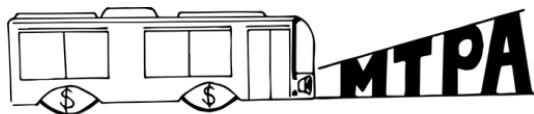


# BULLETIN D'INFORMATION



Mouvement pour un transport public abordable

MTPA en bref : Le *Mouvement pour un transport public abordable* (MTPA) travaille depuis 2012 sur une question essentielle pour une part importante de la population montréalaise, mais absente du débat public : l'**accessibilité financière du transport en commun**.

## Dans ce numéro :

Retour sur l'assemblée générale	1
Retour sur la campagne électorale	2
Plan d'action	3
Nouvelle gouvernance des transports	4
Renouvellement adhésion au MTPA	5
Nouvelle campagne	6 à 9

## Nouvelle campagne de sensibilisation

*Un tarif social, c'est juste normal !*  
Voir les pages 6 et 7 en français

## New campaign

*A social fare would be only fair!*  
See pages 8-9 for English

## Élections municipales, des engagements envers le tarif social!

Voir la page 2

## Retour sur la dernière assemblée générale du MTPA

Le 5 décembre, le MTPA tenait une assemblée générale au CÉDA où 57 participantes et participants représentant 20 groupes étaient présent.e.s. Comme le veut maintenant la tradition, l'assemblée a débuté dans la bonne humeur autour d'un repas de pizza et de quelques chansons dont le *Blues du tarif social*, excellente composition de Michel Tourigny du Comité des sans emploi de Pointe-Saint-Charles ([vidéo-Blues du tarif social](#)).

À l'ordre du jour : bilan des élections municipales, plan d'action, ateliers sur une nouvelle campagne et sur la nouvelle gouvernance des transports.

1

Suivez-nous : Facebook : *Mouvement pour un transport public abordable*  
Site web: [www.transportabordable.org](http://www.transportabordable.org)



*Des participants et participantes lors de l'atelier de photos pour la nouvelle campagne de sensibilisation au problème de cherté des transports en commun.*

# Retour sur la campagne électorale municipale

## Des engagements envers le tarif social!



Les femmes de l'Écho des femmes avant le débat dans la Petite-Patrie (photo : Lindsay-Anne Prévost) <http://petite-patrie/2017/10/debat-electoral-les-citoyens-concernes-par-la-tarification-sociale/>

### À Montréal

Le MTPA a pu constater que le travail que nous effectuons depuis plusieurs années commence à porter fruit puisque Équipe Coderre comme Projet Montréal avaient inclus dans leur plateforme électorale la promesse d'une tarification sociale dans le transport en commun! Le MTPA en a d'ailleurs profité pour les interpeller sur la mise en place d'une telle mesure dans une lettre ouverte parue dans *La Presse +* ([lettre ouverte-tarif social-TROctVEP-9. 2017](#)).

### Dans les quartiers

Que ce soit à Côte-des-Neiges, Pointe Saint-Charles, Petite-Patrie, Villeray, Verdun, des organismes communautaires membres ou alliés du MTPA ont profité des assemblées et débats organisés pour interpeller les candidats et candidates. **Félicitations et merci d'avoir mis la tarification sociale de l'avant!**

### Dans quelques autres municipalités

La question des tarifs du transport en commun a aussi été un enjeu discuté à l'extérieur de la région montréalaise. À Rimouski, le maire élu promettait un tarif social, à Saguenay, un candidat promettait la gratuité, un candidat de Sherbrooke a même contacté le MTPA pour comprendre la mesure. Bref, la problématique de la cherté du transport en commun et les limitations qu'elle pose aux populations vulnérables commence à ressortir un peu partout au Québec. D'ailleurs, depuis le 1<sup>er</sup> janvier Gatineau est la première ville québécoise à implanter la tarification sociale pour les personnes à faible revenu.

Maintenant qu'il est au pouvoir, nous espérons que Projet Montréal poursuivra ses efforts pour réaliser une tarification sociale pour les personnes à faible et très faible revenu. Le MTPA a d'ailleurs offert sa collaboration à la nouvelle administration pour qu'elle puisse réaliser ses engagements.

Les préoccupations sur le transport en commun sont ressorties très fort lors des élections municipales de l'automne dernier. En effet, que ce soit à Québec avec le débat sur le troisième lien, à Montréal avec la promesse d'une ligne rose ou dans d'autres municipalités, la nécessité de développer le transport en commun est ressorti comme un enjeu majeur.

Même la question de la cherté des tarifs a été débattue.

# Le plan d'action jusqu'en juin

## 1) Nouvelle campagne de sensibilisation

Demander un tarif social c'est normal parce que qu'on a besoin de se déplacer pour vivre notre vie : aller voir sa mère, aller se soigner, faire son épicerie, aller à un rendez-vous pour le gouvernement, sortir de la maison, etc. Tout le monde devrait pouvoir faire ça quand il en a besoin. **Un tarif social, c'est normal** c'est ça notre message! On ne demande pas l'impossible on demande juste de se déplacer pour vivre.

C'est cette nouvelle campagne qui a été testée avec les membres lors de l'assemblée de décembre. Les photos et témoignages recueillis seront diffusés régulièrement sur Facebook et serviront aussi à sensibiliser l'ARTM et les nouveaux élu.e.s de la ville. Les témoignages ramassés pendant cette campagne qui se terminera avec l'action de juin serviront aussi à sensibiliser pendant la campagne électorale au provincial.

**Tous les détails pour participer aux pages**

**6 et 7 (français) et 8 et 9 (anglais)**

## 2) Une action de visibilité

Le MTPA tiendra encore une fois cette année un grand rassemblement en juin. Cette action sera l'occasion de dévoiler la collection de photos-témoignage que nous aurons reçue. À ce moment nous seront à la veille de l'augmentation des frais de transport annoncée par la STM pour le 1<sup>er</sup> juillet. Nous aurons une idée plus claire des intentions de la ville à l'égard de la mise en place d'un tarif social, les consultations de l'ARTM auront peut-être été lancées, nous serons en campagne électorale provinciale. Bref, nous aurons plusieurs messages à passer!

Les détails concernant cette action seront donc communiqués éventuellement.

## 3) Des représentations

Le comité de suivi poursuivra son travail de représentation auprès des décideurs de la nouvelle administration municipale et de l'ARTM.

Nous participerons aussi aux consultations annoncées par l'ARTM.

Nous souhaitons aussi développer des alliances et des partenariats au niveau du territoire du grand Montréal.

# La nouvelle gouvernance des transports et l'ARTM

## Un bref résumé de l'atelier offert à l'assemblée du 5 décembre

La Loi modifiant l'organisation et la gouvernance du transport collectif dans la région métropolitaine de Montréal a été adoptée en mai 2016 et est en place depuis le 1<sup>er</sup> juin.

Le but de cette réorganisation est de rendre la « Planification plus efficace et cohérente des transports de la région, et une approche simplifiée pour les clients ».

Cette loi touche le territoire de la grande région de Montréal (couronnes nord et sud). C'est-à-dire : 82 municipalités de la Communauté du Montréal métropolitain (CMM), la réserve de Kahnawake et Saint-Jérôme.

Avec cette réforme on passe de 16 autorités organisatrices de transport (AOT) à 5 :

- Autorité régionale de transport métropolitain (ARTM- nouveau)
- Réseau de transport métropolitain (RTM-nouveau)
- STL (Société de transport de Laval)
- STM (Société de transport Montréal)
- RTL (Réseau de transport de Longueuil)

L'ARTM est responsable de l'organisation, de la planification et du financement. DONC : de fixer les tarifs et de les harmoniser.

\*l'objectif est d'harmoniser les 700 tarifs existants sur le territoire du grand Montréal pour qu'il n'y en ait plus qu'une quinzaine.

Le Réseau de transport métropolitain (RTM) est mandaté par l'ARTM pour exploiter sur son territoire les services de transport collectif réguliers par autobus (couronnes nord et sud) et par trains de banlieue, incluant le transport adapté pour les personnes handicapées.

Le Réseau de transport de Longueuil (RTL), la Société de transport de Laval (STL) et la Société de transport de Montréal (STM) continuent de fournir leurs services respectifs, sous le mandat de l'ARTM.

L'argent des municipalités va maintenant à l'ARTM et non plus directement aux AOT. Les villes qui voudraient maintenir ou offrir des tarifs réduits pourraient devoir assumer les coûts supplémentaires de ces mesures.

Le conseil d'administration de l'ARTM : 7 sièges nommés par le ministre des transports et 8 sièges nommés par la CMM (la mairesse de Mtl est présidente de la CMM et donc y siège). Les rencontres sont à huis clos, sauf une rencontre publique par année.

Ce que ça change pour le MTPA et le tarif social :

- Perte d'influence des élus.e.s en raison de la « dépolitisation » de la question du transport ;
- La ville de Montréal n'a plus le pouvoir de décider des affaires du transport ;
- La STM n'a plus la responsabilité de choisir les tarifs ;
- Changement d'interlocuteur, le MTPA doit amener le problème au niveau de l'ARTM ;
- Le gouvernement du Québec est aussi à interroger ;
- Des alliances sur le territoire du grand Montréal sont à développer.

Pour en savoir plus sur le contexte [bulletin-mtpa-janvier-2017.pdf](#)

## Adhérez au *Mouvement pour un transport public abordable*

### Pourquoi devenir membre?

Parce que la cherté des transports en commun limite les déplacements des personnes à faible revenu et contribue ainsi à leur exclusion sociale et à leur isolement. **Nous revendiquons le droit à la mobilité de tou.te.s les citoyen.ne.s. Parce que se déplacer ne doit pas être un luxe!**

Le *Mouvement pour un transport public abordable* (MTPA) est une coalition d'organismes et de regroupements communautaires du grand Montréal métropolitain qui travaille sur l'accessibilité financière des transports en commun pour les personnes à faible et très faible revenu et met de l'avant la tarification sociale comme piste de solution. Depuis 2012, le MTPA s'emploie à sensibiliser la population et les élu.e.s à ce problème encore trop méconnu. Le MTPA est un regroupement que s'efforce de laisser une place centrale aux personnes directement concernées par la situation c'est pourquoi nos assemblées sont bilingues et participatives.



### Comment devenir membre?

Votre groupe doit **remplir le formulaire d'adhésion** disponible sur notre site web [formulaire d'adhésion](#)

Rappelons que la contribution financière est volontaire et qu'un autre formulaire est disponible à cet effet.

**Le comité de suivi du MTPA est composé des groupes suivants :** Action-Gardien, AQDR St-Michel, CÉDA, Comité des sans emploi de Pointe-Saint-Charles, comité pauvreté et alimentation de Châteauguay, MAC de Montréal, Projet P.A.L., TROVEP Montréal et Welfare Rights Committee of South-West Montreal.

**Pour nous joindre :**  
[transport.abordable@gmail.com](mailto:transport.abordable@gmail.com)

**Bienvenu à deux nouveaux groupes sur le comité de suivi : le comité pauvreté et alimentation de Châteauguay et le MAC de Montréal!**

## Campagne

### *Un tarif social, c'est juste normal!*



Demander le tarif social ce n'est pas du luxe, ce n'est pas une demande exagérée.

Ce n'est pas demander la lune!

**Comme le dit Ann-Marie :**  
*C'est pas demander d'aller à Paris. C'est juste vouloir aller à l'épicerie!*

**Le MTPA vous invite à participer à une nouvelle campagne de sensibilisation.**

**En groupe ou en solo. Avec ou sans photo. Signé ou anonyme, on vous invite à démontrer qu'un tarif social c'est juste normal!**

Les photos et témoignages recueillis seront diffusés sur Facebook mais seront aussi assemblés pour servir dans les représentations du MTPA avec les élu.e.s de la ville, l'ARTM, le gouvernement du Québec (on sera bientôt en campagne électorale!), etc. Nous aurons aussi l'occasion de voir le résultat de votre participation lors de l'action qui aura lieu en juin.



La page suivante vous propose les étapes à suivre pour réaliser la démarche en groupe.

**Merci au CÉDA et à l'Atelier des lettres!**

Étape 1 Liste des besoins
<b>Objectif :</b> ramasser une banque de mots ou d'activités
<b>Question :</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Où allez-vous en transport en commun?</li> <li>- Et si c'était moins cher, où iriez-vous? Que feriez-vous?</li> </ul>
<b>Écrire les réponses et les mettre au centre de la table</b>

Étape 2 Choix des paysages
<b>Objectif :</b> ramasser une deuxième banque de mots
<b>1-Choix d'un paysage :</b> (Vous aurez sélectionné et imprimé des paysages). Chacun choisit un paysage qui lui plaît, un endroit où il aimerait aller. On se laisse rêver!
<b>2- Retour en groupe :</b> chacun présente son paysage en répondant aux questions suivantes (prendre en note les réponses avec le nom de la personne.)
<i>Pourquoi tu as choisi ce paysage? Qu'est-ce qui t'as attiré? Qu'est-ce qui te fait rêver? Qu'est-ce qui t'intéresse que tu aimerais faire ou voir ?</i>
<b>Résultats attendus :</b> une liste d'activités, de lieux, d'attractions ou d'éléments : flore, faune, bâtiment, etc.

Étape 3 Trouver la rime entre besoin et rêve
<b>1-Chacun choisit un besoin</b> (parmi ceux ramassés à l'étape 1) Par exemple : <i>aller à l'hôpital</i>
<b>2- Trouver la rime</b> (ou non. Le message n'est pas obligé de rimer) Chacune cherche dans la banque de mots ramassés à l'étape 2 ce qui rimerait avec son besoin. (le groupe peut aider) Par exemple : <i>faire du cheval</i>
<b>3- Vérifier le message</b> : vérifier si ça marche, si ça sonne bien En Complétant la phrase : <p style="text-align: center;"><b>J'ai pas demandé .... ou Je ne demande pas de ....</b>  <b>Je veux .... ou Je veux juste .....</b></p> Par exemple : <i>Je ne demande pas de faire du cheval. Je veux juste aller à l'hôpital!</i>

Étape 4 Écrire le message
<ol style="list-style-type: none"> <li>1- Écrire son message sur un grand papier ou carton</li> <li>2- Prendre une photo avec son paysage et son message (la personne peut ne pas apparaître sur la photo si elle ne le souhaite pas)</li> <li>3- Nous transmettre le tout par courriel : <a href="mailto:transport.abordable@gmail.com">transport.abordable@gmail.com</a> Ou par Facebook <a href="#">Mouvement pour un transport public abordable</a></li> </ol>

# Campaign

## *A social fare would be only fair!*



Asking for a social fare, it's not a luxury, it's not an exaggerated request.

It's not asking for the moon!

**As Louisa says: it's not asking to go the Florida Keys. It's just asking to get groceries!**

**MTPA invites you to participate in a new awareness campaign.**

**With a group, or on your own. With or without a picture. Signed or anonymous, we invite you to show that a social fare would be only fair!**

Pictures and testimonies that will be collected will be shared on Facebook, and also put together to use in the MTPA's meetings with the elected officials of the city, the ARTM, the Quebec government (we'll soon be having an electoral campaign!), etc. We will also have the chance to see the results of your participation during the month of June's action.

**As Meropi says: It's not asking for vacation, it's asking to get to Jarry station!**

The following page will give you instructions to participate as a group.

**Thanks to Project Genesis and to CÉDA!**



Step 1 List of Needs
<b>Goal :</b> to put together a list of words or activities
<b>Questions :</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Where do you go using public transit?</li> <li>- If it was less expensive, where would you go? What would you do?</li> </ul> <p><b>Write down the answers, and place them at the center of the table.</b></p>

Step 2 Choosing Landscapes
<b>Goal :</b> to put together a second list of words
<b>1-Choosing a landscape:</b> (You will have selected and printed landscapes). Each participant chooses a landscape that they like, somewhere they would like to go. Time to daydream!
<b>2- Group wrap-up :</b> each person presents their landscape by answering the following questions (note the answers with the name of the person) <i>Why did you choose this landscape? What drew you to it? What makes you day dream? What would you like to do or to see there?</i>
<b>Expected results:</b> a list of activities, of places, of public attractions or of items: flora, fauna, buildings, etc.

Step 3 Finding a Rime Between a Need and a Dream
<b>1-Each participant chooses a need</b> (within those identified during step 1) Example : <i>going to the hospital</i>
<b>2- Finding a rime</b> (or not. The message doesn't have to rhyme) Everyone looks into the list of words put together during Step 2, and that would rhyme with the need. (the group can help) Example : <i>Niagara Falls</i>
<b>3- Check the message :</b> make sure it works, that it sounds good By completing the sentence : <b>I didn't ask to/for .... Or I'm not asking to/for ....</b> <b>I want to .... Or I just want to .....</b> Example: <i>I'm not asking to go to Niagara Falls, I just want to go to the hospital!</i>

Step 4 Writing the Message
<ol style="list-style-type: none"> <li>1- Each participant writes their message on a big paper or on cardboard</li> <li>2- Take a picture with the landscape and the message (the person doesn't have to be in the picture if they don't want to)</li> <li>3- Send us the results by email : <a href="mailto:transport.abordable@gmail.com">transport.abordable@gmail.com</a>  Or on Facebook <a href="#">Mouvement pour un transport public abordable</a></li> </ol>