



### Référence :

Lucan, S. C., Maroko, A. R., Sanon, O., Frias, R., & Schechter, C. B. (2015). Urban farmers' markets: Accessibility, offerings, and produce variety, quality, and price compared to nearby stores. *Appetite*, 90, 23-30.

### Mots-clés :

marchés fermiers, environnement alimentaire, épicerie, fruits et légumes, produits transformés

## Synthèse

### 1/ Les intentions des auteurs dans cet article

Les auteurs ont voulu comprendre dans quelle mesure les marchés fermiers contribuent à améliorer l'environnement alimentaire des communautés qu'ils desservent. Pour ce faire, ils ont évalué l'ensemble des marchés fermiers qui étaient présents dans un territoire urbain ainsi que les épicerie qui se trouvaient dans un rayon d'un demi mile à pied (jusqu'à deux épicerie par marché fermier). L'accessibilité des marchés fermiers et des épicerie a été comparée ainsi que la variété, la qualité, et les prix des fruits et légumes en vente.

### 2/ La méthodologie adoptée

Monographie

Revue de littérature

Enquêtes qualitatives

**Enquêtes quantitatives**

### 3/ Les lieux concernés par cette recherche

États-Unis : l'étude évalue 26 marchés fermiers et 44 épicerie dans le comté de Bronx, New York.

### 4/ Les résultats les plus intéressants

Pris globalement, les résultats montrent que les marchés fermiers ont tendance à offrir des fruits et légumes frais et cultivés de façon biologique. Cependant, comparés aux épicerie, les marchés fermiers sont moins accessibles, ils proposent aux consommateurs moins de variétés de fruits et légumes et à des prix plus élevés. Alors que les épicerie étaient ouvertes toute l'année, les marchés fermiers étaient ouverts en moyenne quatre mois par an et un jour par semaine. Concrètement, les épicerie offraient en moyenne 43 catégories générales de fruits et légumes (ex. carottes) alors que les marchés fermiers en proposaient 23. En revanche, les marchés fermiers tendent à offrir des variétés de fruits et légumes moins communes ou traditionnelles. Sur le plan nutritif, environ un tiers des produits en vente sur les marchés fermiers sont raffinés ou transformés (gâteaux, confitures, beignes, etc.). Pour certains vendeurs, ces produits figuraient parmi leurs meilleures ventes.

Concernant la qualité et l'origine des produits, tous les fruits et légumes des marchés fermiers provenaient d'agriculteurs locaux. Par ailleurs, 97,6 % des légumes et 69 % des fruits (excluant les pommes) avaient été récoltés un ou deux jours avant d'être mis en vente. Par contre, dans les épicerie, 0 % des fruits et 0,8 % des légumes étaient d'origine locale. La majorité de ces produits provenaient de régions ou de pays plus lointains, ce qui augmente le temps entre la récolte et la mise en rayon et suggère que ces produits sont moins frais. Au total, 3,1 % des fruits et 7,9 % des légumes en vente sur les marchés fermiers étaient cultivés de façon biologique, contre 1,3 % des fruits et légumes dans les épicerie. Les auteurs ont aussi comparé les prix pour un même article vendu à la même unité (ex. entre deux pommes vendues à la livre). Un fruit ou légume quelconque en vente dans une épicerie est en moyenne 0,43 \$ moins cher que le même article vendu dans la même unité (livre, pinte, botte...) dans un marché fermier. Ceci est dû en partie au fait que les marchés offraient plus de produits biologiques et de spécialité. Mais les chercheurs ont trouvé que même les variétés de fruits et légumes communes étaient plus chères sur les marchés.

### 5/ Commentaire

L'étude a été menée dans un comté urbain de la ville de New York. En comparant les produits offerts, les auteurs concluent que les épicerie offrent des économies *potentielles*. Il serait intéressant de conduire une telle étude au Québec pour connaître les différences en termes de prix et de variété entre les marchés publics et les épicerie environnantes. L'étude souligne aussi l'importance pour les marchés fermiers d'offrir un large éventail de fruits et légumes afin d'améliorer la santé des communautés qu'ils desservent. Des campagnes de promotion pourraient d'ailleurs être mises en place pour augmenter les ventes de produits frais.