

**Mention valorisante « agriculture urbaine » : entre durabilité des pratiques
et produit hyperlocalisé**

Marilyne Chicoine (M.Sc.)

Doctorante, École des sciences de la gestion (ESG), Université du Québec à Montréal
(UQAM), Observatoire de la consommation responsable (OCR)

Francine Rodier (DBA) *

Professeure agrégée, École des sciences de la gestion (ESG), Université du Québec à
Montréal (UQAM), Chercheure à l'Observatoire de la consommation responsable (OCR) et au
GreenUXlab de l'ESG UQAM

Fabien Durif (Ph.D.)

Professeur titulaire, École des sciences de la gestion (ESG), Université du Québec à Montréal
(UQAM), Directeur de l'Observatoire de la consommation responsable (OCR) et du GreenUXlab
(Laboratoire FCI de recherche en nouvelles expériences utilisateurs et en écoresponsabilité)

*Francine Rodier, UQAM, École des sciences de la gestion (ESG), Professeure agrégée,
Département de Marketing, Chercheure associée à l'Observatoire de la consommation responsable
(OCR) et au GreenUXlab (<https://ocresponsable.com>), (514) 987-3000 (#5212),
rodier.francine@uqam.ca, Case postale 8888, succursale Centre-ville, Montréal, (Québec), H3C
3P8, Canada.

Mention valorisante « agriculture urbaine » : entre durabilité des pratiques et produit hyperlocalisé

Résumé

Les consommateurs ont un désir croissant de connaître la provenance et le mode de production de leurs aliments, non seulement pour des raisons de santé et de sécurité, mais aussi pour satisfaire une nostalgie ou une perception de « vrai », « sain », « authentique », « traçable » et « santé ». Le secteur de l'agriculture urbaine tente, du moins en partie, de répondre à une demande grandissante des citoyens pour des aliments produits localement et pour une agriculture de proximité qui peut être signalé aux consommateurs à l'aide de labels, de signes de qualité ou de mentions valorisantes. À ce jour, on peut toutefois s'interroger sur les enjeux de la mise en place d'une mention valorisante « agriculture urbaine » pour favoriser la distinction et le développement des produits alimentaires issus d'une agriculture urbaine commerciale. Cette étude par entrevues semi-dirigées auprès de 16 producteurs et gestionnaires d'entreprises en agriculture urbaine au Québec, explore leur perception d'une mention valorisante « agriculture urbaine » pour certifier des produits alimentaires. Les résultats de l'analyse thématique réalisée, permettent de constater trois principaux types d'enjeux, soit la notion d'urbanité, la durabilité des pratiques agricoles et la valorisation de l'hyperlocalité. Des pistes de réflexion sont proposées pour valoriser des produits issus de l'agriculture urbaine dans une perspective de villes de plus en plus nourricières.

Mots-clés :

Agriculture urbaine, Étiquetage, Mention valorisante, Hyperlocalité, Marketing agroalimentaire.

Abstract

Consumers have a growing desire to know where their food comes from and how it is produced, not only for health and safety reasons, but also to satisfy a nostalgia or a perception of “real”, “healthy”, “authentic” and “traceable”. The urban agriculture sector is trying, at least in part, to meet a growing demand from citizens for locally produced food and for local agriculture that can be signaled to consumers with the help of labels, signs of quality or added-value claim. To date, however, we can wonder about the challenges of establishing an added-value claim "urban agriculture" to promote the distinction and development of food products from commercial urban agriculture. This study, using semi-structured interviews with 16 producers and managers of urban agriculture businesses in Quebec, explores their perception of an added-value claim "urban agriculture" to certify their food products. The results of the thematic analysis carried out show three main types of issues, namely the notion of urbanity, the sustainability of agricultural practices and the valuation of hyper-locality. Thoughts are proposed to promote products from urban agriculture from the perspective of increasingly nurturing cities.

Keywords:

Urban agriculture, Labelling, Added-value claim, Hyper-locality, Agri-food marketing.

1. Introduction

L'agriculture urbaine (AU), secteur en croissance au sein de l'industrie agricole, vise à augmenter la production alimentaire globale dans les zones urbaines et périurbaines, grâce à la conversion des terrains non utilisés en lieux de production agricole (Grebitus *et al.*, 2020). L'AU comprend l'horticulture, l'élevage, le fourrage, la production laitière, l'aquaculture et l'agroforesterie (FAO, 2011). Elle peut être communautaire, commerciale ou privée (Pinheiro et Govind, 2020). Il s'agit d'un concept d'approvisionnement viable, car de nombreuses productions horticoles sont considérées comme idéales en zones urbaines. En effet, elles occupent de petits espaces, produisent plus par unité de surface, ont une valeur nutritionnelle élevée et des cycles de production relativement courts (Khan *et al.*, 2020). Par ailleurs, les consommateurs sont de plus en plus désireux de connaître la provenance et le mode de production de leurs aliments, non seulement pour des raisons de santé et de sécurité, mais aussi pour satisfaire une « nostalgie » qui renvoie à une époque où l'aliment local est perçu comme « vrai », « sain », « authentique », « traçable » et « santé » (Dimara et Skuras, 2005). Le recours aux signes de qualité sur les produits alimentaires, notamment les labels, les appellations réservées et les mentions valorisantes, procure un avantage concurrentiel lors de la mise en marché (Fotopoulos et Krystallis, 2003; Spognardi *et al.*, 2021). En ce sens, les producteurs urbains pourraient recourir à une mention valorisante « agriculture urbaine » pour différencier leurs produits sur le marché, encourager leur consommation et participer au développement de tels projets commerciaux.

Jusqu'à présent, la littérature s'est surtout intéressée à différentes formes non commerciales de l'agriculture urbaine et périurbaine comme les jardins domestiques (Gray *et al.*, 2014; Kortright et Wakefield, 2011; Lal, 2020; Taylor et Lovell, 2014), les jardins communautaires ou collectifs (Dobson *et al.*, 2020; Firth *et al.*, 2011; Litt *et al.*, 2011; Pourias *et al.*, 2018; Wakefield *et al.*, 2007; Walter, 2013), et les innovations techniques comme le « Zfarming » ou l'« agriculture à superficie nulle » (Ercilla-Montserrat *et al.*, 2019; Manríquez-Altamirano *et al.*, 2020; Sanyé-Mengual *et al.*, 2016; Specht *et al.*, 2014; Specht *et al.*, 2015). Très peu de recherches ont étudié l'aspect commercial de l'agriculture urbaine (Benis et Ferrão, 2018; Buehler et Junge, 2016) et, à notre connaissance, aucune ne s'est intéressée au potentiel du recours à une mention valorisante.

L'objectif principal de cette étude est d'explorer la perception d'une mention valorisante « agriculture urbaine » pour favoriser la commercialisation des produits alimentaires. Cette recherche qualitative tente ainsi de combler, du moins en partie, les lacunes de la littérature sur le sujet, et de fournir des éléments de réflexion sur la valorisation des produits issus de l'agriculture urbaine et leur potentiel à contribuer au développement de villes souhaitant devenir de plus en plus nourricières.

2. Littérature

2.1 Définition de l'agriculture urbaine

La littérature propose de multiples définitions de l'agriculture urbaine au sein desquelles certaines caractéristiques font toujours débat (Mok *et al.*, 2014; Taylor et Lovell, 2012; Tornaghi, 2014). Selon l'Organisation pour l'alimentation et l'agriculture des Nations Unies (FAO), l'AU se réfère aux systèmes de production alimentaire dans les villes qui contribuent efficacement à l'accès et à l'approvisionnement alimentaires (FAO, 2011). Mougeot (2005) ajoute la nécessité de la (ré)utilisation des ressources humaines et matérielles, des produits et services issus de cette zone urbaine. Le Gouvernement du Québec (2012) souligne, pour sa part, le caractère « propriétaire » de l'agriculture urbaine, soit communautaire, commerciale ou privée. La production alimentaire est généralement considérée comme le moteur commun des activités de l'AU, même dans les projets qui répondent à des besoins sociaux importants comme le renforcement des communautés (Carney *et al.*, 2012; Kirwan et Maye, 2013; Kortright et Wakefield, 2011; Mok *et al.*, 2014; Smith

et Gregory, 2013; Taylor et Lovell, 2012). L'AU répond aussi à d'autres fonctions telles que la qualité de vie, l'image, l'innovation et l'éducation sociale (Buehler et Junge, 2016). Selon Khan *et al.* (2020), l'agriculture urbaine peut prendre deux principales formes, soit la traditionnelle et la moderne. Les systèmes traditionnels d'AU réfèrent généralement au jardinage domestique, au jardinage communautaire et à l'aménagement paysager comestible (Galhena *et al.*, 2013; Khan *et al.*, 2020; Lovell, 2010). Les systèmes modernes d'AU impliquent, quant à eux, l'utilisation de techniques innovantes développées pour maximiser le rendement agricole en occupant moins d'espace, en réduisant la pollution de l'environnement et en rendant l'agriculture urbaine plus durable (Khan *et al.*, 2020). Ces techniques sont regroupées sous le terme « Zfarming » ou « agriculture à superficie nulle » (Specht *et al.*, 2014; Specht *et al.*, 2016; Specht *et al.*, 2015; Thomaier *et al.*, 2015). Le « Zfarming » décrit tous les types d'agriculture urbaine caractérisés par la non-utilisation de terres agricoles ou d'espaces ouverts, et comprend les fermes intérieures, les serres verticales ou sur les toits, les jardins sur les toits, ainsi que les murs verts de plantes comestibles (Specht *et al.*, 2014). Récemment, des projets de « Zfarming » ont été lancés au niveau commercial par des associations privées ou à but non lucratif dans de nombreuses villes du monde (Thomaier *et al.*, 2015) comme, par exemple, « Food from the sky » (Londres, Royaume-Uni), « Brooklyn Grange » (New York, États-Unis), « Gotham Greens » (Brooklyn, États-Unis) et les « Fermes Lufa » (Montréal, Canada).

Selon Sanyé-Mengual *et al.* (2016), ces différentes fonctions et formes suggèrent que la définition de l'AU diverge selon les valeurs qui y sont attachées (production alimentaire, sociale ou environnementale), le degré de professionnalisation des jardiniers (agriculture « réelle » ou amateur) et la situation spatiale de la parcelle (agriculture urbaine ou périurbaine). En ce sens, l'agriculture urbaine est multifonctions et multiforme au point que certains parlent d'agricultures urbaines (Aubry, 2012).

2.2 Bénéfices perçus de l'agriculture urbaine

Plusieurs bénéfices ont été associés à l'agriculture urbaine tels que l'approvisionnement en produits frais (Altieri *et al.*, 1999; FAO, 2020; Grebitus *et al.*, 2017), la sécurité alimentaire (Diekmann *et al.*, 2020; Dimitri *et al.*, 2016; Freedman *et al.*, 2016; Sadler, 2016), la durabilité sociale et environnementale (Nicholls *et al.*, 2020; Wakefield *et al.*, 2007), les habitudes alimentaires saines (Warren *et al.*, 2015; Zezza et Tasciotti, 2010), l'amélioration de la résilience (Barthel et Isendahl, 2013; Filippini *et al.*, 2020; Haberman *et al.*, 2014), l'accès à des circuits courts d'approvisionnement alimentaire (de Zeeuw et Drechsel, 2015), la gestion efficace des déchets (De Bon *et al.*, 2010) et la réduction de la pauvreté urbaine dans les pays à faible revenu (Siegner *et al.*, 2018). L'AU est également associée à de multiples bénéfices au-delà de l'alimentation, tels que les opportunités d'éducation, de loisirs et de développement communautaire (Duchemin *et al.*, 2008; Pourias *et al.*, 2018; Saldivar-tanaka et Krasny, 2004; Vitiello et Wolf-Powers, 2014), la cohésion sociale (Lovell, 2010) et l'esthétique, composante du paysage urbain (Specht *et al.*, 2016). Les consommateurs lui associent aussi plusieurs attributs positifs en termes d'environnement, d'économie, de société et de qualité (Grebitus *et al.*, 2020; Specht *et al.*, 2016).

2.3 Signes de qualité des produits alimentaires

L'adoption de systèmes de qualité, tels que les appellations réservées et les mentions valorisantes, a été une réponse à la demande croissante des consommateurs pour des aliments certifiés. Les consommateurs recherchent de plus en plus la qualité et l'origine des produits alimentaires qu'ils consomment (Albuquerque *et al.*, 2018; Becker, 2009; Grunert et Aachmann, 2016; Pieniak *et al.*, 2009). Ils estiment que les produits de qualité peuvent avoir des conséquences positives sur la santé, l'environnement ou la société en général (Brunsø *et al.*, 2005). De plus, ils préfèrent les produits de certaines régions (ou pays) qu'ils perçoivent meilleurs en termes de goût ou de sécurité (van

Rijswijk et Frewer, 2008) ou pour soutenir l'économie locale au détriment d'économies étrangères (van der Lans *et al.*, 2001; Verbeke *et al.*, 2013).

L'utilisation de signes de qualité ou de mentions valorisantes sur les produits alimentaires procure ainsi un avantage concurrentiel et stratégique en marketing (Fotopoulos et Krystallis, 2003; Spognardi *et al.*, 2021). Or, aucune étude, à notre connaissance, ne s'est intéressée à la perception d'une certification pour valoriser l'agriculture urbaine. Une mention valorisante « agriculture urbaine » pourrait ainsi répondre à la demande des consommateurs pour des produits certifiés quant à leur provenance et leur qualité.

3. Étude exploratoire

Cette étude par entrevues semi-dirigées explore la perception d'une mention valorisante « agriculture urbaine » pour certifier des produits alimentaires. Cette approche a été privilégiée pour collecter les données, car elle offre la possibilité d'établir un contact étroit avec les participants et permet de sonder plus profondément les opinions, les sentiments, les motivations, les croyances et les comportements en lien avec le projet de recherche (d'Astous, 2011). L'entrevue individuelle est donc bien adaptée pour l'exploration de processus individuels complexes comme la compréhension d'un phénomène (Gavard-Perret *et al.*, 2012).

La liste des personnes potentielles à consulter s'est appuyée sur le répertoire des agriculteurs urbains du Laboratoire sur l'agriculture urbaine (AU/LAB) du Québec. Celui-ci définit l'agriculture urbaine *commerciale* au Québec comme étant tout « entreprise qui réunit en une même unité économique et comptable des capitaux et des facteurs élémentaires de production en zone blanche (zone non-agricole) pour en tirer un produit agricole destiné à la vente d'une valeur minimale brute de 5,000\$ canadiens, ou avec la volonté d'atteindre ce seuil dans un horizon temporel de quelques années. » (Bernier *et al.*, 2021, p. 12). Les participants ont été recrutés selon la méthode de convenance, une technique non probabiliste qui fait intervenir le jugement du chercheur pour sélectionner les répondants qui sont disponibles et accessibles (d'Astous, 2011).

Du 9 février au 5 mars 2021, 16 entrevues semi-dirigées d'une durée moyenne d'une heure et demie ont été effectuées auprès de huit producteurs urbains, trois gestionnaires d'entreprises de service dans la filière d'agriculture urbaine du Québec et cinq producteurs urbains qui offrent également des services (Annexe 1). Chaque entrevue a été enregistrée et transcrite afin de permettre une analyse thématique (Gavard-Perret *et al.*, 2012) à l'aide du logiciel NVivo Pro 12. L'analyse thématique a été effectuée de pair entre les trois chercheurs, afin de garantir la fiabilité intracodeurs, soit la stabilité des résultats obtenus de l'analyse du même corpus, et intercodeurs, soit la reproductibilité des résultats de codage entre codeurs (Weber, 1990).

4. Résultats

L'analyse des données collectées auprès des producteurs et gestionnaires d'entreprises de service en agriculture urbaine permet de souligner trois principaux types d'enjeux, soit : la notion d'urbanité, la durabilité des pratiques agricoles et la valorisation de l'hyperlocalité (voir Annexe 2 pour exemple de verbatims).

Notion d'urbanité

Pour la grande majorité des producteurs et gestionnaires d'entreprises de service en AU interrogés (15/16), l'enjeu le plus important est celui de la portée de la mention valorisante « agriculture urbaine ». Les répondants soulèvent principalement des inquiétudes quant à la définition du terme « urbain ». Alors que la notion d'agriculture fait l'unanimité, la notion d'urbanité est très variable. Ceux-ci la définissent de trois façons différentes, soit selon 1) la présence dans une grande ville, 2) la concentration de la population, et 3) le zonage. Tout d'abord, plus du tiers des répondants (6/16) définissent l'urbain comme faisant référence à une grande ville. Pour ces répondants, l'urbain correspond aux grandes villes du Québec (Montréal, Québec, Trois-Rivières, Sherbrooke et

Gatineau) où il y a normalement peu ou pas d'exploitation agricole, et où la population est dense. Pour un autre tiers des répondants (6/16), l'agriculture urbaine est une production agricole qui se fait à proximité des rassemblements humains, soit au cœur d'une agglomération dans une métropole ou dans un village. Selon ces derniers, il ne serait pas concevable de limiter l'accès à une mention valorisante ou un signe de qualité pour des initiatives en AU mises en place dans de plus petites villes. Finalement, le quart des répondants (4/16) proposent de s'appuyer sur la notion de « zonage » pour déterminer si une agriculture est urbaine ou non. Ces répondants sont d'avis que l'agriculture urbaine n'est pas exclusive aux cinq grandes villes du Québec, mais ils considèrent difficile de déterminer où s'arrête l'agglomération. Selon eux, l'agriculture urbaine est toute production agricole qui n'est pas faite dans une zone agricole (zone verte), soit une agriculture située dans une zone industrielle, résidentielle ou commerciale.

Plus que la production agricole en ville

La grande majorité des producteurs et gestionnaires d'entreprises de service en AU interrogés (15/16), sont d'avis que la mention « agriculture urbaine » ne devrait pas uniquement valoriser la production agricole en ville. Selon eux, l'agriculture urbaine est une philosophie, soit un mouvement qui privilégie des pratiques agricoles durables et de proximité. La mention valorisante « agriculture urbaine » devrait alors inclure des critères faisant écho à cette philosophie, soit 1) l'impact environnemental, 2) l'impact social, et 3) la proximité entre les parties prenantes. Près de la moitié des répondants considèrent que les entreprises devraient minimalement répondre à des critères environnementaux pour se prévaloir du terme. Pour eux, c'est l'occasion de valoriser et d'encourager les bonnes pratiques agricoles. En ce sens, les entreprises agricoles urbaines devraient participer à l'économie circulaire ou avoir des méthodes de production plus « écoresponsables » en évitant, par exemple, d'utiliser des engrais ou des fertilisants chimiques. Ensuite, les répondants déclarent que l'impact social est une valeur importante de l'agriculture urbaine commerciale. Selon eux, c'est grâce à la proximité qu'une connexion peut se faire entre le consommateur et sa communauté, et également entre le consommateur et son producteur. Selon ces derniers, les fermes urbaines pourraient facilement satisfaire des critères sociaux par la participation à des initiatives communautaires ou la mise en place de visites éducatives. Ils expliquent que cette connexion sociale est un aspect que l'agriculture conventionnelle ne permet pas et qu'il est important de la valoriser. Finalement, les répondants indiquent aussi que la proximité est l'un des critères importants pour la mention valorisante « agriculture urbaine ». Selon eux, il serait insensé de produire dans une ville et de vendre dans une autre ville située à des centaines de kilomètres, soit, par exemple, de produire à Montréal et de vendre à Toronto. Ces répondants suggèrent que la transformation et la distribution devraient demeurer dans la ville de production, ou du moins dans la région, afin de maintenir cette proximité entre le producteur et le consommateur. Cette proximité serait d'ailleurs essentielle pour maintenir les impacts environnemental et social de l'AU.

Valorisation de l'hyperlocalité

Une majorité de producteurs et de gestionnaires d'entreprises de service en AU interrogés (10/16), affirment que la mention valorisante « agriculture urbaine » est une façon de se démarquer du local du Québec. Selon eux, l'AU valorise l'hyperlocalité, soit un niveau différent et plus précis de la localité des produits agroalimentaires du Québec. Les répondants mentionnent que les produits locaux font souvent référence à une échelle géographique plus large et davantage associée au Québec. Or, l'AU implique également des notions de proximité, de contact, de connexion, de relations et d'identification à une échelle géographique plus petite, soit une ville, un quartier ou une communauté. Ainsi, l'AU est une agriculture de connexion et de communauté, même si elle s'avère commerciale et nourricière. Elle a également comme objectif la (re)connexion entre l'humain et la terre, et entre le consommateur et ses aliments. C'est alors une agriculture qui sert à

éduquer les consommateurs en leur montrant comment leurs aliments sont produits et quels en sont les bénéfices. L'AU est ainsi une façon de revaloriser la nourriture et l'agriculture, urbaine ou non. Elle est également une agriculture de communauté puisqu'elle crée un sentiment d'appartenance envers un produit, un producteur et une communauté. En créant ce lien de proximité, les consommateurs s'attachent aux producteurs et à ce qu'ils font. En ce sens, il serait essentiel d'inclure dans la norme, des spécificités d'étiquetage de provenance urbaine, par exemple « agriculture urbaine – Montréal » (ville), « agriculture urbaine – Plateau Mont-Royal » (quartier) ou « agriculture urbaine – Stade Olympique » (lieu spécifique). Chaque producteur pourrait adhérer à une échelle adaptée à sa réalité et permettant ainsi de distinguer ses produits dans son marché principal. La mention « agriculture urbaine » valoriserait ainsi l'hyperlocalité de produits alimentaires par différentes proximités plus influentes que celles des produits alimentaires locaux davantage associées au Québec dans son ensemble.

5. Discussion et conclusion

Les résultats de cette étude permettent de constater que, tout comme les débats sur la notion du « local », le concept d'agriculture urbaine est difficile à circonscrire (Mok *et al.*, 2014; Sanyé-Mengual *et al.*, 2016; Taylor et Lovell, 2012; Tornaghi, 2014). En effet, de par son caractère multifonctionnel et multiforme (Aubry, 2012; Buehler et Junge, 2016; Khan *et al.*, 2020), la valorisation d'un produit issu de l'agriculture urbaine commerciale dépasse largement la simple notion de production agricole dans une ville. La durabilité sociale et environnementale (Nicholls *et al.*, 2020; Wakefield *et al.*, 2007), les circuits courts d'approvisionnement alimentaire (de Zeeuw et Drechsel, 2015) et l'opportunité d'éducation et de développement communautaire (Duchemin *et al.*, 2008; Pourias *et al.*, 2018; Saldivar-tanaka et Krasny, 2004; Vitiello et Wolf-Powers, 2014), sont des valeurs que les producteurs perçoivent de la mention valorisante « agriculture urbaine ». En ce sens, leur logique n'est pas uniquement mercantile, mais également communautaire, sociale et environnementale. Par ailleurs, l'identification de la provenance hyperlocale semble nécessaire. Celle-ci permettrait la distinction entre les produits issus de l'AU et les produits « locaux » davantage associés au Québec (ex. : les marques de provenance « Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec »). De plus, la mention valorisante « agriculture urbaine » faciliterait le choix des consommateurs, leur permettant ainsi d'encourager *leur* communauté, soit celle à laquelle ils s'identifient plus facilement lorsqu'à plus petite échelle; le consommateur achète un produit alimentaire de *sa* ville ou de *son* quartier. Cette granularité pourrait également favoriser le développement d'un terroir urbain, susceptible de différencier les produits de ville en ville, de quartier en quartier, etc. Comme la notion de terroir le suggère (van Leeuwen *et al.*, 2004), le microclimat et la biodiversité propre à une ville pourraient influencer les caractéristiques d'un produit alimentaire urbain. Le miel urbain, par exemple, pourrait avoir un goût unique et attribuable aux sources de pollen d'une ville à l'autre.

En conclusion, cette recherche s'est intéressée à la perception d'une mention valorisante « agriculture urbaine » du point de vue des producteurs et des gestionnaires d'entreprises de service en AU dans un contexte québécois. Il serait souhaitable d'interroger les consommateurs quant à leur perception de ce type d'étiquetage, et d'analyser les écarts de perceptions entre les consommateurs urbains et ruraux. De plus, comme on dénombre une quantité comparable d'entreprises agricoles urbaines à Montréal et à Paris (Bernier *et al.*, 2021), une analyse comparative des valeurs perçues de la mention par les consommateurs serait à envisager. Finalement, nous suggérons de poursuivre les recherches sur les produits alimentaires urbains afin d'enrichir notre compréhension de la valorisation locale par rapport à la valorisation hyperlocale dans des villes de plus en plus nourricières.

Annexe 1. Description de l'échantillon

Répondant	Activité principale	Type de production	Lieu de culture	Mode de distribution	Nombre d'employé(e)s
1	Production	Maraichage	Intérieur	Épicerie	11 à 25
2	Production	Poissons	Intérieur	Restaurant	1 à 5
3	Mixte	Maraichage	Sol	Vente directe	26 à 50
4	Production	Insectes	Intérieur	Vente directe	11 à 25
5	Production	Champignons	Intérieur	Vente directe, restaurants	1 à 5
6	Mixte	Insectes	Intérieur	Vente directe	1 à 5
7	Production	Horticulture	Toit, sol	Marché	1 à 5
8	Mixte	Maraichage	Sol	Vente directe, auto-cueillette, mini-marché	6 à 10
9	Service	Maraichage	Sol, toit	Vente directe, vente en ligne	6 à 10
10	Production	Apiculture	Sol, toit	Vente directe, vente en magasin	1 à 5
11	Service	Apiculture	Sol, toit	Vente en ligne, épicerie, vente directe	11 à 25
12	Service	Plants pour transplantation	Serre	Vente directe	6 à 10
13	Mixte	Maraichage	Sol, serre	Vente directe, marché	11 à 25
14	Production	Micropousses	Intérieur	Vente directe, vente en ligne, restaurants	6 à 10
15	Mixte	Aquaponie	Serre	Vente en magasin	1 à 5
16	Production	Micropousses	Intérieur, sol, toit	Vente en magasin, vente en ligne, restaurant	1 à 5

Annexe 2. Exemple de verbatims

Thématique	Exemple de verbatims
	<i>Notion d'urbanité</i>
<i>Présence dans une grande ville</i>	<p>« J'ai l'impression que ça perd potentiellement de son <i>appeal</i> si on est au milieu d'une petite ville ou village. Il vient de la région et on a des maraîchers autour à moins de quelques kilomètres. Donc d'avoir un terme « agriculture urbaine » pour ces régions-là, ça m'apparaît moins pertinent. J'imagine plus des villes avec une concentration démographique plus importante comme Montréal ou Québec. » (R2)</p> <p>« Ça serait difficile pour moi d'y répondre parce que je ne suis pas urbanisme mais de ce que j'en comprend, si j'avais à opposer une réalité rurale à une réalité urbaine, pour moi c'est les grands centres. Ce sont de grandes villes où il y a normalement peu d'exploitation agricole. » (R13)</p>
<i>Concentration de la population</i>	<p>« Une ville comme Saguenay ou Victoriaville. Victoriaville est un fleuron de l'agriculture urbaine au Québec et pourtant ce n'est pas une grande ville comme Québec ou Montréal, mais ils font tellement d'actions super inspirantes, ils encouragent les gens à cultiver en façade, ils ont été très avant-gardistes à ce niveau-là. Ou quand je vois Rimouski ou Matane, qui sont des villes plus modestes au Québec qui développent des beaux projets en AU, je ne voudrais pas les exclure de ça, au contraire c'est tout à l'honneur. » (R9)</p> <p>« Pour moi c'est vraiment le fait que ce soit dans une zone urbaine dans le sens de « population élevée » et pas d'installation conventionnelle autour, par exemple des champs. » (R8)</p>
<i>Zonage</i>	<p>« Ça va être difficile de dire où est-ce qu'on arrête la ville. Est-ce qu'on arrête à Laval, est-ce que Rivière-des-Prairies c'est urbain ? Pourquoi le classer en disant que vous devez être dans un rayon de X km autour d'une ville de X nombre de personnes, ça ne veut rien dire. Pour moi l'agriculture urbaine, c'est la production à la maison, la production en ville. Au final c'est toute la production agricole qui n'est pas sur une ferme en zone agricole. » (R12)</p>
	<i>Plus que la production agricole en ville</i>
<i>Impact environnemental</i>	<p>« C'est certain qu'il doit y avoir un impact environnemental. C'est certain que la production doit être écoresponsable. Par exemple, quelqu'un qui commencerait à faire de l'agriculture urbaine avec pleins de produits chimiques, on ne veut pas lui donner un statut en lui donnant le droit à la certification. » (R8)</p> <p>« Je pense qu'il faudrait voir grand pour le terme « agriculture urbaine », il serait peut-être temps de changer notre façon de faire l'agriculture et de la voir comme étant plus harmonieuse en ville, mais qui répond à des critères écologiques qui font du sens. Ce que l'on veut au fond, c'est de léguer une planète en meilleur état qu'elle l'est présentement. Je pense que ça ferait du sens et ça donnerait un poids à ce terme-là pour les gens qui décident d'acheter de l'agriculture urbaine. » (R14)</p>

Impact social

« Ça peut être très correcte aussi si on regarde par exemple, la réinsertion sociale, les groupes qui ont de la difficulté à trouver des emplois, les nouveaux immigrants, tout ça pourrait faire partie de la rationnelle de l'AU. À ce moment-là, c'est d'avoir une marque qui identifie clairement que ce produit-là aide. C'est pour ça que je vous dis que l'AU peut avoir un rôle social. Il pourrait aider énormément et que ce soit dans ses lettres de noblesse. En plus d'être local, d'être fait au Québec, on est en train de dire aux gens qu'on améliore la qualité de votre quartier. C'est encore plus proche d'eux. On améliore la qualité des parcs ou de l'air environnant. À ce moment-là, c'est valorisant en tabarnouche pour le citoyen de Rosemont ou d'Hochelaga que ça aide les gens qui ont de la difficulté. » (R1)

« Il faudrait vraiment s'assurer que ce soit accessible à tout le monde et qu'il y ait un volet social qui implique la communauté, qui redonne à la communauté, pour moi ce serait vraiment gagnant pour tout le monde. De participer à des initiatives communautaires ce serait très important. Je comprends que ce n'est pas tout le monde qui est capables d'avoir des dons, comme nous on a parce qu'on est une OBNL à la base, alors de donner ses denrées ce n'est pas évident pour des entreprises privées, mais de participer à des initiatives communautaires ça devrait être important. » (R3)

Proximité

« Si tu vois un produit d'agriculture urbaine loin d'où ça a été cultivé, on va se demander pourquoi. Ça perdrait de son essence. Selon les valeurs qu'on a discutées tantôt, le fait d'envoyer nos produits un peu partout, ça ne serait pas correct, on perdrait l'essence de la proximité, de rapprocher les gens » (R14)

« C'est l'un des aspects sur lequel [nom d'entreprise] se fait critiquer. Ils viennent vendre leurs paniers ici à Québec, il y en a qui trouve ça un peu illogique. C'est certain qu'idéalement il faudrait que ce soit vendu au même endroit mais à ce moment-là, on va exclure toutes les petites municipalités. Il pourrait peut-être avoir quelque chose dans la région, par exemple un nombre de kilomètres maximum, disons un 50km autour de la production. » (R9)

« Je pense que l'intérêt d'avoir l'étiquette AU vient avec la responsabilité et la nécessité d'écrire le lieu de production pour que ça ait un sens. Sinon, l'AU il peut en avoir en Californie, à New York. Si on est en ville et qu'on produit, on a la responsabilité, avec l'appellation, de répondre aux besoins de l'endroit où on produit. Je pense que si j'avais à analyser le modèle agricole que ce soit sur plan québécois ou international, les agriculteurs devraient avoir la responsabilité de répondre en premier lieu à leur communauté par rapport à leurs besoins agroalimentaires, mais c'est un autre débat. » (R13)

Valorisation de l'hyperlocalité

« Au niveau marketing, la marque « Aliment du Québec » est une marque que l'on travaille depuis 20 ans. On sait que les Québécois sont préoccupés de consommer localement et c'est quelque chose qui dure depuis longtemps. Dans le cas d'un produit hyperlocal, la nomenclature de l'hyperlocal, ça ne fait pas longtemps que ça existe, ou du moins que ça commence à être écouté. Je pense que le travail marketing qui peut être fait au niveau de l'hyperlocal ce serait [...] cette notion de proximité, il y a le fait de connaître ou de reconnaître les entreprises locales. Et ce que l'on cherche comme consommateur, c'est justement de savoir comment les produits sont faits. Parfois on a plus confiance envers le pain qui est fait par la boulangerie à côté où le boulanger va se lever à 5h du matin pour le faire, que le pain qu'on va acheter en supermarché qui est parfaitement emballé et qui vient du Québec. » (R15)

« Nous on vit dans un quartier. On ne dit pas je vais aller vivre à Montréal, on dit je vais aller vivre sur le plateau ou dans Rosemont. De dire ces champignons ont été produits dans Rosemont, « ah c'est cool c'est à côté de chez moi et je connais quelqu'un qui travaille là ». Ça fait partie de bâtir la notion de quartier, qui va aider les gens du quartier. » (R1)

« Je pense que « Aliment du Québec » c'est un niveau, et « agriculture urbaine » ce sera un autre niveau. Quand tu veux être certain que ton argent reste localement et que tu veux favoriser l'économie locale, je pense que ça va être ça le gros plus pour eux. » (R4)

Bibliographie

- Albuquerque, T. G., Oliveira, M. B. P. P. et Costa, H. S. (2018). 25 years of European Union (EU) quality schemes for agricultural products and foodstuffs across EU Member States. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 98(7), 2475-2489. doi: 10.1002/jsfa.8811
- Altieri, M. A., Companioni, N., Cañizares, K., Murphy, C., Rosset, P., Bourque, M. et Nicholls, C. I. (1999). The greening of the “barrios”: Urban agriculture for food security in Cuba. *Agriculture and Human Values*, 16(2), 131-140. doi: 10.1023/A:1007545304561
- Aubry, C. (2012). *Multifonctionnalités de l'agriculture urbaine: Acquis et questions dans les pays du Nord et du Sud. 11 septembre 2012*. Genève : Conférence à l'HEPIA, vol. 11.
- Barthel, S. et Isendahl, C. (2013). Urban gardens, agriculture, and water management: Sources of resilience for long-term food security in cities. *Ecological Economics*, 86, 224-234. doi: 10.1016/j.ecolecon.2012.06.018
- Becker, T. C. (2009). European Food Quality Policy: The Importance of Geographical Indications, Organic Certification and Food Quality Assurance Schemes in European Countries. *Estey Journal of International Law and Trade Policy*, 10(1), 111-130.
- Benis, K. et Ferrão, P. (2018). Commercial farming within the urban built environment – Taking stock of an evolving field in northern countries. *Global Food Security*, 17, 30-37. doi: 10.1016/j.gfs.2018.03.005
- Bernier, A.-M., Duchemin, É. et Roy, P. (2021). *Portrait de l'agriculture urbaine commerciale au Québec en 2020*. Montréal : Carrefour de recherche, d'expertise et de transfert en agriculture urbaine / Laboratoire sur l'agriculture urbaine.
- Brunnsø, K., Bredahl, L., Grunert, K. G. et Scholderer, J. (2005). Consumer perception of the quality of beef resulting from various fattening regimes. *Livestock Production Science*, 94(1), 83-93. doi: 10.1016/j.livprodsci.2004.11.037
- Buehler, D. et Junge, R. (2016). Global Trends and Current Status of Commercial Urban Rooftop Farming. *Sustainability*, 8(11), 1108. doi: 10.3390/su8111108
- Carney, P. A., Hamada, J. L., Rdesinski, R., Sprager, L., Nichols, K. R., Liu, B. Y., . . . Shannon, J. (2012). Impact of a Community Gardening Project on Vegetable Intake, Food Security and Family Relationships: A Community-based Participatory Research Study. *Journal of Community Health*, 37(4), 874-881. doi: 10.1007/s10900-011-9522-z
- d'Astous, A. (2011). *Le projet de recherche en marketing* (4e éd.). Montréal : Chenelière-éducation.
- De Bon, H., Parrot, L. et Moustier, P. (2010). Sustainable urban agriculture in developing countries. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 30(1), 21-32. doi: 10.1051/agro:2008062

- de Zeeuw, H. et Drechsel, P. (2015). *Cities and agriculture: Developing resilient urban food systems*. New York : Routledge.
- Diekmann, L. O., Gray, L. C. et Baker, G. A. (2020). Growing ‘good food’: urban gardens, culturally acceptable produce and food security. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 35(2), 169-181. doi: 10.1017/S1742170518000388
- Dimara, E. et Skuras, D. (2005). Consumer demand for informative labeling of quality food and drink products: a European Union case study. *Journal of Consumer Marketing*, 22(2), 90-100. doi: 10.1108/07363760510589253
- Dimitri, C., Oberholtzer, L. et Pressman, A. (2016). Urban agriculture: connecting producers with consumers. *British Food Journal*, 118(3), 603-617. doi: 10.1108/BFJ-06-2015-0200
- Dobson, M. C., Reynolds, C., Warren, P. H. et Edmondson, J. L. (2020). “My little piece of the planet”: the multiplicity of well-being benefits from allotment gardening. *British Food Journal, ahead-of-print*(ahead-of-print). doi: 10.1108/BFJ-07-2020-0593
- Duchemin, E., Wegmuller, F. et Legault, A.-M. (2008). Urban agriculture: multi-dimensional tools for social development in poor neighbourhoods. *Field Actions Science Reports*, 1, 43-52. Récupéré de <http://journals.openedition.org/factsreports/113>, le 12 janvier 2021
- Ercilla-Montserrat, M., Sanjuan-Delmás, D., Sanyé-Mengual, E., Calvet-Mir, L., Banderas, K., Rieradevall, J. et Gabarrell, X. (2019). Analysis of the consumer’s perception of urban food products from a soilless system in rooftop greenhouses: a case study from the Mediterranean area of Barcelona (Spain). *Agriculture and Human Values*, 36(3), 375-393. doi: 10.1007/s10460-019-09920-7
- FAO. (2011). *The Place of Urban And Peri-Urban Agriculture (UPA) In National Food Security Programmes*. Récupéré de <http://www.fao.org/3/i2177e/i2177e00.pdf>, le 14 janvier 2021
- FAO. (2020). Urban food systems and COVID-19: the role of cities and local governments in responding to the emergency. *Policy brief*, 1-6. doi: 10.4060/ca8600en
- Filippini, R., Gennai-Schott, S., Sabbatini, T., Lardon, S. et Marraccini, E. (2020). Quality labels as drivers of peri-urban livestock systems resilience. *Land*, 9(211). doi: 10.3390/land9070211
- Firth, C., Maye, D. et Pearson, D. (2011). Developing “community” in community gardens. *Local Environment*, 16(6), 555-568. doi: 10.1080/13549839.2011.586025
- Fotopoulos, C. et Krystallis, A. (2003). Quality labels as a marketing advantage: The case of the “PDO Zagora” apples in the Greek market. *European Journal of Marketing*, 37(10), 1350-1374. doi: 10.1108/03090560310487149

- Freedman, D. A., Vaudrin, N., Schneider, C., Trapl, E., Ohri-Vachaspati, P., Taggart, M., . . . Flocke, S. (2016). Systematic Review of Factors Influencing Farmers' Market Use Overall and among Low-Income Populations. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(7), 1136-1155. doi: 10.1016/j.jand.2016.02.010
- Galhena, D. H., Freed, R. et Maredia, K. M. (2013). Home gardens: a promising approach to enhance household food security and wellbeing. *Agriculture & Food Security*, 2(1), 8. doi: 10.1186/2048-7010-2-8
- Gavard-Perret, M.-L., Gotteland, D., Haon, C., Jolibert, A. et Aubert, B. A. (2012). *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion : réussir son mémoire ou sa thèse* (2e éd.). Montreuil : Pearson.
- Gouvernement du Québec. (2012). *L'agriculture péri-urbaine et urbaine au Québec. État de situation et perspectives*. Récupéré de <https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Agricultureurbaineetperiurbaine.pdf>, le 10 janvier 2021
- Gray, L., Guzman, P., Glowa, K. M. et Drevno, A. G. (2014). Can home gardens scale up into movements for social change? The role of home gardens in providing food security and community change in San Jose, California. *Local Environment*, 19(2), 187-203. doi: 10.1080/13549839.2013.792048
- Grebitus, C., Chenarides, L., Muenich, R. et Mahalov, A. (2020). Consumers' Perception of Urban Farming—An Exploratory Study. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 4. doi: 10.3389/fsufs.2020.00079
- Grebitus, C., Printezis, I. et Printezis, A. (2017). Relationship between Consumer Behavior and Success of Urban Agriculture. *Ecological Economics*, 136, 189-200. doi: 10.1016/j.ecolecon.2017.02.010
- Grunert, K. G. et Aachmann, K. (2016). Consumer reactions to the use of EU quality labels on food products: A review of the literature. *Food Control*, 59, 178-187. doi: 10.1016/j.foodcont.2015.05.021
- Haberman, D., Gillies, L., Canter, A., Rinner, V., Pancrazi, L. et Martellozzo, F. (2014). The Potential of Urban Agriculture in Montréal: A Quantitative Assessment. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 3(3), 1101-1117. doi: 10.3390/ijgi3031101
- Khan, M. M., Akram, M. T., Janke, R., Qadri, R. W. K., Al-Sadi, A. M. et Farooque, A. A. (2020). Urban horticulture for food secure cities through and beyond covid-19. *Sustainability (Switzerland)*, 12(22), 1-21. doi: 10.3390/su12229592
- Kirwan, J. et Maye, D. (2013). Food security framings within the UK and the integration of local food systems. *Journal of Rural Studies*, 29, 91-100. doi: 10.1016/j.jrurstud.2012.03.002

- Kortright, R. et Wakefield, S. (2011). Edible backyards: a qualitative study of household food growing and its contributions to food security. *Agriculture and Human Values*, 28(1), 39-53. doi: 10.1007/s10460-009-9254-1
- Lal, R. (2020). Home gardening and urban agriculture for advancing food and nutritional security in response to the COVID-19 pandemic. *Food Security*, 12(4), 871-876. doi: 10.1007/s12571-020-01058-3
- Litt, J. S., Soobader, M. J., Turbin, M. S., Hale, J. W., Buchenau, M. et Marshall, J. A. (2011). The influence of social involvement, neighborhood aesthetics, and community garden participation on fruit and vegetable consumption. *American journal of public health*, 101(8), 1466-1473. doi: 10.2105/AJPH.2010.300111
- Lovell, S. T. (2010). Multifunctional urban agriculture for sustainable land use planning in the United States. *Sustainability*, 2(8), 2499-2522. doi: 10.3390/su2082499
- Manríquez-Altamirano, A., Sierra-Pérez, J., Muñoz, P. et Gabarrell, X. (2020). Analysis of urban agriculture solid waste in the frame of circular economy: Case study of tomato crop in integrated rooftop greenhouse. *Science of the Total Environment*, 734. doi: 10.1016/j.scitotenv.2020.139375
- Mok, H.-F., Williamson, V. G., Grove, J. R., Burry, K., Barker, S. F. et Hamilton, A. J. (2014). Strawberry fields forever? Urban agriculture in developed countries: a review. *Agronomy for Sustainable Development*, 34(1), 21-43. doi: 10.1007/s13593-013-0156-7
- Mougeot, L. J. (2005). *Agropolis: The social, political, and environmental dimensions of urban agriculture*. London : Earthscan.
- Nicholls, E., Ely, A., Birkin, L., Basu, P. et Goulson, D. (2020). The contribution of small-scale food production in urban areas to the sustainable development goals: a review and case study. *Sustainability Science*, 15(6), 1585-1599. doi: 10.1007/s11625-020-00792-z
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Guerrero, L. et Hersleth, M. (2009). Association between traditional food consumption and motives for food choice in six European countries. *Appetite*, 53(1), 101-108. doi: 10.1016/j.appet.2009.05.019
- Pinheiro, A. et Govind, M. (2020). Emerging global trends in urban agriculture research: A scientometric analysis of peer-reviewed journals. *Journal of Scientometric Research*, 9(2), 163-173. doi: 10.5530/JSCIRES.9.2.20
- Pourias, J., Duchemin, E. et Aubry, C. (2018). Products from Urban Collective Gardens: Food for Thought or for Consumption? Insights from Paris and Montreal. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 2. doi: 10.5304/jafscd.2015.052.005
- Sadler, R. C. (2016). Strengthening the core, improving access: Bringing healthy food downtown via a farmers' market move. *Applied Geography*, 67, 119-128. doi: 10.1016/j.apgeog.2015.12.010

- Saldivar-tanaka, L. et Krasny, M. E. (2004). Culturing community development, neighborhood open space, and civic agriculture: The case of Latino community gardens in New York City. *Agriculture and Human Values*, 21(4), 399-412. doi: 10.1007/s10460-003-1248-9
- Sanyé-Mengual, E., Anguelovski, I., Oliver-Solà, J., Montero, J. I. et Rieradevall, J. (2016). Resolving differing stakeholder perceptions of urban rooftop farming in Mediterranean cities: promoting food production as a driver for innovative forms of urban agriculture. *Agriculture and Human Values : Journal of the Agriculture, Food, and Human Values Society*, 33(1), 101-120. doi: 10.1007/s10460-015-9594-y
- Siegner, A., Sowerwine, J. et Acey, C. (2018). Does Urban Agriculture Improve Food Security? Examining the Nexus of Food Access and Distribution of Urban Produced Foods in the United States: A Systematic Review. *Sustainability*, 10(9), 2988. doi: 10.3390/su10092988
- Smith, P. et Gregory, P. J. (2013). Climate change and sustainable food production. *Proceedings of the Nutrition Society*, 72(1), 21-28. doi: 10.1017/S0029665112002832
- Specht, K., Siebert, R., Hartmann, I., Freisinger, U. B., Sawicka, M., Werner, A., . . . Dierich, A. (2014). Urban agriculture of the future: an overview of sustainability aspects of food production in and on buildings. *Agriculture and Human Values*, 31(1), 33-51. doi: 10.1007/s10460-013-9448-4
- Specht, K., Siebert, R. et Thomaier, S. (2016). Perception and acceptance of agricultural production in and on urban buildings (ZFarming): a qualitative study from Berlin, Germany. *Agriculture and Human Values*, 33(4), 753-769. doi: 10.1007/s10460-015-9658-z
- Specht, K., Siebert, R., Thomaier, S., Freisinger, U., Sawicka, M., Dierich, A., . . . Busse, M. (2015). Zero-Acreage Farming in the City of Berlin: An Aggregated Stakeholder Perspective on Potential Benefits and Challenges. *Sustainability*, 7(4), 4511-4523. doi: 10.3390/su7044511
- Spognardi, S., Vistocco, D., Cappelli, L. et Papetti, P. (2021). Impact of organic and “protected designation of origin” labels in the perception of olive oil sensory quality. *British Food Journal*. doi: 10.1108/bfj-07-2020-0596
- Taylor, J. R. et Lovell, S. T. (2012). Mapping public and private spaces of urban agriculture in Chicago through the analysis of high-resolution aerial images in Google Earth. *Landscape and Urban Planning*, 108(1), 57-70. doi: 10.1016/j.landurbplan.2012.08.001
- Taylor, J. R. et Lovell, S. T. (2014). Urban home food gardens in the Global North: research traditions and future directions. *Agriculture and Human Values*, 31(2), 285-305. doi: 10.1007/s10460-013-9475-1
- Thomaier, S., Specht, K., Henckel, D., Dierich, A., Siebert, R., Freisinger, U. B. et Sawicka, M. (2015). Farming in and on urban buildings: Present practice and specific novelties of Zero-

- Acreage Farming (ZFarming). *Renewable Agriculture and Food Systems*, 30(1), 43-54. doi: 10.1017/S1742170514000143
- Tornaghi, C. (2014). Critical geography of urban agriculture. *Progress in Human Geography*, 38(4), 551-567. doi: 10.1177/0309132513512542
- van der Lans, I. A., van Ittersum, K., De Cicco, A. et Loseby, M. (2001). The role of the region of origin and EU certificates of origin in consumer evaluation of food products. *European Review of Agricultural Economics*, 28(4), 451-477. doi: 10.1093/erae/28.4.451
- van Leeuwen, C., Friant, P., Choné, X., Tregoat, O., Koundouras, S. et Dubourdieu, D. (2004). Influence of Climate, Soil, and Cultivar on Terroir. *American Journal of Enology and Viticulture*, 55(3), 207-217.
- van Rijswijk, W. et Frewer, L. J. (2008). Consumer perceptions of food quality and safety and their relation to traceability. *British Food Journal*, 110(10), 1034-1046. doi: 10.1108/00070700810906642
- Verbeke, W., Pieniak, Z., Guerrero, L. et Hersleth, M. (2013). Consumers' Awareness and Attitudinal Determinants of European Union Quality Label Use on Traditional Foods. *Bio-based and Applied Economics*, 1(2), 213-229. doi: 10.13128/BAE-10558
- Vitiello, D. et Wolf-Powers, L. (2014). Growing food to grow cities? The potential of agriculture foreconomic and community development in the urban United States. *Community Development Journal*, 49(4), 508-523. doi: 10.1093/cdj/bst087
- Wakefield, S., Yeudall, F., Taron, C., Reynolds, J. et Skinner, A. (2007). Growing urban health: Community gardening in South-East Toronto. *Health Promotion International*, 22(2), 92-101. doi: 10.1093/heapro/dam001
- Walter, P. (2013). Theorising community gardens as pedagogical sites in the food movement. *Environmental Education Research*, 19(4), 521-539. doi: 10.1080/13504622.2012.709824
- Warren, E., Hawkesworth, S. et Knai, C. (2015). Investigating the association between urban agriculture and food security, dietary diversity, and nutritional status: A systematic literature review. *Food Policy*, 53, 54-66. doi: 10.1016/j.foodpol.2015.03.004
- Weber, R. P. (1990). *Basic content analysis* (2e éd.). Newbury Park : Sage.
- Zeza, A. et Tasciotti, L. (2010). Urban agriculture, poverty, and food security: Empirical evidence from a sample of developing countries. *Food Policy*, 35(4), 265-273. doi: 10.1016/j.foodpol.2010.04.007