents/ANNUAIRE%20STATISTIQUE_SEPT07.PDF
- Ville de Montréal. (2008, 28 janvier). Fiche du bâtiment : Usine Coca-Cola Company of Canada. Repéré à http://patrimoine.ville.montreal.qc.ca/patri_municipal/fiche_bat.php?id_bat=9999-26-0001-01
- Ville de Montréal. (2014b). *Profil sociodémographique : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/MTL_STATS_FR/MEDIA/DOCUMENTS/PROFIL_SOCIODEMO_ROSEMONT.PDF

- Ville de Montréal. (2018a). *Profil sociodémographique : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/MTL_STATS_FR/MEDIA/DOCUMENTS/PROFIL_SOCIOD%C9MO_ROSEMONT%20LA%20PETITE-PATRIE%202016.PDF
- Ville de Montréal. (2018b). *Profil sociodémographique : Arrondissement du Plateau-Mont-Royal*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=6897,68087646et_dad=portalet_schema=PORTAL
- Ville de Montréal. (2018c). *Profil sociodémographique : Ville de Montréal*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/MTL_STATS_FR/MEDIA/DOCUMENTS/PROFIL_SOCIOD%C9MO_VILLE%20D%C3%A9%20MONTREAL%202016.PDF
- Ville de Montréal. (2018d). *Les quais Masson : une place publique au cœur de la rue commerciale*. Repéré à http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/page/prt_vdm_fr/media/documents/fiche-projet-les-quais-masson.pdf
- Wylie, J. (2009). Landscape. Dans D. Gregory, R. Johnston, G. Pratt, M.J. Watts et S. Whatmore (dir.), *The dictionary of human geography* (5e ed., p. 409-411). Royaume-Unis: Blackwell publishing.
- Zukin, S. (1987). Gentrification: Culture and Capital in the Urban Core. *Annual Review of Sociology*, 13(1),129-147. doi: 10.1146/annurev.so.13.080187.001021

Annexe 1 : Le questionnaire

Questionnaire #	Point de collecte	Date	Plage horaire	Sexe
Habitez-vous dans le quartier ? O / N		Si oui, à quelle intersection ?		

Consommation alimentaire hebdomadaire

Épiceries	1-2	3-5	> 5
1. Épiceries			
Au melon miel Maxi	Citron que c'est bon Poivre et sel		
2. Commerces spécialisés			
Aliments merci Naturiste Pâte et Cie SAQ	Les co'pains d'abord Première Moisson La tête dans les chaudrons Boucherie champfleury		
3. Magasins généraux			
Dollarama Méga vrac	Jean Coutu (3 ^e ou St-Michel)		
4. Dépanneurs			
Couche-tard (7 ^e)	Provi-soir (1 ^e)	Shell	
Faites-vous vos achats alimentaires en dehors de la Promenade Masson ? O / N			

Restaurants	0	1-2	3-5	> 5
1. Bars / pubs				
Aquarium Bar Zina Billy Buck Chez Baptiste	Gaspé Broue La distillerie #3 La Succursale Pot Masson			
2. Cafés				
Première Moisson Brûlerie St-Denis Le placcotoir	McDonald's Tim Horton Café Lézard	Namkha		
3. Restauration rapide				
Canada Hot-Dog Juste Nouille Masson Pizza	Tim Horton La crèmerie McDonald's	Les givrés Subway		
4. Restaurants				
Première Moisson Mohito et Margarita La planète Œuf Tandoori Masson Café Lézard Ryo's Poke Bol	Chat affamé F+F Pizza L'Œufrier Tori Tora Quai #4 Poké Station	Piri Piri Basha Casa Corfu Phô lăm Sushi time Corvette Bon D		
Madre	Gaston	Rose Ross		

Informations personnelles

Âge	15-19	20-24	25-29	30-49	50-69	> 69
Ménage...	Avec enfants			Sans enfants		
Revenu annuel du ménage	< 30 000\$	30 001-50 000\$	50 001-70 000\$	70 001-90 000\$	> 90 000\$	Préfère ne pas répondre

Annexe 2 : Fiche de codification SPSS

Questionnaire #	Point de collecte	Date	Plage horaire	Sexe
Habitez-vous dans le quartier ? O / N		Si oui, à quelle intersection ?		

Consommation alimentaire hebdomadaire

Épiceries	1-2 (1)	3-5 (2)	> 5 (3)	2 sem (4)
1. Épiceries				
Au melon miel (1) Maxi (2)	Citron que c'est bon (3) Poivre et sel (4)			
2. Commerces spécialisés				
Aliments merci (1) Naturiste (2) Pâte et Cie (3) SAQ (4)	Les co'pains d'abord (5) Première Moisson (6) La tête dans les chaudrons (7) Boucherie champfleury (8)			
3. Magasins généraux				
Dollarama (1) Méga vrac (2)	Jean Coutu (3 ^e ou St- Michel) (3)			
4. Dépanneurs				
Couche-tard (7 ^e) (1)	Provi-soir (1 ^e) (2)	Shell (3)		
Faites-vous vos achats alimentaires en dehors de la Promenade Masson ? O / N (1)/(2) _____ _____ _____				

Restaurants	1-2	3-5	> 5	2 sem (4)
1. Bars / pubs				
Aquarium (1) Bar Zina (2) Billy Buck (3) Chez Baptiste (4)	Gaspé Broue (5) (9) La distillerie #3 (6) La Succursale (7) Pot Masson (8)		Quai #4	
2. Cafés				
Première Moisson (1) Brûlerie St-Denis (2) Le placcotoir (3)	McDonald's (4) Tim Horton (5) Café Léopard (6)	Les co'pains d'abord (7) Namkha (8)		
3. Restauration rapide				
Canada Hot- Dog(1) Juste Nouille (2) Masson Pizza (3)	Tim Horton(4) La crèmerie (5) McDo (6)	Les givrés (7) Subway (8)		
4. Restaurants				
Première Moisson (1) Mohito et Margarita (2) La planète Œuf (3) Tandoori Masson (4) Café Léopard (5) Ryo's Poke Bol (6)	Chat affamé (7) F+F Pizza (8) L'Œufrier (9) Tori Tora (10) Quai #4 (11) Poké Station (12)	Piri Piri (13) Basha (14) Casa Corfu (15) Phô lăm (16) Sushi time (17) Corvette (18) Bon D (22)		
Madre (19)	Gaston (20)	Rose Ross (21)		

Informations personnelles

Âge	15-19 (1)	20-24 (2)	25-29 (3)	30-49 (4)	50-69 (5)	> 69 (6)
Ménage...	Avec enfants (1)			Sans enfants (2)		
Revenu annuel du ménage	< 30 000\$ (1)	30 001- 50 000\$ (2)	50 001- 70 000\$ (3)	70 001- 90 000\$ (4)	> 90 000\$ (5)	Préfère ne pas répondre (99)

Code SPSS - Nom de rue					
1	Patenaude/Basile	32	17e/St-Joseph	63	Bourbonière/Masson
2	Iberville/Beaubien	33	Papineau/St-Joseph	64	Charlemagne/Masson
3	Pie IX/Beaubien	34	Pie IX/St-Joseph	65	Deslauriers/Masson
4	St-Michel/Beaubien	35	St-Michel/ St-Joseph	66	Iberville /Masson
5	12e/Bellechasse	36	Sherbrooke/L'assomption	67	Molson/Masson
6	Pie IX/Bellechasse	37	2e/Laurier	68	Pie IX/Masson
7	Lafontaine/Chambly	38	4e/Laurier	69	Rosemont/Masson
8	1e/Dandurand	39	5e/Laurier	70	St-Joseph/Masson
9	3e/Dandurand	40	7e/Laurier	71	St-Michel/Masson
10	4e/Dandurand	41	9e/Laurier	72	Bourbonière/Mt-Royal
11	6e/Dandurand	42	12e/Laurier	73	Delonchamps/Mt-Royal
12	9e/Dandurand	43	Charlemagne/ Laurier	74	St-Michel/Mt-Royal
13	13e/Dandurand	44	St-Joseph/Laurier	75	Molson/Pierre Falardeau
14	14e/Dandurand	45	St-Michel/Laurier	76	De chambly/Rachel
15	15e/Dandurand	46	1e/Masson	77	Charlemagne/Rachel
16	16e/Dandurand	47	2e/Mason	78	St-Michel/Rachel
17	Iberville/Dandurand	48	3e/Masson	79	1e/Rosemont
18	Lafond/Dandurand	49	4e/Masson	80	14e/Rosemont
19	Patenaude/Dandurand	50	5e/Masson	81	17e/Rosemont
20	Pie IX/Dandurand	51	6e/Masson	82	18e/Rosemont
21	Rosemont/ Dandurand	52	7e/Masson	83	20e/Rosemont
22	St-Michel/ Dandurand	53	8e/Masson	84	Bordeau/Rosemont
23	5e/Holt	54	9e/Masson	85	Orléan/Rosemont
24	7e/Holt	55	10e/Masson	86	Pie IX/Rosemont
25	8e/Holt	56	12e/Masson	87	St-Michel/Rosemont
26	9e/Holt	57	13e/Masson	88	20e/ St-Zotique
27	Molson/Holt	58	14e/Masson	89	31e/St-Zotique
28	4e/St-Joseph	59	15e/Masson	90	Viau/ St-Zotique
29	6e/St-Joseph	60	16e/Masson	91	Cristophe Colomb/St-Zotique
30	7e/St-Joseph	61	17e/Masson	99	Pas de données
31	16e/St-Joseph	62	18e/Masson		

Annexe 3 : Grille d'entrevue des commerçants

Date :	Heure début/ fin :
Lieu d'entrevue :	Commerçant :
1. Vous, votre commerce et vos clients	
Questions	Sujets à aborder
1. Pourquoi et en quelle année avez-vous choisi de vous implanter sur la Promenade Masson ?	<input type="checkbox"/> Quelle était l'ambiance commerciale du moment ?
2. En général, quel type de clientèle s'adresse à vous ? A-t-elle changée depuis vos débuts ?	<input type="checkbox"/> Difficulté de bâtir la clientèle ? <input type="checkbox"/> Clientèle fidèle, etc...
3. Avez-vous effectué des changements pour répondre aux besoins de votre clientèle ?	<input type="checkbox"/> Lesquels ? <input type="checkbox"/> Est-ce que ces changements ont permis de réaliser l'objectif initial ?
4. Quelles sont les périodes les plus achalandées durant l'année ?	
2. Les commerçants et SDC	
Questions	Sujets à aborder
5. Notez-vous une évolution dans l'implication de la SDC sur la Promenade Masson ?	<input type="checkbox"/> Au niveau des ressources, du programme Pr@am?
6. Qu'est-ce que vous souhaiteriez que la SDC fasse de plus ?	<input type="checkbox"/> PM devienne une rue piétonne
Avez-vous d'autres commentaires à formuler ?	

Annexe 4 : Grille d'entrevue de la Société de Développement Commerciale

Date :	Heure début/fin :
Lieu d'entrevue :	Représentant de la SDC :
1. Évolution de la promenade Masson – Client et commerçants	
Questions	Sujets à aborder
1. Comment la Promenade Masson a-t-elle évoluée depuis les débuts de la Société de développement commercial (SDC) en 1981 ?	<input type="checkbox"/> Arrivée (1981) de la SDC (contexte). <input type="checkbox"/> Est-ce qu'on peut remarquer un taux de roulement plus ou moins grand ? <input type="checkbox"/> Est-ce que la réalité des commerces d'alimentation est la même que pour les autres commerces ?
2. Comment a évolué la clientèle depuis les débuts de la SDC ?	<input type="checkbox"/> 14 membres (SDC)= tous des commerçants ? <input type="checkbox"/> Implication des commerçants ?
2. Évolution de la Promenade Masson – Défis et tendances	
Questions	Sujets à aborder
3. Quels sont les défis qui se posent pour une rue commerciale comme la Promenade Masson ?	<input type="checkbox"/> Stratégie de développement ? <input type="checkbox"/> Fonctionnement du développement commercial <input type="checkbox"/> Harmonisation du paysage commercial ?
4. Quelles sont les tendances de la consommation sur la Promenade ?	<input type="checkbox"/> Évolution dans le type de commerces ? <input type="checkbox"/> Changement des commerçants ?
5. Y a-t-il déjà des résultats concluants du programme Pr@m?	<input type="checkbox"/> Publicité/ promotion ? <input type="checkbox"/> Résultats obtenus ? <input type="checkbox"/> Rénovation de l'aménagement <input type="checkbox"/> Impact sur l'achalandage ?
6. Avez-vous d'autres commentaires à formuler ?	

Annexe 5 : Certificat d'éthique du comité d'éthique de la recherche en arts et humanités (CERAH)



N° de certificat
CERAH-2019-104-D

Comité d'éthique de la recherche en arts et humanités (CERAH)

CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

Le Comité d'éthique de la recherche en arts et humanités (CERAH), selon les procédures en vigueur, en vertu des documents qui lui ont été fournis, a examiné le projet de recherche suivant et conclu qu'il respecte les règles d'éthique énoncées dans la Politique sur la recherche avec des êtres humains de l'Université de Montréal.

Projet	
Titre du projet	La Promenade Masson: Une étude de l'évolution du paysage alimentaire
Étudiante requérante	Véronique Patry, candidate à la maîtrise, FAS - Département de géographie
Sous la direction de:	Sébastien Rioux, professeur adjoint, FAS - Département de géographie, Université de Montréal & Claude Marois, professeur associé, FAS - Département de géographie, Université de Montréal.
Financement	
Organisme	Non financé

MODALITÉS D'APPLICATION

Tout changement anticipé au protocole de recherche doit être communiqué au Comité qui en évaluera l'impact au chapitre de l'éthique.

Toute interruption prématurée du projet ou tout incident grave doit être immédiatement signalé au Comité.

Selon les règles universitaires en vigueur, un suivi annuel est minimalement exigé pour maintenir la validité de la présente approbation éthique, et ce, jusqu'à la fin du projet. Le questionnaire de suivi est disponible sur la page web du Comité.

Pierre Martin, président
Comité d'éthique de la recherche en arts et
humanités (CERAH)
Université de Montréal

15 juillet 2019
Date de délivrance

1er août 2020
Date de fin de validité

1er août 2020
Date du prochain suivi