



**Université de Montréal**

**Vers le haut**  
**La valeur d'usage du toit vert privé : Le point de vue de professionnels de**  
**l'immobilier œuvrant sur le Plateau Mont-Royal**

**par Valérie Tremblay**

**Institut d'urbanisme, Faculté de l'aménagement**

Mémoire présentée à la Faculté de l'aménagement en vue de  
l'obtention du grade de M.Urb en urbanisme

Décembre, 2012

©, Valérie Tremblay, 2012

---

## RÉSUMÉ

Cette recherche s'intéresse à la valeur d'usage du toit vert dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal, de la Ville de Montréal. Spécifiquement, elle s'intéresse à l'état problématique qu'est l'étalement urbain en tentant l'estimation de la valeur d'usage du toit vert, de la cour arrière et du balcon-terrasse soutenue par le dispositif argumentaire immobilier propre à chacun des aménagements.

L'étalement urbain est la source de graves problèmes et la résorption de ses effets néfastes est devenue une priorité dans l'aménagement du territoire. L'une des principales raisons sous-jacentes à l'exode urbain est la valeur d'usage accordée à la parcelle extérieure qu'offre l'habitat unifamilial pavillonnaire. Dans cette situation, la question est de savoir si l'insertion d'espaces verts privés en milieu urbain peut participer à la résorption de l'exode urbain. Or, dans l'agglomération, le sol manque. Le toit vert privé apparaît comme une alternative astucieuse, bien que limitée, au terrain entourant la maison. Reste à savoir si les gens le valorisent tel un espace vert privé d'extrême proximité, à même le sol.

Le toit vert est un aménagement méconnu dans le contexte observé. Plus largement, il existe une lacune théorique concernant la valeur d'usage de l'espace vert privé limitrophe en ville. En outre, l'aspect concernant l'influence de son positionnement à la verticale sur celle-ci est pour ainsi dire, exempt d'informations. Très peu d'études abordent la valeur d'usage de l'espace vert privé limitrophe en ville, depuis ce point de vue. Pour cette raison, cette recherche fournit une analyse originale et pertinente.

Cette recherche repose essentiellement sur l'analyse de cinq entretiens tenus à Montréal au début de l'an 2012. À la lueur de l'analyse, il advient que le toit vert ne présente pas de valeur d'usage comparable à celle de la cour arrière dans le contexte observé, précisément parce que leurs publics cibles s'opposent d'emblée. En revanche, le balcon-terrasse et le toit vert semblent être, en fonction des données construites, des aménagements à valeur d'usage comparable.

## MOTS-CLÉS

: Toit vert, Cour arrière, Milieu résidentiel, Sensibilité environnementale et valeur d'usage

## **SUMMARY**

This research focuses on the use-value of green roofs in Plateau Mont-Royal, a borough in the city of Montreal. It focuses on the problematic state of urban sprawl by trying to estimate the use-value of the green roof, backyard and terrace, supported by the real estate argumentation of each facilities.

Urban sprawl is the source of serious problems and the absorption of its harmful effects has become a priority in urban planning. One of the main reasons underlying the prevalent urban exodus is the value given to the use of exterior land offered by the single-family suburban habitat. In this situation, the main interest is to know if the inclusion of private open spaces in urban areas can participate in the resumption of the urban exodus. Because lack of soil in the city is an obstacle, the private green roof appears as a smart, although limited, alternative for the land surrounding a house. But this option is only relevant if people value these alternative private open spaces as they value the ground spaces.

The green roof is a little-known arrangement in the observed context. More broadly, there is a theoretical gap regarding the use-value of private open spaces in an urban setting. Moreover the influence of urban private open spaces vertical displacement lacks in supporting information. Very few studies investigate the use-value of urban private open space from this point of view. For this reason, this research provides a relevant and original analysis.

This research is mainly based on the analysis of five interviews held in Montreal at the beginning of the year 2012. After analysis, it happens that the green roof has no use-value comparable to the backyard in the observed context, particularly because their respective public opposes outright. On the other hand, based on construction data, the terrace and green roof seem to have a comparable use-value.

## **KEY WORDS**

: Green Roof, Backyard, Residential Field, Environmental Sensitivity and Use-value

## TABLE DES MATIÈRES

<b>RÉSUMÉ (Français)</b>	ii
<b>RÉSUMÉ (Anglais)</b>	iii
<b>LISTE DES ILLUSTRATIONS</b>	vi
<b>REMERCIEMENTS</b>	vii
<b>INTRODUCTION   PARTIE I : 1-27</b>	
<b>Problématique &amp; Concepts</b>	1
<b>Objectifs et questions de recherche</b>	23
<b>Pertinence scientifique et sociale de la recherche</b>	26
<b>INTRODUCTION   PARTIE II : 27-32</b>	
<b>L’entrevue semi-dirigée comme stratégie de collecte de donnée</b>	27
<b>Variables et indicateurs</b>	30
<b>Méthode d’échantillonnage</b>	32
<b>CADRE CONCEPTUEL ET MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE   PARTIE I : 33-53</b>	
<b>Cadre conceptuel</b>	33
<b>Justifications théoriques et positionnements</b>	49
<b>CADRE CONCEPTUEL ET MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE   PARTIE II : 53-84</b>	
<b>Approche méthodologique</b>	53
<b>Paradigme de recherche</b>	56
<b>Contexte d’émergence des données</b>	57
<b>Méthodes d’échantillonnage</b>	58
<b>L’échantillon par cas unique (de milieu ou géographique)</b>	62
<b>L’échantillon par cas multiple (par homogénéisation)</b>	63
<b>Recrutement</b>	64
<b>Saturation</b>	65
<b>L’entretien</b>	66
<b>Verbatim</b>	72
<b>Illustration de l’élaboration des thèmes et du système de codage</b>	75
<b>Choix de catégorie de codage</b>	79
<b>Temps requis</b>	83
<b>Termes de confidentialité</b>	83
<b>RÉSULTATS ET ANALYSE   PARTIE I : 85-102</b>	
<b>Succès du recrutement</b>	85

<b>Présentation des résultats</b>	86
<b>Portrait général de la valeur d’usage</b>	87
<b>Les six principaux thèmes émergés des entretiens</b>	89
<b>Thème 1. L’espace vert : le reflet d’un mode de vie</b>	90
<b>Thème 2. Dans les espaces résidentiels, l’usage prédomine sur la verdure</b>	91
<b>Thème 3. Le toit vert : une valeur environnementale</b>	91
<b>Thème 4. Confusion générale entre le balcon-terrasse et le toit vert</b>	91
<b>Thème 5. Le toit vert résidentiel unifamilial, une <i>denrée</i> rare</b>	91
<b>Thème 6. Un discours social en décalage avec la demande individuelle</b>	92
<b>Les deux éléments principaux de valeur émergés des entretiens</b>	93
<b>1. L’usage quotidien</b>	93
<b>2. L’usage privé</b>	95
<b>Les éléments pouvant freiner le développement des toits verts privés sur le Plateau</b>	97
<b>1. La perception du toit vert</b>	97
<b>2. Dichotomie entre valeur d’usage collective et valeur d’usage individuelle</b>	98
<b>3. Procédure et réglementation</b>	99
<b>Éléments pouvant favoriser le développement de toits verts privés sur le Plateau</b>	100
<b>1. Le toit vert : un aménagement à la mode</b>	100
<b>2. Avantages individuels et économiques plus clairs et définis</b>	100
<b>3. La simplification des procédures et l’implantation d’une aide municipale</b>	101
<b>RÉSULTATS ET ANALYSE   PARTIE II : 102-130</b>	
<b>Discussion</b>	102
<b>Comparaison des résultats</b>	102
<b>Retour sur les questions et sous-questions de départ</b>	113
<b>Validité de la recherche</b>	120
<b>Portée de la recherche</b>	123
<b>Limites de la recherche</b>	125
<b>Conclusion</b>	128
<b>Hypothèses et solutions</b>	128
<b>Propositions de recherche additionnelles</b>	129
<b>BIBLIOGRAPHIE ET RÉFÉRENCES : 131-142</b>	
<b>APPENDICE A (Liste de contacts)</b>	143
<b>APPENDICE B (Guide d’entretien)</b>	144
<b>APPENDICE C (Grilles d’analyse résumées)</b>	148
<b>APPENDICE D (Catégories de codage)</b>	152

## LISTE DES FIGURES ET ILLUSTRATIONS

<b>Illustration 1   Les usages les plus importants du terrain résidentiel (Chelmsford Study)</b>	9
<b>Illustration 2   L'importance du terrain dans le choix de la résidence (Chelmsford Study)</b>	10
<b>Illustration 3   Schéma conceptuel de l'image de nature</b>	14
<b>Illustration 4   Schéma de démarche globale du travail de recherche</b>	26
<b>Illustration 5   Positionnement dans le continuum des paradigmes de recherche</b>	29
<b>Illustration 6   Variable et d'indicateurs utilisés</b>	31
<b>Illustration 7   Localisation du Plateau Mont-Royal dans le grand Montréal</b>	58
<b>Illustration 8   Type de données et modalités d'échantillonnages utilisées</b>	62
<b>Illustration 9   Images utilisées en entretien</b>	68
<b>Illustration 10   Résumé des balises d'entretien</b>	69
<b>Illustration 11   Caractéristiques des participants et formalités générales des entretiens</b>	86
<b>Illustration 12   Caractéristiques les plus facilement représentatives de la valeur d'usage</b>	87
<b>Illustration 13   Les six principaux thèmes émergés des entretiens</b>	89-90
<b>Illustration 14   Les deux éléments générateurs de valeur</b>	93
<b>Illustration 15   Éléments pouvant freiner et favoriser les toits verts sur le Plateau</b>	96-97
<b>Illustration 16   Tableau des exigences de Chicago en matière de toits verts</b>	104
<b>Illustration 17   Prix moyens de types de recouvrement en fonction du type de toiture</b>	107
<b>Illustration 18   Nombre de toits verts construits à Montréal par mode d'occupation</b>	111
<b>Illustration 19   Figure de cas (toit vert) véhiculée dans les guides de vente immobilière</b>	112
<b>Illustration 20   Figure de cas (toit vert) véhiculée dans les guides de vente immobilière</b>	112
<b>Illustration 21   Données concernant la valeur et l'utilité comparées</b>	116-117
<b>Illustration 22   Réponses déterminant si le toit vert constitue une alternative à la cour</b>	118
<b>Illustration 23   Schématisation des données construites</b>	120

## REMERCIEMENTS

Mes remerciements vont d'abord à l'homme qui partage ma vie, Simon, pour la patience et l'immense support qu'il m'a fourni tout au long de ce travail. Sans lui, le processus aurait été bien plus difficile. Un merci spécial à ma mère aussi, qui m'a appris qu'on doit toujours avoir confiance en soi et porter nos projets à terme, ce avec le plus de convictions et d'efforts possibles. Un remerciement sincère va aussi à mes deux sœurs, Patricia et Marie-Josée, ainsi qu'à mes amis proches sans qui les constants questionnements et remises en question auraient été intenable. Toujours là pour moi, ils ont su m'offrir un soutien moral indispensable durant ces trois dernières années. Un merci aussi, à mes amies qui sont passées par là avant moi et qui m'ont, rassurée, aidée et indiqué la voie à suivre à plusieurs reprises.

Merci aussi à mon directeur Gérard Beaudet et ma codirectrice de rédaction Danielle Dagenais sans qui ce travail ne pourrait être le même. Ils ont tous deux accepté d'emblée de m'encadrer et ont fait preuve de beaucoup de patience et de disponibilité. Leurs angles de directions étaient complémentaires et ils m'ont fourni bon nombre de conseils avisés.

Finalement, merci à tous ceux qui ont accepté de participer à cette recherche comme informateurs. Je suis reconnaissante de leur ouverture d'esprit et de leur générosité, à mon égard.

Valérie Tremblay



*Nous montâmes au haut d'une maison par un escalier où l'on voyait clair. Quel plaisir ce fut pour moi, qui aime la vue et le bon air, de rencontrer une terrasse ornée de pots de fleurs et couvert d'une treille parfumée. Le sommet de chaque maison offrait une pareille terrasse, de sorte que les toits, tous d'une égale hauteur, formaient ensemble comme un vaste jardin, et la ville aperçue d'en haut d'une tour était couronnée de fleurs, de fruits et de verdure.*

Louis-Sébastien Mercier (1770), *L'an 2440, rêve s'il en fut jamais*.

## **INTRODUCTION**

### **PARTIE I : Problématique; Concepts; Objectifs et questions de recherche; Pertinence sociale et scientifique de la recherche.**

L'établissement humain se propage sur le territoire. Le terme gaspillage est fréquemment évoqué pour caractériser ce phénomène qu'est l'étalement urbain<sup>1</sup>. Pour cause, ce dernier apparaît comme la source de graves problèmes qui entraînent notre société et son développement vers une déficience sociale ascendante. Conséquemment, il s'agit d'une priorité de l'aménagement du territoire que de s'attarder à la résorption de ses effets néfastes (Laperrière, 1994 : 1). D'ailleurs, l'objet même de la planification urbaine est de contrôler la croissance urbaine. Depuis un moment déjà, l'Ordre des urbanistes du Québec dénonce les dommages que provoque le phénomène. Tous les documents officiels ou presque, que ce soit le Cadre d'aménagement du gouvernement du Québec, le Plan d'urbanisme de Montréal ou le Schéma d'aménagement et le projet de plan métropolitain d'aménagement et de développement de la CMM en préparation, se positionnent contre l'étalement urbain (Ville de Montréal, 2010 ; UDPA, 2011). Si pour certains les changements dans la structure sociale (vieillesse de la population, éclatement de la famille nucléaire et retour des classes moyennes élevées vers le centre-ville) amorcent un bouleversement des tendances, les statistiques restent alarmantes. Ainsi, pour bon nombre de spécialistes comme pour une part grandissante de l'opinion publique, des correctifs s'imposent.

---

<sup>1</sup> « Du point de vue sémantique, l'étalement désigne l'extension d'un corps sur une surface. Si l'on s'en tient à cette acceptation, le qualificatif urbain, pour sa part, concernerait la substance de ce corps en extension. Par opposition, la surface de support n'étant pas urbaine, elle serait par défaut « rurale ». Ainsi, le concept d'étalement urbain signifierait, de prime abord, que l'urbain en tant que corps, c'est-à-dire en tant que forme matérielle localisée, dessine une tache qui s'agrandit sur un substrat rural. En outre, la diffusion de l'urbain sur le substrat rural serait corrélative à une focalisation qui serait pour ainsi dire le « germe » de l'étalement » (Ritchot, Mercier, & Mascolo, 1994 : 263).

Si le procès de l'étalement urbain a quelques relents de soupe réchauffée<sup>2</sup>, il a néanmoins, en ce début du troisième millénaire, sa part de pertinence. Il s'agit essentiellement d'un phénomène résidentiel qui aboutit à une facture sociale élevée, péniblement acquittable. Pour cause, l'étalement urbain se développe sous des formes difficilement maîtrisables et celles-ci entraînent des effets néfastes de réseaux et d'équipements. Ces effets pervers englobent notamment les coûts marginaux que sont le gaspillage des terres et des environnements sensibles (milieux humides, boisés, paysages...etc.), la consommation d'énergie pour les migrations alternatives (Laperrière, 1994 : 255), l'épuisement des espaces propres à la construction, le renchérissement du foncier, la transformation incohérente du paysage, etc. Il y a aussi les conséquences en termes de pollution relative à la surutilisation des véhicules motorisés personnels. De plus, la conversion de terres rurales en une utilisation urbaine nécessite la création de plusieurs systèmes d'infrastructures sophistiquées (transports, eau, eaux usées, etc.), tout comme l'agrandissement des installations publiques (écoles, services municipaux, trottoirs, etc.). Chacun de ces éléments a un impact financier élevé pour les contribuables comme pour la gouvernance. Payer pour ces réalisations crée un fardeau considérable sur les différents niveaux de gouvernement (en particulier au niveau municipal) qui doivent absorber les coûts de l'élargissement des biens et des services publics (RERC, 1974). Or, les effets négatifs des pressions de l'urbanisation ne se limitent pas à la hausse des taxes, ils ont également des répercussions majeures sur le domaine agricole. Mentionnons :

« (...) l'empiétement effectif de l'urbanisation sur le domaine agricole, la perte de terres arables, la pression du développement urbain sur le prix des terres agricoles (spéculation), l'affaiblissement relatif de la rentabilité de différentes productions agricoles et la déstructuration lente de l'agriculture provoquée par une spéculation latente reposant sur un mauvais calcul d'anticipation dû à une urbanisation non contrôlée » (CAAQ, 2011 : 18).

Ce dernier type d'effets, provoqué par l'étalement, apparaît clairement comme le plus néfaste pour le patrimoine agricole, car il stérilise inutilement et quasi définitivement des superficies supérieures aux besoins réels de l'urbanisation (*Idem.*). Il s'agit d'un truisme d'affirmer que l'étalement urbain est le principal responsable du gaspillage des terres agricoles. D'ailleurs, depuis un moment déjà, l'Union des producteurs agricoles du Québec (UDPA) dénonce le grand

---

<sup>2</sup> L'architecte modern Le Corbusier, dans son ouvrage « *La ville radieuse* » l'invoque déjà à propos du développement des cités-jardins. Pour en savoir plus consultez LE CORBUSIER (1935), *La ville radieuse*, Boulogne/Seine, 249 pages.

appétit des villes de banlieue à l'égard des terres agricoles autour de Montréal (UDPA<sup>3</sup>, 2001 ; Robitaille, 2005). Par exemple, le schéma d'aménagement révisé de la MRC de Lajemmerais (couronne sud de Montréal), approuvé en février 2006, propose des aires d'expansion urbaine qui empiètent sur près de 200 hectares de zone agricole (CAAQ, 2011 : 13). Ce cas n'en est pas un isolé, car dans les faits, près de 4 200 des 8 537 hectares exclus à des fins urbaines entre 1991 et 2006 se situent dans les MRC des basses terres du Saint-Laurent (*Idem.*). L'essence du problème se situe dans la situation géographique de ces terres situées sur ou à proximité de sols à potentiel agricole élevé. Les terres des basses terres du Saint-Laurent sont les meilleures du Québec. Les pertes ne sont donc pas uniquement quantitatives, mais sociales, écologiques et patrimoniales. Ainsi, les maux de l'étalement urbain sont non seulement connus, ils sont documentés. Si la quantification précise de ses impacts est une tâche redoutable, nous savons toutefois que les densités de construction élevées entraînent une baisse importante des coûts économiques, de certains frais personnels et sociaux tels que les coûts environnementaux comme la consommation de ressources naturelles.<sup>4</sup>

Ainsi, connaissant les répercussions que peut engendrer l'étalement urbain, des solutions doivent être explorées avant que la situation ne dégénère davantage, et des alternatives de développement plus judicieuses doivent être envisagées. Seulement, avant de proposer une réponse convenable aux problèmes de l'étalement urbain, il est essentiel d'identifier ses fondements et piliers. La section qui suit permet d'éclaircir le phénomène de l'étalement urbain, concept qui est partie prenante de notre problématique. Elle aborde ses origines, son développement et les raisons qui expliquent ceux-ci dans le contexte montréalais.

Après la guerre de Sécession (1861-1865) survenue aux États-Unis, d'importants changements surgissent dans le mode de vie nord-américain. Alors que notre nation abandonne l'agriculture et plonge dans l'ère industrielle, le paysage se transforme, et une importante migration des

---

<sup>3</sup>[http://www.upa.qc.ca/Nouvelle\\_publication/Le\\_gagne-pain\\_des\\_agriculteurs\\_et\\_le\\_garde-manger\\_des\\_Quebecois\\_594200.html](http://www.upa.qc.ca/Nouvelle_publication/Le_gagne-pain_des_agriculteurs_et_le_garde-manger_des_Quebecois_594200.html) [consulté le 11 juin 2012]

<sup>4</sup> En 1974, diverses tentatives cherchent à mesurer le coût de l'étalement urbain. La plus pertinente d'entre elles est parrainée par le *Council on Environmental Quality*, le *U.S. Department of Housing and Urban Development* et la *U.S. Environmental Protection Agency*. Préparée par la *Real Estate Research Corporation* (RERC), l'étude intitulée " *The Costs of Sprawl*" tente de rassembler le savoir des facteurs de développement et de quantifier les multiples impacts fiscaux que cause le développement des banlieues dans l'Hinterland. Les résultats de l'étude, présentés en détail dans le rapport produit montrent une constance surprenante: l'étalement urbain est une charge considérable sur les contribuables, actuels et futurs.

populations s'entame (Grampp, 2008 : 8). À l'époque, la ville est insalubre. Celle-ci grandit rapidement et les édifices, de plus en plus, rapprochés coupent l'accès à la lumière et à l'air. La qualité de l'environnement s'en trouve largement affectée. Les épidémies comme le choléra mettent la santé publique sur la liste des priorités politiques. À Montréal, la mortalité infantile est élevée et la tuberculose fait des ravages chez les adultes comme nulle part ailleurs en Amérique du Nord. En 1935, le Bureau d'hygiène de Montréal classe 25 000 logements comme insalubres (Choko, 1988 : 18). Les conditions de vie et de logements médiocres qu'offre la ville industrielle soutiennent l'émergence de la demande sociale en expansion urbaine. Les gens aisés quittent alors progressivement la ville. Dès lors, les banlieues américaines ne cessent de se développer. « L'accès à la propriété et au pavillon avec jardin entraîne une suburbanisation de la classe moyenne entre 1900 et 1940 qui passe de 8 à 25 % de la population totale » (Ghorra-Gobin, 1998 : 25). « À Montréal, vers la fin des années 40, la poussée d'urbanisation vers la banlieue est marquante. La banlieue plait de plus en plus. La période d'après-guerre est d'ailleurs caractérisée par l'étalement urbain. Entre 1949 et 1954, Blumenfeld parle de raz de marée de l'expansion métropolitaine » (Sénécal, & al. 1994 : 303). Le noyau central de la ville s'est en effet largement consolidé accaparant l'est de l'île de Montréal, le sud de Laval et débordant sur les couronnes extérieures (Sénécal, & al. 2001 : 305). « Le constat est clair : la population urbaine se disperse vers la banlieue, suivant un axe nord-sud, et les industries font de même » (Sénécal, & al. 1994 : 305). Le cri d'alarme est lancé, et dès lors, la lutte contre l'étalement urbain occupe presque toute la place dans les discours administratifs. L'urbanisme, ici à ses balbutiements, en fait d'ailleurs l'un des piliers de son champ professionnel. « Le maire Drapeau essaye d'inverser la tendance avec d'audacieuses politiques en faveur d'un retour à la ville. Même si ces politiques ne sont pas vaines, elles ne réussissent pas à ramener les familles en ville ni même à les dissuader de fuir vers la banlieue » (Germain, 2007 : 16). Au contraire, l'exode urbain poursuit son expansion. Depuis :

« La supériorité démographique de la banlieue sur les villes centrales est un fait établi au Canada. D'après le recensement national de 1991, 37,8 % de la population canadienne vit dans la partie banlieue des régions métropolitaines alors que seulement 28,1% réside dans les villes centres et 34,2 % en dehors des régions métropolitaines de recensement » (Collin, & Monegeau, 1992 : 6).

Aujourd'hui, les banlieues des RMR<sup>5</sup> connaissent un taux de croissance démographique plus

---

<sup>5</sup> La Région métropolitaine de recensement (RMR) est un territoire formé d'une ou de plusieurs municipalités voisines les unes des autres qui sont situées autour d'un grand noyau urbain. Une région métropolitaine de

important que les villes centres. Dans le recensement de 2006, Statistique Canada indique un rythme d'accroissement de 11,1 % pour la périphérie contre 4,2 % pour le centre.

Depuis la réforme fiscale, le problème de l'étalement urbain s'est aggravé. Suite à la révision de la loi sur l'impôt<sup>6</sup>, les administrations désireuses de voir accroître leur richesse foncière et augmenter leurs rentrées de taxes n'ont d'autres avenues que la construction de bâtiments. De surcroît, mal outillées, les municipalités laissent souvent carte blanche aux développeurs. Malheureusement, ces derniers privilégient souvent des développements qui aboutissent à un maximum de bénéfices financiers au détriment de la qualité et de la prospérité du territoire. Ce constat est des plus préoccupants, sachant que la démographie est en pente descendante au Québec et que les besoins en habitat d'hier et d'aujourd'hui sont supérieurs à ceux de demain. D'ailleurs, tel que le souligne Polèse : « Bientôt, si ce n'est pas déjà le cas, l'offre de maisons en banlieue finira par dépasser la demande » (Polèse, 2006 : 28). D'un autre côté, si la demande n'était pas présente, inévitablement l'offre diminuerait. Il semble donc que, fondamentalement, vivre en banlieue soit une question de choix. Les périurbains pratiquent ce mode d'habitat parce qu'ils l'ont voulu et que, expérience faite, ils le veulent toujours (Lévy, 2002 : 5). Il apparaît donc essentiel de comprendre les valeurs qui soutiennent l'appréciation des développements périurbains avant d'avancer une solution qui sait répondre aux demandes des citoyens.

Deux éléments expliquant en partie la croissance de l'étalement urbain ressortent de la littérature. La présence de l'espace vert privé et sa valeur<sup>7</sup> d'usage. Bien que les types architecturaux et leur arrangement teintent le paysage, la présence d'espaces verts<sup>8</sup> (public, mais surtout privé) confère

---

recensement doit avoir une population d'au moins 100 000 habitants et le noyau urbain doit compter au moins 50 000 habitants.

<sup>6</sup> Depuis la réforme fiscale de 1980, les municipalités du Québec recourent à l'impôt foncier afin de garantir leur autonomie de financement. À la suite de cette réforme, la part des recettes provenant de sources locales (composée principalement de taxes foncières) passe de 74,4% en 1979 à 97% en 1996 (Gouvernement du Québec, 1996). Toutefois, même si les municipalités locales sont devenues autonomes, elles doivent rendre des comptes au gouvernement du Québec et plus particulièrement au ministre des Affaires municipales quant à leurs recettes et dépenses. C'est la Loi sur la fiscalité municipale (LFM) qui assure ce cadre général en définissant leurs pouvoirs en dépenses, taxation et perception.

<sup>7</sup> Le sens du terme *valeur* utilisé ici ne fait pas référence au sens de l'éthique ni de la moral. Il désigne plutôt la valeur d'un bien ou d'un service pour un consommateur, celle-ci fondée sur l'utilité qu'il en retire par rapport à sa personne, à ses besoins et à ses connaissances dans des circonstances données (Le Petit Robert, 2003 : 2735).

<sup>8</sup> Locution évocatrice, mais imprécise. Notion englobante, floue et typique du relativiste culturel. Selon le dictionnaire de l'aménagement et de l'urbanisme, l'espace vert :

à la banlieue un caractère distinctif et attrayant. Pour l'essentiel absent de la forme urbaine dense, l'espace vert privé structure en revanche la forme banlieusarde. Ainsi, bien qu'influencé par plusieurs facteurs (prix immobiliers et fonciers par rapport à la distance au centre, statut socio-économique, etc.), bon nombre d'études et de recherches démontrent que le problème de l'étalement est généralement soutenu par la valorisation de l'espace vert privé<sup>9</sup> d'extrême proximité (Pinson, & Thomann, 2002 ; Grampp, 2008 ; Lévy, 2002 ; Granelle, 1998). Selon Hall (1987), il n'est d'ailleurs pas très difficile, de plaider pour la popularité du terrain auprès des acheteurs. D'ailleurs, en banlieue sa présence est non seulement, valorisée elle est exigée. Les annonces promotionnelles des Villes de banlieues, notamment celle de Laval, misent sur leur offre en espace vert privé pour attirer les acheteurs. Ailleurs, à Longueuil, conformément au règlement municipal toute partie d'un terrain n'étant pas occupée par le bâtiment principal, un équipement accessoire, un boisé, une plantation ou une aire pavée, doit être recouverte de pelouse et aménagée (Ville de Longueuil, 2012).<sup>10</sup> En fait, la plupart des règlements municipaux demandent, à l'aide d'un ratio d'occupation du sol, pour chaque résidence (ancienne comme nouvelle) une superficie minimale de terrain non construit devant être recouverte de végétation. Bref, la présence de l'espace vert privé est à ce point significative dans l'appréciation sociale de la banlieue que l'analyse des transformations de la ville, son étalement, ne serait faire l'économie de la considération du couple « terrain / maison » (Levy, 2001 : 5 ; Burgess, & al., 1988 ; Hall, 1987). Si les ménages s'installent en banlieue, surtout parce qu'ils croient échapper à bon nombre de problèmes liés à la vie urbaine, la présence de l'espace vert privé est un élément important dans cette équation (Grampp, 2008 : 20). John Brinckerhoff Jackson présente d'ailleurs ainsi les banlieues américaines: « *It was an environment no one could fail to relish : green remote, and*

---

« Recouvre la volonté de mettre en valeur, d'aménager et de développer les espaces de nature [...] dont la nécessité s'impose, d'une part pour répondre aux multiples besoins des citoyens, et, d'autre part pour assurer la structure du paysage d'un monde rural, menacé par le développement anarchique de l'urbanisation » (Merlin, & Choay, 2005 : 357).

Le terme espace vert désigne tout espace d'agrément planté de fleurs, d'arbres ou engazonné. Surtout l'espace vert rêvait un caractère utilitaire, qui se présente sous divers types de classements (urbain, suburbain, rural, public, privé, quotidien, occasionnel, etc.) et niveaux d'usage possible (jardins privés, aires de jeux, squares, places, parcs, bases de plein air, forêt, etc.). L'espace vert est donc présent dans la forme urbaine tant en extrême proximité qu'en région. Cette recherche s'intéresse particulièrement à l'espace vert d'agrément privé attaché à l'habitation et utile aux propriétaires. Ce qui se désigne par l'élocution vocable espace vert d'extrême proximité (*Idem.*).

<sup>9</sup> Le mot privé est utilisé pour désigner l'usage exclusif d'un occupant ou des membres d'un même foyer.

<sup>10</sup> Le ratio du coefficient d'occupation du sol (COS), est variable en fonction des différents quartiers et ensembles urbains divisant la Ville. Pour en savoir plus consulter le site de la Ville de Longueuil, section règlements municipaux.

*well isolated from the city* » (Jackson, 1972 : 126). Sommairement, tel que le démontrent les résultats de recherche de Pinson & Thomann : « Le terrain occupe une place privilégiée dans la vie des ménages installés en banlieue. Il est un bout de nature anthropisée qui consolide la valeur foncière, immobilière, mais aussi affective [du lieu de résidence] » (Pinson, & Thomann, 2002 : 89). Au cœur de la réflexion, deux questions naissent. Pourquoi l'espace vert privé est-il un aménagement important ? D'où émerge l'idée, lors de la fondation des Cités-jardins, d'avoir recours à la juxtaposition de terrains privés pour structurer une forme urbaine?

Il semble que le concept prend racine dans les mouvements hygiéniste et romantique. Il y a en effet dans le développement de la banlieue, « dans le discours des aménageurs et des planificateurs, l'idée de thérapeutique sociale sur laquelle se fonde le discours hygiéniste. L'espace vert a pour mission de raccorder des éléments disparates, de recomposer le tissu urbain et social » (Dubost, & Lizet, 2003 : 7). Seulement, le recours à l'espace vert en banlieue n'est pas qu'une question de réforme sociale, mais aussi de fantasme social. Comme l'explique Alain Roger : « Le paysage [‘dessiné’ en banlieue], c'est celui installé dans le regard, c'est la Campagne, un pays sage, voisin de la ville, valorisé et comme apprivoisé par des décennies de peinture flamande, puis italienne, et bientôt relayée par la littérature » (Roger, 1997 : 76-79). Le fait est que le discours des spécialistes et des artistes qui vante les mérites de la nature génère un processus de valorisation porté à l'espace vert public. Ce dernier déteint à son tour sur l'espace vert privé. Ainsi, « des diverses conceptions qui forment les vertus de la nature, de son artialisation, et de ses bienfaits pour la ville, notamment celle, mythique, du jardin d'Éden, celle, esthétique, du jardin d'agrément », et celle, hygiénique, de l'espace vert, le terrain semble former une conception contemporaine non savante qui intègre ces différentes dimensions » (Pinson, & Thomann, 2002 : 90).

Si, d'une part, la valeur accordée à l'espace vert d'extrême proximité est en relation avec le discours des aménagistes et de l'art, elle repose aussi sur d'autres éléments. Elle s'appuie notamment sur les mérites de son utilisation privée. La valeur d'usage renforce en effet fortement l'importance accordée à l'aménagement. Celle-ci appuie le développement banlieusard en réalisant un rêve et matérialisant un fantasme. La banlieue plaît parce que son mode d'habitation « réalise le rêve séculaire d'une partie des membres adultes de nos sociétés : échapper à la promiscuité des inférieurs à soi et, plus généralement, à toute forme d'interaction indésirable avec

le monde social extérieur » (Levy, 2001 : 5). À ce sujet, Burgess, & al. (1988) suggèrent que l'essence de la valeur symbolique de la maison avec jardin privé se situe dans l'expression d'un sentiment de puissance relatif à la capacité des ménages de contrôler ce qu'ils considèrent comme l'effondrement de leur responsabilité collective. Levy explique cette réalité plus simplement : l'accès à un espace vert privé d'extrême proximité, joue en la faveur d'une souplesse d'utilisation, perçue par ses habitants comme une liberté familiale et individuelle fondamentale (Levy, 2001 : 5).

Les observations de Pinson & Thomann attestent que « le pavillon apparaît dès son arrivée, comme l'écrin favorable à l'épanouissement de la famille. Il est proposé comme tel par les promoteurs immobiliers et habiter le périurbain est un choix qui correspond à une étape dans le cycle de vie, celle de la consolidation d'une famille » (Pinson, & Thomann, 2002 : 83). En fait, la périurbanisation loin de se définir uniquement par la « dé-densification » du cadre bâti, se caractérise surtout par un projet centré sur la famille. Pour cause, au Québec, l'exode urbain s'inscrit dans la poursuite d'un cheminement « logique », centrifuge, implanté dans la mentalité, car appuyé par la religion catholique (Germain, 2007 : 16). Une fois un certain statut socio-économique atteint et la famille entamée, mieux vaut quitter la ville et ses « péchés » pour s'installer dans un environnement préférable pour élever des enfants. « L'Église prêchait en effet à ses ouailles que la seule manière d'élever convenablement une famille était de la loger dans un bungalow et non de l'exposer aux dangers associés à la promiscuité si caractéristique de l'habitat montréalais dense, en l'occurrence le triplex » (Germain, 2007 : 16). La valeur familiale portée par la banlieue est un stigmate persistant. Bien que les mœurs québécoises ne soient plus tout à fait dictées par les sermons religieux, la demande pour la maison de banlieue est encore aujourd'hui largement nourrie par de jeunes ménages avec enfants, de nouveaux ménages en règle générale (Polèse, 2006 : 28).

Il est vrai que la maison avec jardin offre des agréments à la vie familiale. Par exemple, l'usage de l'espace vert privé d'extrême proximité permet aux parents un contrôle social de tout instant sur leurs enfants. Ce sentiment de sécurité familiale n'est pas anodin. Une étude australienne portant sur le jeu extérieur des enfants, signale d'ailleurs que les lieux utilisés par les enfants sont, la plupart du temps, le résultat d'une contrainte parentale plutôt que le reflet de volontés



enfantines. L'étude basée sur 78 entretiens parentaux<sup>11</sup> conclut que 94 % des répondants préfèrent que leurs enfants jouent dans un espace vert d'extrême proximité, car celui-ci semble un endroit à l'abri du risque (Veitch, & al., 2006 : 384). Par ailleurs, tel que le démontre l'illustration ci-bas, les résultats d'une recherche<sup>12</sup> antérieure portant sur l'usage d'un terrain résidentiel privé concluent que, pour les familles avec plusieurs enfants, le jeu extérieur représente l'usage le plus fréquent du jardin.

### Illustration 1 | Les usages les plus importants du terrain résidentiel (Chelmsford Study)

**Table 3 - Most important use of garden - Chelmsford Study**

Persons per household	Gardening	Clothes Drying	Children's Play	Sitting Out	Pets	Other
1	25%	17%	-	42%	12%	4%
2	32%	22%	-	41%	2%	3%
3	22%	31%	11%	31%	5%	-
4	21%	15%	35%	23%	2%	4%

Source: Author's Survey (dans Hall 1987 : 192-193)

**Source : Author's Survey (dans Hall 1987 :192-193)**

Toutefois, tous les ménages banlieusards n'ont pas d'enfants ni ne forment une famille. Le terrain est-il aussi fondamental dans leur usage quotidien ? Les résultats de l'étude Chelmsford présentés dans l'illustration 2 démontrent que, pour minimalement le quart des ménages, le terrain est un élément important lors de l'achat d'une maison. Pour les ménages seuls et sans enfant, le terrain sert notamment à jardiner, à étendre le linge sur la corde à linge, à s'asseoir à l'extérieur ou encore à sortir les animaux domestiques. En fait, l'espace arrière de la résidence est devenu à ce point important dans la pratique quotidienne des individus : « *that they had turned the house such that the most activity used rooms now faced the back yard* » (Grampp, 2008 : 90). La présence du terrain, au sein de l'habitat pavillonnaire, ne répond donc pas uniquement aux besoins des enfants, mais comble surtout les désirs des adultes.

<sup>11</sup> Plus de 90 % (72/78) des parents répondants sont des mères, 79 % sont mariées et la majorité (88 %) ont deux ou trois enfants. Les parents proviennent de milieux socio-économiques et d'environnements urbains différents.

<sup>12</sup> Hall, (1987), *The provision of private open space for dwellings*, Town planning Review, Vol. 58, p.192.

## Illustration 2 | L'importance du terrain dans le choix de la résidence (Chelmsford Study)

Table 2 - Importance of garden when choosing a house - Chelmsford Study

Persons per household	Essential	Important	Not Very Important	Not Considered	No Choice
1	8%	25%	13%	29%	25%
2	15%	41%	26%	9%	9%
3	19%	51%	20%	5%	3%
4	23%	52%	13%	8%	4%

Source: Author's Survey (dans Hall 1987 : 192-193)

Source : Author's Survey (dans Hall 1987 :192-193)

À la lueur de ces informations, il apparaît que les caractéristiques sociétales du 21<sup>e</sup> siècle risquent d'accentuer la tendance à l'exode urbaine. Notre société est plus individualiste et possède plus de temps libre que jamais auparavant. De plus, le taux de natalité est à la hausse (Statcan, 2010). Des solutions doivent donc être apportées dans le but de limiter la tendance à l'exode urbaine. À ce sujet, l'évolution du concept d'étalement urbain fournit une piste de réflexion pertinente. Comme le souligne Gilles Sénécal, les fondements du problème se résument par l'équation voulant que : « les pressions d'urbanisation à la périphérie soient à la fois une quête de la nature et une menace sur cette même nature » (Sénécal, & al. 1994 : 303). À en croire Nathalie Blanc, cette réalité conduit les spécialistes des sciences de la vie à devoir envisager la réintroduction de la dimension naturelle dans les réflexions de leur discipline (Blanc, 1998 : 289). L'auteur avance par ailleurs l'hypothèse d'un lien entre la crise urbaine et la faible place accordée à la « nature » dans la forme urbaine dense. D'autre part, la revue de littérature présentée met en lumière le consensus qui existe au sein de la communauté des chercheurs, des théoriciens et des acteurs urbains qui s'intéressent à la question de l'étalement urbain et des banlieues (tant chez Levy, Germain, Polèse, Sénécal, Veitch, Pinson, & Thomann, et même chez Burgess, et Hall,) : la valeur d'usage de l'espace vert privé d'extrême proximité, qu'elle soit symbolique ou réelle, familiale ou individuelle, occupe une large place dans l'appréciation de l'habitat pavillonnaire. De cette valorisation, notre attention se porte sur la place de l'espace vert privé en ville et sur les possibilités de son insertion, principalement sur son apport potentiel dans la limitation du phénomène de l'étalement urbain. Ainsi, pour limiter le départ des familles, les planificateurs du Québec travaillent à incorporer au tissu urbain des produits résidentiels, des services et équipements favorables à la famille tels que des parcs, des épiceries et des logements à prix abordables. Aussi, peut-être faudrait-il ajouter au programme l'objectif de favoriser l'offre en espace vert privé. La logique de cette suggestion se situe d'ailleurs dans la poursuite des objectifs

de l'Ordre des urbanistes du Québec voulant que la première solution à apporter face à l'exode urbain soit de : « redonner espoir dans la possibilité réelle et à court terme d'améliorer les conditions de vie en ville » (L'allier, 1993 : 6-7).

Nous pouvons alors nous demander comment fournir des espaces verts privés urbains en grand nombre ? La solution la plus élémentaire est de reproduire le modèle banlieusard en ville ; l'appréciation de cette typologie n'étant plus à défendre. Il semble d'ailleurs que le processus de valorisation opère à la faveur d'une illusion voulant que les positions banlieusardes prévalent dans la forme urbaine (Sénécal, & al. 1994 : 302). Pour cause, la reconquête de l'espace vert en ville emprunte aux formes connues de la banlieue. Ce phénomène est clairement observable depuis la fin des années 70 - moment fort de la valorisation de l'individu et de la qualité de vie. Le modèle de la banlieue, semblant répondre aux maux et besoins sociaux, modifie les dispositifs urbains. Les ruelles se voient réappropriées et l'espace au pourtour des habitations reverdit. Les barbecues et les piscines font leur apparition dans la forme urbaine. La valorisation de l'habitat banlieusard en milieu urbain se traduit également par la valeur des résidences des villes de Mont-Royal, d'Outremont, de Westmount et de la Cité-Jardin du Tricentenaire, bref par les formes pavillonnaires en milieu urbain. Toutefois, la tentation que peuvent avoir les intervenants dans la production de l'urbain d'installer « la campagne à la ville » est menaçante. Soyons réalistes, la solution ne se trouve pas dans le mimétisme. Ce qui, disons-le, ne ferait qu'accentuer les maux que provoque l'étalement urbain en plus d'affaiblir la vigueur de l'urbanité. D'accord, l'urbanité à un faible poids vis-à-vis le fantasme social sur lequel s'est construite la banlieue (Levy, 2001 : 5). Cependant, ce constat est riche d'enseignement concernant le fait que la présence et la jouissance d'un espace vert privé soient perçues comme un bien fondamental à un environnement de vie estimé. Si la solution ne se trouve pas dans l'imitation, elle doit néanmoins comprendre des espaces verts privés.

Cette requête n'est pas simple. En zone dense, même si les ménages souhaitent avoir accès à un espace vert privé limitrophe depuis leur résidence, les réalités du contexte (typologie du cadre bâti, valeur foncière et raréfaction des espaces libres) se heurtent à leur incapacité à en fournir à bon prix et en grand nombre. Problème auquel le rapport de recherche, réalisé par Maude

Landreville, sur l'implantation de toits verts<sup>13</sup> à Montréal fournit une piste de réflexion intéressante. L'auteure avance que les toitures vertes représentent une occasion unique de maximiser le potentiel de verdissement dans la Ville de Montréal (Landreville, 2005 : 9). Elle est d'ailleurs en faveur d'une implantation à grande échelle de toits verts sur les toitures du parc immobilier privé. Cette solution est pertinente à envisager parce qu'elle apparaît comme une alternative astucieuse aux limites du contexte urbain en permettant l'ajout d'un espace vert à l'existant. L'aménagement de toits verts intensifs peut permettre sur des lots ayant peu ou pas de terrain au niveau du sol l'accès à un espace vert privé sur le toit, du moins en ce qui concerne l'habitant du dernier étage. Le cadre bâti de la métropole se prête d'ailleurs, par endroits, assez bien à ce type d'aménagement ; ce qui participe à la pertinence des questionnements en la matière. Par exemple, à Montréal, 80% de la surface du territoire est construite ou pavée et près du tiers des édifices de l'arrondissement Plateau Mont-Royal est doté d'une toiture plate (Landreville, 2005 : 11).

Landreville n'est pas la seule à s'être penchée sur la question. L'aménagement de toit vert est assurément sujet à un engouement local. La Société Canadienne d'Hypothèques et de Logement (SCHL) souligne d'ailleurs que l'utilisation du toit vert est en ascension au Québec, notamment dans le paysage montréalais (Boucher, 2006 : 1). De son côté, la Ville de Montréal témoigne d'un intérêt pour les toits verts dans son plan d'urbanisme où elle souligne sa volonté d'élaborer des mesures incitatives à l'aménagement (Boucher, 2006 : 4). Aux niveaux des échelons supérieurs, la gouvernance planifie aussi l'élaboration de politiques et de programmes concernant l'implantation de toits verts (Le Fonds municipal vert de la FCM<sup>14</sup>, 2010).

Le problème, du point de vue de l'aménagement du territoire, est que la plupart des travaux

---

<sup>13</sup> Transformation d'une toiture en espace végétalisé. Selon les modèles, les toits verts permettent des usages variant de la culture de petites plantes à l'utilisation récréative. Les experts distinguent normalement deux types de toits verts : l'extensif et l'intensif. C'est principalement leur coût, la profondeur du substrat et le type de plantation, qui permettent de les différencier. Ainsi, le toit vert extensif se caractérise par son faible poids, son coût d'immobilisation moins dispendieux, le peu d'entretien qu'il nécessite, la faible diversité de végétation qu'il présente et le fait qu'il soit rarement accessible. La toiture verte intensive est, quant à elle, dotée d'un substrat plus profond qui nécessite une structure plus solide. Elle se distingue également par l'importante diversité de végétaux qu'elle peut recevoir et un besoin d'entretien plus fréquent, allant parfois jusqu'à l'irrigation. Par conséquent, le toit vert intensif présente un coût de construction et d'entretien plus important. En revanche, il offre l'ultime avantage d'être accessible à la récréation (Boucher, 2006 : 1). Ce pour quoi, notre recherche concentre son attention sur ce type de toit vert.

<sup>14</sup> Organisme créé en 2000 à partir d'une dotation du gouvernement fédéral visant le versement de subventions et de prêts dans le but de soutenir les projets environnementaux des municipalités.

touchant de près ou de loin à la phytotechnologie<sup>15</sup> renseignent principalement sur les avantages économiques (accroissement de l'efficacité énergétique du bâtiment et diminution des coûts de la gestion des eaux pluviales), environnementaux (réduction des îlots de chaleur urbains et mise en valeur du parc immobilier) et écologiques (participation à la biodiversité urbaine et surface végétale supplémentaire) qu'offre l'aménagement. Les guides informent également sur les villes, institutions et commerces ayant recours à l'aménagement et sur les méthodes et limites d'insertion (MDDEP, 2010 ; Lawlor, 2006). Aucune explication satisfaisante ne permet à ce jour de rendre compte de la nature et du mode de valorisation individuelle et collective porté au toit vert privé. Personne ne sait précisément à quelle valeur d'usage répond l'aménagement ni quelles sont les raisons de sa réémergence à ce moment donné dans l'histoire de la ville américaine.

Certains pourraient avancer que la hausse des préoccupations pour l'aménagement de toit vert s'explique grandement par la demande sociale d'un développement durable. Toutefois, aucune démarche scientifique n'appuie une telle affirmation. Par ailleurs, l'histoire démontre que la valeur d'usage du toit vert ne se déduit pas simplement par l'évolution du concept. Elle démontre au contraire que l'insertion d'espaces verts urbains se situe essentiellement dans un système de valeurs sociétales qui évolue en mode discontinu. Toute valeur n'évoque pas l'espace vert, mais tout mouvement d'insertion invoque tacitement une valeur. Dans chacun des contextes d'insertion d'espace vert, l'origine, la forme et la fonction de l'aménagement sont relatives à des concepts culturels qui à la fois influencent et prennent racine dans «l'image de la nature»<sup>16</sup>. «L'image de la nature» est en fin de compte tributaire des expériences antérieures et des discours sociaux véhiculés sur la nature (Buijs, Elands, & Langers, 2009 : 114). Parce que toutes les transformations dans la conception des espaces verts telles que les ceintures vertes, les jardins pavillonnaires, les parcs ponctuels, les toits verts, etc., sont des manières de se représenter la nature en ville selon le paradigme précis d'une époque et d'une culture déterminées.

En fait, le concept « d'image de la nature » s'explique par différents cadres (sociaux, culturels, historiques, anthropologiques), qui consistent en des valeurs, des croyances et des orientations de valeurs associées à la nature et influençant notre vision de celle-ci (Buils, 2009 : 418). Autrement

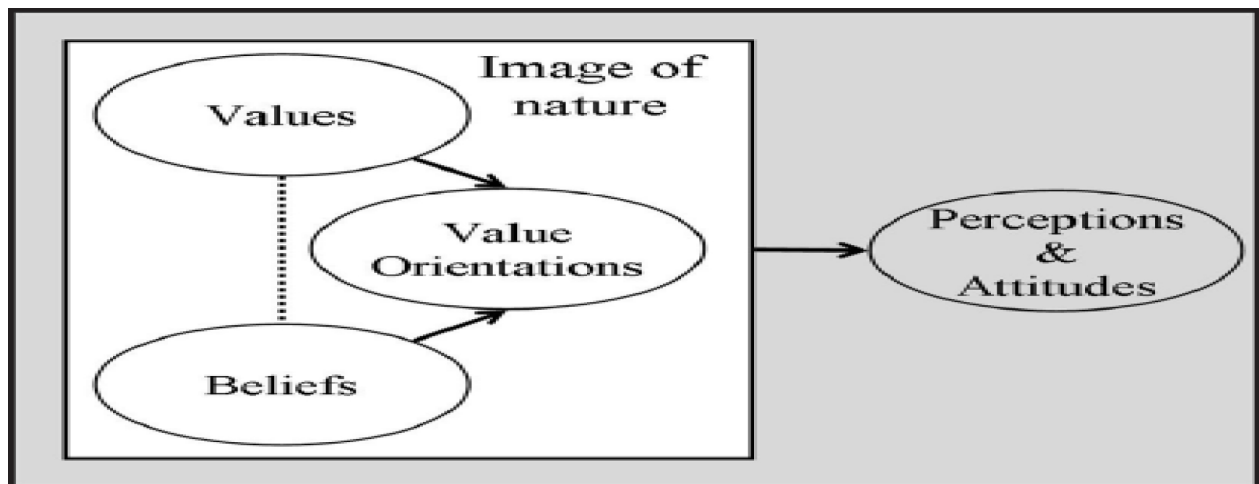
---

<sup>15</sup> Toute utilisation de plantes vivantes pour résoudre des problèmes environnementaux (S.Q.P, 2011).

<sup>16</sup> Pour en savoir plus, voir par exemple BUIJS, A. E. (2009) pour sa définition des différentes images de nature.

dit, « l'image de la nature » se compose de références cognitives dirigeant et structurant la perception et l'appréciation sociale et individuelle de la nature (Keulartz, & al. 2004). À noter, que les concepts sociaux et la culture ont un impact important sur les images individuelles, par le biais, par exemple, de la représentation de la nature dans les médias (Buijs, & al. 2006). Bref, un des aspects importants du concept « d'image de la nature », c'est qu'il reconnaît la culture et les relations interpersonnelles pluralismes des valeurs, des croyances et des différentes orientations caractéristiques des différentes sociétés, ce, dans le temps et l'espace. Ainsi, pour comprendre les variations dans les préférences paysagères, il faut d'abord comprendre les différentes constructions culturelles et personnelles des individus pour donner un sens à leur image de la nature (Rishbeth, 2001 ; Buijs, Elands, & Langers, 2009 : 114). En ce qui concerne plus étroitement le domaine de cette recherche, il est pertinent d'intégrer le pluralisme des cognitions dans le concept « d'image de la nature » pour aider les planificateurs urbains à mieux comprendre la possible apparition de conflits fondée sur des opinions divergentes, entre les experts et le grand public, dans la gestion des pratiques locales en matière de nature urbaine (Buijs, 2009 : 417). L'illustration 3 schématise la notion « d'image de la nature ».

**Illustration 3 | Schéma conceptuel de l'image de nature**



Source : (Buijs, 2009)

Ni l'espace vert ni le toit vert ne sont des éléments récents dans la forme urbaine. L'espace vert est présent au cœur de la ville dès sa genèse; depuis les jardins d'Épicure jusqu'aux parcs des réserves nationales, en passant par les jardins monastiques des bourgs du Moyen Âge. En fait, tel que le souligne Paquot :

« Les villes les plus flamboyantes de l'épopée urbaine - vieille seulement de sept à neuf mille ans selon les estimations les plus fiables - [...] se parent de parcs et de jardins. Songeons à Babylone, Bagdad, Grenade, Samarkand et plus près de nous, New York et *Central Park* ou encore New Delhi, ville-parc imaginée par Edwin Landseer Lutyens et la paysagiste Gertrude Jekyll, sans oublier Londres et ses nombreux espaces verts » (Paquot, 2004 : 83).

Le toit vert est quant à lui une construction traditionnelle présente depuis des milliers d'années. Plusieurs civilisations telles que l'Égypte ancienne, l'Islande et la Scandinavie, le perçoivent déjà comme un moyen efficace d'isolation et d'imperméabilité (Peck, & Callaghan, 1999 : 11). D'autres cultures apprécient plutôt son esthétique. Les jardins suspendus de Babylone et les balcons de Pompéi sur lesquels les marchands font pousser leurs vignes sont de bons exemples qui illustrent l'importance qu'avaient le caractère plastique et esthétique des toits verts jadis. Néanmoins, tant l'espace vert que le toit vert sont aujourd'hui sujets à un regain marqué d'intérêt. Pourquoi cette soudaine fascination ? D'après certains penseurs, le chemin qui trace le retour de l'importance portée à la nature en ville, plutôt que de provenir du discours écologique ambiant, s'enracine dans l'évolution d'un processus social de « verdolâtrie »<sup>17</sup>. Selon Paquot :

Contrairement à une idée reçue particulièrement tenace, la « demande de verdure », la « démarche paysagère », la « défense de l'arbre dans la ville », ne sont pas des phénomènes récents, liés à une prise de conscience des enjeux écologiques ou à une volonté de mettre en place un urbanisme de « développement durable », ils appartiennent à une sorte de « subconscient collectif » ancien – c'est une image, bien sûr –, qui de manière récurrente se manifeste, certainement lors de « crises », perçues comme telles ou non (Paquot, 2004 : 83).

En fait, la nature devient un élément important lors de bouleversements et/ou de perte des repères sociaux. Si, au tournant du siècle dernier, il s'agit du passage d'une société marchande à une société industrielle, il s'agit aujourd'hui de la transformation d'une société industrielle et religieuse en une société de nouvelles technologies et de l'information, laïque. Vers la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, la nation amorçe effectivement un changement de mode de vie. Montréal est une ville insalubre ; la cité possède alors 40 000 âmes et toujours pas de système d'égouts. Le climat est propice à discuter l'embellissement de la ville par la verdure (De Laplante, 1990 : 29). Ainsi, vers 1840, les premiers espaces verts voient le jour à Montréal. Ceux-ci sont basés sur l'utopie du

---

<sup>17</sup> Concept emprunté à Alain Roger dans : « Le court traité du paysage », (1997), France, Les éditions Gallimard, p.134.

courant hygiéniste<sup>18</sup> voulant que l'espace vert possède des vertus thérapeutiques qui consistent à restaurer le lien entre l'homme et la nature pour guérir les maux engendrés par la civilisation urbaine (Dubost, & Lizet, 2003 : 5). La société est bouleversée, mais la nature est perçue comme bienfaisante et l'espace vert présente la valeur d'antidote aux maux urbains et sociaux, sa présence assainit la ville et purifie l'âme. Il s'agit donc d'un moyen (conscient et/ou inconscient) de régler les problèmes qui assiègent la société de l'époque. D'ailleurs, la période qui suit est plus prospère pour les Montréalais et l'intérêt pour l'espace vert décline. Porté par les idéaux des courants fonctionnalistes<sup>19</sup>, il devient plus quantitatif que qualitatif. Comme le soulignent Dubost & Lizet (2003), une partie de « la valeur des espaces verts s'inscrit dans un droit-fil en ce début du XIXe siècle, même croyance en la vertu réparatrice de la nature, même rêve d'harmonie sociale que ceux qui ont inspiré la création des espaces verts réformistes ». Par contre, la valeur réparatrice de l'espace vert s'exprime de manière différente. La superficie en espace vert doit être proportionnelle à la densité de population. Ce qui constitue une approche radicalement différente des principes d'aménagement de jadis. Seulement, l'organisation quantitative des espaces verts se propage surtout vers les banlieues qui ne cessent de se développer tandis qu'en ville les espaces verts, notamment le Parc du Mont-Royal, sont passablement négligés. L'espace vert urbain se voit ainsi presque dépouillé de sa valeur horticole. Dubost & Lizet (2003), expliquent qu'à cette époque : « les espaces verts sont devenus synonymes de pauvreté, de banalité, de monotonie, car les architectes ont en tête une nature toute théorique et bien peu réelle » (Dubost, & Lizet, 2003 : 6). À Montréal, la conception est de surcroît délaissée aux ingénieurs, à quoi s'ajoute un manque quasi total d'entretien (De Laplante, 1990 : 194). Il faut attendre le milieu des années 60 pour que l'espace vert redevienne un élément significatif dans la vie quotidienne des gens et une préoccupation importante dans la gestion des affaires municipales au Canada (Sénécal, & Saint-Laurent, 1999 : 37). À cette époque, la société vit d'importants bouleversements. Le nombre d'industries est à la baisse et la société est en révolution tranquille<sup>20</sup>. C'est alors que :

---

<sup>18</sup> « Courant apparaissant à la fin du XIXe siècle, par lequel les préoccupations proprement médicales sont recoupees par les arguments «sanitaires» des constructeurs d'équipements et par les propositions «salubristes» des architectes les plus imprégnés des théories néohippocratiques » (Merlin, & Choay, 2005 : 455).

<sup>19</sup> Courants qui, en architecture, reprend largement le point de vue hygiénistes mettant de l'avant le rôle primordial de la circulation de l'air et de l'ensoleillement dans la conception de l'habitation (*Idem.*).

<sup>20</sup> La Révolution tranquille désigne une période de l'histoire contemporaine du Québec recoupant essentiellement les années de la décennie 1960. Elle est notamment caractérisée par une réorientation de l'État québécois qui adopte les principes de l'État-providence, la mise en place d'une véritable séparation de l'Église



« l'idée que les ressources naturelles sont fragiles et pas forcément renouvelables suscite, sous la bannière du développement durable, des initiatives nouvelles. À la volonté de gérer les tensions sociales s'ajoutent l'idée d'un nécessaire changement des relations entre l'homme et la nature et l'obligation de réparer la nature pour qu'elle retrouve son rôle réparateur...» (Dubost, & Lizet, 2003 : 5).

Cet environnement fournit une valeur de plus en plus grande aux éléments de nature dans la forme urbaine, notamment aux espaces verts (Dubost, & Lizet, 2003 : 10). De là, la reconquête sociale de la nature et de la valeur horticole de l'espace vert s'entame. Les concepts de protection du paysage<sup>21</sup> et de biodiversité font leur apparition. « Les marécages cessent d'être répugnants depuis qu'ils sont devenus « zones humides » et qu'ils accèdent au statut de paysage » (Dubost, & Lizet, 2003 : 12). En admettant que leur présence est nécessaire à un environnement viable, c'est qu'elle l'est depuis toujours. Il n'y a que la valeur accordée à « l'objet » qui change. Par ailleurs, comme le soulignent Dubost & Lizet (2003), « les mouvements qui se réclament de la protection de la nature et de l'environnement sont élitistes » (Dubost, & Lizet, 2003 : 9). S'il est vrai que l'émergence du discours écologique et l'intérêt pour la valeur du paysage favorisent la conservation des espaces verts, humides et autres, ses mécanismes portent pour l'essentiel sur des environnements parmi les plus exceptionnels et les plus valorisés. Les exemples concrets sont multiples : la bataille de la Jacques-Cartier en 1972 ou encore l'adoption officielle de l'arrondissement historique et naturel du Parc du Mont-Royal, annoncé le 11 mars 2005.

Progressivement, les nouvelles valeurs portées à l'espace vert font qu'aujourd'hui, la végétation en milieu urbain dense est plus abondante que jamais. Tant l'offre que la demande en espaces verts dans la ville est en croissance (Sénécal, & al. 2001 : 306). « Le constat qui peut être fait...c'est que l'ensemble de la ville présente avec le temps de plus en plus de nature »

---

catholique et de l'État et la construction d'une nouvelle identité nationale québécoise, qui s'écarte du nationalisme traditionnel canadien-français.

<sup>21</sup> « De façon synthétique, la notion de paysage se définit « comme étant un regard porté par un sujet sur le territoire, qu'il qualifie ou déqualifie. La qualification d'un lieu en paysage suppose la reconnaissance, par ce sujet (individuel et collectif), des attributs, caractères ou propriétés du territoire par l'intermédiaire des mécanismes de la perception (optique principalement, mais cependant polysensorielle) et de sa vision du monde (filtres personnels, sociaux et culturels). Le territoire peut être regardé avec diverses « loupes » ou « filtres » (esthétique, ludique, scientifique, ethnographique, environnemental, patrimonial, etc.)» (Montpetit, Poullaouec-Gonidec, & Saumier, 2002 : 166). De plus, Alain Roger, au terme de longues traques destinées à en débusquer l'inventeur, considère que le mot apparut comme néologisme en 1493 dans l'œuvre du poète flamand Jean Molinet (1435-1507), qui l'aurait traduit du néerlandais *landschap*, guère plus ancien (Roger, 1997 : 19). Son sens était alors dépourvu d'ambiguïté : *paysage* désignait un tableau représentant un pays et nullement ce pays lui-même.

(Clergeau, 2007 : 56). Le concept à la côte et rares sont les projets de mise en valeur et de recyclage urbain qui n'ont pas recours à l'introduction de végétation. Pensons aux multiples installations portuaires de part et d'autre de l'Atlantique, qui, devenues désuètes, sont transformées en espace de promenade végétale (Marsan, 2002 : 46). Ou encore aux projets urbains telle que la High Line de New York et la Coulée Verte de Paris. En fait, la société contemporaine accorde une valeur à ce point importante à la verdure en ville que certains s'inquiètent d'un développement qui soumette le territoire au balancement de l'humeur sociale. Luc Noppen, avance à ce sujet que l'urbanisme actuel semble planter des arbres comme l'urbanisme des modernistes plantait des feux de circulation, sans plus (Noppen, 1998: 212). Comme c'est précisément dans ce contexte d'urbanisme « végétal », qu'apparaît l'émergence de la production locale de projets d'aménagement de toitures plantées (Landreville, 2005 : 13-14), il semble à propriété de vérifier les raisons de cette germination.

Il ne s'agit toutefois pas d'effectuer le procès de la végétation urbaine. L'insertion de nature en ville est un besoin réel qui pointe vers l'injonction au verdissement. Notamment en ce qui concerne l'amélioration de la qualité de vie et de l'air en milieu urbain. La fonction de la nature en ville n'est pas univoque, mais multiple. De plus, si certains avancent que la végétation en milieu urbain est plus abondante que jamais, encore faut-il déterminer de quel type de nature il s'agit et la qualité de celle-ci. Reste, pour le moment, que rien ne permet de déterminer la valeur d'usage du toit vert et même si l'aménagement répond en partie aux préoccupations des planificateurs en matière d'insertion d'espace vert urbain, peut-être ne répond-il pas à celles des individus en matière d'usage? Il apparaît de surcroît que les sensibilités portées au toit vert ne se déduisent pas simplement du discours social ambiant, mais se cachent en partie dans l'imaginaire collectif, dans notre « image de la nature ».

Ainsi, la quête d'une réponse aux lacunes théoriques concernant la valeur d'usage du toit vert est pertinente. Les justifications sont multiples, en débutant par la participation à un développement durable basé plus sur la volonté des citoyens que sur la possible fantaisie des aménageurs. En effet, nul ne sait si le toit vert s'inscrit dans le processus de « verdolatrie » des aménagistes ou s'il s'avère, en fait, être un aménagement convoité par les individus. Dans l'histoire, les aménageurs font l'erreur de fournir des espaces verts non désirés. Ceux-ci sont destinés à l'abandon. Comme l'observe Jane Jacobs dans une de ses études antérieures, les gens n'utilisent pas les espaces verts

parce qu'ils sont présents, encore moins parce que les planificateurs le souhaitent (Jacobs, 1961 : 100). En fait, les décisions touchant la planification et l'aménagement ont moins de poids sur les opérations urbaines comme immobilières, que les valeurs et besoins de la population (Foot, 1999 : 220). Tel que le soutient Hall, « c'est le jugement du maître de maison qui affecte en fin de compte à la fois les politiques publiques et la demande du marché » (Hall, 1987 : 191). A la lueur de cette réalité et étant donné l'identification d'une « verdolatrie » qui peut influencer les décisions des aménageurs, il vaut mieux savoir à quelle valeur d'usage répond le toit vert avant d'envisager son insertion massive dans la ville en vantant ses mérites d'espaces verts. De cette manière, les politiques et programmes pourront être orientés dans une direction convenable et poursuivent des objectifs durables. Pour le moment, la solution avancée aux problématiques de l'étalement urbain demande donc d'éclairer des points de vue toujours à l'agenda de la recherche.

La plupart des recherches examinant la valeur d'usage d'un aménagement vert (majoritairement au sol), sont basées sur des questionnaires distribués en masse et/ou des entretiens ouverts effectués avec plusieurs membres d'un même foyer (de Hall, à Veitch, en passant par Burgess, Pinson, & Thomann, Levy, puis Yuen, & Nien). Ces types d'observations exigent une enquête longue, détaillée et extrêmement coûteuse. Les réalités de ce travail de recherche notamment le budget financier, la durée et le faible corpus de propriétaires de toits verts font que les limites sont rapidement atteintes. En revanche, dans la sphère économique et immobilière, plusieurs méthodes permettent d'estimer à bien moindres coûts la valeur d'usage d'un aménagement. En fait, certains courants de pensée économique affirment que la demande, le prix et les arguments de vente expliquent en grande partie la valeur d'usage des attributs d'un bien immobilier.

Au sens où nous l'entendons, « la valeur d'usage d'un bien ou d'un service se désigne en fonction de l'utilité qu'un consommateur en retire par rapport à sa personne, à ses besoins et à ses connaissances dans des circonstances données » (Le Petit Robert, 2003 : 2724). L'utilité retirée n'est pas toujours matérielle, mais toujours mesurable, car elle se traduit en fonction des différents aspects qui « matérialisent » la notion : coût des intrants, prix sur le marché, rentabilité, profit, demande, offre, etc. En d'autres mots, les éléments qui répondent en partie ou totalement aux attentes des individus (considérés comme leur étant utile) constituent une valeur ajoutée au logement auquel ils se rattachent. L'exemple de l'espace vert est frappant. La SCHL considère que les travaux d'aménagement paysager ont une valeur contributive d'environ 50 % à la valeur

de la maison (Tison, 2004). Aussi, lorsque la vue d'une résidence est « naturalisée », le prix de la maison augmente considérablement par rapport au prix moyen (Cavailhès, & al. 2007 : 20). De plus, comme l'explique Mark London, ancien directeur exécutif d'Héritage Montréal : « public comme privé les espaces verts sont engloutis à toute vitesse par l'avidité des constructeurs d'habitations », ceux-ci conscients de la forte demande et des bénéfices financiers probables (London, 1983 : 18). Ainsi, réelle comme symbolique, la valeur répond à la logique des prix, de l'offre et de la demande. Bref, la valeur d'usage d'un espace vert en milieu urbain, c'est une question de chiffre et d'arguments de vente.

Pour mettre la main sur ces données, la théorie néoclassique (Walras, 1988 ; Böhm-Bawark, 1959) de l'utilité, soutenue par la méthode des ventes ou de la méthode hédonique, offre des avenues lorsqu'il est possible de comparer des éléments de ventes (valeur monétaire, attributs, etc.) d'une bâtisse à une autre. Selon cette théorie, la somme des utilités individuelles compose les attributs d'une propriété. Cela dit, cette recherche ne vise pas à utiliser cette méthode pour déterminer le prix exact d'un toit vert par la résolution de calculs. Elle utilise plutôt les prémisses de la théorie néoclassique pour fonder sa comparaison de données. Pour observer, lorsque deux appartements ou immeubles sont comparables, l'un avec l'attribut observé, l'autre sans, si le prix et la demande varient et la nature de cette variation.

Par contre, dans le cas d'une absence de comparables, cette théorie s'avère plutôt inutile. Il s'agit là d'un problème que la connaissance des professionnels de la sphère immobilière permet de résoudre. Ceux-ci enrichissent l'opinion sous-entendue par les forces du marché et la valeur économique d'un attribut tout en éclairant l'utilité individuelle perçue. Par exemple, un agent immobilier sait ce qui est en demande et ce qui ne l'est pas, dans un secteur donné. De même, il est conscient des personnes ou ménages susceptibles de créer cette demande ou absence de demande. Il sait également, si pour les acheteurs, il existe un lien entre un aménagement et d'autres formes connues. De leur côté, les évaluateurs immobiliers savent les éléments qui fournissent une plus value ou une dévalorisation à un immeuble. Ils connaissent la valeur de chacun des attributs d'un immeuble et les éléments pris en considération pour la calculer. Éléments parmi lesquels la demande des individus occupe une place prépondérante. Ainsi, ces professionnels sont représentatifs du pouls de la société. Ils détiennent la connaissance des valeurs collectives portées à un aménagement, valeurs en fin de compte définies par l'amalgame

des valeurs individuelles. Conséquemment, s'entretenir avec eux, permet de diminuer le nombre d'entretiens nécessaires à une construction de données relatives à la valeur d'usage d'un aménagement immobilier.

Ainsi, ce que nous appelons le dispositif argumentaire immobilier<sup>22</sup> (valeur économique, demande, offre, ménage type, rentabilité, utilité, caractéristiques avantageuses et désavantageuses...etc.) d'un aménagement immobilier nous permet de formuler une opinion sur la valeur d'usage de ce bien. Il permet, non seulement, de déterminer si l'objet est convoité, mais aussi la nature de cette convoitise.

Évidemment, la valeur d'usage dont il est question n'est pas celle qui caractérise le quotidien, l'exposition d'un mode de vie ou la dimension de l'usage d'un lieu des membres d'un même foyer ou d'un individu. Il s'agit de la valeur d'usage soutenue par la théorie économique qui suggère que la valeur d'usage d'un bien soit communiquée par sa valeur monétaire, elle-même soumise aux forces de l'offre et de la demande. Les individus doivent, à tout moment, choisir entre différents projets. A cette fin, ils se donnent, par un système de valeur (conscient ou inconscient), les moyens de juger, d'estimer, de comparer et de classer. La valeur économique fait partie prenante de ce système de valeur. Notamment, les individus sont prêts à payer, et cher, la proximité à l'objet de leurs attirances, en revanche, les usages dévalués ont des positions occupées parmi les moins dispendieuses.

Par ailleurs, il semble que pour transmettre le sens commun d'un objet, l'individu à recours à l'analogie. En d'autres mots, c'est dans les référents quotidiens que s'élabore la sémantique (Sabourin, 1997). Ainsi, la valeur d'usage du toit vert s'explique certainement par des référents reliés à la connaissance et aux valeurs appartenant à d'autres concepts. D'ailleurs, les chercheurs Yuen & Nyuk dans l'une des seules études portant sur la compréhension des impressions individuelles relatives au toit vert public, observent un transfert de valeurs d'un aménagement à un autre (Yuen, & Nyuk, 2005). Les chercheurs arrivent à la conclusion que certains individus valorisent les toits verts publics de la même manière que les espaces verts publics au niveau du sol. Ils y parviennent en comparant les réponses obtenues à leur questionnaire portant sur l'usage

---

<sup>22</sup> Nous nommons dispositif argumentaire immobilier, par souci de concision, l'amalgame des éléments immobiliers recueillis. Il s'agit en fait de l'ensemble des unités qui composent le modèle immobilier observé, dans le contexte donné.

des toits verts publics avec les valeurs portées aux espaces verts publics établis par Burgess, & al. (1988), Kaplan & Kaplan, (1989) et plusieurs autres.

Dans le cas qui nous intéresse, si transfert de valeurs il y a, il se peut que le concept référant ne soit par celui de la cour arrière. Il est possible que la relation verticale du toit vert lui confère un usage davantage comparable à celui de la terrasse<sup>23</sup>, qu'à l'image de celle-ci, sa présence consolide symboliquement l'acquisition reconnue d'un statut social. Au sol comme à l'étage, la terrasse démarque en effet son propriétaire. L'article « *Les Billets verts et l'aménagement* »<sup>24</sup>, du journaliste Marc Tison, démontre d'ailleurs qu'à elle seule une terrasse paysagée peut faire augmenter la valeur d'un bungalow typique de 12% (Landreville, 2005 : 27). Mais, si la terrasse est appréciée au premier étage, son positionnement en hauteur lui confère certes un petit plus : un statut notable. Dans l'histoire, les terrasses végétales hautes ont tendance à servir plus l'apparat que l'utilité. Dès célèbres jardins suspendus qui font la renommée de Babylone aux jardins de Villandry où justement la terrasse haute est garnie de plantes d'ornement alors que les terrasses basses servent à accueillir les légumes les plus prolétariens (Mercier, 1998 : 23). Le phénomène peut être transféré vers l'habitat sachant que sa conception sert d'abord à répondre aux besoins matériels et symboliques des individus. À ce sujet, le sociologue Jean-Claude Perrot suggère que l'origine des valeurs sociales attachées au niveau s'inscrit dans une migration verticale des élites dues à une promiscuité directe aux odeurs nauséabondes et nuisances urbaines à partir du premier étage (Perrot, 1975). Aujourd'hui encore, les promoteurs se servent de la terrasse comme d'une séduisante vitrine commerciale. Ce sont souvent les immeubles à loyer dispendieux qui l'offrent et encore, ce ne sont pas tous les appartements qui en bénéficient. La terrasse à l'étage, qu'elle soit végétalisée ou bétonnée, se fait donc la spécificité d'un micromarché bien particulier. Bref, si le phénomène de l'étage « noble » peut également s'expliquer par la possible différenciation des étages par leurs formes architecturales (hauteur sous plafond, taille de fenêtre, ornementation extérieure, agencement intérieur, nature des matériaux), et corrélativement par leur valeur locative. Se pourrait-il qu'elle se différencie également par la présence possible d'un toit vert ?

---

<sup>23</sup> Le mot terrasse désigne : une plateforme en plein air d'un étage de maison en retrait sur l'étage inférieur. Par exemple : la terrasse d'un jardin ou un balcon en saillie de grandes dimensions. (Le Petit Robert, 2003 : 2594).

<sup>24</sup> Résultats tirés d'une recherche menée par François Des Rosiers & al., trois professeurs et un étudiant au doctorat du Centre de recherche et développement de l'Université Laval. Ils ont étudié 760 transactions immobilières réalisées dans la région de Québec entre 1993 et 2000 pour mesurer la contribution de différents attributs à la valeur marchande de la propriété.

Par ailleurs, déterminer si les éléments composant le dispositif argumentaire immobilier du toit vert se positionnent dans l'évolution des valeurs portées à la terrasse est pertinent parce que cela permet de répondre à bon nombre de questions utiles. Par exemple : est-ce que l'accès à un espace extérieur non végétalisé est suffisant pour présenter une valeur ajoutée à l'habitation à laquelle il se rapporte ? L'attention portée au toit vert est-elle d'emblée associée à l'élément de nature ? La réponse à ces questions est à-propos, car elle détermine si le toit vert doit être absolument végétalisé pour être valorisé ou si les politiques publiques peuvent s'en tenir à un aménagement qui favorise simplement l'amélioration de l'environnement. L'insertion de toit vert est coûteuse et ce ne sont pas tous les bâtiments qui peuvent recevoir une telle structure. Si l'aménagement vert est valorisé principalement pour sa valeur écologique et son accès extérieur, alors une réglementation comme celle proposée récemment par l'Arrondissement Rosemont-La-Petite-Patrie<sup>25</sup> est largement suffisante. Rien ne sert de favoriser l'insertion de toit vert à grand prix, si les résultats recherchés par les membres de notre société peuvent l'être à moindre coût.

### **Objectifs et questions de recherche**

Dans cette recherche, la problématique se base sur deux intérêts de recherche différents. Sur le plan théorique, les documents fournissent une image globale d'une réalité très complexe. Le toit vert est défini comme utile à l'environnement (social, économique et écologique) (Peck, & Callaghan, 1999 ; Landreville, 2005 ; Peck, & Kuhn, 1998). Par contre, la variable essentielle qu'est l'utilité individuelle n'est pas précisée. Cette recherche vise à combler cette lacune informative. Sur le plan empirique, il existe des lacunes dans l'estimation de la valeur d'usage du toit vert en milieu urbain dense. Dans ce projet, la recherche d'observations se concentre au cas de l'arrondissement du Plateau Mont-Royal de la ville de Montréal. Pour cause, il s'agit du quartier avec le nombre le plus élevé de toits plats (Landreville, 2005 : 11). Ce quartier présente aussi des caractéristiques socioéconomiques potentiellement favorables au développement de toits verts privés. Selon l'état de la revue documentaire effectuée, les deux niveaux de lacunes restent inexplorés. Ce constat justifie nos interrogations relatives à la valeur d'usage du toit vert. Ainsi, par rapport aux lacunes (théoriques et empiriques) identifiées, la recherche poursuit les objectifs scientifiques suivants :

---

<sup>25</sup> Le 18 janvier 2011, le conseil de l'arrondissement adopte d'importantes modifications au Règlement d'urbanisme. Pour la première fois au Canada, une administration oblige ses citoyens à opter pour des toits blancs ou verts (Ville de Montréal, en ligne).

## **Objectif 1**

### **Définir la valeur d'usage du toit vert dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal de la Ville de Montréal.**

Les faits présentés dans la problématique illustrent un manque de connaissances scientifiques relatif à la valeur d'usage du toit vert privé. Le premier objectif de cette recherche réside dans le comble de cette lacune. Dans la poursuite de ce premier objectif et pour fonder sa comparaison de données, la recherche se réfère, à la fois, aux prémisses de la théorie néoclassique et à l'analyse du discours. Les bases de la pensée économique servent à observer, lorsque deux appartements ou immeubles sont comparables, l'un avec l'attribut observé, l'autre sans, si le prix et la demande varient et la nature de cette variation. L'analyse du discours est utile à l'enrichissement des informations obtenues ainsi qu'à la triangulation des données construites.

## **Objectif 2**

### **Déterminer si la valeur d'usage des toits verts présents dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal se situe dans l'évolution des valeurs portées par un aménagement connu.**

S'il existe une lacune théorique concernant la valeur d'usage du toit vert, et plus largement la valeur d'usage de l'espace vert privé limitrophe en ville, l'aspect concernant l'influence de son positionnement à la verticale sur celle-ci est pour ainsi dire, exempt d'informations. Très peu d'études, pour ne pas dire aucune, abordent la valeur d'usage de l'espace vert privé adjacent à la résidence urbaine, depuis ce point de vue. La recherche s'intéresse à l'état problématique qu'est l'étalement urbain en tentant l'explication et l'estimation de la valeur d'usage du toit vert soutenue par les caractéristiques immobilières relatives à l'aménagement. Or, les résultats d'études présentés conçoivent la cour arrière comme l'un des principaux attributs soutenant l'étalement urbain. L'état problématique suggère l'insertion de toit vert privé pour pallier à la situation. Cette proposition revient à déterminer si, en milieu urbain, le toit vert a une valeur d'usage comparable à celle de la cour arrière, à déterminer si le toit vert peut servir de substitut à la cour arrière en milieu urbain ou s'il s'agit plutôt d'un aménagement ersatz en la matière. Par ailleurs, si transfert de valeurs il y a, il se peut que le concept référant ne soit par celui de la cour arrière. Comme soulevé précédemment, il est possible que la relation verticale du toit vert lui confère une valeur d'usage davantage comparable à celle de la terrasse. Comparer les dispositifs



argumentaires immobiliers relatifs à chacun des concepts observés (toit vert, cour arrière et balcon-terrace) permet de déterminer si leur valeur d'usage est de même nature ou comparable. Ce travail constitue le deuxième objectif de cette recherche. La rencontre de cet objectif vise à savoir s'il est pertinent d'ajouter le toit vert aux cordes de l'arc des ressources en matière de prévention à l'étalement urbain.

Au cœur de la réflexion, trois questions émergent :

**1° : En quoi consistent la valeur et l'utilité (valeur d'usage) du toit vert selon les professionnels de l'immobilier (ce terme inclut les courtiers, promoteurs et évaluateurs immobiliers) du Plateau Mont-Royal ? (Valeur économique, demande, offre, ménage type, rentabilité, utilité, caractéristiques avantageuses et désavantageuses...etc.)**

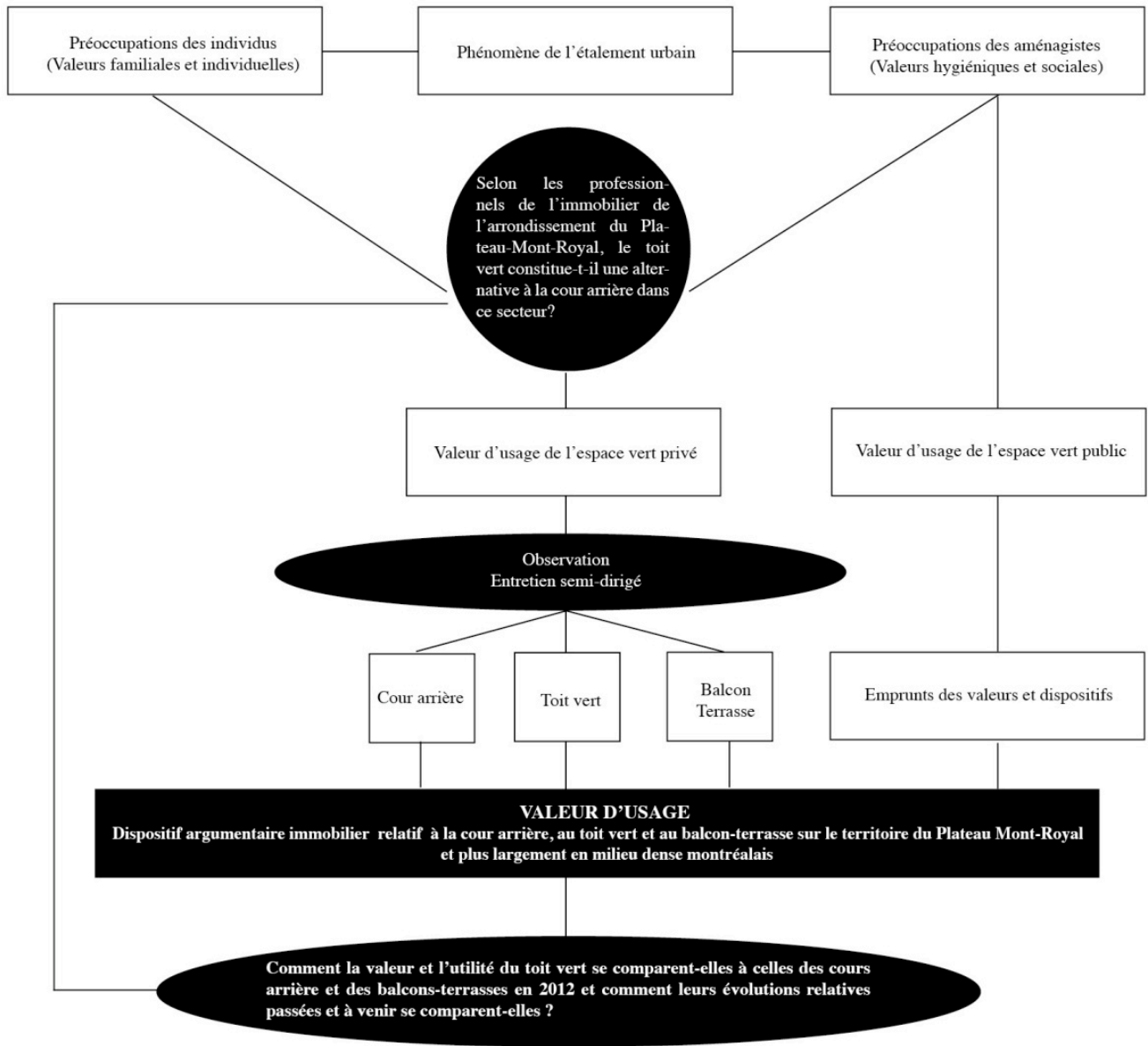
**2° : Comment la valeur et l'utilité du toit vert se comparent-elles à celles des cours arrière et des balcons-terrasses en 2012 et comment leurs évolutions relatives passées et à venir se comparent-elles ?**

**3° : Selon les professionnels de l'immobilier de l'arrondissement du Plateau Mont-Royal, le toit vert constitue-t-il une alternative à la cour arrière dans ce secteur?**

Le dispositif argumentaire immobilier relatif au toit vert, à la cour arrière et au balcon-terrace, en milieu urbain ainsi que la possible relation qui les unit, sont encore inconnus. Ce travail, en explorant un phénomène émergent, s'inscrit dans une démarche de recherche exploratoire, l'énoncé d'hypothèse est par conséquent inadapté. Atteindre nos objectifs et répondre à nos questions de recherche à l'aide d'une méthodologie de recherche appropriée est le but qui alimente ce travail.

Le schéma suivant illustre la démarche globale du travail de recherche :

#### Illustration 4 | Schéma de démarche globale du travail de recherche



Source : Tremblay, V. 2011

#### Pertinence scientifique et sociale de la recherche

Les finalités de ce travail sont intéressantes tant pour la communauté scientifique que pour la diaspora. La pertinence scientifique de cette recherche repose sur le comble d'une lacune théorique et empirique concernant la valeur d'usage du toit vert intensif privé en milieu urbain. Comme très peu d'études, pour ne pas dire aucune, abordent la valeur d'usage de l'espace vert privé limitrophe en ville, inutile de souligner le manque de connaissances à propos de

l'interaction entre celle-ci et son positionnement à la verticale. C'est précisément, ce à quoi s'attarde cette recherche.

La pertinence sociale de cette recherche s'appuie quant à elle sur sa contribution à légitimer les politiques publiques et plus largement la profession d'urbanisme. Cette recherche fournit de l'information claire et riche sur la valeur d'usage du toit vert. S'il s'avère que le toit vert est recherché pour ses caractéristiques végétales, pour encourager les résidants à investir dans une toiture verte, pour les convaincre des biens fondés et avantages de cette option, il faut leur fournir des explications persuasives. La rencontre de nos objectifs permet de cerner le langage qui justifie la présence d'un toit vert auprès des acheteurs. Les acteurs publics peuvent ensuite s'en servir pour présenter aux citoyens des arguments éloquentes.

De plus, la réponse aux questionnements élaborés permet de déterminer si l'insertion de toit vert participe, si peu soit-il, à la lutte contre l'étalement urbain en limitant le départ des familles vers la banlieue. Si tel est le cas, l'objet s'ajoute aux cordes de l'arc des ressources en matière de prévention à l'étalement urbain. Enfin, plus que tout autre argument, justifiant une recherche se concentrant à déterminer la valeur d'usage du toit vert en milieu urbain, la pertinence ultime reste de s'assurer de reposer les interventions publiques sur la volonté des individus formant notre société. Pour l'ensemble de ces raisons, cette recherche fournit, croyons-nous, une analyse originale et pertinente.

## **PARTIE II : L'entrevue semi-dirigée comme méthodologie de recherche, Variable et indicateurs, Méthode d'échantillonnage.**

La recherche vise à clarifier la valeur d'usage d'un aménagement immobilier. Étant donné la nature des données convoitées (qualitatives) et les différentes contraintes (de budget, de temps et de ressources), l'entretien de type semi-dirigé est la méthodologie de recherche retenue. Lorraine Savoie-Zajc définit ainsi ce type de méthode :

« L'entrevue semi-dirigée consiste en une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le rythme et le contenu de l'échange dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux qu'il souhaite explorer avec le participant à la recherche. Grâce à cette interaction, une compréhension riche du phénomène à l'étude sera construite conjointement avec l'interviewé » (Savoie-Zajc, 2004 : 296).

Dans un tel cas, le chercheur et l'informateur participent conjointement à l'entretien en construisant la « matière » de l'entrevue. Toutefois, le chercheur doit structurer la base des entretiens afin de générer des données pouvant être analysées par la suite. Ainsi, tel que suggéré par la littérature, les entretiens s'appuient sur un guide d'entrevue comprenant une liste de questions ouvertes, neutres et pertinentes touchant les thèmes et sous-thèmes centraux de la recherche (Létourneau, 2006 : 162 ; Savoie-Zajc, 2004 : 304). Les questions sont organisées en fonction du fait que l'éventail des réponses peut être large et de manière à rester ouvert aux pistes imprévues que peut fournir l'informateur. Surtout, le questionnaire est élaboré de manière à déterminer si les individus accordent une valeur d'usage au toit vert intensif comparable à celle d'un espace vert d'extrême proximité à même le sol ou d'un balcon-terrasse. Si tel n'est pas le cas, les questions permettent de déterminer la valeur d'usage propre au toit vert intensif privé. La valeur d'usage des aménagements observés s'élabore en fonction des divers éléments constitutifs du dispositif argumentaire immobilier relatif à chacun. Ensemble, ces indicateurs composent la variable dépendante (la valeur d'usage) de cette recherche. Les questions sont par conséquent structurées en fonction de ces différents éléments. Bref, le guide d'entretien laisse dans ses questions une grande latitude de réponse à l'informateur, tout en s'assurant de couvrir certaines interrogations.

Le guide d'entretien est donc un outil stratégique. Si la structure des questions est réfléchie, l'ordre dans lequel elles sont posées l'est également. Le guide est structuré de manière à poser les questions hiérarchiquement, des plus générales aux plus spécifiques. Néanmoins, selon l'historien Jocelyn Létourneau :

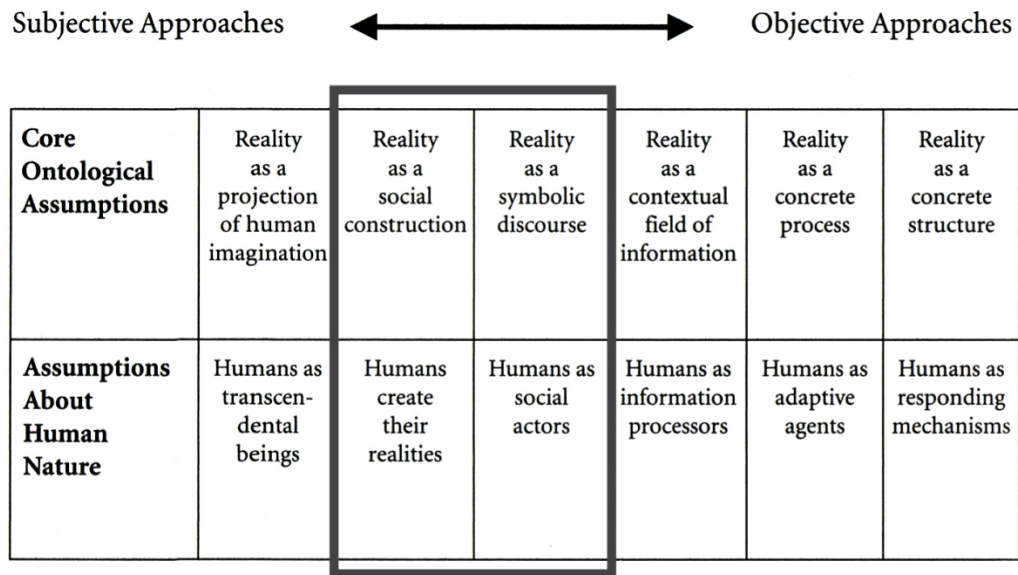
« Il est inconcevable de présenter une méthode universelle d'enquête qui soit valable pour toutes les situations d'entrevues [...] C'est l'enquêteur, qui à chaud, élabore dans leur forme définitive les questions et les sous-questions pertinentes » (Létourneau, 2006 : 162-166).

Par conséquent, le guide d'entretien n'est pas figé. D'une part, les questions sont testées en cours de route, elles peuvent donc être, à tout moment, ajustées ou affûtées. Aussi, l'ordre des questions se voit souvent modifier par le contexte propre à chacun des entretiens. En résumé, un schéma d'entretien guide l'évolution de l'entrevue. Cependant, il faut rester ouvert aux changements et s'adapter au contexte particulier de chacune des entrevues tenues.

L'illustration suivante positionne le type de recherche développée dans le continuum des

paradigmes de recherche

**Illustration 5 | Positionnement dans le continuum des paradigmes de recherche**



Source : Morgan, & Smircich, 1980, dans Groat, & Wang, 2002 : 30

Chaque méthode de recherche présente ses inconvénients et ses avantages. Nous nous intéressons à la réalité telle que construite par des acteurs (certains professionnels de l’immobilier). Pour cette raison, la méthode de recherche utilisée se rattache aux convictions épistémologiques de type constructiviste et présente une nature qualitative. Dans ce type de recherche, le chercheur doit continuellement jongler avec les difficultés d’objectivités que présente une recherche reposant sur une approche subjective. Bien des débats portent sur la valeur attribuée à une recherche qualitative (Dumaris, 2001 ; Hamel, 2006 : 85). La principale faille de ce mode de construction de données est le fait qu’elle soit soumise au jugement du chercheur. D’ailleurs, comme l’expliquent simplement Bourque & Duchastel : Toute lecture d’un texte consiste à recueillir des éléments formant des sous-ensembles que le lecteur juge significatifs à partir du point de vue qu’il a adopté (Bourque, & Duchastel, 1988 : 59). Ainsi, le chercheur, pour limiter toute forme de subjectivité, doit constamment en être conscient et tâcher de rester impartial en autoanalysant sa méthodologie et ses biais personnels de manière à éviter de « construire l’Autre dans le miroir de soi », comme le suggère Maurice Godelier (Hamel dans Paillé, & Mucchielli, 2008 : 86).

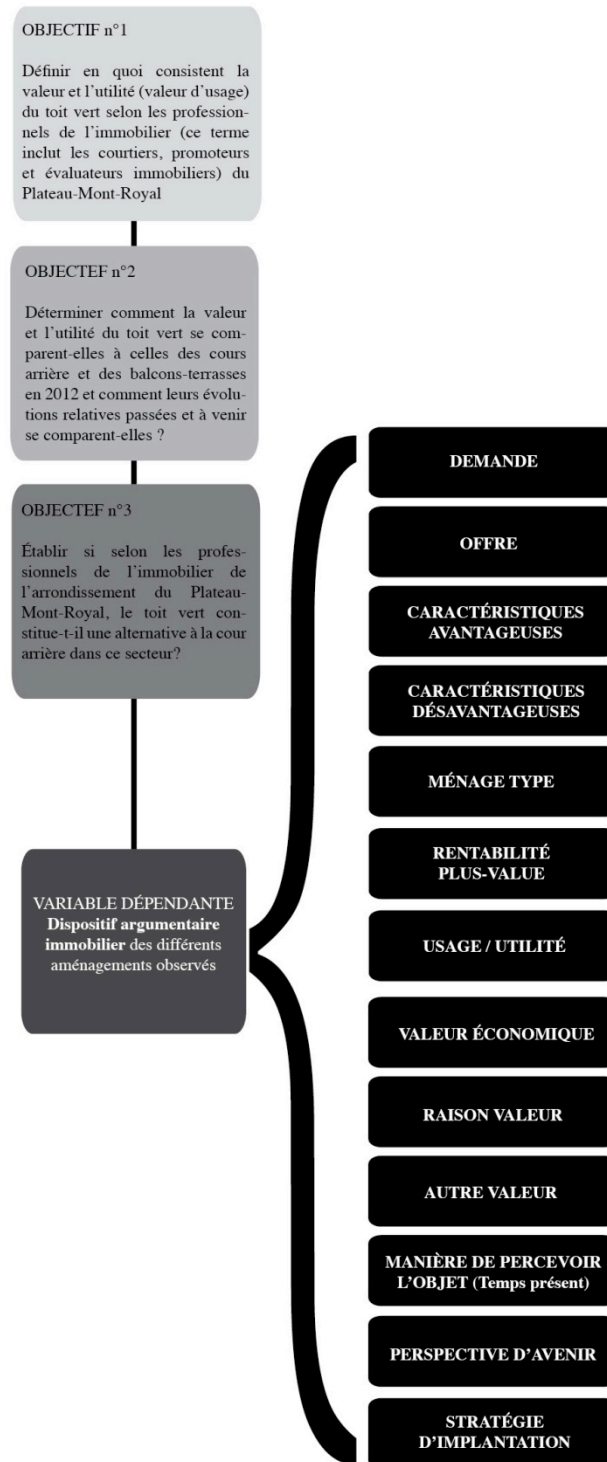
En revanche, les données recueillies reflètent une construction sociale à un moment précis. Ce qui représente le principal avantage de l'entrevue semi-dirigée. En effet, chacune des réponses récoltées est riche en explication et en profondeur. Comme l'explique Pires (1997), les faits semblent parfois compter pour très peu dans la naissance des définitions de la réalité. Par exemple, certains phénomènes peuvent être perçus, par certains segments de la société comme nouveaux et de plus en plus présents, alors qu'ils sont anciens et ne connaissent aucune augmentation objective selon les données disponibles (Poupart, & al., 1997 : 24). De la même manière qu'il peut arriver qu'un aménagement soit considéré comme menaçant alors qu'il ne l'est pas du tout et ne justifie pas les critiques négatives à son égard.

### **Variable et indicateurs**

Par ailleurs, dans ce travail, une variable et des indicateurs sont élaborés afin de faciliter la classification des données construites et atteindre les objectifs énoncés. La variable explicative recherchée est la valeur d'usage propre au toit vert dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal et plus largement dans les secteurs denses du Grand Montréal. Cette dernière dépend du dispositif argumentaire immobilier relatif à l'aménagement. Différents indicateurs sont utilisés afin de le cerner : valeur économique, éléments justificatifs de cette valeur, ménage type, rentabilité, utilité, force du marché (offre et demande), caractéristiques avantageuses et désavantageuses, manière de percevoir l'objet, perspective d'avenir et stratégies d'implantation envisagées. Ensemble, ces différents indicateurs constituent la variable dépendante de cette recherche. Les indicateurs élaborés ne sont pas limitatifs. Tout autre facteur explicatif imprévu pouvant être fourni par l'informateur doit être pris en considération.

L'illustration suivante indique de manière plus détaillée le modèle de variables et d'indicateurs utilisés en fonction des objectifs de la recherche.

## Illustration 6 | Variable et d'indicateurs de recherche



Source : Tremblay.V, 2011

### **Méthode d'échantillonnage**

Notre recherche ne s'inscrit pas dans une méthode d'études à grande échelle, et par conséquent, les individus rencontrés sont déterminés par un choix raisonné et une méthode d'échantillonnage de type non-probabiliste. Le profil de l'informateur est simple. Celui-ci doit œuvrer dans le microcosme immobilier de l'arrondissement Plateau Mont-Royal : être courtier, évaluateur ou promoteur immobilier ou fonctionnaire municipal. Évidemment, les participants à la recherche doivent côtoyer, dans leur pratique quotidienne, le dispositif argumentaire immobilier propre au toit vert, à la cour arrière et/ou au balcon-terrasse.



*Au commencement était la valeur*

De Radkowski, 1987 : 15

*Il n'y a pas de valeur sans personne. De même que la personne est axiologique dans sa manifestation, la valeur est personnelle dans son origine.*

Gobry, 1975 : 121

## CADRE CONCEPTUEL ET MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

### PARTIE I : Cadre conceptuel; Justifications théoriques et positionnements.

La première partie du présent chapitre s'attarde à rendre compte du concept de valeur, de ses réalités et de ses principales sources de complexités. De fil en aiguille, notre sujet d'investigation qu'est la valeur d'usage est défini dans ses qualités intrinsèques. Qu'est-ce que la valeur d'usage? Comment se manifeste-t-elle? Comment et pourquoi advient-elle? A quoi est-elle due? Comment l'observer? Voici les questions auxquelles s'attarde à répondre le cadre conceptuel présenté. Viennent ensuite nos positionnements et justifications théoriques par rapport au phénomène qui nous intéresse. Puis, la méthodologie de recherche utilisée est présentée en deuxième partie de ce chapitre.

### QU'EST-CE QUE LA VALEUR?

En grec ancien, il existe deux mots pour exprimer le sens de valeur, soit *τιμή* (honneur) et *ἄξια* (valeur). La langue anglaise distingue elle aussi les deux concepts avec les expressions *value* et *worth*. Par contre, le latin ne comporte que *pretium* (prix) (Canonne, 1998 :3). Depuis longtemps, la notion de valeur est au cœur des préoccupations des sociétés. Tant les érudits, les marchands et les simples agriculteurs et prolétaires s'intéressent à la signification du concept de valeur. (Canonne, 1998 ; De Radkowski, 1987 ; Schumpeter, 1972 ; Meglino, & Ravlin, 1998). Mais, bien que très ancienne, la signification précise du mot est difficilement saisissable due à sa nature polysémique.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> **I.**<sup>1</sup> Ce en quoi une personne est digne d'estime ⇒ **mérite** ; **I.**<sup>2</sup> Bravoure ⇒ **vaillance** ; **II.**<sup>1</sup> Caractère mesurable (d'un objet) en tant que susceptible d'être échangé, désiré ⇒ **prix, évaluer, dépréciation** ; **II.**<sup>2</sup> Qualité d'un bien ou d'un service fondé sur son utilité (**valeur d'usage**), sur son rapport de l'offre et à la demande (**valeur d'échange**) ; **II.**<sup>3</sup> Titre représentatif d'un droit financier, d'une créance ⇒ **action, bon, billet, papier** ; **III.**<sup>1</sup> Caractère de ce qui répond aux normes idéales de son type ⇒ qui a de la **qualité** ; **III.**<sup>2</sup> Qualité estimée par un jugement ⇒ **surestimer, sous-estimer** ; **III.**<sup>3</sup> Qualité de ce qui produit l'effet souhaité, ⇒ **efficacité, portée, utilité** ; **III.**<sup>4</sup> Qualité de ce qui satisfait à une certaine fin, ⇒ **intérêt, sens** ;

Il est néanmoins possible de circonscrire les formes de valeur. Au stade le plus simplifié, ce terme possède généralement deux sens (p. ex., Fallding, 1965 ; Rokeach, 1973 ; Williams, 1968, dans Meglino, & Ravlin, 1998 : 353). Le premier signifie ce qui découle de la morale, des principes ou toute idée qui peut constituer un guide dans les actions et la prise de décisions individuelles et collectives. Le deuxième sens réfère plutôt aux qualités et caractéristiques de toute chose (de la Torre, 2002 : 7). Pendant que la première forme de valeur est essentiellement composée de caractéristiques contemplatives et subjectives, la seconde se compose surtout d'éléments actifs et objectifs (de la Torre, 2002 ; Canonne, 1998). De fait, la première forme est normalement « possédée par une personne », alors que la seconde est « inhérente à un objet » (Meglino, & Ravlin, 1998 : 353).

Bien qu'il soit possible de s'intéresser davantage à l'une ou à l'autre de ces formes de valeur, la compréhension générale du concept nécessite de les considérer simultanément. Il existe bien deux types de valeur. Toutefois, la deuxième forme de valeur n'existe qu'en fonction de la première et la deuxième alimente la première (Meglino, & Ravlin, 1998 : 353). Autrement dit, « la valeur vaut par la personne, qui lui donne de valoir : mais la personne vaut par la valeur, sans laquelle elle ne pourrait se manifester. On dit d'ailleurs que le tableau vaut par le peintre, mais que le peintre vaut par ses tableaux » (Gobry, 1975 : 122).

La notion de valeur et les notions plus particulières du beau, du bien ou de l'utile (concepts constitutifs de la valeur d'une chose), qualifient d'ailleurs des objets. On parle de la valeur ou de la beauté d'une œuvre ou d'une idée, de la valeur ou de la bonté d'un acte ou d'un jugement, de la valeur ou de l'utilité d'un aménagement ou d'un investissement (Glansdorff, 1954 : 13). De plus, l'adjectif *utile* réclame toujours un complément ; on n'est pas utile tout court, mais utile à quelque chose, utile au plaisir, à l'usage, à la cohésion sociale, à l'enrichissement individuel, etc. (Gobry, 1975 : 250). Ainsi, la valeur d'un objet n'est pas innée ; elle est attachée à l'objet en fonction de valeurs personnelles ou collectives recherchées (Feather, 1995 ; Prentice, 1987).

---

**III.**<sup>5</sup> Ce qui est vrai, beau et bien, selon un jugement personnel plus ou moins en accord avec celui de la société de l'époque ⇒ **Les valeurs morales, sociales, esthétiques...etc.** ; **IV.**<sup>1</sup> Mesure «Affirmer d'une grandeur qu'elle est mesurable, c'est affirmer qu'on peut en fixer la valeur» ⇒ **proportion, équivalent** ; **IV.**<sup>2</sup> Mesure conventionnelle ⇒ **la valeur des différentes cartes** ; **IV.**<sup>3</sup> Sens (d'un mot), «Dans la langue, chaque terme a sa valeur» ; **IV.**<sup>4</sup> Qualité d'un ton plus ou moins foncé ou plus ou moins saturé, «Des écarts de valeurs plutôt que des contrastes de tons» (Le Petit Robert, 2003 : 2735).

La valeur d'un aménagement ou d'un lieu de résidence n'échappe pas à cette réalité. À ce sujet, l'étude de Pierre Pelletier, dans laquelle il est démontré que les choix sociaux et l'aménagement urbain sont en partie le résultat de choix non rationnels portés par des valeurs individuelles et sociales, est frappante (Pelletier, 1982). Dans cette étude, l'auteur fait la démonstration que l'initiative du déplacement périurbain n'est pas vers le lieu, mais bien vers la signification de la propriété individuelle (Pelletier, 1982 : ii). C'est que « l'évasion vers la banlieue n'est pas passive, elle matérialise la recherche d'une manifestation inédite de la conquête du droit de propriété » (Pelletier, 1982 :1). En fait, vers les années 50, pour diverses raisons, les gens souhaitent plus que tout devenir propriétaires en banlieue. Même si des options très alléchantes leur sont proposées en ville, ils choisissent de s'endetter et de fuir vers la banlieue dans l'objectif d'atteindre les valeurs socialement reconnues. Il faut en revanche admettre que ce qui pousse l'homme à agir est la valeur future à atteindre et qu'en ce sens tout jugement de valeur est le résultat d'un choix raisonné. Cette idée renvoie à la pensée de Kant voulant que la valeur soit toujours placée dans le futur et soit un « noumène »<sup>27</sup> (Ozdilek, 2006 : 75). D'ailleurs, une résidence parmi d'autres est choisie en fonction des moyens et des préférences de l'acquéreur. La valorisation et l'achat d'une maison en banlieue sont donc, en partie, également le résultat d'un choix réfléchi. Bref, à l'image du concept général de valeur, la valeur d'un aménagement se présente à la fois comme un support concret, un produit construit (par exemple la banlieue et le prix des résidences) et une représentation symbolique (par exemple le rêve américain), facteur d'identification et de représentation sociale.

L'important, ici, est d'observer que la valeur de toute chose est à la fois matérielle et immatérielle (Elster, 2009, vol I : 9) et que les deux définitions du concept de valeur sont complémentaires et concomitantes. C'est par leur alliance que s'explique la valeur générale d'une chose (Gobry, 1975 : 122 ; Glansdorff, 1954 : 86). D'ailleurs, bien des recherches démontrent une corrélation entre les deux types de valeurs. Notamment, le fait que les valeurs portées par les individus influencent la valeur qu'ils portent aux choses (Feather, 1995 ; Prentice, 1987). Il est aussi convenu qu'une compréhension plus approfondie des valeurs individuelles mène à une meilleure compréhension des valeurs placées dans les objets (*Idem.*).

---

<sup>27</sup> Selon le dictionnaire Multi-Fonction (2005), le terme noumène se définit comme suit : « Dans la philosophie kantienne, le noumène désigne la chose en soi en tant que nous ne saurions en avoir la moindre expérience, il signifie une réalité intelligible qui ne peut être l'objet d'une connaissance empirique ». C'est en quelque sorte le phénomène qui s'oppose au noumène.

Cette recherche s'attarde à éclaircir la nature de la valeur d'usage accordée au toit vert, à la cour arrière et au balcon-terrasse ainsi, des spécifications plus particulières concernant cette notion s'imposent. Il est important de mentionner que cette recherche ne vise pas à aboutir à l'exposition d'une valeur d'usage qui illustre un mode de vie ni qui décrive une dimension de l'usage d'un lieu par un groupe de personnes ou par un individu. Ici, l'accent est mis sur la nature du désir (utile, estimé, déprécié, valorisé) et de l'idéologie<sup>28</sup> (sens<sup>29</sup>, symbole<sup>30</sup>) portée par les types d'aménagements observés et issue des valeurs individuelles, collectives et sociales sur lesquelles se construit la ville d'aujourd'hui.

La valeur d'usage à laquelle s'intéresse cette recherche résulte du désir d'un utilisateur ou d'un groupe lui-même soumis aux circonstances sociales (Condillac, 1715-1780 ; de la Torre, 2002 : 8). Au sens où nous l'entendons, la valeur d'usage d'une chose est la signification donnée à cette chose par un homme ou par une collectivité d'hommes sachant qu'elle peut satisfaire certains besoins ou désirs. « En d'autres termes, c'est ce qui correspond, au point de vue du consommateur, du désir et de l'utilité de cette chose ou, du moins, aux propriétés et qualités qui font servir à l'usage et à l'appréciation » (Cornélissen, 1970 : 15).

Ainsi, représentant essentiellement la demande d'un individu ou d'une collectivité, à l'égard d'un objet de consommation, notre valeur d'usage doit être comprise comme étant, d'abord et avant tout, une notion issue de la sphère économique (Cornélissen, 1970 : 165 ; Glansdorff, 1954 : 176). A ce sujet, Cornélissen (1970) explique que pour parler de valeur d'usage à proprement dit, il doit exister un rapport entre économie et société, bien qu'une chose puisse incontestablement servir.

« C'est le cas, de la pluie, du vent, de la mer ; bien que leur utilité pour la vie végétale ainsi que pour la vie et la santé des hommes et des animaux soient hors de doute et doivent même être considérées comme infiniment grandes, nous ne parlons point, généralement, de la valeur d'usage du vent, de la pluie, et de la mer. Il en est

---

<sup>28</sup> Le mot idéologie est utilisé ici comme référent à : « Un ensemble d'idées, de croyances et de doctrines propres à une époque, à une société ou à une classe » (Le Petit Robert, 2003 : 1304).

<sup>29</sup> Le mot sens est utilisé ici comme référent à : « Une idée intelligible à laquelle un objet de pensée peut être rapporté et qui sert à expliquer, à justifier son existence » (Le Petit Robert, 2003 : 2405).

<sup>30</sup> Le mot symbole est utilisé ici comme référent à : « Ce qui représente une chose en vertu d'une correspondance analogue. Objet de caractère imagé qui évoque, par sa forme ou sa nature, une association d'idées spontanée (dans un groupe social donné) avec qqch. d'abstrait ou d'absent » (Le Petit Robert, 2003 : 2538).

autrement pourtant dès que l'homme eut s'approprier ces richesses naturelles » (Cornélissen, 1970 : 41).

Il existe trois formes d'articulation de la valeur d'usage d'une chose. La première forme est individuelle; la seconde, collective; la dernière, sociale. « La valeur d'usage personnelle des biens augmente ou diminue, en premier lieu, selon les besoins et les désirs personnels d'un consommateur, c'est-à-dire selon certaines positions physiques, intellectuelles et morales de la personne, qui, comme possesseur et consommateur, se met en rapport avec ces biens » (Cornélissen, 1970 : 49). Envisagé de ce point de vue, un aménagement peut-être considéré comme présentant autant de valeurs d'usage personnelles qu'il y a de personnes désirant le posséder ou le consommer.

En revanche, « ce qui a une valeur aux yeux de l'individu, ne fût-ce que momentanément et dans des conditions spéciales, devra, posséder en outre une valeur d'usage collective puisque la collectivité se compose d'un ensemble d'individus » (Cornélissen, 1970 : 93). « D'après le même principe, il appartiendra à la société et à la communauté de décider de la valeur d'usage collective d'une chose » (Cornélissen, 1970 : 48). La valeur d'usage collective varie donc, quant à elle, en fonction des désirs éventuels de cette collectivité dont chaque individu n'est qu'une partie.

Il existe un lien entre ces deux formes de valeurs d'usage. Bien que différentes, leur construction surgit souvent d'une *coconstruction* jamais dans un sens et toujours bidirectionnel (Cornélissen, 1970 : 40). Par contre, l'une n'est pas le simple produit de l'autre. Mentionnons à titre illustratif le phénomène de « *verdolatricie* » sociale qui, selon certains scientifiques, pousse les aménagistes actuels à accorder une place de plus en plus importante à la nature en ville (Noppen, 1998: 212), versus le nombre de demandes de certificats de coupe d'arbre résidentiel à la hausse et la bataille que doivent mener les fonctionnaires municipales contre les promoteurs pour conserver des espaces verts dans les nouveaux développements (Ville de Montréal, 2012).

La valeur d'usage collective ne se résume donc pas à la somme des valeurs d'usage personnelles. Toute modalité d'usage collectif, comme l'explique Arrow (1997), se base sur un jugement de valeur. « Ainsi, l'utilité collective peut être la somme des utilités individuelles ou leur produit, ou encore le produit de leurs algorithmes, ou la somme de leurs deux à deux ». Il arrive donc, dans le choix collectif, que les jugements de valeur individuels soient compatibles tout comme ils

peuvent se contredire. La valeur d'usage collective en démocratie est donc, la plupart du temps, le résultat du choix du plus grand nombre et non celui de l'ensemble des préférences individuelles juxtaposées.

Il est en effet ardu, voir exceptionnel, de faire un choix collectif qui corresponde à l'ensemble des préférences individuelles isolées (Arrow, 1997). Il arrive néanmoins, dans certaines conditions, que les valeurs d'usage personnelles et collectives s'infiltrent, il devient alors question de valeur d'usage sociale. La troisième forme de valeur d'usage doit être comprise comme l'amalgame des avantages individuels et collectifs. À l'image d'une politique visant le bien de tous comme celles concernant la conservation du patrimoine mondial par exemple ; Ou comme il advient, à plus petite échelle, lors de la réfection des anciennes églises en lieu communautaire. L'établissement désormais au service du bien-être et du patrimoine collectif, les avantages individuels et collectifs deviennent utiles à la société et la valeur d'usage du lieu devient sociale.

Ainsi, notre valeur d'usage possède un caractère intrinsèque binaire, est issue de la sphère économique et possède trois formes d'articulation. Mais comment se manifeste-t-elle et comment et pourquoi advient-elle? Lorsque les philosophes-économistes du XVIIIe siècle prennent conscience du phénomène de valeur, il ne leur a pas échappé que, dans le seul champ de l'économie, la valeur concerne l'ensemble des faits de production et de consommation (Glansdorff, 1954 : 176-177). Ainsi, « pour expliquer la formation et les variations des prix, par la valeur, ils décèlent en celle-ci un aspect en rapport avec le phénomène des prix. D'où, l'adoption d'une ancienne distinction, encore utilisée de nos jours, faite par Aristote, entrent valeur d'usage et valeur d'échange »<sup>31</sup> (Glansdorff, 1954 : 176-177).

C'est ici qu'apparaît « le critère [économique] dans lequel gît le plus petit dénominateur commun explicatif de toutes les théories de l'économie politique concernant la valeur d'usage (à l'exception de la keynésienne). Le but de la marchandise, c'est l'échange. Mais cela n'est possible que si la marchandise satisfait à un certain désir de l'homme, réel ou imaginaire » (De

---

<sup>31</sup> Nous ne nous attarderons pas à exposer la théorie de chacun sur la valeur d'échange et la valeur d'usage économique. Un tel exposé historique, relavant d'une science déjà bien vaste et extérieure à la nôtre, dépasserait le cadre de notre recherche. Néanmoins, il est possible de résumer la valeur d'échange comme étant le prix d'une chose et la valeur d'usage comme représentant le désir qu'elle provoque chez l'Homme et l'utilité au sans large d'une marchandise. Pour en savoir plus, voir par exemple Glansdorff (1954) pour sa *Théorie générale de la valeur et ses applications en esthétique et en économie*.

Radkowski, 1987 : 18-19). En effet, personne n'échangera son produit contre un autre qu'il ne désire pas. La marchandise doit donc être désirée et présenter une utilité pour être échangée et avoir une valeur économique. De fait, « tout en pouvant multiplier indéfiniment, les articles ne sont reproduits – en principe sinon toujours en fait - qu'en proportion de la valeur d'usage », de la demande (Cornélissen, 1970 : 172). La valeur d'usage se manifeste donc sur le marché par la présence d'une chose voulant être échangée et elle advient du désir des consommateurs de jouir de ce bien.

En fait, peu importe l'idéologie économique, la valeur d'usage (utilité/désir/vouloir) ne reste pas sans influence (Cornélissen, 1970 : 165). Toute marchandise échangée possède une valeur d'usage. « Il existe des valeurs d'usage qui ne sont pas pour autant des marchandises. Il n'existe pas, par contre, de marchandises dépourvues de valeur d'usage » (De Radkowski, 1987 : 20). Notez, que tout ce qui possède une valeur d'usage n'est pas nécessairement utile et peut même avoir, dans certaines conditions, une incidence nuisible au bien-être définitif du consommateur individuel ou collectif. Citons en guise d'exemples la consommation de cigarette. Il faut néanmoins admettre que toute chose (ayant un prix) présente inévitablement une valeur d'usage, utile ou nuisible à son consommateur (De Radkowski, 1987 : 20).

Ainsi, toute chose ayant un prix présente une valeur d'usage et cette valeur d'usage est tributaire de l'utilité et du désir ressentis. De fait, le marché dépendant de la valeur d'usage n'est en quelque sorte rien d'autre que l'expression de nos désirs et de nos demandes (Glansdorff, 1954 : 212). Conséquemment, l'appréciation de la valeur d'usage se manifeste aussi par une différenciation sur le marché des objets convoités. Plusieurs exemples peuvent être cités pour appuyer cette idée. Par exemple, il est établi qu'actuellement les idéologies sociales manifestent une préférence pour la présence de nature dans l'environnement bâti (Kaplan, & Kaplan, 1989 ; Harting, & Evans, 1993 dans Jim, & Chen, 2009 : 226). Ce phénomène de valorisation s'exprime dans la valeur de l'objet des convoitises partout dans le monde où cette préférence s'observe. Une maison en Hollande avec vue sur l'eau peut faire augmenter le prix de 8 à 10 %, tandis qu'une vue sur un espace vert l'augmente de 6 à 12% (Luttik, 2000 dans Jim, & Chen, 2009 : 226). En Chine, une forte préférence des ménages pour la présence de jardins fait augmenter la valeur des résidences situées à proximité d'un jardin de 23,1 % (Jim, & Chen, 2007 dans Jim, & Chen, 2009 : 226). Aux États-Unis, la valeur d'une résidence adjacente à un parc nature ou un espace

vert est normalement de 8 à 20% plus élevée que celles des propriétés entourées de bâtis (Crompton, 2001 dans Jim, & Chen, 2009 : 1). Finalement, au Québec, une terrasse paysagée peut à elle seule faire augmenter la valeur d'un bungalow typique de 12% (Landreville, 2005 : 27).

La valeur d'une chose sur le marché est donc en partie soumise aux préférences subjectives. D'où l'importance de considérer la valeur d'usage comme n'étant pas seulement le reflet de l'utilité d'une chose, mais surtout comme étant l'expression du désir qu'elle provoque pour certains individus ou groupes de personnes. Utilisons l'énoncé du paradoxe de la valeur appartenant à Adam Smith pour illustrer encore plus clairement cette réalité. « *The things which have greatest value in use have frequently little or no value in exchange ; and, on the contrary, those which have the greatest value in exchange have frequently little or no value in use* » (Smith, 1975 :34). «Rien n'est plus utile que l'eau, mais elle n'acquiert presque rien : on ne peut presque rien obtenir en échange de celle-ci. Un diamant, au contraire, n'a presque pas de valeur d'usage ; mais on peut souvent obtenir une très grande quantité d'autres biens en échange » (*Idem.*). Pourquoi sommes-nous prêts à déboursier une somme outrancière pour un diamant ? Est-ce la beauté iridescente de l'objet qui nous fascine ? Encore leur coût exorbitant qui donne de l'importance à ceux qui les portent ? Inutile de divaguer davantage sur les raisons d'être de la valeur des diamants, il suffit de comprendre qu'elle est foncièrement relative au désir de posséder l'objet.

Bref, les divers exemples présentés démontrent que le vouloir est le centre de gravité du système d'économie de partage, principe qui le meut et qui conditionne son fonctionnement (De Radkowski, 1987 : 107-108). Il n'y a rien dans les choses elles-mêmes qui ne justifient leur prix, ni ne les rendent belles, bonnes ou utiles à l'homme (De Radkowski, 1987 : 23). Une chose n'est jamais estimée qu'en fonction du désir de quelqu'un ou d'un groupe de personnes de la posséder (Condillac, 1715-1780 ; de la Torre, 2002 : 8). Ainsi, la valeur d'usage est au final « l'œuvre exclusive de la *poïésis* du désir. Tant que ne surgit pas le désir, il ne peut y avoir d'utilité de la chose indexée sur le besoin, sur le degré, marginal ou pas, de la satisfaction – réelle ou imaginaire, consciente ou inconsciente, objective ou subjective – qu'elle est susceptible de procurer aux individus » (De Radkowski, 1987 : 23). La valeur d'usage ne saurait être la donnée, la chose puisqu'elle n'est saisie que dans la représentation même du vouloir et qu'elle est donnée dans l'aspiration même de l'esprit.



Ainsi, la valeur subjective (le désir/la demande) est par rapport à l'objet un *a priori*, elle est ce qui fait que l'objet peut être voulu, posé dans l'être et donc mesuré et estimé et avoir une valeur d'usage (Forest, 1940 : 6). De fait, notre valeur d'usage se manifeste donc essentiellement par la demande, les forces du marché et les valeurs mesurables (valeur d'échange) et advient par ailleurs foncièrement du désir.

Par ailleurs et en poussant plus loin la réflexion, la notion générale de valeur, tout comme celle plus spécifique de valeur d'usage, doivent être comprises comme le résultat d'un amalgame de valeur (pouvant être considérées comme des caractéristiques) appartenant aux différents domaines dans lesquels le phénomène s'observe (Mason, 2006 : 21). La manifestation du phénomène dans un domaine donné (esthétique (le beau), moral (le bon), économie (l'utile)) ne se fait pas indépendamment des deux autres (Glansdorff, 1954 : 14). En effet, la valeur d'une chose implique la prise en compte simultanée d'une large gamme de valeur. En fait, selon le point de vue d'où nous la jugeons, la valeur d'usage des choses a beau être essentiellement économique, elle peut nous apparaître bien différente, aussi bien dans sa nature que dans ses propositions. « Nous devons en examiner les formes diverses avec leurs caractères respectifs en les distinguant entre elles d'autant plus rigoureusement que nous voyons incessamment une forme de valeur agir sur l'autre » (Cornélissen, 1970 : 32).

Pour se représenter cette idée, prenons l'exemple donné par Randall Masson de la chapelle St.Pauls située dans le Lower Manhattan (Mason, 2006 : 21). Il s'agit là d'une église épiscopale construite en 1766 dont la valeur accordée est composée de plusieurs formes de valeur. Cette chapelle peut facilement être décrite comme présentant une valeur artistique (étant une belle pièce architecturale due en particulier au travail de l'architecte John McComb), une valeur historique (étant l'un des plus vieux bâtiments à Manhattan et reconnue comme l'endroit où George Washington est adulé immédiatement après être nommé Président des États-Unis d'Amérique), une valeur spirituelle (étant un lieu de culte chrétien), une valeur économique (étant située, sur des lots d'une extrême richesse, dans le district des gratte-ciel), et ainsi de suite. Il faut retenir de cet exemple que chacun de ces types de valeurs (chacun d'eux composé de caractéristiques rationnelles et subjectives) influence notre idée de la valeur en général de la chapelle et forme ensemble la justification dans nos esprits qui fait que cet endroit est valorisé et présente une valeur d'usage individuelle, collective et/ou sociale (Mason, 2006 : 21).

Mais, cet agrégat de valeur et la prépondérance probable de certaines ne sont pas le fruit du hasard. Le caractère universel des schèmes du beau ou du laid, du bien ou du mal et de l'utile ou du nuisible est le résultat de tendances sociales. Les tendances générales, qui n'en sont pas moins des prédispositions, façonnées en grande partie, par les conditions du milieu (Glansdorff, 1954 : 89). En fait, l'espace est marqué par une viscosité particulière qui emprisonne les valeurs passées et qui détermine partiellement les valeurs présentes (Lepetit, 1994 : 558). Résultat, nos idéaux sociétaux, nonobstant toute autre option aussi raisonnée soit-elle, s'imposent souvent dans nos choix personnels et ainsi dans les tendances de développements urbains (Forest, 1940). De fait, la valeur accordée à nos actions comme à nos formes d'aménagements reflète souvent l'adhésion à une idéologie. D'ailleurs, « le marché pur et parfait avec les équations d'échange qui le régissent n'a jamais été rien d'autre qu'une extrapolation des tendances idéologiques qui travaillent la société » (De Radkowski, 1987 : 13). Ces modèles n'ont de sens qu'en fonction des valeurs et idéaux du monde réel. Nous n'avons qu'à imaginer un revirement de notre adhésion aux valeurs capitalistes pour réaliser que les modèles hédoniques, pour ne nommer que ceux-là, n'auraient plus leur pertinence. De même, si le symbole du rêve américain disparaissait de nos idéaux, force est de croire que nos formes de développements et de marchés vivraient un bouleversement.

De fait, la nature de l'action qui correspond à l'élaboration de la valeur d'une chose est renvoyée à l'existence d'un groupe social porteur de ces actions et considérant comme valide la justification de cette valeur (Sabourin, 1997 : 265). D'ailleurs, dans la majorité des cas, il faut territorialiser la chose pour en comprendre la valeur, car la valeur de toute chose n'existe que lorsqu'elle est mise en relation avec l'homme et ses sociétés (Cornélissen, 1970 : 19 ; Turgot, dans Schelle, 1919 : 89 ; Forest, 1940 : 14 ; Dumont, 1970 : 37 ; Canonne, 1996 : annexe I-1). Par exemple, un arbre a une certaine longueur indépendante de son milieu ; il a la même longueur ici que dans le centre de l'Afrique. En revanche, la valeur de ce même arbre n'est pas la même ici et là. Non seulement, le prix varie, la symbolique liée à la matière également. La valeur de toute chose est en fait influencée par les réalités, les représentations et les symboles sociaux, d'hier et d'aujourd'hui d'une société donnée (Forest, 1940 : 9).

La valeur se situe donc moins dans la chose et davantage dans l'appréciation globale que nous en avons, elle-même influencée par nos idéologies sociétales (Condillac, 1776 : 14). Aussi, même si les valeurs sont relativement permanentes, sous l'influence de certaines conditions, elles peuvent

croître comme diminuer (Cornélissen, 1970 : 19 ; Meglino, & Ravlin, 1998 : 355). Aucune valeur n'est absolument immuable (Elster, 2009, vol I : 338) et le transfert de valeur est possible.

« Les valeurs sont-elles des réalités de l'esprit, n'en demeurent pas moins des phénomènes pareils à tous les phénomènes de la nature...Une fois constituées, loin d'apparaître comme des entités immuables, des sortes de «choses» spirituelles isolées, sortes d'objets d'art mis en vitrine dans le musée de l'esprit, elles s'affirment vivantes et périssables, soumises à de multiples variations » (Glansdorff, 1954 : 75).

De fait, toute hiérarchie de valeurs est variable, soit dans le temps pour un même homme ou soit dans l'espace pour plusieurs hommes. « Le nier reviendrait à contester l'apparition toujours possible de valeurs nouvelles et l'extinction non moins possible de valeurs anciennes; à contester aussi que la valeur d'une même chose n'est pas toujours de même intensité, fut-ce pour une seule personne » (Glansdorff, 1954 : 66).

D'ailleurs, si les valeurs étaient complètement stables, l'évolution sociale s'avérerait impossible (Rokeach, 1985, dans Meglino, & Ravlin, 1998 : 352). Bien au contraire, les changements de valeurs sont fréquemment évoqués pour expliquer une réaction publique à une variété de maux sociaux (Etzioni, 1993, dans Meglino, & Ravlin, 1998 : 351). Pour appuyer cette idée, prenons l'exemple des espaces verts dont la valeur au courant du siècle dernier se métamorphose au vent des idéaux sociétaux (Dubost, & Lizet, 2003 : 6). D'outil à l'embellissement des ensembles urbains et à l'hygiène publique au tournant du 20<sup>e</sup> siècle, les espaces verts deviennent, en quatre décennies, synonymes de pauvreté et de banalité (*Idem.*). Puis, vers le milieu des années 60, l'espace vert redevient un élément social important et désiré (Sénécal, & Saint-Laurent, 1999 : 37). L'espace vert est un élément à ce point désiré, de nos jours, que le professeur Luc Noppen désigne ce désir comme étant une « *verdolatrie* » sociale (Noppen, 1998: 212).

Par ailleurs, une invention, un nouvel élément trouvé, peut aussi influencer la valeur d'une chose (Cornélissen, 1970 : 46). Une invention peut également donner une certaine valeur d'usage à des objets qui autrefois étaient mis de côté et dont certaines propriétés n'étaient pas utilisées par les hommes. Cet emploi, inconnu auparavant, leur accorde dès lors une nouvelle place parmi les richesses humaines (Cornélissen, 1970 : 46). Le récent développement de bâtiments écologiques et la possible régénérescence du toit vert exprime bien cette idée.

En outre, un autre phénomène est significatif dans le mouvement des valeurs. Il arrive parfois, par un mécanisme *sociopsychologique*, que les valeurs sans se modifier, change « d'évaluateur » (Tocqueville, De la démocratie en Amérique : 293-294 dans Elster, 2009, vol I : 338-338 ; Riegl, 1984). Concrètement, il arrive que le registre des valeurs sociales passe des mains du savoir intellectuel, à celles de la masse. D'ailleurs, à l'image de l'évolution du patrimoine qui subit au sens large un changement qui passe pour l'essentiel d'un savoir scientifique au vouloir de la masse, la détermination de la valeur historique d'une chose semble être de nos jours devenue l'expertise de tous et un chacun.

« Depuis la Renaissance où la valeur historique fut reconnue pour la première fois, et jusqu'au XIXe siècle, la thèse a prévalu selon laquelle il existait un canon artistique intangible, un idéal artistique objectif et absolu, but final, quoiqu'en partie inaccessible, de tous les artistes...Or, selon les conceptions modernes, il n'existe pas de valeur d'art absolue, mais uniquement une valeur d'art relative, actuelle...Ainsi, les exigences du vouloir artistique moderne n'ont pas été formulées clairement, et ne pourront jamais l'être à strictement parler, puisqu'elles varient d'un individu à l'autre et d'un moment à l'autre » (Riegl, 1984 : 40-42).

La différence fondamentale entre ces deux philosophies est que «dans le premier cas, la valeur est octroyée par d'autres (les créateurs et spécialistes de jadis) ; dans le second, nous la déterminons nous-mêmes» (Riegl, 1984 : 44). Il s'agit d'une impression qui n'implique nullement une approche scientifique et ne semble pas tributaire d'une culture historique. «Elle met seulement en jeu la sensibilité et l'affectivité, et prétend ne pas s'adresser exclusivement aux personnes cultivées, mais aussi à la masse, à tous les individus, sans distinction de niveau culturel» (Riegl, 1984 : 46).

La pertinence de ce passage vient du fait qu'il n'y a pas que dans les valeurs historiques que la société s'affranchit des canevas élitistes relatifs au concept de valeur. En fait, de nos jours si la société désire, car juge bon, beau et utile une forme d'habitat, personne ni aucun spécialiste ne pourra s'opposer à son désir. Cette réalité est notamment observable dans le phénomène de l'exode urbain vers la banlieue. Il est vrai que le clergé et la gouvernance appuient ce mouvement pendant un moment, mais le rôle joué par ces instances religieuses et gouvernementales doit être relativisé (Germain, 2007 : 16). D'abord, il faut admettre qu'il y a un moment déjà que le Québec s'est affranchi de la tyrannie de l'Église catholique alors que le développement pavillonnaire non seulement subsiste, mais s'amplifie (Collin, & Monegeau, 1992 : 6 ; Polèse, 2006 : 28). Il faut

également reconnaître que les banlieues se sont largement implantées ailleurs au pays et chez nos voisins du Sud sans l'oppression de l'Église Catholiques.

De plus, bien que la tolérance des organismes d'États, Banques, Société Fédérale d'Hypothèques et de Logements (SCHL), Société Provinciale d'Habitations (SHQ), etc., envers le phénomène est affichée, leur rôle n'est pas déterminant (Pelletier, 1982 : ii). Le sens commun suffit à faire admettre, comme le suggère Pierre Pelletier, « qu'un chirurgien de la rue Bougainville dans le quartier Montcalm de Québec n'a pas besoin de l'aide de la SHCL pour aller s'installer à Sillery, et surtout qu'aucune nécessité ne l'astreint à ne pas rester là où il se trouve » (*Idem.*). En effet, la classe élevée a elle-même pris la décision et les moyens à sa disposition pour quitter la Ville dans le but de se rendre à l'endroit qui lui apparaît comme possédant une valeur. Rappelons qu'en Amérique du Nord, ce sont les classes supérieures qui entament l'exode urbain vers les banlieues (Choko, 1988).

Ainsi, par l'évolution du processus de généralisation croissante du concept de valeur d'ancienneté et par l'exemple concret du phénomène d'exode urbain, il apparaît que les individus de notre collectivité, se sont émancipés des hautes sphères du savoir intellectuel et décisionnel relatives au registre des valeurs. Il apparaît que l'Homme moderne fait évoluer le sens des valeurs en leur conférant un aspect changeant. Il s'approprie et transforme la valeur. Il agit encore sur la non-valeur en suscitant la valeur là où elle n'était pas tout comme il la masque ou la chasse aussi de là où elle était.

Donc, si nous résumons, la valeur d'une chose, tout comme la valeur d'usage, est à la fois matérielle et immatérielle. Elle se compose de plusieurs formes de valeur et est variable dans le temps et se positionne par rapport à tous et à chacun. Elle est encore dépendante des préférences individuelles et collectives et du milieu de son émergence, mais elle est affranchie des sphères de la connaissance et de l'élitisme. Ce caractère hétéroclite faisant de la valeur une propriété équivoque soumise au jugement individuel et sociétaire instable indispose et complexifie grandement l'étude de la valeur (de la Torre, 2002 ; Canonne, 1998 ; Gobry, 1975 : 121). En fait, malgré la popularité du concept dans la littérature, il subsiste une lacune importante dans le consensus du concept lui-même (Meglino, & Ravlin, 1998 : 352). Ce manque d'entente crée par ailleurs, un problème dans l'interprétation de résultats venant d'études portant sur le sujet (p. ex.,

Kluckhohn, 1951 ; Rokeach, & Ball-Rokeach, 1989 ; Williams, 1979, dans Meglino, & Ravlin, 1998 : 352). De fait, la mécanique de construction des valeurs peut être expliquée à posteriori, mais ne peut pas être prédite.

Bref, nous savons maintenant ce qu'est la valeur d'usage, comment elle se manifeste, de quoi elle se compose, pourquoi elle advient, de même que d'où elle est issue. Reste à savoir comment l'observer!

Les chercheurs s'intéressant à la valeur sont divisés sur la voie à adopter pour observer la valeur (Meglino, & Ravlin, 1998 : 359). Reste que si la valeur est un concept abstrait, son aspect hétéroclite offre néanmoins l'avantage d'un choix dans la voie de recherche à suivre. Pour observer la valeur, bien des méthodes peuvent être utilisées, mais deux d'entre elles sont généralement mises de l'avant, celles-ci regroupant les autres (*Idem.*). Cattell (1944) utilise le terme « *normative* » pour décrire la première méthode et le terme « *ipsative* » pour décrire la seconde. Les représentants (p. ex., England, 1975 ; Wollack, & al., 1971, dans Meglino, & Ravlin, 1998 : 339) de la première formule optent pour une méthode qui mesure les valeurs indépendamment les unes des autres. Les autres (e.g., Allport, Vernon, & Lindzey, 1970 ; Cable, & Judge, 1996, 1997 ; Chatman, 1991 ; Meglino, Ravlin, & Adkins, 1989, dans Meglino, & Ravlin, 1998 : 352) emploient une méthode qui demande d'attribuer des préférences entre certaines valeurs.

La méthode dite *normative* s'attarde habituellement à décrire l'importance d'une valeur ou d'un groupe de valeurs chez les répondants en fonction de la sémantique d'un groupe de mots ou d'une proposition verbalisée ou écrite (Meglino, & Ravlin, 1998 : 359). Par exemple, un répondant pourrait dire : « une personne devrait tenter de diminuer l'emprunte écologique qu'émet son foyer ou sa résidence ». Avec la méthode *normative*, cette affirmation pourrait être considérée comme représentative du fait que l'environnement est une valeur importante pour le répondant. La méthode *ipsative* consiste, pour sa part, généralement à demander aux participants de classer un groupe de valeurs ou de choisir une valeur parmi d'autres dans le cadre d'un « *choix forcé* » (*Idem.*). Par exemple, un chercheur ayant recours à ce type de méthodologie pourrait demander à ses participants : « laquelle de ces valeurs vous semble la plus importante : la conscience écologique ou économique ? ».

Chacune de ces techniques présente des avantages. Les représentants de la méthode *normative* clament entre autres que la méthode aboutit à un résultat de valeur indépendante, les unes des autres et qu'elle permet également un profil de valeur large et toujours en fonction du répondant (Meglino, & Ravlin, 1998 : 359)<sup>32</sup>. De fait, les valeurs considérées dans ce genre de recherche sont souvent dites comme étant « réelles », car elles émergent du contexte plutôt que des objectifs de recherche. Ce qui s'avère impossible avec la méthode *ipsative* sachant que les valeurs doivent être classées en fonction d'un choix d'options préalablement définies. La méthode *ipsative* est pour cette même raison largement plus efficace lorsqu'il est question de recherche statistique à l'affût de liens corrélacionnels. Il est par ailleurs tout aussi possible, en utilisant l'une ou l'autre des méthodes, d'aboutir à une liste hiérarchique des valeurs mentionnées par un répondant. Par contre, bien des recherches démontrent qu'une échelle des valeurs normatives, celle-ci étant plus contextuellement ancrée, s'avère plus efficace pour les administrateurs et la gouvernance (Munson, & McIntyre, 1979, dans Meglino, & Ravlin, 1998 : 361).

Aussi, même s'il existe essentiellement deux types de méthode pour l'observer, la relation entre la valeur et un objet est complexe, car elle est composée d'une pluralité d'éléments, tels qu'expliqués précédemment. Mais, il semble que cette relation s'exprime le plus clairement par un prix attaché à la chose (Sabourin, 1997 : 158-159). Pour cette raison, plusieurs chercheurs estiment que la valeur économique est celle qui exprime le plus simplement la valeur d'usage d'une chose en établissant une relation forte entre la valeur et la chose (de la Torre, 2002 : 12). C'est d'ailleurs souvent par la valeur économique que la société identifie les autres formes de valeur (sociale, spirituelle, esthétique, culturelle, environnementale, anthropologique...etc.) (de la Torre, 2002 : 12). Pour cause, si à la base, l'économie est un moyen de se procurer de la nourriture, un toit et des vêtements, elle est devenue pour l'Homme moderne, le moyen d'acquérir toutes les autres formes de valeur (Gobry, 1975 : 248).

Depuis l'Antiquité, on donne d'ailleurs aux hommes méritants des prix, des récompenses en argent d'autant plus grandes que le mérite semble grand (Gobry, 1975 : 249). « C'est [notamment] dans la rivalité que les héros d'Homère font l'épreuve de leur propre valeur. Celui qui s'avère le plus valeureux reçoit logiquement le prix [en bien matériel] qui est conséquence de

---

<sup>32</sup> Avantage que Cronbach & Glaser (1953) appellent l'*élévation*. Pour en savoir plus, consultez Cronbach, & Glaser, (1953), Assessing similarity between profiles, Psychological Bulletin, vol.50, pp. 456-473.

sa valeur personnelle et, qui, en même temps, la symbolise matériellement » (Rogue, 1998 : 287). Bref, « l'argent est un instrument ; il est au service de valeurs plus hautes » (Gobry, 1975 : 249). Ainsi, la valeur économique d'une chose est une mesure simple qui permet de déterminer le degré d'adéquation d'un moyen (échange) à un résultat (utilité/désir/mérite) (Canonne, 1996 : annexe I-1).

De fait, « si la transformation des évaluations subjectives des acheteurs et des vendeurs en valeurs objectives ne se révélèrent pas toujours avec clarté... Par opposition la valeur objective est l'élément réel qui se représente, dans l'échange, à la surface des phénomènes de marché. Elle estime toujours un rapport et non une quantité absolue, mais quel qu'en soit l'aspect, la valeur reste toujours une notion abstraite. Le marché, au contraire, prend une forme sensible et matérielle » (Cornélissen, 1970 : 321-323 ; Glansdorff, 1954 : 212). Ainsi, à l'image du baromètre qui indique la pression atmosphérique, la valeur économique indique la « *pression* » des valeurs subjectives (Cornélissen, 1970 : 115). Pour cause, les forces du marché sont le fait réel par lequel se manifeste à nous la « réelle » valeur des marchandises, comme le résultat final des comparaisons et des évaluations des *acheteurs* et des *vendeurs* (Cornélissen, 1970 : 321).

Mais attention, les forces du marché permettent bien d'estimer la valeur d'usage d'une chose, mais l'information retirée est absolument comparable à celle que le thermomètre donne de la chaleur. Car, de même que nous n'apprenons nullement par le thermomètre la quantité de la chaleur même, mais seulement des variations relatives de la dilatation du mercure, desquelles nous inférons les grandeurs relatives de la chaleur. Par le marché, nous n'apprenons pas la quantité de la valeur même, mais plutôt des quantités relatives d'argent, de travail ou de désir, qui nous font reconnaître la grandeur relative de la valeur (Rodbertus, Zur Erkenntniss, dans Cornélissen, 1970 : 21). Comme l'explique Gobry (1975) :

« Ce que nous trouvons dans les choses, ce sont des traces, des participations de la valeur, et non pas la valeur elle-même. Car la valeur n'est pas figée et aliénée ; dans son essence, elle est création et manifestation. La valeur, nous ne la possédons jamais ; nous ne la donnons pas, nous ne la fabriquons pas : elle apparaît dans les choses, auxquelles elle vient conférer une signification : elle n'est donc pas une propriété des choses, auxquelles elle appartiendrait : elle vient au contraire donner leur dignité aux choses, sans être jamais intégré à leur matérialité » (Gobry, 1975 : 121).



Ainsi, tout comme les variations de pression atmosphérique ne seraient expliquer la nature et les raisons de variation de chaleur, les forces du marché nous indiquent si valorisation ou dévalorisation il y a, mais pas les raisons de cet état. Par exemple, supposons qu'à la revente un toit vert soit difficile à vendre, et qu'en revanche, le balcon-terrasse représente une *aménité* intéressante. Nous pourrions inférer de cet état que les gens valorisent davantage un aménagement de type balcon-terrasse que celui de type toit vert. Toutefois, nous ne pourrions pas inférer quel type de personne ni la quantité de valeur exacte par exemple. Le fait réel qu'est le marché reste inexplicable si nous ne tentons pas de pénétrer plus profondément l'information (Cornélissen, 1970 : 321). C'est pourquoi la méthodologie de recherche à envisager ne peut pas sans tenir à observer l'observable pour déterminer la valeur d'usage des aménagements observés (Cornélissen, 1970 :10 ; De Radkowski, 1987 : 159).

### **Justifications théoriques et positionnements**

C'est sur ce point que se termine l'exposé de notre cadre conceptuel sur la notion de valeur et de valeur d'usage. Bien que les interprétations soient multiples, il découle une ligne directrice susceptible d'agréger l'information retenue. Ainsi suit un réseau de justifications et de positionnements par rapport au phénomène observé par cette recherche.

La notion de valeur se résume essentiellement par le fait que son examen est difficile. Pour cause, il s'agit d'une notion abstraite possédant un caractère binaire intrinsèque (Meglino, & Ravlin, 1998 ; Gobry, 1975). De fait, en ce qui concerne la valeur, ni le réel ni l'abstrait ne semblent prépondérants, ayant du sens l'un par rapport à l'autre. S'intéresser à la valeur d'usage d'une chose demande donc un raisonnement qui s'attarde tant à l'observable qu'à l'immatériel (Cornélissen, 1970 :10 ; De Radkowski, 1987 : 159). La valeur d'usage issue de la sphère économique s'observe bien en partie par le prix et les forces du marché. Par contre, en regardant de plus près ces éléments en apparence objectifs, il apparaît qu'ils sont en fin de compte largement composés et tributaires d'éléments subjectifs (Cornélissen, 1970 : 115). Conséquemment, la méthodologie utilisée dans cette recherche se doit de considérer cette réalité. C'est pour cette raison que notre travail de construction de données considère autant les valeurs observables portées par les forces du marché tel que l'offre et la demande, que celles immatérielles portées par le discours des personnes rencontrées tel que les perceptions et les opinions.

Rappelons que les valeurs du marché représentent en effet l'un des *proxys* de la valeur d'usage les plus facilement observables. Quoiqu'imprécis, ils sont non moins fiables et aident grandement à représenter les valeurs subjacentes aux choses (Cornélissen, 1970 ; De Radkowski, 1987).

Par ailleurs, notre cadre conceptuel appuie l'idée que la valeur d'usage d'un aménagement est le résultat d'un agrégat dans lequel les hiérarchies de valeurs ne peuvent pas être définies *a priori*. La valeur n'est pas la conséquence d'une seule cause, mais celle d'une pluralité de conditions qui ne peuvent pas être envisagées à l'avance (Glansdorff, 1954 : 178). Ainsi, tout comme la valeur de la chapelle St-Paul à Manhattan, la valeur d'usage du toit vert sur le Plateau se compose fort probablement d'une multitude de formes de valeurs. Par exemple, ce type d'aménagement peut être apprécié comme une représentation de l'éthique environnementale d'un individu (valeur morale), comme un moyen d'économie des dépenses en consommation d'énergie (valeur économique), comme utile à l'amélioration de l'esthétique du cadre bâti (valeur esthétique), voire comme une résurgence moderne des jardins de Babylone (valeur symbolique), et ainsi de suite. Chacune de ces caractéristiques influence l'idée de la valeur du toit vert et ensemble elles constituent sa valeur d'usage au sens large.

Ainsi, dans notre travail de construction de données, il semble plus efficace d'opter pour une ouverture face au discours des participants. Celui-ci pouvant nous pister sur les différentes valeurs individuelles, collectives et sociales dont est au final tributaire la valeur d'usage générale et actuelle des aménagements observés. Pour cette raison, cette recherche choisit d'observer la valeur sous un angle de recherche dit *normatif* (Meglino, & Ravlin, 1998 : 339). C'est la nature de la méthode *normative* qui justifie son utilisation. Ce type de méthode s'attarde habituellement à décrire l'importance d'une valeur ou d'un groupe de valeurs chez les répondants en fonction de la sémantique d'un groupe de mots ou d'une proposition verbalisée ou écrite (Meglino, & Ravlin, 1998 : 359). Ainsi, dans cette recherche, la méthode *normative* est utilisée principalement dans le but de faire émerger du discours des répondants les valeurs (encore méconnues) qui composent la valeur d'usage des aménagements observés et possiblement leur hiérarchie respective. De plus, rappelons que l'une des visées de cette recherche réside dans la volonté de cerner un langage (si langage il y a) qui justifie la présence d'un toit vert auprès des acheteurs. De manière à ce que les acteurs publics (les administrateurs et la gouvernance) puissent recourir à ce « langage » pour présenter aux citoyens des arguments éloquentes en matière d'insertion de toit vert privé. À ce

sujet, bien des recherches démontrent qu'une échelle des valeurs normatives, celle-ci étant plus contextuellement ancrée, s'avère plus efficace pour les administrateurs et la gouvernance (Munson, & McIntyre, 1979, dans Meglino, & Ravlin, 1998 : 361).

Par ailleurs, il apparaît que toute valeur est un rapport entre un homme ou une collectivité d'hommes et une chose plus ou moins désirée (Cornélissen, 1970). D'où l'importance primordiale de territorialiser les données construites. Raison pour laquelle cette recherche opte pour un échantillon de milieu professionnel et géographique.

De plus, il semble que la valeur d'un aménagement exprime l'adhésion collective à une idéologie (Forest, 1940). En d'autres mots, il semble que la valorisation ou la dévalorisation de nos formes d'aménagements sont assujetties aux convenances sociales. Conséquemment, si le toit vert ne se retrouve pas de plus en plus présent dans le Plateau, cela signifie simplement qu'il y a absence de « *percolation* » sociale et que la tendance n'est pas favorable à son développement et donc que les valeurs collectives ne le valorisent peu ou pas pour le moment. L'inverse serait également vrai.

Aussi, notre cadre conceptuel démontre qu'avec le temps la société s'est émancipée des hautes sphères de la connaissance en ce qui a trait à la valeur (Riegl, 1984 : 46). L'Homme moderne s'estime en mesure d'établir lui-même ce qui est beau, bon ou utile. Il s'estime aussi en mesure de savoir lui-même ce qui présente de la valeur. Autant mieux l'écouter sur le sujet! Cette réalité appuie notre choix de rencontrer des représentants de la masse, plutôt que des scientifiques ou des chercheurs plus cultivés ou spécialisés. Notamment parce qu'il aurait pu arriver que leurs discours soient en clivage avec l'opinion de la masse concernant le sujet qui nous intéresse.

Dans le même ordre d'idée, cette recherche s'attarde spécifiquement à la valeur d'usage individuelle, mais considérée sous la forme d'un agrégat. Il faut se rappeler que « la valeur d'usage personnelle d'une chose (le désir de la posséder, sa symbolique...etc.) à une grandeur instable et inconstante comme les impressions de l'âme humaine de tous et un chacun dont la valeur dépend » (Cornélissen, 1970 : 50). Dû aux limites de temps et de budget que présente cette recherche, nous pensons que cette réalité justifie que nous rencontrions des professionnels plutôt que des clients. La pratique des professionnels de l'immobilier est au final l'expression des valeurs individuelles amalgamées. En effet, « l'opinion publique ne réside pas dans la solitude du

for intérieur, mais au contraire dans l'extériorité de la culture et dans le tumulte des antagonismes de valeurs » (Brugidou, 2009 : 44). Il semble d'ailleurs logique de penser que les professionnels de l'immobilier adaptent leur « grammaire » de vente et imbibent leur pratique en fonction de la masse. Notamment, parce qu'ils savent ce qui est demandé, quel type de ménage soutient la demande et aussi ce que les gens valorisent et dévalorisent. Parfois, ils en connaissent même les raisons. Nous convenons par conséquent de concevoir le discours argumentaire immobilier construit comme le résultat d'un agrégat des choix individuels.

Seulement, comme l'explique Arrow (1997), les utilités individuelles ne peuvent pas être mesurées, elles ne peuvent être que classées. « La comparaison interpersonnelle des utilités n'a pas de sens » (*Idem.*). Il est impossible de mesurer les utilités (degré de satisfaction) de chaque individu puis de les comparer. La seule chose qui puisse être faite est de classer les utilités pour chaque individu (Arrow, 1997). Ainsi, un individu peut prétendre préférer un bien X au bien Y, mais il est impossible d'affirmer que l'utilité que le bien X procure à un individu A est supérieure ou non à l'utilité que le bien y (ou même le bien x) procure à l'individu B (*Idem.*). L'étude des choix individuels ne peut donc porter sur des niveaux d'utilité, mais sur des relations de préférence. Ainsi, cette recherche ne vise pas à dire si la cour arrière en banlieue est plus utile pour le banlieusard que ne l'est le toit vert pour le citadin. Mais plutôt, à observer si la masse d'un groupe ciblé semble préférer un aménagement à un autre ou considérer certains aménagements de la même manière, dans un environnement donné, en l'occurrence l'arrondissement du Plateau Mont-Royal.

Ensuite, notre cadre conceptuel met en lumière l'élément fondamental de la notion de valeur ; le fait qu'elle soit en définitive due aux désirs individuels et collectifs. Pour cette raison, toute forme de valeur n'est jamais immuable et toujours instable (De Radkowski, 1987 : 13). Ce point supporte l'intérêt de cette recherche qui fonde sa problématique sur la possible évolution verticale des valeurs relatives à l'espace vert privé d'extrême proximité : de la cour arrière vers le haut soit le toit vert.

Finalement, déterminer que toute marchandise (ayant un prix) possède invariablement une valeur d'usage (De Radkowski, 1987 : 20) est très pertinent pour cette recherche. Pour cause, celle-ci repose spécifiquement sur l'éclaircissement de la valeur d'usage relative au toit vert, à la cour

arrière et au balcon-terrasse et sur la nature des liens qui peuvent exister entre chacune d'elles. Nous pouvons donc postuler que la valeur d'usage relative à chacun des trois aménagements observés existe bien et qu'il ne reste plus qu'à identifier leur nature respective.

En résumé, notre considération des fondements conceptuels de la valeur s'inscrit dans une vision « holistique » ; Elle comprend le caractère binaire et multiple de la valeur et pour en cerner la nature, nous choisissons d'utiliser une méthode *normative*. Aussi, en ce qui concerne cette recherche **le terme valeur d'usage est utilisé comme un raccourci exprimant la nature de l'utilité et du désir ressentis relativement aux aménagements ciblés par cette recherche et traduits par les indicateurs économiques et l'opinion de certains professionnels de l'immobilier**. Aussi, la valeur d'usage dont il est question résulte du choix du plus grand nombre et non de celui de l'ensemble des préférences individuelles isolées puis réunies. Le cadre théorique présenté défend nos intentions et sert de pilier empirique à la méthodologie choisie.

**PARTIE II : Approche méthodologique; Paradigme de recherche; Contexte d'émergence des données; Méthodes d'échantillonnage; Recrutement; Saturation; Entretien; Verbatim; Illustration de l'élaboration des thèmes et du système de codage; Choix de catégorie de codage; Temps requis et Termes de confidentialité.**

### **Approche méthodologique**

Dans cette recherche, l'approche méthodologique retenue est de type qualitatif. Précisément, afin d'atteindre les objectifs définis par ce travail, la technique de construction des données utilisée est celle de l'entrevue semi-dirigée. La décision d'observer la valeur d'usage d'un aménagement à travers un paradigme de recherche qualitatif est basée d'une part sur la nature des données recherchées et d'autre part, sur la richesse de la méthode.

« Les données qualitatives sont séduisantes. Elles permettent des descriptions et des explications riches et solidement fondées de processus ancrés dans un contexte local. Avec les données qualitatives, on peut respecter la dimension temporelle, évaluer la causalité locale et formuler des explications fécondes. De plus, les données qualitatives sont davantage susceptibles de mener à d'heureuses trouvailles et à de nouvelles intégrations théoriques ; elles permettent aux chercheurs de dépasser leurs *a priori* et leurs cadres conceptuels initiaux » (Miles, & Huberman, 2003 :11).

Bref, les méthodes qualitatives sont plus adaptées pour explorer certaines dimensions des relations des individus à leur espace, car ces approches sont ancrées dans le contexte quotidien

des gens (Burgess, 1984 ; Glaser, & Strauss, 1967 dans Burgess, & al., 1988). Pour ces raisons, la recherche qualitative est souvent utilisée pour décrire une situation et explorer certaines questions que peut difficilement aborder (ou que peut aborder sous un angle différent) le chercheur qui recourt à des méthodes quantitatives (Poupart, & al., 1997 : 88). C'est que l'explication du comportement et des perceptions demande l'utilisation de concepts subjectifs comme des attitudes et des opinions et plusieurs de ces phénomènes résistent à la mesure à cause de leur caractère exemplaire et fugace (*Idem.*). Nous savons maintenant que c'est le cas pour la valeur.

Dans cette recherche, l'accent est mis sur les données sous forme de mots, sur la valeur d'usage provenant du discours argumentaire immobilier. Nous pensons que l'analyse de la parole constitue un mode adéquat d'expression de la valeur d'usage d'une chose. Pour cause, la constitution d'un sens commun relatif à une chose passe par la circulation d'arguments véhiculant une « vision » (Brugidou, 2009). Selon Ullmann, la valeur des choses peut être distinguée par la signification des mots, car selon lui, « c'est le rapport d'évocation réciproque qui unit le nom au sens » (Ullmann, 1975 : 23). Évidemment, « la valeur d'une chose correspond à la signification du mot qui désigne cette chose » (Maingeneau, 1996 : 28-29, 35-36, dans Mercier, 2005 : 2). Nous choisissons donc d'utiliser les mots comme principales sources de données. Nous récoltons aussi des données quantitatives, mais celles-ci sont obtenues par la parole lors des entretiens semi-dirigés.

Le discours n'est ni une vérité, ni une fausseté; il est explication. Seulement, pour comprendre ces explications, il faut avoir recours à un dispositif d'enquête propre à les décrire. Pour mesurer les concepts non directement observables [tel que la valeur d'usage d'un aménagement], la standardisation stricte d'un processus est, bien souvent, inadéquate (Van Der Zouwen, 2006 : 49). Étant adaptée à notre problématique et contexte de recherche, cette recherche est en quelque sorte typique et il convient donc de faire l'exposé détaillé de la méthode qui l'oriente.

Pierre-Yves Le Meur<sup>33</sup> explique les principes de bases de notre type de méthode de recherche :

« L'enquête qualitative constitue un processus dynamique, ouvert, évolutif, loin de toute idée de manuel vu comme une liste de recettes ou de prescriptions opératoires. Il s'agit en même temps d'éviter deux écueils : celui du positiviste qui suppose que la

---

<sup>33</sup> Anthropologue, chercheur associé à l'IRD (Unité de recherche « Régulations foncières, politiques publiques et logiques d'acteurs »), UMR MOISA.

réalité se donnerait directement à voir et à saisir (à cet égard, l'expression usuelle de « collecte de données » apparaît extrêmement trompeuse : les données ne sont pas collectées, elles sont construites selon des procédures d'investigation à expliquer). L'autre écueil est celui du postmodernisme dans ses variantes radicales, qui réduit le résultat de l'enquête à une production littéraire, à un récit parmi d'autres, sans référentiel empirique ».<sup>34</sup>

Ainsi, lorsqu'il est question de recherche qualitative, comme la nôtre, il est illusoire de croire à une technique parfaite dans laquelle le déroulement est entièrement connu à l'avance (Létourneau, 2006 : 162-166). Notre méthodologie doit néanmoins obéir à des procédures rigoureuses pour être valide. Elle doit notamment être explicite en ce qui concerne le lien qui unit les données théoriques et empiriques (Bourque, & Duchastel, 1988). Le lien retenu ici se situe entre la descendance et l'ascendance, pour permettre un retour, un va-et-vient, entre la théorie, le travail de terrain et l'analyse.

Dans cette recherche, l'approche purement descendante (du construit théorique vers l'analyse) est écartée, car celle-ci autorise peu de retours en arrière. Notre champ de recherche est relativement expérimental et il s'appuie sur l'analyse du discours. Conséquemment, aucune théorie ne saurait prédire les résultats. La structure de la recherche ne repose pas sur l'énoncé d'hypothèses pour la vérification de l'existence plus ou moins importante de catégories d'indicateurs. L'élaboration des hypothèses vient plutôt au contact des données. Il s'agit d'investiguer le sujet, une grille d'indicateurs en tête et une grille de codages en main, en optant pour une attitude ouverte aux résultats d'entretiens.

En revanche, ce travail n'opte pas non plus pour une stratégie strictement ascendante (de l'analyse vers la reconstruction théorique), principe qui renoncerait à toute préconstruction théorique. Si la grille d'indicateurs élaborés n'est pas figée, elle est pour le moins construite et réfléchie en fonction de regroupements thématiques potentiels.<sup>35</sup>

En fait, la méthode utilisée prend systématiquement en compte les données empiriques pour favoriser le processus de découverte. « Le constructiviste impose cette nécessité élémentaire,

---

<sup>34</sup> Ce texte est issu d'une présentation orale effectuée dans le cadre de l'atelier de lancement du projet de recherche INCO CLAIMS (*Changes in land access, institutions and markets in West Africa*) financé par l'Union Européennes, qui s'est tenu à Ouagadougou du 21 janvier au 1er février 2002.

<sup>35</sup> Il s'agit en fait de permettre l'exploration, de manière regroupée, des ensembles de mots pouvant se rapporter à un même thème de classement.

mais souvent méconnue que la recherche empirique produise de nouvelles connaissances et ne soit pas la simple vérification d'un ensemble préconstruit d'hypothèse plus ou moins formalisée » (Bourque, & Duchastel, 1988 : 53-54). Pour ces raisons, nous qualifions notre approche «*d'empirique constructiviste*».

### **Paradigme de recherche**

Le constructiviste scientifique est un positionnement épistémologique faisant référence au caractère construit de la connaissance. Dans la lentille du paradigme constructiviste, la réalité étudiée par la science est une construction intellectuelle qui dépend des prérequis conceptuels et théoriques pris comme référentiels (Mucchielli, 2004 : 30). La réalité est celle de l'instant, dans un contexte donné et un espace à quatre dimensions, par rapport à l'observateur. Ainsi, « le constructionnisme scientifique consiste finalement à élaborer de toutes pièces un « contexte pertinent » de référence. C'est par rapport à ce contexte construit que l'explication du phénomène étudié prend corps » (Mucchielli, 2004 : 31). Il s'agit surtout de « comprendre » scientifiquement les données construites par rapport à la rationalité et au contexte construit plutôt que de les «comprendre» par rapport aux émotions et au contexte expérientiel (*Idem.*).

Selon le constructiviste, les objets de pensée construits par les chercheurs en sciences sociales se fondent sur des objets de pensée construits par la pensée courante de l'homme menant sa vie quotidienne parmi ses semblables et s'y référant. Il s'agit alors d'une « construction au deuxième degré, notamment des constructions de constructions édifiées par les acteurs sur la scène sociale dont l'homme de science observe le comportement et essaie de l'expliquer tout en respectant les règles de procédure de la science » (Schutz, 1987 : 11 dans Poupart, & al., 1997 : 21).

D'ailleurs :

« Si une conversation se suffit à elle-même, une entrevue de recherche revêt un caractère quelque peu artificiel : la relation chercheur-personnes interrogées est une relation secondaire, au sens de Tönnies (1844), c'est-à-dire qu'elle est construite en fonction du fait qu'elle n'est pas une fin en soi, mais vise une fin qui lui est extérieure. L'aspect utilitaire de la recherche ressort du contenu même de l'entrevue : la discussion ne se déroule pas au hasard, mais se concentre sur un sujet donné qui ne dépend pas toujours de l'intérêt mutuel des deux parties » (Deslauriers, 1991 : 34).

Il faut admettre que dans cette étude, des faits sont choisis, des concepts sont définis, les individus rencontrés proviennent d'un choix raisonné et des résultats sont interprétés. Nos



observations ne commencent pas par une observation des faits, mais bien par une théorie qui organise nos observations. La théorie vient avant les faits, les sélectionne et les interprète, bref elle entame leur construction. Dans cette recherche, le travail de terrain et l'analyse des données se basent sur le cadre référentiel que composent le cadre conceptuel, le tableau d'indicateurs,<sup>36</sup> le schéma d'entretien, le contexte d'émergence des données, la méthode d'échantillonnage et la grille d'analyse. L'investigation s'appuie sur un raisonnement rationnel et c'est en fonction de ce dernier que la valeur d'usage du toit vert dans l'environnement choisi est façonnée. La connaissance mise à jour est celle qui convient momentanément.

Même s'il n'est pas nécessaire d'adopter une approche rigide face à un paradigme de recherche ou à une tradition épistémologique (Maxwell, 2005 : 37), il faut mentionner que notre recherche n'est pas de type constructiviste strict. Pires avance sur le sujet que d'être « constructiviste en sciences sociales, dépend de : a) du fait que le chercheur se désigne comme tel ; ou b) d'un certain nombre d'options théoriques plus strictes qui permettent d'identifier les travaux par eux-mêmes » (Poupart, & al., 1997 : 23). Notre méthodologie s'inspire donc du paradigme constructiviste sans être une recherche constructiviste stricte, ne répondant pas à l'ensemble des huit principes<sup>37</sup> de bases, mais se désignant comme telle.

### **Contexte d'émergence des données**

Dans cette recherche, les données empiriques sont territorialisées. La partie qui suit présente le profil sociodémographique du contexte d'émergence des données choisies, soit l'arrondissement du Plateau Mont-Royal de la Ville de Montréal. Certaines des caractéristiques de ce profil<sup>38</sup> justifient par ailleurs notre choix de délimiter le travail de terrain à ce secteur. La carte qui suit présente la trame urbaine de l'arrondissement et précise son positionnement au sein du grand Montréal.

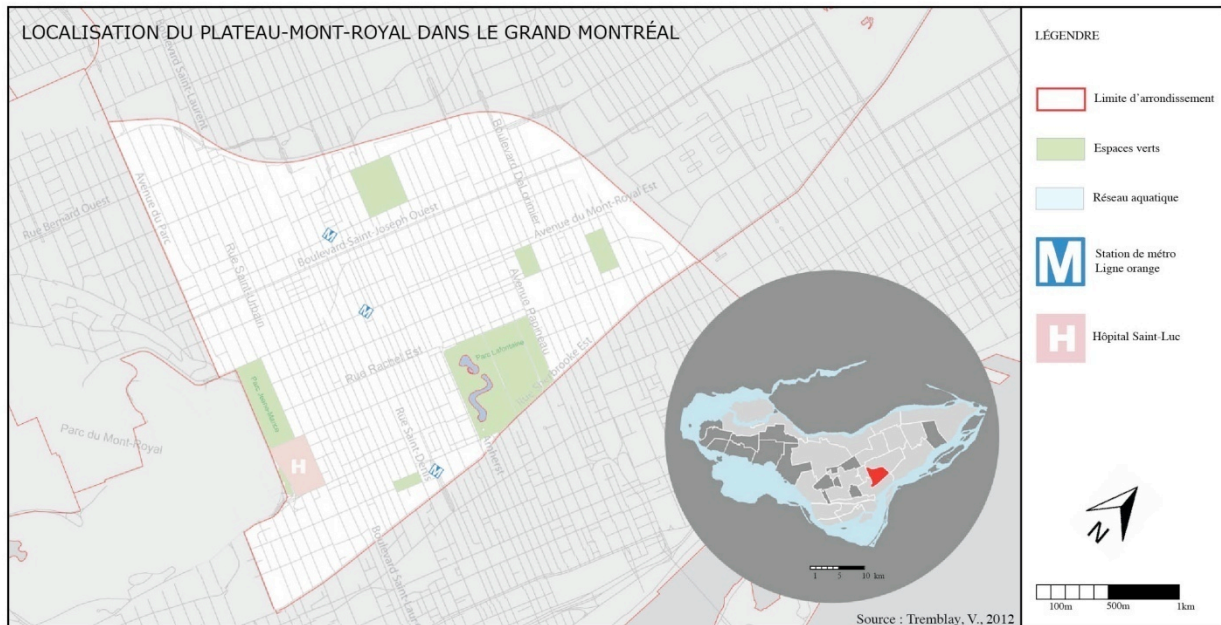
---

<sup>36</sup> Le tableau des indicateurs utilisés est présenté à la page 31 de ce travail.

<sup>37</sup> La présentation exhaustive des critères d'admissibilité d'une recherche « strictement » constructiviste est non nécessaire dans le cadre de ce travail. Pour en savoir davantage consultez Mucchielli, (2004 : 30-35), ces quelques pages constituent un guide à la fois détaillé et accessible.

<sup>38</sup> Les statistiques présentées dans les paragraphes subséquents sont soit tirées de l'INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2007), de STATISTIQUE Canada (2006) ou du profil sociodémographique de l'arrondissement du Plateau Mont-Royal (2009). Par souci d'allègement du texte, nous choisissons de ne pas insérer une référence après chaque phrase.

## Illustration 7 | Localisation du Plateau Mont-Royal dans le grand Montréal



Source : Tremblay.V. 2012

Localisé dans la partie « centrale » (tout juste au sud-est) de la Ville de Montréal, l'arrondissement occupe une superficie de territoire de 8,1 km<sup>2</sup>, soit l'avant-dernier rang pour la superficie de son territoire. Ancien quartier semi-populaire, le Plateau est aujourd'hui l'un des, sinon le, quartiers les plus en vogue et valorisés<sup>39</sup> de Montréal. C'est en 1900 que le Plateau prend son image actuelle (Benoit, & Gratton, 1991 : 159). Une croissance importante de construction porte la densité à un sommet encore inégalé. À perte de vue, des rangées d'habitations ouvrières égayées d'escaliers et de balcons de toutes sortes fourmillent dans la trame urbaine orthogonale qui organise principalement des rues secondaires entrecoupées d'artères principales telles que le Boulevard Saint-Joseph et l'Avenue Mont-Royal.

Aujourd'hui, on y dénombre 56 800 logements dont plus de la moitié bâtit avant 1946. Le type de logement le plus largement répandu dans l'arrondissement est l'immeuble appartement de moins de cinq étages (duplex, triplex, quadruplex). On en dénombre 42 600, ce qui représente 76,1 % de l'ensemble des logements. De fait, le Plateau compte le nombre le plus élevé de toitures plates à

<sup>39</sup> « Un quartier est valorisé lorsque les prix de l'immobilier augmentent, lorsqu'il y a une amélioration de l'esthétique, de l'ambiance ou de la facilité d'usage du tissu urbain, lorsque la population qui y réside ou le fréquente est plus aisée, lorsqu'il attire de nouveaux habitants, usagers ou investisseurs, enfin lorsque son image est positive » (Tiano, 2010).

Montréal. Cette forme d'habitat construite à l'origine pour son faible coût, suscite aujourd'hui beaucoup d'intérêt et est devenue l'un des principaux attraits du patrimoine bâti montréalais (Ville de Montréal, 2011). Ce regain de l'intérêt patrimonial du Plateau permet par ailleurs au secteur immobilier de connaître un essor sans précédent. Les gens se disputent les habitations et le prix des immeubles, toutes catégories confondues, enregistre une croissance moyenne de 32% entre 1997 et 2012.

D'ailleurs, dans la dernière évaluation du rôle foncier, c'est le Plateau Mont-Royal qui enregistre la plus importante hausse de valeur à Montréal (Croteau, 2010). Si les chiffres de la dernière évaluation municipale témoignent de la vitalité du marché immobilier dans le secteur, ils permettent par ailleurs de soupçonner un accès à la propriété de plus en plus difficile, en particulier pour les jeunes. La RBC note d'ailleurs un « début de problème d'inaccessibilité », à la suite de la hausse des prix constante des dernières années (Bergeron, 2011), raison pour laquelle le logement constitue un enjeu social important dans le secteur.

En outre, sur le Plateau, les logements offerts en location affichent des prix supérieurs à la moyenne de la ville. Le loyer brut mensuel d'un logement occupé par un locataire est de 709 \$ en moyenne. Par ailleurs, près de 80% des gens sont locataires, même si le nombre de propriétaires augmente de 28% au cours de la dernière décennie. Le taux de propriété reste toutefois inférieur à la moyenne observée à Montréal : un logement sur quatre est occupé par un propriétaire. Les propriétaires de l'arrondissement évaluaient la valeur moyenne de leur logement à 286 484 \$ en 2006.

Par ailleurs, le Plateau affiche une mixité fonctionnelle. Il abrite de nombreux commerces et lieux de divertissement. Il se caractérise aussi par une forte densité de services et d'équipements culturels ainsi que par une infrastructure commerciale diversifiée (Germain, & al., 2010).

L'activité économique est florissante sur le Plateau Mont-Royal. Excluant le quartier des affaires, il est le plus souvent choisi par les petits entrepreneurs. On y compte près de 5 000 établissements d'affaires dont la majorité dans les domaines du multimédia, de la culture et de l'alimentation. Les entreprises plus traditionnelles bordent quant à elles les voies ferrées à l'est et au nord. Aussi, le dynamisme économique du Plateau est favorable. Celui-ci compte 56 720 emplois en 2001 pour une population active résidente de 65 930, soit un ratio de 0.87 proche de l'équilibre (Shearmur,

& al., 2007).

En revanche, l'arrondissement est le théâtre d'un processus de *gentrification*<sup>40</sup> particulier qui fait que somme toute, il se compose d'habitants disposant de plus de capital culturel que de capital économique. En fait, la régénérescence du Plateau Mont-Royal est principalement due à l'arrivée de jeunes professionnels œuvrant dans des domaines comme la finance ou le service aux entreprises, ce pour quoi il s'agit surtout d'un processus dit de *yuppification* (Brown, & Willy, 2000). Il est intéressant de remarquer que ce type d'embourgeoisement soutient généralement le développement de mouvements émergents et innovateurs tels que la construction de nouvelles formes d'habitat (Barbonne, 2008 ; 427).

Côté démographique, le Plateau se classe au septième rang des dix-neuf arrondissements montréalais pour la taille de sa population, qui compte pour 6,2% de la population montréalaise. Il présente toutefois la plus forte densité de population parmi ceux-ci. Au moment des entretiens (janvier et février 2012), la population avoisine les 101 054 habitants. Aussi, sa réputation d'arrondissement branché s'explique, entre autres, par la jeunesse de sa population, dont près de la moitié se situe parmi les 20-39 ans, et par leur niveau de scolarisation plus élevé que la moyenne montréalaise.

Le Plateau est aussi un arrondissement essentiellement francophone, puisque 90 % de la population comprend le français, tandis que 8% utilise uniquement l'anglais et 2% une autre langue. La population immigrante se chiffre à 22 270 personnes en 2006, soit 23 % de la population totale de l'arrondissement. Même si la concentration de la population immigrante sur le Plateau Mont-Royal est inférieure à la moyenne de la ville, un peu plus d'une personne sur cinq est issue de l'immigration. Les trois principaux pays de naissance des immigrants sont la France, le Portugal et la République populaire de Chine. Chacun compte respectivement pour 21

---

<sup>40</sup> Ce terme est utilisé pour la première fois dans les années 1960 pour décrire la revitalisation du centre de Londres. Il vient du mot *gentry* signifiant «petite noblesse». La *gentrification* peut être simplement définie comme l'arrivée de gens à statut économique élevé dans des quartiers abandonnés au profit de la banlieue (Barbonne, 2008 ; 426). Cette arrivée se traduit également par une amélioration à l'environnement bâti. Au sens large, la *gentrification* désigne un retour à la ville. Plus précisément, Sénécal, & al. (1990) définissent la *gentrification* comme l'émergence progressive d'une nouvelle classe moyenne dans des vieux quartiers situés à proximité du Centre-Ville. Cette classe est souvent issue de la génération baby-boom, qui est plutôt instruite, a peu ou pas d'enfant et accorde de la valeur au patrimoine.

%, 9 % et 6 %.

Ainsi, considéré comme l'un des quartiers les plus attractifs en Amérique du Nord (Barbonne, 2008 ; 423), l'arrondissement du Plateau Mont-Royal apparaît, en théorie, être un territoire pertinent à l'observation de la valeur d'usage du toit vert à Montréal. Ce sont précisément les caractéristiques microcosmiques du Plateau qui le font paraître comme un terreau propice à l'insertion de toit vert. En effet, il se démarque par les caractéristiques (jeunes actifs au capital culturel et économique relativement important) et les préférences de ses habitants (mode de vie axé sur le travail et les loisirs, la centralité urbaine, la proximité, la vie de quartier) (Barbonne, 2008 ; 424), caractéristiques sociodémographiques qui, de surcroît, appartiennent au fragment de la société que cible notre recherche. Celle-ci s'attarde en effet à observer si l'accès à un aménagement vert de type toit vert privé peut arriver à freiner le départ des jeunes pour la banlieue en se substituant à l'utilité de la cour arrière.

De plus, en raison de sa mixité fonctionnelle et architecturale, le Plateau est un quartier dans lequel toutes les formes de toit vert peuvent être insérées, et en apparence plus aisément qu'ailleurs, en raison du profil de sa population et des particularités de son cadre bâti.

Notre choix de concentrer le travail de terrain dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal repose également sur le faible taux de chance de devoir recourir à la traduction lors des entretiens, de même que d'avoir à prendre en considération un important décalage culturel dans l'analyse des données.

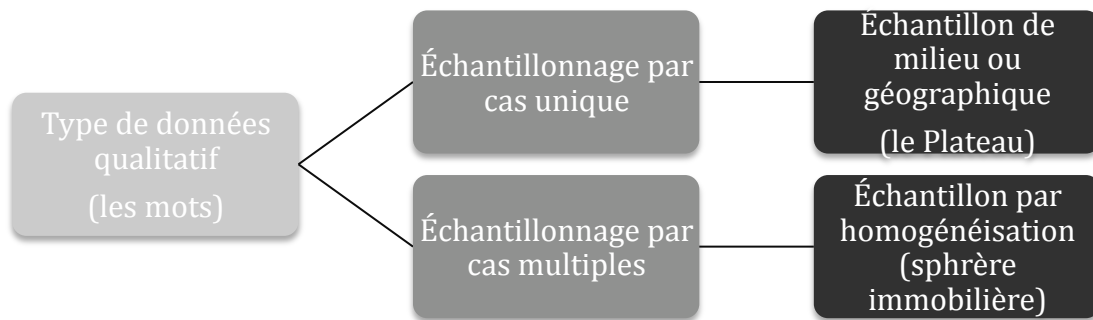
Bref, le profil socio-économique, le dynamisme économique et l'urbanité du Plateau Mont-Royal sont autant de caractéristiques qui laissent raisonnablement croire que les résidents du Plateau peuvent présenter des comportements ouverts envers l'insertion de toit vert privé dans leur quartier.

### **Méthodes d'échantillonnage**

« Dans le qualitatif, compte tenu de son indépendance vis-à-vis de la théorie statistique c'est le rapport entre l'objet et le corpus empirique qui compte » (Poupart, & al., 1997 : 116). Dans l'optique d'avoir accès à des données circonstanciées de la vie sociale, notre recherche ne repose pas sur un échantillonnage régulier, mais sur un corpus empirique non probabiliste. Précisément, dans

cette recherche, deux types d'échantillons sont utilisés : le premier par cas unique (échantillon de milieu professionnel et géographique), le second par cas multiples (échantillon par homogénéisation). L'illustration suivante illustre le type de données et les modalités d'échantillonnages utilisées.

### Illustration 8 | Type de données et modalités d'échantillonnages utilisées



Source : Tremblay.V. 2012<sup>41</sup>

#### L'échantillon par cas unique (de milieu ou géographique)

L'idée de choisir un « milieu », tel qu'une aire de la ville, comme univers de travail pour la constitution d'un corpus empirique, n'est pas nouvelle (Wirth, 1928 ; Whyte, 1943)<sup>42</sup>. Tel que mentionné, dans cette recherche, nous choisissons de délimiter nos observations avec les limites géographiques du Plateau Mont-Royal. Seulement, il s'agit là que d'un point de départ à nos observations, qui ne se limitent pas au Plateau, mais qui s'intéresse plus largement au milieu dense montréalais.

Généralement, « dans une étude de cas, on ne s'intéresse pas seulement aux spécificités du cas en question (bien qu'elles puissent être valorisées et importantes), mais à sa capacité de servir de voie d'accès à d'autres phénomènes ou à d'autres aspects de la réalité » (Poupart, & al., 1997 : 140). D'ailleurs, tel que le souligne Pires : « l'échantillon de milieu n'exige pas nécessairement que toutes les observations soient faites dans un seul lieu, mais tout simplement qu'elles soient traitées comme se rapportant globalement à un même lieu » (Poupart, & al., 1997 : 116). Il s'agit d'adopter une pensée par mouvement centrifuge : la compréhension du cas en tant que tel cède le

<sup>41</sup> À noter que nous nous sommes inspirés, pour l'élaboration de ce schéma, de la figure du même genre. présentée dans Poupart, & al., 1997 : 117.

<sup>42</sup> Wirth, (1928), *Le Ghetto* (1980), Grenoble, Presse universitaire de Grenoble & Whyte (1943), *Street Corner Society : The Social Structure of an Italian Slum*, Chicago, University of Chicago Press.

pas à une connaissance plus générale que le cas lui-même (Poupart, & al., 1997 : 116). Citons en guise d'exemple, l'étude de Goffman (1961), dans laquelle le chercheur concentre ses observations sur l'hôpital St.Elisabeth, à Washington, alors qu'il procède également à des observations dans d'autres hôpitaux, non pas dans l'objectif de les distinguer entre eux, mais de donner un portrait plus global d'un même type d'institution (*Idem.*).

En ce qui nous concerne, il arrive parfois en entretien que la conversation bifurque du Plateau vers d'autres milieux denses montréalais. Mais ces bifurcations ont un but : celui de donner une vision plus approfondie de la valeur d'usage du toit vert à Montréal. Non seulement les limites du Plateau sont-elles abstraites, aussi la valeur d'usage d'un aménagement se limite rarement à quelques rues. Bref, nous observons spécifiquement le cas du Plateau Mont-Royal, mais saisissons, tout comme Goffman, la possibilité empirique, par de rares moments d'élargissements de nos frontières, de découvrir davantage sur le cas typique qu'est la valeur d'usage du toit vert en milieu dense montréalais.

### **L'échantillon par cas multiple (par homogénéisation)**

Si en recherche qualitative et surtout en aménagement, il est pertinent de borner géographiquement ses observations, il est primordial de savoir cerner les individus qui peuvent fournir l'information nécessaire à l'élucidation des questions de recherche (Mile, & Huberman, 1991 : 17). Dans cette recherche, le but ultime est d'accéder aux systèmes de valeurs d'un groupe (les Montréalais vivant sur le Plateau Mont-Royal), à une époque précise (celle d'aujourd'hui). Nous pensons qu'un échantillonnage de type homogène de milieu permet de délimiter les informateurs capables de fournir les renseignements convoités.

Selon nous, les informateurs clés doivent faire partie d'un groupe relativement homogène, celui du microcosme immobilier du Plateau Mont-Royal et plus largement de Montréal. Choisir les informateurs en fonction du fait qu'ils fassent partie du même milieu organisé par le même ensemble de rapports sociostructurels n'est pas une idée nouvelle (Bertaux, 1980 : 205, dans Poupart, & al., 1997 : 159). Il s'agit d'une stratégie bien connue dans laquelle un contexte particulier et des personnes aux activités précises sont choisis délibérément afin de fournir des renseignements qui ne peuvent pas être obtenus aussi bien d'autres choix (Maxwell, 2005 : 88). Par exemple, Weiss a fait valoir que de nombreuses études qualitatives par entretien choisissent

d'utiliser des échantillons de milieu organisé, capables d'être rapidement instructifs, parce qu'ils comprennent des experts dans un domaine, qui sont les témoins privilégiés du phénomène observé (Miles, & Huberman, 1991 : 17).

Par ailleurs, notre stratégie de recherche implique que nous nous intéressions moins à ce que l'interlocuteur croit, mais plutôt à ce qu'il sait, ou pour être réaliste croit savoir, pour l'avoir observé. « C'est le principe de la diversification interne qui s'applique : il s'agit de prendre les informateurs les plus divers possible au sein d'un seul milieu organisé choisi, afin de maximiser l'étude intensive du groupe choisi » (Poupart, & al., 1997 : 159). Ainsi, dans notre échantillonnage, les variables générales (le sexe, l'âge, l'origine ethnique) comptent pour moins que les variables particulières au groupe et à la problématique (professions, territoire de travail, années d'expérience).

Notre choix d'opter pour un échantillon de milieu s'explique également par la nature de notre travail. Nous sommes à l'affût de l'opinion individuelle, mais avec d'importantes limites de temps et de budget. Il est donc préférable de limiter la tenue d'entretiens au minimum sans pour autant compromettre la richesse des données et la rencontre des objectifs. Il semble donc efficient de rencontrer des individus dont le discours éclaircit le pouls collectif relatif à l'objet d'étude. Il ne s'agit pas de mesurer la position d'un échantillon dit représentatif, mais de donner la parole au public par le récit d'individus qui à la fois représentent et sont membres de ce même public.

Dans la déduction du type d'expert susceptible de nous fournir les informations convoitées, certains champs professionnels s'imposent d'emblée. Notre corpus de discours doit comprendre des courtiers immobiliers, des évaluateurs municipaux et privés, des promoteurs et des compagnies constructrices de toits verts. Ce sont d'ailleurs souvent eux qui occupent la scène publique lorsqu'un phénomène immobilier doit être commenté ou un avis sur les toits verts, donné (Benessaïeh, 2010 ; Bergeron, mai 2010 ; Bergeron, novembre 2010).

## **Recrutement**

Une fois le corpus de participants potentiels établi vient le temps du recrutement. Ce travail est à la fois simple et compliqué. La procédure est efficace, mais le potentiel de participants, limité. Notons qu'aucun document spécial n'est utilisé et qu'aucun des participants n'est personnellement connu avant les entretiens. Au final, cinq professionnels (deux courtiers



immobiliers, un évaluateur privé, un promoteur immobilier et un évaluateur municipal) constituent l'éventail de personnes rencontrées.

C'est suite à la réception de l'approbation du certificat d'éthique que le recrutement débute, soit durant les mois de décembre 2011 et de janvier et février 2012. D'abord, une liste<sup>43</sup> des institutions, groupes, compagnies et bannières immobilières situées ou œuvrant dans le Plateau est élaborée. Une fois la liste complète vient le temps du premier contact. Le bureau d'évaluation de la Ville de Montréal, les bannières immobilières, les firmes d'évaluateurs privés et les groupes de constructions présents sur le Plateau, sont contactés. Puis, des appels téléphoniques sont faits avec l'objectif de se renseigner sur la personne ressource à contacter auprès des différents groupes et collectifs visés par la recherche. La plupart du temps, ces appels téléphoniques renseignent sur la personne la plus susceptible d'accepter de participer à la recherche.

Ensuite, des courriels sont envoyés aux personnes suggérées lors des appels téléphoniques. Les individus ayant répondu au courriel en signalant leur intérêt à participer à la recherche reçoivent un deuxième courriel leur expliquant de manière plus détaillée les objectifs de la recherche. C'est à ce moment que le formulaire de consentement avec explication leur est remis. Il s'écoule au minimum une semaine entre la réception du formulaire de consentement par les participants et la tenue de l'entretien. Il s'agit pour nous de s'assurer d'un consentement libre et éclairé de la part du participant et de l'application des normes éthiques exigées par l'Université. À la suite de la période de réflexion, si les participants sont toujours consentants, la rencontre a lieu au moment et dans un lieu choisi par le participant. Notons que tous les entretiens ont lieu dans l'espace de travail des participants.

### **Saturation**

Dans le type de recherche que nous menons, la question « combien de participants faut-il interviewer pour parler d'une vue d'ensemble de la valeur d'usage du toit vert sur le Plateau Mont-Royal ? » est futile. Nous cherchons à comprendre la particularité des propriétés et des processus d'un système de valorisation dans un contexte précis, et ce qui peut en être dégagé. Ce n'est pas un nombre précis d'interviewés qui permet d'atteindre cet objectif, mais la saturation

---

<sup>43</sup> La liste des contacts utilisée se retrouve en appendice A de ce travail.

théorique, « C'est-à-dire [jusqu'à ce] que l'ajout de nouvelles données par la poursuite de nouvelles entrevues n'ajoute plus à la compréhension du phénomène » (Savoie-Zajc, 2004 : 105).

Précisément, le principe de saturation des données adopté est celui de la diversification interne ou intragroupe (Poupart, & al., 1997 : 155). Disons, de manière simplifiée, que nous voulons donner un portrait global, mais seulement à l'intérieur d'un groupe homogène d'individus, celui des professionnels issus de la sphère immobilière du Plateau. L'intérêt est de comparer des données entre elles, mais surtout de décrire le phénomène ciblé, en fonction de la vision d'un groupe en particulier. Il s'agit donc de tenir des entretiens jusqu'à ce que de nouvelles données n'ajoutent plus rien au portrait global du phénomène observé. Nous choisissons tout de même de suivre les suggestions de Pires voulant qu'il soit bon, dans un tel cas, de débiter par obtenir une ou deux entrevues par sous-catégorie d'informateur (Poupart, & al., 1997 : 154).

### **L'entretien**

Les informations fournies par les participants sont recueillies des entretiens par l'observation. Comme le souligne Wolcott (1992) il s'agit précisément, lors d'un entretien, « d'observer, de questionner et d'examiner » l'objet d'étude. Pour ce faire, un guide d'entrevue doit être élaboré et une structure d'entretien tenue. Notre guide d'entretien<sup>44</sup> est construit en fonction d'explorer stratégiquement la valeur d'usage du toit vert, de la cour arrière et du balcon-terrasse dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal. Pour ce faire, il se compose de questions ouvertes concernant l'utilité et la valeur de chacun des aménagements, cette valeur et utilité exprimées par le discours argumentaire immobilier relatif à chacun. Au final, le schéma d'entretien comprend précisément neuf questions et quinze sous-questions de départ, celles-ci divisées en trois parties. Aussi, tout comme celle du schéma, la structure des entrevues est planifiée à l'avance. Nos entretiens se subdivisent en quatre phases : le début, le corps, la fin et l'après. Chacune de ces phases nous permet d'atteindre des objectifs différents.

Le début de l'entretien sert à établir le contact et à s'assurer du confort du participant. Les objectifs poursuivis par la recherche, la durée prévue de l'entretien et les thèmes à aborder sont rappelés au répondant d'emblée, ainsi que le fait qu'il soit interviewé en tant qu'expert et que s'il

---

<sup>44</sup> Le guide d'entretien utilisé se trouve en appendice B de ce travail.

accepte, l'entretien sera enregistré. C'est également avant l'entretien que le formulaire de consentement est signé de la main des deux parties.

Comme le suggère Patton (1980 : 210-211, dans Deslauriers, 1991 : 37), l'entrevue commence par des questions portant sur l'expérience et les activités présentes du répondant. Ce genre de question permet de « briser la glace », ne prêtant pas à controverse et pouvant se traduire par de simple description (*Idem.*). Ainsi, les questions de la première partie du guide précisent la relation du répondant avec l'objet d'étude, sa profession, son niveau de connaissance et d'aisance par rapport aux différents aménagements observés et à son environnement de travail.

C'est seulement ensuite, une fois le contexte d'entretien établi, qu'il est suggéré de passer aux opinions et interprétations (Deslauriers, 1991 : 37). Ainsi, la deuxième partie de questions porte sur divers aspects relatifs aux aménagements observés et notés dans la pratique quotidienne des répondants (l'offre et la demande, le public cible, la valeur immobilière et marchande des aménagements, etc.). Ces questions servent surtout à examiner les qualités (pas demandé, n'est presque pas présent, se fait de plus en plus rare, vaut de plus en plus cher pour telle ou telle raison, etc.) relatives à chacun des aménagements observés. Cette partie qu'est le corps de l'entretien sert à obtenir l'information nécessaire à la construction des données. Ainsi, le déroulement de l'entretien se tient, autant que faire se peut, au schéma élaboré. Les questions sont posées en respectant le rythme du répondant et les réponses, attentivement écoutées. Si le répondant semble ne pas bien comprendre le sens d'une question, la question est répétée, soit de la même manière ou sous une formulation différente, afin de s'assurer de la compréhension du participant. Il arrive également que des questions supplémentaires soient posées afin d'obtenir plus de précisions sur une remarque intéressante ou pour s'assurer de notre bonne compréhension des propos tenus.

La dernière phase de questions porte sur l'opinion du professionnel eu égard à nos questions de recherche. Elle porte spécifiquement sur les perspectives d'avenir et les stratégies de développement relatives aux trois aménagements observés et aux liens qui peuvent exister entre elles.

La fin de l'entretien s'amorce au moment où nous pensons avoir atteint les objectifs en termes d'informations recherchées, c'est-à-dire lorsque nous pensons avoir abordé l'ensemble des

thèmes nécessaires. Les entretiens durent entre 40 et 90 minutes. Les entrevues d'une heure maximum sont préférables, elles assurent une plus grande concentration des participants tout en diminuant le risque de débordement. Pour cette raison, nous tentons d'aviser le participant, au moment opportun, de la fin de l'entretien, en demandant la plupart du temps au répondant s'il désire ajouter quelque chose, car les points souhaités viennent d'être abordés. Toutefois, le schéma d'entretien comprend des questions ouvertes; ainsi, il peut arriver qu'il soit inconfortable de mettre fin à la rencontre au moment souhaité.

Après l'entretien, le participant est remercié et la suite du processus de recherche lui est expliquée. C'est à ce moment que certains répondants signalent leur intérêt à recevoir les résultats de recherche à venir, résultats qui leur sont transmis par courrier électronique une fois la recherche complétée.

À noter que notre objet d'étude principal, le toit vert, est encore peu connu dans le contexte qui nous intéresse. Celui-ci peut prendre plusieurs formes et il peut être complexe de deviner de quelle forme parle précisément le répondant lorsqu'il aborde l'aménagement. Ainsi, en réponse à une suggestion faite par nos directeurs de recherche pour faciliter le travail de construction des données, l'idée d'apporter en entretien des images pouvant servir de référence aux propos tenus est retenue. Les photos utilisées en entretien aident considérablement la communication avec le répondant. De plus, comme à chaque image est assigné un numéro, lors de l'analyse, il suffit d'associer l'image au numéro mentionné par le répondant pour s'assurer de l'image référentielle qu'a en tête l'informateur. Les appréciations subjectives deviennent alors plus faciles à se représenter. L'illustration suivante présente les images utilisées en entretien et les numéros qui leur sont attribués.

### **Illustration 9 | Images utilisées en entretien**



**Sources : photo 1 : [toiturenature.com](http://toiturenature.com) ; photo 2 : [floraurbana.blogspot.com](http://floraurbana.blogspot.com) ;  
photo 3 : [paysage.umontreal.ca](http://paysage.umontreal.ca) ; photo 4 : [jonathanboucherarchitecte.com](http://jonathanboucherarchitecte.com).**

L'illustration suivante résume les balises d'entretien utilisées.

### Illustration 10 | Résumé des balises d'entretien

Partie de l'entretien	Description et thèmes abordés
Avant l'entretien	<p>Cette partie sert à établir le contact et à s'assurer du confort du participant.</p> <p><i>Principaux thèmes</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Objectifs poursuivis par la recherche;</li><li>2. Durée prévue de l'entretien;</li><li>3. Thèmes à aborder, explications et précisions sur la recherche;</li><li>4. Enregistrement de l'entretien;</li><li>5. Formulaire de consentement.</li></ol>
Première partie	<p>Cette partie permet de « briser la glace ». Aussi, de préciser la relation du répondant avec l'objet d'étude, sa profession, son niveau de connaissance et d'aisance par rapport aux différents aménagements observés et à son environnement de travail.</p> <p><i>Principaux thèmes</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Nombre d'années de pratique;</li><li>2. Territoire géographique de pratique professionnelle et fréquence du Plateau dans celle-ci;</li><li>3. Connaissance et expérience relatives aux toits verts.</li></ol>
Deuxième partie	<p>Cette partie sert surtout à examiner les qualités de la valeur d'usage (pas demandé, n'est presque pas présent, se fait de plus en plus rare, vaut de plus en plus cher pour telle ou telle raison, etc.) relatives à chacun des aménagements observés.</p> <p><i>Principaux thèmes</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Faits, observations, impressions et variations dans l'offre et la demande;</li><li>2. Types d'acheteurs ou de ménages;</li><li>3. Rentabilité;</li><li>4. Ouverture et point de vue des banques;</li><li>5. Plus-value et dévalorisation.</li></ol>
Troisième partie	<p>Cette partie sert à observer l'opinion du professionnel eu égard à nos questions de recherche et aux perspectives d'avenir et stratégies de développement relatives aux trois aménagements observés.</p> <p><i>Principaux thèmes</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Valeur et utilité;</li><li>2. Lien ou absence de lien dans la valeur et l'utilité des aménagements;</li><li>3. Perspective d'avenir;</li><li>4. Stratégie d'implantation.</li></ol>
Fin de l'entretien	<p>La fin de l'entretien s'amorce au moment où nous pensons avoir atteint les objectifs en termes d'informations recherchées.</p> <p><i>Principaux thèmes</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Remerciement et explication concernant la suite du processus de recherche;</li><li>2. Offre d'envoi des résultats de recherche.</li></ol>

Source : Tremblay.V. 2012

Une fois l'espace d'entretien quitté, « il faut aussi faire une pause et se rappeler que ce qui valait la peine d'être interrogé vaut aussi la peine d'être noté » (Deslauriers, 1991 : 68), raison pour laquelle, rapidement après l'entretien, nous résumons, à l'écrit, la rencontre. Le résumé comprend les propos du participant, les points saillants de la rencontre et nos impressions. Ces informations facilitent considérablement la transcription des données et l'analyse ultérieure.

Par ailleurs, dans le but d'aider l'analyse et d'amorcer un raisonnement clair eu égard aux données construites, certains suggèrent de prendre des notes de terrains (Deslauriers, 1991 : 68) et d'élaborer dès le début de la construction des données, une fiche d'entretien (Miles, & Huberman, 1991 : 88-91). Dans cette recherche, des notes sont prises durant les entretiens. Nous utilisons aussi le système de fiche dans le but de simplifier notre pensée. La fiche de synthèse d'entretiens utilisée se réfère essentiellement au modèle élaboré par Miles & Huberman (1991 : 88). Celle-ci se compose de petites phrases ou de fragments de phrases. Il s'agit surtout de minis résumés des réponses des participants à chacune des questions du schéma d'entretien. L'important est d'avoir une idée claire de ce que nous avons besoin de savoir rapidement au sujet des réponses qui nous permettent le mieux de cerner l'essence des informations construites (Miles, & Huberman, 1991 : 88).

Le remplissage de la fiche se fait au fur et à mesure de l'élaboration d'un verbatim d'entretien. En élaborant la fiche en parallèle de la transcription verbatim, toute l'information tapée est automatiquement segmentée par question et par principaux thèmes. Attendre qu'un entretien soit intégralement codé pour remplir la fiche provoquerait sans doute un trop long délai. De plus, « le processus de codage génère tant d'intuitions ou d'arrière-pensées que le résumé du contenu originel risque d'être faussé ou incomplet » (Miles, & Huberman, 1991 : 89).

L'élaboration d'une fiche d'entretien aide, par ailleurs, à plusieurs égards. Il s'agit à la fois d'un outil d'analyse et d'un outil de planification d'entretien (Miles, & Huberman, 1991 : 89). Les erreurs faites de notre part sont relevées et si des réponses manquent ou sont incomplètes, il suffit de s'ajuster à partir de la rencontre suivante.

Par ailleurs, l'ensemble des entretiens est conduit en français, qui, soit dit en passant, se trouve être une langue parfaitement maîtrisée par l'ensemble des participants. Toutes les entrevues sont enregistrées. Bien des raisons justifient notre choix d'avoir recours à un magnétophone.

D'abord, enregistrer l'entretien :

« Présente de précieux avantages comme celui de conserver l'entrevue telle qu'elle s'est déroulée, de fournir l'occasion de revenir sur les propos autant de fois que nécessaire, de bien comprendre tout ce qui s'est dit, de saisir des signaux non verbaux tels que les pauses ou le changement de ton de voix. Le chercheur n'a pas à se casser la tête pour retenir les détails et peut se concentrer sur ce que dit son interlocuteur. Par la suite, le matériel recueilli sera toujours disponible pour l'analyse » (Deslauriers, 1991 : 68).

Néanmoins, certains tel que Lincoln & Guba (1985) prescrivent l'usage d'enregistrement pour plusieurs raisons, dont les problèmes techniques et la baisse de spontanéité pouvant survenir en court d'entretien, due au malaise que peut générer l'enregistrement des propos chez un informateur.

En ce qui concerne les problèmes techniques, pour les éviter, nous suivons avant, pendant et après chaque entretien la liste de stratégies suggérées par Patton (1989) (dans Poland, 1999 : 26). Elle nous permet de s'assurer d'une bonne qualité d'enregistrement.

En revanche, il faut admettre qu'il est difficile de surpasser le manque de spontanéité si le sentiment de la part du répondant se manifeste. En ce qui nous concerne, un seul répondant semble retissant au fait que l'entretien soit enregistré. Nous n'avons pas à présumer de ce sentiment, car c'est le répondant lui-même qui signale ne pas être 100% à l'aise avec ce fait. Néanmoins, ce participant accepte, étant donnée la convenance de la confidentialité des participants, et répond à l'ensemble des questions de manière ouverte.

D'autres chercheurs s'inquiètent encore que le contexte de l'interview ne soit pas enregistré (Fontana, & Frey, 1994, dans Poland, 1999 : 14). Il est surtout question de regards, de postures, de longs silences, du type d'habillement ou de tous autres facteurs non verbaux pouvant affecter le «*ton*» de l'entretien (*Idem.*). Par chance, la plupart de ces éléments sont relativement sans importance dans le type de recherche que nous menons. Nous admettons que « la linguistique et les disciplines qui s'y rattachent nécessitent une transcription serrée où tout est noté

minutieusement, tel que prononcé, avec les erreurs et les hésitations » (Deslauriers, 1991 : 68). Également, en psychologie, il est essentiel de saisir le sentiment intérieur des individus. Celui-ci pouvant être perçu dans le non-verbal, il devient essentiel d'en garder trace pour l'analyse. Mais en ce qui concerne notre type de recherche, il en va tout autrement, l'importance est moins dans la prononciation ou la posture que dans les informations données. Informations qui plus est, sont analysées dans leur forme littérale et en fonction de leur sens commun.

Néanmoins, les éléments non verbaux qui, à notre avis, revêtent un caractère important sont pris en considération lors de la transcription du verbatim. Notamment, les longues pauses des participants avant de répondre aux questions, tout comme les interruptions survenues en cour d'entretien. Toutes deux pouvant instruire sur le niveau d'aisance avec le sujet observé et influencer la concentration du participant.

Bref, en ce qui nous concerne et pour la tenue des entretiens, l'usage du magnétophone présente bon nombre d'avantages, contre un unique inconvénient. Aussi, la structure et les questions d'entretien constituent autant de jalons pour orienter l'entrevue, mais chaque entrevue est exemplaire et il arrive, en fonction des différentes personnes interrogées, que nous allions au-delà des questions du schéma. Notons que dans cette recherche, des individus issus de champs professionnels distincts sont rencontrés (courtier immobilier, évaluateur municipal, évaluateur agréé, promoteur, constructeur de toit vert), la phraséologie est donc adaptée, au fur et à mesure, au « *langage* » des répondants, comme le conseil Deslauriers (1991 : 36). Aussi, les questions varient parfois d'une rencontre à une autre en fonction des réponses des répondants et dans le but de préciser l'information donnée.

### **Verbatim (traitement informatique des données)**

Les mots recueillis lors des entretiens constituent notre support de base. Mais pour en retirer des données, les mots doivent être travaillés et les procédures utilisées clairement expliquées. La méthode retenue est celle de la retranscription des données de type verbatim, c'est-à-dire la retranscription écrite des enregistrements de manière intégrale. Notre méthodologie est assistée par ordinateur. Précisément, deux logiciels sont utilisés, le premier sert essentiellement à retranscrire les données, le second à les analyser et à les schématiser.

Dans un premier temps, la mise en forme des notes de terrain à l'état brut, la transcription des



verbatim et la correction de l'une ou l'autre de ces tâches est réalisée en utilisant le logiciel Word. Le recours à ce logiciel s'avère un choix judicieux principalement parce qu'il s'agit d'un logiciel simple et bien maîtrisé de notre part. Tout en évitant la perte de temps que peut nécessiter l'apprentissage d'un nouveau logiciel, notre attention est entièrement dirigée vers le travail rigoureux que nécessite la transcription de verbatim.

La transcription de verbatim est en effet laborieuse, longue et prend beaucoup d'énergie (Deslauriers, 1991 : 68). Aussi, notre analyse reposant pour l'essentiel sur ce travail, les erreurs de transcription doivent être le plus possible évitées. Poland (1999) donne une bonne description des types d'erreurs le plus souvent commises et des méthodes à adopter pour les éviter. Selon lui, lors de la transcription d'un verbatim, bien des éléments peuvent nuire au respect des propos retranscrits (Poland, 1999 : 16). Il y a notamment la non-familiarisation du transcripateur avec les termes et l'énergie de l'entretien. Pour éviter, ce décalage entre le monde empirique et théorique, dans cette recherche, c'est la personne qui tient l'ensemble des entretiens qui réalise également l'ensemble des verbatim.

Bien qu'il s'agisse d'un bon point de départ, cette technique n'est pas suffisante en soi et d'autres points doivent être respectés (Poland, 1999 :15). Notamment, pour éviter l'oubli d'informations, les verbatim sont réalisés le plus rapidement possible après la tenue de l'entretien. Par contre, dans l'optique d'éviter les erreurs potentielles que peut produire la fatigue du transcripateur, un maximum de cinq heures consécutives de verbatim est effectué.

De plus, au lendemain d'un verbatim d'entretien terminé, la retranscription est lue en simultané de l'écoute de l'entretien de façon à s'assurer que la lecture soit conforme et sans erreur par rapport au contenu audio. La réécoute des entretiens présente d'autres avantages. Elle permet de noter nos erreurs dans la tenue des entretiens dans le but d'y remédier. Il est aussi établi que d'écouter les bandes facilite le travail d'analyse (Deslauriers, 1991 : 68). En écoutant les bandes, de nouvelles questions se posent et au fil des enregistrements, les énigmes s'éclaircissent.

Par ailleurs, nous transcrivons intégralement les enregistrements dans le but de conserver l'intégrité et la verveur des observations (Deslauriers, 1991 : 69). Mais, comme suggéré par plusieurs, nous nous permettons quelques modifications dans le texte de manière à nous assurer de l'homogénéité du contenu des entretiens et à rendre le texte intelligible et prêt à l'analyse

(Poland, 1999 : 16). Notamment, tout en tentant continuellement de respecter la pensée de l'interlocuteur, dans la transcription, nous faisons l'ajout de ponctuation pour faciliter la lecture, précisons la pensée du répondant lorsque nécessaire et essayons de s'en tenir à la logique (écrite) d'une idée par paragraphe et des sous-paragraphes si l'idée se développe en plusieurs points (Deslauriers, 1991 : 69).

De plus, des symboles sont insérés dans le texte pour signaler un événement important non verbal, survenu en cours d'entretien. Par exemple, l'ajout du signe (=) signifie qu'un interlocuteur a en quelque sorte coupé la parole à un autre. Tandis que deux mêmes mots placés côte à côte entre parenthèses ((Mot)(Mot)) signifient que les participants ont répondu la même chose en même temps. Encore, le mot « rire » entre parenthèses ((rire)) signifie évidemment un éclat de rire survenu en cour d'entretien. Bref, la liste de symboles et précisions utilisés se base sur celle établie par Poland (1999 : 23-24).

Suite à la transcription dans Word et l'insertion des symboles et précisions dans le texte, l'analyse peut débuter. Pour faire interagir des données entre elles et créer des schémas explicatifs, Word ne s'avère plus très utile. Ainsi, en deuxième lieu, les données sont traitées à l'aide du logiciel Atlas Ti.

Le principal avantage d'Atlas Ti est ses innombrables formes de traitement de données. Notamment, une fois les textes importés dans la bibliothèque du logiciel et codés, il est possible de leur référer par thème. Il suffit de sélectionner les unités recensées qui abordent un même thème et d'observer les réponses obtenues. Une fonction simple du logiciel permet ensuite d'illustrer la nature du lien observé. Les idées maîtresses pour chacun des thèmes sont dégagées et les ressemblances comme les discordances sémantiques se voient alors éclairées, puis illustrées. Par exemple, un filtre peut être imposé aux données pour accéder seulement aux données abordant l'aspect de la demande relative au toit vert et à la cour arrière afin d'observer la nature du lien qui les unit. Ainsi, Atlas Ti sert surtout à éditer des relations (symétrie, asymétrie, transitive, etc.) entre les concepts et à faciliter la compréhension des relations par leurs représentations schématiques. Les constats dégagés sont validés en ayant recours aux directeurs de recherche.

## **Illustration de l'élaboration des thèmes et du système de codage**

La méthode de manipulation des données retenue dans ce travail en est une éprouvée, qui porte le nom d'analyse par codes thématiques (Mile, & Huberman, 1991 : 117 ; Mucchielli, 2004 : 283). Dans cette recherche, le recours à cette méthode vise à repérer les unités sémantiques qui constituent l'univers discursif de l'énoncé de la problématique (Negura, 2006). Précisément, notre analyse se base sur un examen sémantique des réponses obtenues en entretien, et ce, en fonction de certains thèmes<sup>45</sup> préalablement définis. Autrement dit, il s'agit de repérer les informations données concernant les indicateurs d'analyse définis par cette recherche et d'ensuite trier le contenu de l'information donnée sur chaque sujet selon certaines ressemblances, de rassembler ces éléments dans des classes conceptuelles, d'étudier les relations existantes entre ces éléments et d'ultimement donner une description de l'objet d'étude (Mucchielli, 2006). Ainsi, dans cette recherche il n'est pas question de quantifier le nombre de fois qu'un des thèmes est abordé, mais plutôt de s'assurer de rendre compte, le plus convenablement possible, des propos tenus sur chaque thème. Sans pour autant prétendre à la vérité objective, il s'agit de comprendre les explications relatives à chacun des thèmes et de les mettre en relation. L'analyse thématique utilisée est donc de type « *qualitatif sémantique* ». Les raisonnements et exemples qui suivent sont représentatifs de la manipulation des données effectuée. De fait, ils justifient la présentation des résultats.

La méthode utilisée demande de procéder en deux étapes. D'abord, les mots sont divisés en unité de sens, ensuite, ils sont analysés et l'information est synthétisée pour faire ressortir des explications concernant les questions qui nous intéressent (Deslauriers, 1991 : 82 ; Negura, 2006). Précisément, les données écrites sont décortiquées en fonction de diverses catégories thématiques<sup>46</sup> qui sont en fait des ensembles opérationnels de codes clairs décrivant les phénomènes explicatifs de nos interrogations (Mile, & Huberman, 1991 : 96). Dans la première étape, peu importe la profondeur explicative d'une unité de sens, l'important est de codifier et de

---

<sup>45</sup> Le mot thème opposé à rhème signifie pour les linguistes ce dont on parle ou ce « à propos de » quoi est énoncé la phrase ou le discours. Si je dis: « Le chien courait vers son maître », « le chien » est le thème et « courait vers son maître », le rhème, c'est-à-dire que « le chien » est l'objet à propos duquel on affirme quelque chose et « courait vers son maître », ce qu'on dit à propos de l'objet, le commentaire si l'on veut (Émond, 1987 : 89).

<sup>46</sup> L'expression « codes thématiques » est utilisée ici pour désigner « des codes explicatifs ou inférentiels, qui indiquent un thème, un pattern ou une explication suggérés à l'analyste par le contexte de la recherche » (Mile, & Huberman, 1991: 117).

catégoriser l'information (Negura, 2006). C'est seulement une fois les mots regroupés par catégories que, dans un deuxième temps, l'analyse thématique doit permettre de dégager des éléments explicatifs.

Pour ce faire, des thèmes doivent être préalablement élaborés. Mais qu'est-ce qu'un thème et comment l'élaborer ? « Les thèmes sont des principes concrets d'organisation autour desquels aurait tendance à se constituer et à se déployer un monde...Le thème nous apparaît comme l'élément transitif qui nous permet de parcourir en divers sens toute l'étendue interne d'un sujet » (Émond, 1987 : 90). Les objectifs et questions de recherche font que ceux-ci ne sont pas difficiles à élaborer. Dans notre étude, les thèmes principaux sont le toit vert, la cour arrière et le balcon-terrace.

Une fois les thèmes établis, il faut parvenir à retirer des mots, une signification, ce pour quoi un système de codages doit être élaboré. Un code est en fin de compte un énoncé possédant un sens complet en lui-même et qui sert à toute la classification ou codification ultérieure (l'Écuyer, 1987 : 55, dans Deslauriers, 1991 : 70). Deslauriers (1991 : 71) explique comme suit la procédure de codage :

« Un code n'est pas donné comme tel, mais construit. Il représente un point d'équilibre entre le concret et l'abstrait. Trop général, il englobe tout, ce qui n'aide pas le chercheur à discriminer les informations ; trop concret, il s'égaré dans le dédale des détails...La qualité d'un bon codage est de regrouper de façon discriminante le plus de données possible...C'est la raison pour laquelle on dit que le codage est un début d'analyse : lorsque le chercheur découpe les éléments d'information, il commence déjà à élaborer des idées » (Deslauriers, 1991 : 71).

Dans le processus d'élaboration des codes, nous choisissons d'emblée une grille de codage plutôt alphabétique, car nous pensons, comme le suggère Geertz (1973), que bien que plus difficiles à manier que les chiffres, les mots permettent une « description » plus dense et « parlent » davantage. Pour cause, il semble « qu'en se concentrant uniquement sur des chiffres, notre attention passe de la substance à l'arithmétique, et par conséquent rejette tout le concept de qualitatif ; dans ce cas, il aurait mieux fallu commencer directement par des chiffres et économiser ainsi un temps considérable » (Miles, & Huberman, 1991 : 96).

Par ailleurs, notre méthode de création de codes emprunte à celles présentées par Miles & Huberman (1991 : 102) et Deslauriers (1991 : 73). La méthode élaborée consiste d'abord à établir

une liste de départ de codes alphabétiques qui répondent à nos besoins, ce à l'aide du cadre conceptuel et des zones problématiques et variables clés introduites dans l'étude. Nous choisissons également d'établir nos catégories de codages préalables en nous basant sur le plan suggéré par Bogagdan & Birklen (1982). Trois des dix catégories de codages suggérées par leur plan sont retenues. Nous n'avons pas à utiliser l'ensemble de leurs propositions de codage, car il est entendu que « toute étude particulière pourra se centrer sur une partie seulement de ces catégories » (Miles, & Huberman, 1991 : 103). Notons que nous ne sommes pas attachés aux catégories de codes anticipés. D'ailleurs, alors que les principaux codes et sous-codes sont préétablis, les sous-codes émergent plutôt en cours d'analyse des données. Ceux-ci sont plus enracinés empiriquement et satisfont précisément la rencontre de nos objectifs de recherche. Par ailleurs, en raison du mode d'apparition des données empiriques, ce ne sont pas tous les codes qui ont des catégories de sous-codes et de sous-sous-codes.

Ceci prit en considération, nous arrivons à 18 codes principaux, 71 sous-codes et 30 sous-sous-codes. Notons que chacun des codes doit être annexé à chacun des trois types d'aménagements observés.<sup>47</sup> Voici un exemple de catégorie de codage :

Principaux-codes	Thème principal	Sous-codes	Sous-sous-codes	Abréviation utilisée
Ménage type	Toit vert			MET-TV
Ménage type	Cour arrière			MET-CA
Ménage type	Balcon-terrasse			MET-BT
		Age		-AGE
		Avec enfant		-AEF
		Conviction		-COV
			Écologique	-ÉCO
			Environnementale	-ENV
			Familiale	-FAM
		Famille		-FAM
		Profession		-PRO
			Revenus	-RVU
		Sans enfant		-SEF

<sup>47</sup> La liste des codes utilisés est placée en appendice D de ce travail.

Aussi, voici les trois catégories de codages empruntées à la méthode de Bogagdan & Birklen.

1.		
Manières de percevoir l'objet Toit vert		MPO-TV
Manières de percevoir l'objet Cour arrière		MPO-CA
Manières de percevoir l'objet Balcon-terrasse		MPO-BT
2.		
Perspectives d'avenir Toit vert		PER-TV
Perspectives d'avenir Cour arrière		PER-CA
Perspectives d'avenir Balcon-terrasse		PER-BT
3.		
Stratégies (façon d'accomplir les choses) Toit vert		STR-TV
Stratégies (façon d'accomplir les choses) Cour arrière		STR-CA
Stratégies (façon d'accomplir les choses) Balcon Terrasse		STR-BT

Notons qu'avant l'analyse des données, un échantillon aléatoire de deux transcriptions est utilisé pour vérifier l'efficacité des catégories. Les codes d'analyse sont ensuite appliqués à toutes les transcriptions.

Par ailleurs, l'exercice de codage ne demande pas seulement d'insérer dans le texte des références descriptives. Selon la littérature, pour être efficace, le codage doit également comprendre une référence de manière à pouvoir, au besoin, relire et situer un extrait dans son contexte (Deslauriers, 1991 : 75). Il faut donc s'assurer que le code comprenne une référence de personne, de question et de page. Aussi, nous choisissons, dans le but d'alléger le texte, d'attribuer une couleur à chacune des entrevues. Cette couleur nous permet d'identifier facilement l'informateur relatif aux extraits présentés, même une fois l'ensemble des segments regroupés par thèmes. Dans un deuxième temps, des chiffres sont ajoutés aux codes pour servir de référence de question et de page. Le codage final est donc de type « *alphanumérique-chromatique* ». L'exemple qui suit constitue une illustration de la méthode de codage utilisée :

A la question 9, nous demandons à l'informateur X ce qu'il pense de l'avenir du toit vert, ce à quoi il répond :

Je pense que ça va prendre de l'ampleur (PER-TV-APR/9.15). Je suis persuadé que les gens vont s'orienter vers ça (PER-TV-APR/9.15). Surtout si l'on peut au niveau économique et énergétique trouver une équation satisfaisante (STR-TV-ÉCB/9.15). Trouver une valeur économique et écologique. Les deux ça, ça serait *win-win* (STR-TV-ÉCB/9.15).

Dans cet extrait, la présence du code PER-TV-APR signifie que l'informateur aborde les *Perspectives d'avenir du Toit vert* en adoptant un point de vue prospère concernant l'aménagement. La présence de STR-TV-ÉBC signifie que l'informateur aborde les *Stratégies d'implantation de Toit vert* en pointant vers l'éclaircissement des bénéfices. Aussi, dans ce passage, la présence de la couleur rouge signifie que le segment provient de l'entretien CI-2 (c'est-à-dire le deuxième courtier immobilier rencontré), qu'il est question de la réponse à la question 9 du guide d'entretien et que ce passage se retrouve à la page 15 du verbatim concerné.

### **Choix de catégorie de codage**

« Le codage qualitatif est un travail simultané de création, d'interprétation et d'induction » (Deslauriers, 1991 : 70). Il s'agit d'une tâche qui requière le repérage des idées significatives et leur catégorisation (Negura, 2006). Dans cette recherche, la modalité de repérage et de catégorisation des données est simple et pratique. Il suffit en général de classer ce qui se présente sous les yeux. Il ne s'agit pas d'une recherche où le sens donné aux mots est sous-entendu et doit être induit par l'analyste. Les questions sont généralement posées de manière à ce que la réponse soit directement codifiable. Nos questions de recherche sont d'ailleurs explicitement posées aux informateurs, ce qui simplifie grandement notre analyse et diminue considérablement les risques d'erreurs d'interprétations. Prenons l'exemple de la question 3 du schéma d'entretien :

Q.3 Comment qualifieriez-vous l'offre et la demande de toits verts à Montréal et sur le Plateau ? En quoi se comparent-elles à celles des cours arrière et des balcons-terrasses ? Pouvez-vous commenter l'évolution de celles-ci dans les dernières années et comment entrevoyez-vous leur évolution future ?

D'un entretien à un autre, les réponses données à cette question sont claires et relativement directement codifiables. Pour cause, les forces du marché de l'offre et de la demande sont comprises de la même manière par les deux parties, car toutes deux sont initiées aux domaines de l'immobilier, nous par l'entremise de notre cadre conceptuel et notre échantillon de participants par le biais de leur pratique professionnelle. Conséquemment, dans l'analyse des résultats, aucune distinction entre les catégories de codage définies par la recherche et les concepts identifiés par les participants ne doit être faite. Notons que la majorité des catégories de codages sont élaborées en fonction de cette simplicité d'analyse, qui est par ailleurs l'une des prémisses sur lesquelles repose le choix de rencontrer des professionnels de l'immobilier plutôt que des individus

quelconques.

Certaines difficultés de codage se présentent néanmoins. Notamment, deux des catégories de codage requièrent une légère interprétation. Il s'agit précisément des catégories « *Manière de percevoir l'objet* » et « *Perspective d'avenir* ». En ce qui les concerne, la méthode utilisée est simple. Si l'informateur parle de son opinion relativement à un aménagement au présent, le groupe de mots est placé dans la catégorie « *Manière de percevoir l'objet* » comme dans l'exemple qui suit :

Le toit vert, je pense que c'est plus de trouble qu'autre chose et franchement quand je vois cette photo là [photo # 2]<sup>48</sup>, excuse-moi, mais c'est affreux! (MPO-TV-ESH/3.7). (Entretien, CI-1, 25 janvier 2012).<sup>49</sup>

Si l'informateur parle de son opinion relativement à un aménagement au futur, le groupe de mots est plutôt placé dans la catégorie « *Perspective d'avenir* » comme dans l'exemple qui suit :

Moi, j'ai l'impression que ça va être quelque chose qui va se développer petit à petit (PER-TV-APR/3.4). (Entretien, CI-2, 26 janvier 2012)

Par ailleurs, pour respecter les interconnexions entre les données, il arrive qu'un segment de texte soit soumis à un codage double. À ce sujet, certains s'entendent pour dire qu'il est fréquent que le même élément d'information se retrouve sous deux codes différents (Deslauriers, 1991 : 73). Il faut simplement « y voir le signe que la réalité est diverse et qu'il n'est pas facile de lui donner un seul sens » (Deslauriers, 1991 : 73 ; L'Écuyer, 1987 : 60). De fait, « le chercheur qualitatif fera bien de ne pas exiger de ses données la perfection que la réalité ne justifie pas » (Deslauriers 1991 : 74). Conséquemment, de manière à assurer le lien entre les données et l'analyse, il arrive, lorsqu'une unité de sens traite de deux sujets à la fois, qu'un groupe de mots se voie attribuer un codage double. L'exemple qui suit est pertinent en la matière :

Un des buts du toit vert est de créer un environnement dans la Ville. Il y a beaucoup de substances qui réchauffent la ville avec la pollution, les effets de « *smog* ». Les toits verts, c'est comme un puits de carbone. Ça permet de récupérer les émanations.

---

<sup>48</sup> Les images utilisées en entretien se retrouvent à la page 68 du présent travail.

<sup>49</sup> Notons que, tel que suggéré par la littérature (Poland, 1999 : 16 ; Deslauriers, 1991 : 69), les citations tirées d'entrevues sont soumises à quelques modifications de manière à rendre le texte intelligible. Précisément, tout en respectant la pensée de l'interlocuteur, les citations subissent l'ajout de ponctuation pour faciliter la lecture, l'ajout de mots pour préciser la pensée du répondant lorsque nécessaire ainsi que le retrait de mots inutiles à la lecture, tels les conjonctions de coordination ou les articles indéfinis, souvent sur utilisés dans la langue parlée québécoise.



Également de rafraîchir la ville, au sens global (MPO-TV-OEN/2.2 & CRC-A-TV-ENV-AIR+ICH+GAZ). (Entretien, EI-1, 27 janvier 2012)

Il faut admettre que cette unité de sens articule en partie la perception de l'informateur voulant que le toit vert soit bénéfique à la qualité de l'environnement. Également, qu'elle aborde d'autre part les caractéristiques avantageuses que présente le toit vert en milieu urbain, comme celle de rafraîchir la ville. Ainsi, de manière à respecter la richesse de l'information fournie, ce groupe de mots est placé à la fois dans la catégorie de codage «*Manière de percevoir l'objet*» et dans «*caractéristique avantageuse*».

Il arrive aussi qu'un groupe de mots aborde concurremment plus de deux thèmes, comme c'est le cas dans l'exemple qui suit :

Le toit vert, bien il faudrait l'orienter vers un type d'aménagement qui corresponde minimalement à un toit-terrasse (PER-TV-NEU/8.9 & STR-TV-UAA/8.9). C'est-à-dire que l'espace de vie soit minimalement fonctionnel (STR-TV-VUS/8.9). Avec tous les problèmes d'accès et de sécurité que ça peut poser. Ça se comparerait certainement au toit-terrasse, ça serait une autre version du toit-terrasse (BTvsTV/8.9). (Entretien, EM-1, 2 février 2012)

Ce segment de texte parle de « *perspective d'avenir* » parce que l'informateur mentionne le toit vert au futur. Il aborde aussi une « *stratégie d'implantation* », car l'informateur en fournit littéralement une en suggérant une orientation à adopter. Puis, ce même segment doit être envisagé de façon plus interprétative, car il illustre une interconnexion entre les données relatives au toit vert et celles appartenant au balcon-terrasse. L'informateur aborde effectivement les deux thèmes en les mettant en relation. Ainsi, ce groupe de mots est placé dans la grille de codage à trois endroits distincts : « *perspective d'avenir* » ; « *stratégie d'implantation* » et « *toit vert versus balcon-terrasse* ».

Notons qu'une fois le groupe de mots placé dans chacune des catégories de codage, l'essence des mots qui appartient à chacune des catégories est conservée, le reste est retiré, de manière à conserver le sens voulu par l'informateur (au sens large), mais à ne pas mélanger ou dédoubler l'information d'une catégorie à une autre (Miles, & Huberman, 1991). Autrement dit, dans le dernier extrait d'entretien présenté, seule la « *stratégie d'implantation* » proposée se retrouve dans la grille de codage relative à cette catégorie ; tout ce qui concerne les liens qui unissent le balcon-terrasse et le toit vert, par exemple, est retiré. Néanmoins, le multiple codage reste accolé

au groupe de mots simplifié jusqu'à la toute fin, pour ne pas oublier que ce groupe de mots est une partie d'un ensemble sémantique. Également, pour qu'il soit possible, tel que le suggère la littérature, de retourner à l'énoncé originel si un changement doit être apporté ou une vérification, faite (Deslauriers, 1991 : 75).

Il arrive aussi, durant le travail de traitement des données, que la catégorie de codage apparaisse de prime abord comme incertaine. Le groupe de mots est alors placé, comme le recommande Miles & Huberman (1991), dans une catégorie pêle-mêle appelée pour les besoins de la cause «*Autre valeur*». Une fois le travail de codage terminé, l'ensemble des éléments placés dans cette catégorie est revu et reconsidéré, et la plupart du temps redistribué dans une catégorie plus appropriée, comme c'est le cas dans l'exemple qui suit :

C'est social aussi le toit vert! Tu vas rencontrer du monde. Il y a une piscine. Tu peux te faire un petit « *drink* ». C'est un milieu de vie! Ce n'est pas juste, un jardin avec du bois. Il y a un milieu de vie aussi dedans (USA-TV-ADL/7.11). (Entretien, P-01, 1 février 2012)

Pour une raison inconnue, la catégorie de codage à laquelle appartient cet extrait n'est pas apparue d'emblée. À la relecture, il est au final considéré comme explicatif d'un usage ou d'une utilité relatifs au toit vert.

Il arrive également que le groupe de mots traduise réellement une autre forme de valorisation relative aux aménagements observés, qui doit être interprétée comme telle, c'est-à-dire que la catégorie de codage «*Autre valeur*» soit au final la plus appropriée à la signification d'une unité de sens. L'exemple suivant illustre cette réalité :

Les gens, ils payent pour un truc, ils veulent s'en servir. Le commun comme ça, ça présente un peu de valeur sympathique, mais sans plus (AVL-TV-SYM+COL/5.10 & AVL-BT-SYM+COL/5.10). (Entretien, CI-1, 25 janvier 2012)

Finalement, il faut souligner que certains codes thématiques, préalablement définis, se détériorent en cours d'analyse parce que la façon de découper le phénomène ne correspond pas au mode d'apparition empirique des données, comme c'est le cas pour la catégorie de codage «*Valeur symbolique*» établie au départ puis abolie en cours d'analyse, car aucune information donnée n'allait en ce sens.

En revanche, d'autres codes émergent progressivement en cours de codification, comme cela arrive dans bon nombre de recherches comparables à la nôtre (Miles, & Huberman, 1991 : 103). Les nouveaux codes offrent l'avantage d'être mieux enracinés empiriquement et de satisfaire tout particulièrement aux facteurs qui nous intéressent (*Idem.*). Les catégories de codages inductives comme celles considérant les liens qui existent entre les aménagements observés sont parmi les catégories apparues plus tard dans le processus de traitement des données.

Résumons : c'est une fois l'ensemble du *corpus* codifié que les énoncés possèdent un sens complet en eux-mêmes et peuvent servir l'établissement de l'univers discursif des interrogations ciblées par la recherche (L'Écuyer, 1987 : 55). Ainsi, à la suite de la classification des éléments de texte, les opinions recherchées peuvent être dégagées (Negura, 2006). Dans cette recherche, les unités d'analyse correspondent à des thèmes qui permettent à l'informateur de donner une opinion claire et définie sur les thèmes voulus. Ainsi, une fois le classement effectué, l'analyste déduit sans difficulté le contenu de chaque thème et procède à leur analyse. Pour ce faire, les catégories sémantiques sont d'abord étudiées indépendamment les unes des autres, puis mises en relation si nécessaire. Alors, les constantes relatives à chaque thème sont soulignées et les liens existants comme les disjonctions entre les thèmes, relevés.

### **Temps requis**

La tenue d'un entretien est de plus ou moins une heure. La transcription d'un verbatim, quoique variable, prend en moyenne 1 heure par 10 minutes. Compléter la fiche de synthèse d'entretien prend aussi près d'une heure. Cette dernière nécessitant une certaine analyse des données et une réflexion simultanée. Finalement, coder un entretien prend en moyenne 5 heures. En résumé, sans considérer le travail d'analyse, il faut compter une douzaine d'heures de travail par entretien.

### **Terme de confidentialité**

Les entretiens sont enregistrés, mais les renseignements donnés demeurent confidentiels. Chaque participant à la recherche se voit attribuer un numéro de code d'entretien et seule la personne mandatée à cet effet a la liste des participants et des numéros qui leur sont attribués. Aucune information permettant d'identifier les participants d'une façon ou d'une autre n'est publiée. Les références ne sont pas de type nominal, aucun nom ni information personnelle n'est mentionné ou

publié. Seuls les commentaires de nature professionnelle le sont, en fonction du métier des répondants.

Quoique très improbable, il faut mentionner que dans la mesure où il y a relativement peu de professionnels en provenance de la sphère immobilière sur le Plateau Mont-Royal, il n'est pas impossible qu'une personne arrive à faire un lien entre une donnée et un répondant.

Par ailleurs, les données de recherche sont soumises à un accès restreint et sont accessibles seulement à partir d'un disque dur personnel crypté nous appartenant. Selon les règles en vigueur à l'Université de Montréal, les renseignements personnels fournis sont détruits au minimum 7 ans après la fin du projet et les enregistrements, effacés.

Les résultats d'analyse sont présentés dans le chapitre qui suit.

## **RÉSULTATS ET ANALYSE**

### **PARTIE I : Succès du recrutement ; Présentation des résultats.**

#### **Succès du recrutement**

Cette recherche repose essentiellement sur l'analyse de cinq entretiens tenus à Montréal aux mois de janvier et de février de l'an 2012. L'ensemble de ces entretiens se tient dans le bureau des participants et dure en moyenne une heure. Au final, deux courtiers immobiliers, un évaluateur privé, un promoteur immobilier et un évaluateur municipal, tous des hommes, constituent l'éventail de personnes rencontrées. Lors du recrutement, plusieurs femmes sont contactées, mais aucune n'accepte de nous rencontrer.

Soulignons que le nombre de personnes pouvant participer à la recherche reste limité, celles-ci devant répondre aux caractéristiques exigées par la double méthode d'échantillonnage retenue, soit à la fois faire partie du microcosme immobilier et œuvrer principalement sur le Plateau. D'ailleurs, nous aurions souhaité interviewer un nombre plus élevé de participants et des participants de sexe différents, raison pour laquelle, au préalable, près d'une quarantaine de personnes de tous genres sont contactées, mais nous devons nous contenter d'un ratio de succès de recrutement de 12.5%.

Ainsi, si le recrutement est assez simple (étant surtout basé sur des appels et l'envoi de courriels), les réponses ne se font ni rapides, ni abondantes. Le recrutement est un travail de longue haleine. Beaucoup ne prennent pas la peine de répondre aux courriels envoyés. Encore d'autres participants sont contactés plusieurs fois avant d'accepter. D'autres se désistent sans préavis, pendant que certains acceptent, mais ne trouvent jamais le temps de fixer un rendez-vous. En revanche, un des participants offre généreusement son aide en fournissant un nouveau contact.

Les caractéristiques des participants à la recherche et les formalités générales des rencontres sont présentées dans l'illustration suivante.

### Illustration 11 | Caractéristiques des participants et formalités générales des entretiens

Code des Participants	Profession	sexe	Aire principale de travail	Nombre d'années d'expérience	Date de l'entretien	Lieu	Heure	Duré
CI-1	Courtier immobilier	H	Surtout Plateau	14 ans	25-01-12	Bureau du Participant	10H45	40 mins. 39 secs.
CI-2	Courtier immobilier	H	Centre de l'île & quartiers denses	12 ans	26-01-12	Bureau du Participant	11h00	51 mins. 14 secs.
EI-1	Évaluateur Agréé privé	H	Le grand Montréal	6 ans	27-01-12	Bureau du Participant	10h00	1 heure 24mins. 50secs.
P-1	Promoteur & Capital de risque	H	Plateau Rosemont Villeray Ville-Marie	10 ans	01-02-12	Bureau du Participant	13h00	52 mins. 05 secs.
EP-1	Évaluateur municipal	H	Le grand Montréal	12 ans	02-02-12	Bureau du Participant	10h00	42 mins. 07 secs.

Source : Tremblay.V. 2012

#### Présentation des résultats

La partie qui suit explique de manière détaillée l'ensemble des résultats de recherche. Les réponses aux indicateurs illustratifs de la valeur d'usage des aménagements observées, les éléments centraux, générateurs de valeur et pouvant freiner et favoriser le développement de toits verts privés sur le Plateau sont définis en détail. Les uns à la suite des autres et des exemples tirés d'entretien sont présentés pour appuyer chaque point. Il existe fort probablement davantage de liens que ceux présentés, mais l'impossibilité de tout traiter requiert un choix explicite quant aux sous-thèmes sur lesquels concentrer notre analyse. Ici, comme dans bon nombre de recherches, pendant que les objectifs spécifiques à la recherche sont considérés comme un gage de la pertinence ; la répétition et les similarités dans les données sont considérées comme un gage de la fiabilité des données présentées (Meglino, & Ravlin, 1998 : 352). Aussi, pour vérifier la fidélité de l'analyse, une évaluation de notre accord intracodeur est effectuée en demandant à un codeur,

étranger à la recherche, de procéder à un contrecodage d'un des entretiens tiré au hasard.

### **Portrait général de la valeur d'usage**

Dans cette recherche, avec l'objectif d'obtenir le plus d'informations possible sur les liens qui existent entre la valeur d'usage du toit vert, de la cour arrière et du balcon-terrasse, des professionnels de l'immobilier œuvrant sur le Plateau et plus généralement à Montréal se font poser plusieurs questions relatives à chacun des aménagements. L'éventail de réponses assez large, il advient néanmoins au terme de l'analyse que les réponses de chacun, considérant chaque aménagement, sont relativement les mêmes (*voir illustration 12 et appendice C*).

Vu la quantité d'information pouvant être citée, des choix sont faits. Ici, l'accent est mis sur les caractéristiques les plus facilement représentatives de la valeur d'usage, mais l'ensemble des réponses aux questions est présenté dans une grille d'analyse résumée placée en appendice C de ce travail. Rappelons que la valeur d'usage d'une chose s'exprime le plus clairement par la demande et la valeur mesurable relatives à cette chose (Gobry, 1975 ; De Radkowski, 1987), également que l'offre suit et influence généralement la demande (Marshall, 1924) et que le ménage type et l'utilité permettent eux aussi, mais de manière plus subjective, de rapidement se représenter la nature de la valeur d'usage d'une chose (Cornélissen, 1970 : 315 ; Di Pasquale, & Wheaton, 1996).

### **Illustration 12 | Caractéristiques les plus facilement représentatives de la valeur d'usage**

<b>Caractéristiques</b>	<b>Cour arrière</b>	<b>Balcon-Terrasse</b>	<b>Toit vert</b>
<i>Demande</i>	<i>Demandé</i>	<i>Recherché</i>	<i>Absente</i>
Nbr de participants en accord	4/5	4/5	4/5
Point de vue divergent	L'évaluateur privé n'a pas commenté	L'évaluateur municipal n'a pas commenté	Le promoteur dit que ça dépend de la forme.
<i>Offre</i>	<i>Raréfaction</i>	<i>En hausse</i>	<i>Rare</i>
Nbr de participants en accord	3/5	4/5	5/5
Point de vue divergent	Un courtier n'a pas commenté & l'évaluateur municipal pense que c'est le plus rependu	L'évaluateur municipal n'a pas commenté	-

<i>Ménage type</i>	<i>Famille</i>	<i>Assez fortunée</i>	<i>Considération écologique et sans enfants</i>
Nbr de participants en accord	4/5	4/5	4/5
Point de vue divergent	L'évaluateur privé n'a pas commenté	L'évaluateur municipal n'a pas commenté	L'évaluateur privé pense que c'est réservé aux nantis
<i>Usage/Utilité</i>	<i>Espace supplémentaire</i>	<i>Loisir/détente</i>	<i>Loisir/détente</i>
Nbr de participants en accord	3/5	3/5	4/5
Point de vue divergent	Les deux courtiers précisent qu'elle sert surtout aux enfants	Promoteur et évaluateur municipal n'ont pas commenté	Un courtier n'a pas commenté
<i>Plus-value</i>	<i>Rentable</i>	<i>Rentable</i>	<i>Non rentable</i>
Nbr de participants en accord	4/5	5/5	4/5
Point de vue divergent	Le promoteur y voit une perte d'argent	-	Le promoteur pense que ça permet d'obtenir plus d'argent par unité
<i>Valeur moyenne</i>	<i>Donnée factuelle assez élevée en milieu urbain et facile à quantifier</i>	<i>En moyenne 25 000\$ (dépend de la grandeur)</i>	<i>Incertaine et élevée</i>
Nbr de participants en accord	5/5	5/5	4/5
Point de vue divergent	-	-	Le promoteur pense qu'il en coûte 10\$ du pi <sup>2</sup>

**Source : Tremblay.V. 2012**

En résumé et en fonction des données, la cour arrière semble être un aménagement extérieur demandé qui se raréfie.<sup>50</sup> Il semble qu'elle intéresse surtout les familles qui l'utiliseraient principalement comme espace extérieur supplémentaire à l'habitation et qu'il s'agit d'un investissement rentable dont la valeur mesurable est factuelle et se détermine aisément en fonction du milieu. De fait, la cour coûte relativement cher en milieu urbain. Sa valeur d'usage semble donc surtout familiale et intégrée socialement dû au fait que la valeur de la cour, au sens

<sup>50</sup> Ce terme est utilisé ici pour signifier une : « diminution dans la quantité de produits sur le marché » (Le Petit Robert, 2003 : 2172).



large, n'est plus à défendre.

Le balcon-terrace lui, est décrit par les personnes rencontrées comme un aménagement de plus en plus recherché et offert. Il semble s'adresser aux gens relativement fortunés qui l'utiliseraient pour leurs loisirs et la détente. Il semble par ailleurs qu'il s'agisse d'un aménagement rentable qui coûte en moyenne 25 000\$, tout dépendamment de la grandeur. Sommairement, sa valeur d'usage semble donc se définir comme individuelle et de plus en plus assimilée par les pratiques sociales.

Quant au toit vert, il est décrit par les personnes rencontrées comme un aménagement ni largement demandé, ni largement offert sur le Plateau et plus généralement dans le grand Montréal. Aussi, son public cible est perçu comme sans enfant et possédant des considérations écologiques. Finalement, il n'est pas perçu comme un aménagement rentable et sa valeur monétaire apparaît comme incertaine. Sa valeur d'usage semble donc plus collective et sociale que celle des deux autres (étant basée sur des convictions sociales appartenant à ses usagers) et pas encore intégrée socialement, dû au fait que l'établissement de sa valeur immobilière soit problématique.

### **Les constantes observées**

Par ailleurs, en dehors des caractéristiques représentatives de la valeur d'usage, six thèmes centraux surgissent des discours d'entretien, c'est-à-dire que six thèmes relatifs et pertinents à notre angle de recherche sont abordés d'emblée par les participants. L'illustration suivante résume et explique ces six points. Ceux-ci sont ensuite définis plus en détail, les uns à la suite des autres, et des exemples tirés d'entretien sont systématiquement présentés pour appuyer chaque point.

### **Illustration 13 | Les six principaux thèmes émergés des entretiens**

	Nbr de participants en accord	Description (en fonction des personnes rencontrées)
<i>Principaux thèmes émergés des entretiens</i>		
1. L'espace vert : le reflet	5/5	Deux types de ménages distincts divisent et composent la majorité du

d'un mode de vie		bassin d'acheteurs. Le premier type de ménage est plus familial, le second est plus individuel.
2. Dans les espaces extérieurs résidentiels, l'usage prédomine sur la verdure.	5/5	De façon générale et dans le domaine résidentiel, la fonctionnalité (l'usage au quotidien) d'un espace extérieur compte davantage que la présence de verdure dans le processus de valorisation individuel d'un aménagement.
3. Le toit vert représentatif d'une valeur environnementale	5/5	Le toit vert est perçu comme présentant avant tout une valeur environnementale.
4. Confusion générale entre le balcon-terrasse et le toit vert	5/5	Pour le moment, le toit vert est perçu comme une version plus complexe et plus chère du balcon-terrasse.
5. Le toit vert résidentiel unifamilial, une <i>denrée</i> rare	5/5	Le toit vert intensif privé et unifamilial n'est ni largement demandé, ni largement offert sur le Plateau Mont-Royal et plus généralement dans le grand Montréal.
6. Un discours social en décalage avec la demande individuelle	4/5	Il semble que les médias et discours sociaux soient majoritairement en faveur du toit vert, alors que la demande n'y est pas.

**Source : Tremblay.V. 2012**

### **Thème 1. L'espace vert : le reflet d'un mode de vie**

5 des 5 personnes rencontrées estiment que le marché est le miroir des volontés relatives à deux types de ménages aux modes de vie distincts. Selon eux, de façon générale sur le marché immobilier et plus précisément par rapport à l'espace vert d'extrême proximité, deux types de ménages distincts divisent et composent la majorité du bassin d'acheteurs. Spécifiquement, selon les personnes rencontrées et non en absolu, le marché immobilier est soumis aux volontés et préférences relatives à deux types d'acheteurs en fonction d'un style de vie établi ou recherché. Le premier type de ménage est plus familial<sup>51</sup> et s'intéresse particulièrement à un aménagement vert sous la forme d'une cour arrière ; le second est plus individuel (jeune professionnel, couple ou retraité) et apprécie davantage les espaces extérieurs d'extrême proximité nécessitant moins d'entretien.

Ex : Les jeunes couples de nos jours, ils travaillent beaucoup plus qu'avant. Ils n'ont peut-être pas toutes leurs fins de semaine pour s'occuper de leurs fleurs, de leur ci, de leur ça. Alors ça dépend. Un jeune couple qui achète, il va peut-être préférer une immense terrasse avec un tout petit peu de bacs à fleurs avec le moins d'entretien possible! (Entretien, CI-1, 25 janvier 2012)

---

<sup>51</sup> Ce terme est utilisé pour signifier des : « Personnes apparentées vivant sous le même toit, par exemple : le père, la mère et les enfants » (Le Petit Robert, 2003 : 1032).

Ex : C'est un style de vie aussi. Les gens achètent des condos pas pour l'immobilier, pas pour l'unité, pas pour la brique et les vitres, mais pour un style de vie! C'est ça qu'on achète, quand on achète une résidence : un style de vie! (Entretien, P-01, 1 février 2012)

## **Thème 2. Dans les espaces extérieurs résidentiels, l'usage prédomine sur la verdure**

5 des 5 personnes rencontrées pensent aussi que de façon générale et dans le domaine résidentiel, la fonctionnalité (l'usage au quotidien) d'un espace extérieur compte davantage que la présence de verdure dans le processus de valorisation individuel d'un aménagement.

Ex : Les gens vont demander d'avoir une terrasse de telle grandeur, pour accommoder un certain nombre de personnes. Pis que la terrasse soit intime. Pas avec des vues trop directes. Mais plus avec des terrassements, des piscines, des gazebos, des cabanons, des trucs pour aller s'installer, pour faire du BBQ, des tables, prendre un verre. Ça, ça a été fait! Mais de là à faire un toit végétalisé et puis que ce soit l'idée de base... Au niveau du particulier, le toit vert, peut-être pas! Eux, ce qu'ils veulent, c'est leur petit coin à eux. (Entretien, CI-2, 26 janvier 2012)

## **Thème 3. Le toit vert représentatif d'une valeur environnementale**

L'ensemble des 5 participants associe par ailleurs le toit vert à l'écologie et lui octroie une valeur essentiellement environnementale.

Ex : Pour moi, le toit vert, c'est sûr que ça présente une valeur environnementale premièrement. (Entretien, EI-1, 27 janvier 2012)

## **Thème 4. Confusion générale entre le balcon-terrasse et le toit vert**

Les 5 personnes rencontrées résumant aussi le toit vert comme une version plus complexe et plus chère du balcon-terrasse. Le toit vert étant un aménagement encore méconnu, beaucoup ne distinguent pas ses particularités de celles du balcon-terrasse aménagé.

Ex : Il y a beaucoup de liens entre les deux. Le toit vert coûte beaucoup plus cher. Présentement, les gens ne payeront pas beaucoup plus cher pour le toit vert. Parce que dans la tête du monde, c'est la même affaire. (Entretien, P-01, 1 février 2012)

## **Thème 5. Le toit vert résidentiel unifamilial, une *denrée* rare**

4 des 5 personnes rencontrées sont d'avis que le toit vert résidentiel se fait généralement rare. Il n'y a que le promoteur qui fait une distinction concernant la demande et l'offre en toits verts. Selon lui, il y a une différence entre les projets hauts de gamme communs et les projets plus petits et unifamiliaux. Il mentionne que c'est souvent des toits verts communs sur des immeubles hauts de gamme qui se réalisent et admet que dans les projets moins luxueux et unifamiliaux, la demande relative au toit vert se fait presque absente.

Ex: Les gros gros projets de luxe dans la zone centrale de Montréal, incluant le Plateau, eux autres, je pense que présentement, c'est presque un sur trois qui offre un toit vert depuis quelques années. Quand je dis gros projets, je parle précisément de 50 ou 60 unités et plus. Mais c'est sûr que dans les projets où il y a deux, trois unités, ou une seule maison de ville, c'est différent et les gens vont souvent préférer la cour vu que c'est plus simple et moins cher. (Entretien, P-01, 1 février 2012)

Au final, concernant la forme de toits verts visée par cette recherche (unifamilial et privé), 5 des 5 personnes rencontrées croient que de manière générale, la demande n'y est pas. Bref, pour l'ensemble des participants, le toit vert privé unifamilial n'est ni largement demandé, ni largement offert sur le Plateau Mont-Royal et plus généralement dans le grand Montréal.

Ex : Le toit vert, ce n'est pas du tout en recherche, ni un critère d'acheteur. (Entretien, CI-1, 25 janvier 2012)

Ex : Même au niveau du traitement des permis, chez nous, je n'en ai pas eu connaissance. Il faut dire que dans mes fonctions, je n'ai pas nécessairement l'information de ce qui peut se faire quotidiennement pour le traitement de tous les permis. Donc il y a un certain nombre de permis, peut-être, qui peuvent être passés chez nous, dont je n'ai pas eu connaissance particulièrement quant à l'évaluation de ce type d'aménagement-là. Mais à mon niveau, je n'en ai pas entendu parler. Non, pas dans mes fonctions! (Entretien, EM-1, 2 février 2012)

## **Thème 6. Un discours social en décalage avec la demande individuelle**

Aussi, 4 des 5 personnes rencontrées perçoivent le toit vert comme un outil marketing et 3 des participants mentionnent s'être familiarisés avec le toit vert grâce aux médias plutôt que dans le cadre de l'exercice de leur fonction.

Ex : Ça été plutôt, évidemment, parce que j'ai pu le voir au niveau des documentaires qui m'ont informé là-dessus. Pis de ce qui se faisait peut-être à l'extérieur du pays, où c'était peut-être plus développé. Les pays qui sont plus alignés sur l'écologie que nous autres. (Entretien, CI-2, 26 janvier 2012)

Ex : Les toits verts, j'en ai entendu parler plus à la télévision, quand je regarde des documentaires. C'est à travers les médias. Ce n'est pas à travers mes propres évaluations. (Entretien, EI-1, 27 janvier 2012)

Ex : C'est quelque chose qui circule depuis pas très longtemps et surtout dans les médias. (Entretien, EM-1, 2 février 2012)

Il reste que 4 des 5 personnes rencontrées sont catégoriques sur le fait que le toit vert résidentiel se fait généralement rare, réalité qui aboutit à un décalage entre le message véhiculé socialement et la demande individuelle.

Il est intéressant de soulever qu'en revanche, il y a un discours social pour l'essentiel inexistant concernant le balcon-terrasse et néanmoins, selon les professionnels de l'immobilier rencontrés,

une demande individuelle grandissante. En effet, 4 des 5 participants (l'évaluateur municipal préfère ne pas se prononcer sur cette question, prétextant qu'il n'est pas directement en contact avec la demande), affirment que le balcon-terrasse est de plus en plus et largement demandé, alors qu'une recherche très sommaire dans le glossaire de *Cyberpresse* ou du journal *Le Devoir*, par exemple, démontre qu'aucun article n'est écrit à ce sujet au cours des dernières années.

### Éléments générateurs de valeur

Par ailleurs, cette recherche se concentre surtout sur la valeur d'usage relative à certaines formes d'aménagements verts sur le Plateau. Or, tel que démontré au précédent chapitre, la valeur ne se pose pas, elle est posée et générée (Gobry, 1975 : 123). De manière unanime, selon les participants rencontrés, il existe, pour le phénomène qui nous intéresse, deux principaux éléments générateurs de valeur, c'est-à-dire que l'ensemble des participants présente deux caractéristiques favorisant le phénomène de valorisation d'un aménagement vert montréalais, soit la valeur d'usage individuelle et l'usage privé. L'illustration 14 résume et explique les deux éléments générateurs de valeur émergeant des données. Ceux-ci sont ensuite définis plus en détail, l'un après l'autre, et des exemples tirés d'entretien sont présentés pour appuyer chaque point.

#### Illustration 14 | Les deux éléments générateurs de valeur

	Nbr de participants en accord	Description (en fonction des personnes rencontrées)
<i>Éléments principaux de valeur</i>		
1. L'usage quotidien	5/5	Dans le résidentiel, c'est la fonctionnalité quotidienne d'un aménagement qui a tendance à donner de la valeur aux aménagements.
2. L'usage privé	5/5	L'usage privé et exclusif est un élément qui accentue la valeur accordée à un aménagement résidentiel.

Source : Tremblay, V. 2012

#### 1. L'usage quotidien

Selon plusieurs auteurs et l'ensemble des professionnels rencontrés, la valeur d'une chose est déterminée en grande partie par sa fonctionnalité (Cornélissen, 1970 ; De Radkowski, 1987 ; Feather, 1995 ; Prentice, 1987). Le phénomène peut être transféré vers l'habitat et les formes d'aménagements sachant que tout ménage effectue le choix de son foyer principalement en

fonction de la recherche du niveau de satisfaction maximale.<sup>52</sup> Disons de manière impropre que le ménage valorise un habitat ou une forme d'aménagement qui encadre de manière agréable certains gestes qu'il souhaite poser au quotidien. Le choix de résidence se fera en partie en fonction du fait que la résidence permet au ménage d'effectuer ses gestes le plus agréablement et à moindre coût possible (Di Pasquale, & Wheaton, 1996 :66). C'est donc le désir et l'usage potentiel qui génèrent en partie une valeur aux lieux et aménagements résidentiels. C'est cette réalité qu'expliquent ici, et dans leurs mots, les évaluateurs rencontrés:

Ex : Ce qui a tendance à donner de la valeur à certains aménagements, qu'ils soient intérieurs ou extérieurs, c'est qu'ils correspondent à une fonction de l'utilisateur, c'est-à-dire à un style de vie, à des gestes au quotidien qui vont être posés. On cherche un cadre pour pouvoir les faire de façon convenable. Cette valeur d'usage- là, [] est : « t'aimes ça t'installer avec un livre aux frais d'un parasol (sic) en prenant une bière.» Si t'aimes ça, tu vas chercher un immeuble qui va te permettre de réaliser cette activité. Dehors, autant que possible. Si t'aimes mieux lire en dedans, parce que le bruit des véhicules te dérange, tu ne cherteras pas ça. Donc c'est toujours en perspective avec le fait qu'il y a un groupe de personnes qui ont des comportements qui font qu'il y a une demande qui se concrétise pour quelque chose que l'objet en question va prendre ou ne prendra pas de valeur. Toujours avec la limite fondamentale, qui est la fonction première d'une unité d'habitation : celle de donner le couvert à la personne. Ensuite, la rareté d'argent fait que la possibilité que ces éléments-là aient une contribution à la valeur est limitée par l'objet principal. Autrement dit, il y a une certaine capacité de payer mensuelle. Tu ne peux pas t'étirer au-delà. Ce que tu vas sacrifier, ça va dépendre de l'individu. (Entretien, EM-1, 2 février 2012)

Ex : La valeur marchande est le reflet de l'agrément produit par un objet ou un aménagement. Le reflet de son utilité, de son utilisation. (Entretien, EM-1, 2 février 2012)

Ex : Les gens sont prêts à investir un peu pour avoir un espace. Mais il faut qu'ils puissent en profiter, de cet espace. Il faut qu'il soit utilisable. S'il n'est pas utilisable, on a un problème! (Entretien, EI-1, 27 janvier 2012)

Ex : Si, les gens peuvent aller sur le toit vert, tu es *winner*. Si tu fais un toit vert pis que personne ne peut aller dessus, juste le regarder : Non! (Entretien, EI-1, 27 janvier 2012)

Ex : Si tu le regardes pis tu te dis: « C'est beau, mais ça sert à quoi, à moi? À rien! » Un évaluateur, il regarde toujours ça sur la base de l'utilité pour déterminer la valeur. (Entretien, EI-1, 27 janvier 2012)

---

<sup>52</sup> Le niveau de satisfaction maximal s'établit en fonction de caractéristiques et *aménités* souhaitées par un ménage et ses contraintes budgétaires. La satisfaction atteint rarement un niveau idéal étant donné son caractère tributaire de l'économie personnelle. Mais le niveau de satisfaction maximal existe et il réside à la rencontre de ce que les ménages peuvent s'offrir en fonction de leur capacité budgétaire. Pour en apprendre davantage à ce sujet, consulter les théories présentées par Granelle (1998), notamment celle concernant le modèle d'Alonso (GRANELLE, J.-J. (1998) *Économie immobilière. Analyses et applications*, Paris : Economica.).

Bref, concernant le toit vert privé, selon 5 des 5 personnes rencontrées, s'il n'y a pas d'utilité au quotidien, il n'y a pas de valeur au sens large. Mais attention, ces propos doivent être nuancés. Cela vaut pour le marché résidentiel, mais quand Québecor installe un toit vert non accessible sur son immeuble par exemple, la compagnie estime probablement pouvoir en tirer profit (Toitvertige, 2012). Il faut comprendre que la valeur d'usage, c'est le désir de posséder un objet pour arriver à une fin voulue par un utilisateur (Cornélissen, 1970 ; De Radkowski, 1987). Ainsi, l'ensemble des personnes rencontrées estiment que dans le marché résidentiel, fin rime la plupart du temps avec utilisation quotidienne. Alors que dans le marché commercial, il est possible que la fin visée soit autre. Néanmoins, en ce qui concerne le toit vert résidentiel, il apparaît que la valorisation au sens large de l'aménagement est improbable sans la présence d'une utilité quotidienne.

## **2. L'usage privé**

Par ailleurs, dans la littérature, il semble que l'accès à un espace vert privé d'extrême proximité au niveau du sol est en partie valorisé parce qu'il présente l'avantage (pour son utilisateur) de pouvoir échapper à toute forme d'interaction indésirable avec le monde social extérieur (Levy, 2001 : 5). En d'autres mots, l'usage privé est un élément valorisé qui accentue la valeur accordée à un aménagement résidentiel en offrant au propriétaire la possibilité de gérer ses interactions sociales comme bon lui semble. En fonction des données construites, il apparaît que concernant les aménagements en hauteur l'intimité a aussi la cote, car l'ensemble des participants mentionnent le fait qu'elle participe à hausser la valeur d'un espace extérieur d'extrême proximité. Le segment suivant sert d'exemple :

Ex : Est-ce que vous diriez que l'usage privé est un élément important dans la valeur? Très, très important! 20% de plus! Si c'est privé, ça monte! Parce que c'est une question de propriété privée. Quand tu montes, c'est toi! Ce n'est pas les autres! C'est toi qui es là! C'est ton unité. C'est ton univers. C'est la projection de ton condo. (Entretien, P-01, 1 février 2012)

### **Éléments pouvant freiner et favoriser le développement des toits verts privés sur le Plateau**

Selon 5 des 5 participants, le toit vert intensif résidentiel et unifamilial se fait rare sur le Plateau. Des liens déduits des données construites<sup>53</sup> et de l'opinion des participants indiquent des éléments

---

<sup>53</sup> L'expression fait référence au fait que l'élément présenté est plutôt basé sur l'analyse du discours des participants à la recherche que sur une réponse concrète de leur part à une question claire.

pouvant expliquer ce constat. Trois possibilités sont retenues, soit la perception générale du toit vert, la dichotomie entre la valeur d'usage collective et la valeur d'usage individuelle du toit vert et les procédures et le coût que nécessite l'installation de toit vert.

Tout comme les données pointent vers des éléments défavorables à l'implantation de toits verts privés sur le Plateau, elles indiquent par ailleurs des éléments pouvant favoriser son insertion. Ainsi, en fonction de liens déduits des données d'analyse et de l'opinion des participants, la perception du toit vert, les avantages individuels et la réglementation peuvent favoriser l'insertion de toits verts unifamiliaux sur le Plateau.

L'illustration 15 résume et explique les éléments pouvant freiner et favoriser le développement des toits verts privés sur le Plateau. Ceux-ci sont ensuite définis plus en détail, les uns à la suite et des exemples tirés d'entretien sont présentés pour appuyer chaque point.

### **Illustration 15 | Éléments pouvant freiner et favoriser les toits verts sur le Plateau**

	Nbr de participants en accord	Description (en fonction des personnes rencontrées)
<i>Éléments pouvant freiner le développement de toits verts privés sur le Plateau</i>		
1. La perception du toit vert	Déduit d'autres données	Qu'il soit question de style de vie recherché, d'avantages perçus ou de méconnaissances relatives à l'aménagement, la perception du toit vert participe à limiter son développement sur le Plateau et partout ailleurs à Montréal, en limitant l'attraction des ménages du marché résidentiel.
2. La dichotomie entre la valeur d'usage collective et la valeur d'usage individuelle	5/5	Tandis que les valeurs sociale et collective du toit vert sont relativement définies, la valeur d'usage individuelle générée par l'aménagement reste floue. Cette dichotomie entre la valeur d'usage sociale et collective du toit vert et sa valeur d'usage individuelle limite la volonté des individus à se doter de l'aménagement, car il semble que concernant l'implantation de toit vert résidentiel, le principe qui s'applique soit celui de donner au suivant.
3. Procédure, réglementation et coût	3/5 (procédure et réglementation) 5/5 (coût)	Dans les caractéristiques désavantageuses que peut faire jaillir l'idée d'installer un toit vert sur son toit, il semble qu'il y est la complexité et le coût des procédures d'implantation (complication de temps, financières, esthétiques...etc.).

*Éléments pouvant favoriser le développement de toits verts privés sur le Plateau*



1. Le toit vert : un aménagement à la mode	4/5 et déduit d'autres données	Le toit vert est perçu d'abord et avant tout comme un aménagement à valeur environnementale. Or, à cette époque qui est la nôtre, s'afficher comme participant au bien-être environnemental collectif est bien vu. De fait, le toit vert peut servir d'outil de vente.
2. Avantages individuels et économiques plus clairs et définis	4/5	Le processus, les résultats et les avantages d'implantation du toit vert résidentiel restent encore largement à approfondir. De fait, selon les répondants, l'une des principales stratégies d'implantation réside dans l'éclaircissement des bénéfices individuels.
3. La simplification des procédures et l'implantation d'une aide municipale	Déduit d'autres données	Si d'un côté, la perception des procédures et le coût d'implantation représentent une barrière au développement, de l'autre, leur simplification et l'aide que peut fournir la gouvernance provoqueraient l'effet contraire.

---

**Source : Tremblay.V. 2012**

## **Éléments pouvant freiner le développement des toits verts privés sur le Plateau**

### **1. La perception du toit vert**

En fonction des données construites, il apparaît que la perception du toit vert qu'ont les professionnels rencontrés participe à limiter son insertion dans la forme urbaine. Qu'il soit question de style de vie recherché, d'avantages perçus ou de méconnaissances relatives à l'aménagement, la perception du toit vert limite son développement sur le Plateau et partout ailleurs à Montréal en réduisant l'attraction des ménages du marché résidentiel.

Selon l'ensemble des professionnels rencontrés, le marché se divise en deux types d'acheteur : le premier est plus familial, le second plus individuel. Chacun recherche un style de vie distinctif. Il semble que la perception du toit vert participe à freiner le désir des deux types d'acheteurs en fonction du mode de vie qu'ils recherchent. Le premier type de ménage est défini par les répondants comme étant à la recherche d'un cadre de vie propice à la famille et aux enfants. Or, le toit vert n'apparaît pas comme un aménagement favorable aux enfants. Au contraire, 4 des 5 répondants à la recherche pensent que le public cible relatif au toit vert est sans enfant parce que l'aménagement ne semble pas sécuritaire aux jeux enfantins. Le toit vert pourrait davantage s'adresser au deuxième type d'acheteur. Seulement, le deuxième type d'acheteur est défini comme étant à la recherche d'un mode de vie qui limite l'entretien et le travail ménager. Or, 4 des 5 répondants mentionnent spontanément l'entretien qu'exige un toit vert comme caractéristique désavantageuse relative à l'aménagement.

D'autre part, selon l'ensemble des participants le toit vert est d'abord et avant tout, perçu comme un aménagement à valeur environnementale n'offrant pas nécessairement d'utilité quotidienne. Or, comme souligné précédemment, 5 des 5 participants considèrent que dans la sphère résidentielle, l'utilité quotidienne est primordiale dans le processus de valorisation d'un aménagement. Aussi, la valeur environnementale confère en apparence un avantage surtout collectif et social. Ce n'est pas que les gens soient indifférents à ce type de bénéfices, mais possible, dans une société individualiste comme la nôtre, qu'ils ne sont pas assez éloquents pour que la majorité de la collectivité fasse le choix individuel d'un toit vert.

## **2. La dichotomie entre la valeur d'usage collective et la valeur d'usage individuelle**

D'ailleurs, alors que la valeur d'usage collective et sociale du toit vert n'est plus à défendre, il apparaît, en fonction des éléments de littérature et selon l'ensemble des participants, que la valeur d'usage individuelle générée par l'aménagement reste floue. Pour l'ensemble des répondants, cette dichotomie entre la valeur d'usage sociale et individuelle du toit vert limite la volonté des individus à se doter de l'aménagement. Car il semble que, concernant l'implantation de toit vert résidentiel, le principe qui s'applique (tant du point de vue du citoyen, du promoteur que de la gouvernance municipale) soit celui de donner au suivant.

Ex : Les promoteurs se disent : « si je mets un toit vert, ça va me coûter plus cher l'entretien, ça va me coûter plus cher ci, ça va me coûter plus cher ça! Et on va peut-être récupérer en terme de ci ou de ça!? », Mais, ce qui arrive, c'est que ceux qui vont récupérer, ce sont les propriétaires de condominiums, s'il y a moins de fuites, exemple de chaleur, ou d'autre chose, s'il y a d'autres avantages, la fraîcheur le soir ou...etc. Mais à court terme, les gens, tu sais, la plupart des gens dans l'immobilier pis les particuliers surtout, ils pensent rarement aux avantages des autres. C'est à eux qu'ils pensent. (Entretien, EI-1, 27 janvier 2012)

Ex : Maintenant, l'obstacle à l'implantation de toit vert privé, c'est qu'il y a une dépense, relativement importante, dont les bénéfices ou l'intérêt n'est pas immédiats pour celui qui va encourir les dépenses. Il est plus général, plus social. (Entretien, EM-1, 2 février 2012)

À cette réalité s'ajoute le fait que la valeur municipale ne reflète pas l'ensemble des attributs, mais ceux désirés par la majorité, telle que la valorisation d'un quartier. Résultat : la Ville n'est pas pressée d'établir des réglementations pour des éléments qui ne lui rapporteront pas nécessairement plus de revenus sous forme de taxe. Le problème réside dans le fait que :

Ex : Ce que l'on va porter au rôle d'évaluation, c'est la valeur qui se réalise. On a des ventes qui concernent ces immeubles et elles vont s'insérer dans un certain marché qui existe au préalable. Donc, c'est sur la base de la comparaison de ces immeubles.

On va les situer globalement dans une certaine strate de valeur. (Entretien, EM-1, 2 février 2012)

En plus, la gestion d'une politique ou d'une réglementation en faveur des toits verts implique des dépenses publiques de salaires, de temps et de gestion. Certes, il y aura à long terme des avantages publics, financiers et autres, notamment eu égard à la consommation d'énergie ou à la gestion des eaux pluviales. Mais comme le soulignent les évaluateurs rencontrés dans les extraits présentés, nul n'a tendance à miser sur les avantages générés à long terme. D'autant plus que, du point de vue de la gestion publique, il faut miser sur la quantité pour que les avantages générés par l'insertion de toits verts deviennent intéressants (Lstiburek, 2011).

Bref, il semble, aux yeux des participants, que les individus tout comme les promoteurs et la fonction publique, vont rarement entreprendre l'implantation à grand prix d'un aménagement dont une tierce personne récupérera les bénéfices. Il apparaît donc, selon les participants, que la dichotomie entre la valeur d'usage collective/sociale et individuelle du toit vert limite le développement de toit vert résidentiel privé.

Reste qu'un des professionnels de l'immobilier rencontré est d'avis que le toit vert privé peut générer à la fois des bénéfices individuels et collectifs.

Ex : Les gens, ce qu'ils aiment des vrais toits verts, c'est que tu peux avoir ton petit lopin de terre. Pis tu fais pousser tes tomates. Il y a beaucoup de gens qui adorent ça. Pis tu le fais sur ton toit. Pis en même temps, chacun des copropriétaires, quand il fait son petit jardin, ben il embellit la place. Pis c'est à chacun son coin. (Entretien, P-01, 1 février 2012)

### 3. Procédure et réglementation

Dans les caractéristiques désavantageuses que peut faire jaillir l'idée d'installer un toit vert sur son toit, 3 des 5 participants mentionnent les procédures et la réglementation alors que l'ensemble des répondants mentionne le coût.

Ex : Pour faire l'accès à un toit, il faut demander des permis à la Ville. Tandis que pour une cour, tu n'as pas besoin de demander des permis. Et pour créer quelque chose sur un toit, bon, tu payes des permis, tu payes un architecte, tu payes...etc. Il faut vérifier si le toit peut recevoir une terrasse. Il faut peut-être modifier la structure!? Je veux dire, ça peut coûter sans problème 20-25 mille dollars. (Entretien, CI-1, 25 janvier 2012)

Par ailleurs, en corrélation avec ces dires, l'ensemble des répondants mentionne le fait que la présence d'un accès au toit est suffisante pour générer une plus-value à un bien immobilier. Il est

possible que la diminution du coût et le fait de ne pas avoir à entamer l'ensemble des procédures d'ingénierie, d'architecture et de législation pour pouvoir jouir d'un espace supplémentaire participent à générer l'apparition de cette plus-value.

## **Éléments pouvant favoriser le développement des toits verts privés sur le Plateau**

### **1. Le toit vert : un aménagement à la mode**

Selon l'ensemble des participants à la recherche, le toit vert est perçu d'abord et avant tout comme un aménagement participant à la qualité environnementale. Or, à cette époque qui est la nôtre, s'afficher comme participant au bien-être environnemental collectif est bien vu (Sénécal, & al. 1994 ; Blanc, 1998). De fait, selon 4 des 5 personnes rencontrées, le toit vert peut servir d'outil de vente.

Ex : Je pense que c'est une mode et c'est exactement comme les voitures électriques. (Entretien, CI-1, 25 janvier 2012)

Ex : C'est un peu comme les piscines, la mode des condominiums qui ont des piscines sur le toit, ou à l'intérieur de l'immeuble. C'est le meilleur exemple d'un bon outil de vente pour le vendeur...C'est tendance! (Entretien, EI-1, 27 janvier 2012)

Ex : C'est socialement et environnementalement acceptable. C'est bien vu. C'est : je reste dans un immeuble à la mode ou je ne reste pas dans un immeuble à la mode. Je reste dans un immeuble où on a pris en considération l'environnement, le bien-être des gens, la qualité de vie ou pas! (Entretien, P-01, 1 février 2012)

### **2. Avantages individuels et économiques plus clairs et définis**

Le processus, les résultats et les avantages d'implantation du toit vert résidentiel restent encore largement à approfondir (Lstiburek, 2011 ; Landreville, 2005 ; Trottier, 2007 ; Boucher, 2006). À ça s'ajoute l'opinion de l'ensemble des participants relative au fait que la dichotomie entre la valeur d'usage collective et individuelle du toit vert limite la volonté des individus et des Villes de se doter de l'aménagement. De fait, pour 4 des 5 professionnels rencontrés, l'une des principales stratégies d'implantation réside dans l'éclaircissement des bénéfices individuels.

Ex : Si on peut, au niveau économique et énergétique, trouver une équation qui serait satisfaisante. Trouver une valeur économique et écologique qui plairait à tous, ça ce serait *win-win* pour l'implantation de toit vert. (Entretien, CI-2, 26 janvier 2012)

Ex : On peut faire un parallèle avec les édifices LEED. Ils ont pris beaucoup d'années à faire leur chemin même avec toute la publicité au niveau des architectes. Mais pourquoi ça marche, LEED? Parce qu'on promet d'une façon très précise, une économie d'énergie. On va dire : chaque appartement, ça va coûter moins cher d'électricité. Ça va s'autofinancer. Les gens se disent : LEED c'est cool! Mais en fait ça ne s'autofinance jamais. Mais ça se vend bien pis c'est à moindre coût. Y'a quand même un rapport qualité/prix. Mais un toit vert, les bénéfices sont plus difficiles à

escompter. Si l'édifice est en béton, comment tu peux sauver de l'énergie avec un toit vert? En plus, même en bois, de plus en plus, les bâtiments sont faits avec une grande conscience de l'efficacité énergétique. Alors de rajouter un toit vert, à quoi et à qui ça sert vraiment? (Entretien, EI-1, 27 janvier 2012)

Ex : Pis surtout, pour avoir une réponse positive de la part des citoyens, ça va prendre des faits. Ça va prendre des ventes, avec des différences, où on est capable de quantifier la part de chacune des composantes. Aussi, il faudrait des avantages mesurables pour les gens qui font l'investissement - si tu me dis qu'on fait un toit vert et qu'il va être garanti 60 ans au lieu de 10 pis que même s'il coûte le triple, la dépense vaut la peine. Économiquement, il faut qu'il ait au moins une justification. Pour pouvoir dire : on va faire la dépense pis ça va être bon pour longtemps. Mais si ce n'est pas le cas, si ça coûte le double ou le triple d'une toiture conventionnelle pis que tu n'as pas d'intérêt, tu n'as pas d'agrément dans la vie, ben le choix économique raisonnable, ce n'est pas le toit vert. Parce que les gens, on a beau dire, ils vont toujours chercher à payer le moins cher possible. (Entretien, EM-1, 2 février 2012)

### **3. La simplification des procédures et l'implantation d'une aide municipale**

Le troisième et dernier élément pouvant servir de levier au développement de toits verts privés sur le Plateau réside dans la simplification des procédures et l'implantation d'une aide municipale à cet effet. Si d'un côté, 3 des 5 participants mentionnent les procédures réglementaires et l'ensemble mentionne le coût comme obstacles à son développement, de l'autre, nous pouvons déduire que leur simplification et l'aide que peut fournir la gouvernance provoqueraient l'effet contraire, comme le souligne le fonctionnaire rencontré :

Ex : L'installation d'un toit vert privé, c'est un frais et ce frais, c'est un obstacle quand même important. Donc c'est soit il y a une réglementation qui force les gens à aller vers ça. Pis là ben, il y a une politique qui s'applique. Parce que tu ne peux pas non plus exiger n'importe quoi de n'importe qui! Ou il faut développer des mécanismes qui sont soit économiques, soit réglementaires, soit incitatifs de toute sorte, qui font que les gens peuvent tirer un bénéfice dans un investissement de cette nature. (Entretien, EM-1, 2 février 2012)

C'est ici que s'arrête la présentation des résultats d'analyse. En résumé et en fonction des résultats obtenus lors des entretiens, il existe sur le Plateau des opinions établies concernant les trois aménagements observés. Dans cette recherche, l'analyse des données permet à la fois de définir des éléments particuliers à chacun des aménagements, tels que leur valeur d'usage respective et d'éclairer des éléments pertinents à cette recherche, plus étendus et relatifs à la problématique qui nous intéresse. Précisément, à la lueur de l'analyse, les résultats indiquent :

- Une récurrence dans les opinions concernant les indicateurs illustratifs de la valeur d'usage des aménagements observés (Demande, Offre, Ménage type, Plus-value, usage/utilité & Valeur économique moyenne...etc.) ;
- Six éléments centraux relatifs à notre problématique et questions de recherche ;
- Deux principaux éléments générateurs de valeur.

D'autre part, l'analyse permet aussi d'aboutir, en combinant les données issues des entretiens à la déduction, à :

- Trois éléments pouvant freiner et trois éléments pouvant favoriser le développement de toits verts privés sur le Plateau et plus généralement à Montréal.

Ainsi, dans l'optique d'une implantation à grande échelle de toits verts intensifs privés sur le Plateau et plus largement dans le grand Montréal, les données construites pointent vers l'injonction à travailler à faire ressortir d'autres avantages qu'environnementaux. Notamment à offrir des bénéfices individuels à court terme en ce qui a trait à l'usage et l'économie, de même qu'à revoir la procédure de gestion publique de manière à favoriser la participation citoyenne, par exemple en allégeant le processus et en introduisant des incitatifs budgétaires.

## **PARTIE II : Discussion ; Conclusion.**

### **DISCUSSION**

#### **Comparaison des résultats**

Dans la partie qui suit, une discussion autour d'études et d'expériences comparables à notre recherche est élaborée. Il s'agit d'asseoir la crédibilité des conclusions avancées à partir d'observations concrètes reposant sur des faits (Polit, & Beck, 2010 : 1453). Dans cette recherche, certaines données se vérifient, car appliquées avec succès dans d'autres cas relativement similaires, tels que ceux des Villes de Portland et de Chicago. Les conclusions de cette recherche supposent que de travailler les avantages individuels à court terme et de fournir de la réglementation incitative parviendraient à augmenter le nombre de toits verts privés sur le Plateau. Or, ces villes américaines affichent un succès en matière d'implantation massive de toits verts en optant pour une approche qui abonde dans le même sens que les conclusions présentées. De fait, ces expériences justifient certaines de nos recommandations.

C'est dans le but de diminuer la facture publique de gestion des eaux pluviales que la Ville de Portland en Oregon entame le pas vers l'aménagement massif de toits verts (Lawlor, 2006 : 59). Il faut d'abord savoir que la ville encourage les toits écologiques, mais ne les exige pas, sauf pour ses propres bâtiments.<sup>54</sup> Sans obliger les toits verts, la ville se dote de stratégies qui visent expressément à inciter les individus et promoteurs. La méthode utilisée : fournir des avantages individuels à court terme. Portland offre notamment des subventions à la construction de toits verts pour réduire la période d'amortissement (City of Portland, 2012). Aussi, depuis 2001, le règlement de zonage de la Ville de Portland offre aux promoteurs immobiliers des dépassements du plafond de densité autorisé lorsqu'ils incluent un toit vert dans leur projet (City of Portland, 2012 ; Lawlor, 2006 : 60). Le dépassement est accordé par paliers, au nombre de trois :

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Si le toit occupe 10-30% de la superficie, l'augmentation du rapport plancher-sol est de 1:1;</li><li>2. Si le toit vert occupe 30-60%, l'augmentation est de 2 :1;</li><li>3. Si le toit vert occupe une superficie plus grande que 60%, l'augmentation est de 3 :1.</li></ol> |
|--|

**Source : (Lawlor, 2006)**

En parallèle aux incitatifs à « renforcement positifs », la ville applique des règlements contraignants, notamment en utilisant un système de surface en vertu duquel la ville partage le poids et la facture de la gestion des eaux pluviales avec les propriétaires et les promoteurs (City of Portland, 2012). Portland force ainsi les individus à gérer les eaux de ruissellement produites sur leur propriété en taxant les surfaces imperméables et les eaux résiduelles émises (Saltzan, & Marriott, 2008a, dans Dagenais, & al., 2011 : 4). En revanche, la ville offre une compensation allant jusqu'à 5 \$ US / m<sup>2</sup> pour l'ajout d'un toit écologique sur un bâtiment (Dagenais, & al., 2011 : 4). L'approche de gestion publique des toits verts à Portland est donc de type holistique, car la ville utilise un système global comprenant une variété d'incitatifs.

En fonction des conclusions présentées, un autre exemple municipal appuie la crédibilité de la recherche au moyen de son expérience : celui de la Ville de Chicago qui, aux prises avec d'importants problèmes de température, amorce au tournant du siècle la guerre aux îlots de chaleur urbains (City of Chicago, 2012). Depuis, dans le but de les atténuer, son service d'urbanisme encourage activement l'installation de toits verts (City of Chicago, 2012).

---

<sup>54</sup> En fait, tous les nouveaux édifices municipaux doivent comporter un toit écologique couvrant au moins 70% de la surface du toit (City of Portland, 2012).



Tout comme la Ville de Portland, la Ville de Chicago utilise une démarche législative pour favoriser l'insertion de toit vert. L'intérêt de cette démarche est qu'elle fournit des avantages individuels à court terme. Elle stimule notamment la demande à l'aide de stratégies et de mesures incitatives ciblées pour les développeurs et les propriétaires. Par exemple, pour un promoteur, la Ville accélère le processus de l'obtention d'un permis de construction si le constructeur réalise un bâtiment écologique (City of Chicago, 2012). Elle renonce également à certains frais de service si le développeur installe un toit vert. Aussi, ici comme à Portland, la politique consent aux promoteurs un dépassement du plafond légal de densité avec l'ajout d'un toit vert. Sauf qu'à Chicago, il faut qu'au moins 50% de la surface de toiture soit recouverte de végétation ou qu'un minimum de 2000 pieds carrés de végétation recouvre le toit pour pouvoir en bénéficier (City of Chicago, 2012 ; Lawlor, 2006 : 49). L'illustration suivante résume les projets soumis à la politique et décrit les stratégies écologiques favorisées par la Ville de Chicago.

**Illustration 16 | Tableau des exigences de Chicago en matière de toits verts**

				Légende	
	<b>Assistance publique</b> ADP ventes négociées avec réduction de la valeur du terrain, TIF, subventions pour des zones d'habilitation, DOH	<b>Assistance publique</b> Émissions d'obligations, catégorie 6b, SBIF, Enterprise Zone Facility Bonds, Bank Participation Loans	<b>Absence d'assistance publique</b> Projets de développement organisé (Planned Developments), projets soumis à l'ordonnance visant la protection de la rive du lac (Lakefront Protection Ordinance Developments)	ADP = Appel de proposition CPAN = Chicago Partnership for Affordable Neighborhoods DOH = Department of Housing ILM = immeuble à logements multiples MI = maison individuelle	MR = maison en rangée SBIF = Small Business Improvement Fund TIF = financement par de nouvelles taxes foncières (Tax Increment Financing)
<b>Secteur résidentiel</b>					
Taux du marché pour MI, MR et ILM (<4 logements).	Certification Energy Star ou LEED				
Taux du marché = >4 logements	Toit vert sur 50 % de la superficie avec certification Energy Star ou LEED*	Toit vert sur 50 % de la superficie avec certification Energy Star*	Toit vert sur 25 % de la superficie*		
Logement abordable occupant plus de 20 % de la superficie ou CPAN	Critères écologiques du DOH				
<b>Secteur institutionnel</b>					
Hôpitaux	Toit vert sur 50 % de la superficie, ou sur 25 % de la superficie avec certification LEED*	Toit vert sur plus de 25 % de la superficie, ou sur 10 % de la superficie avec certification LEED*	Toit vert sur 25 % de la superficie, ou sur 10 % de la superficie avec certification LEED*		
Centres communautaires et écoles†			Toit vert sur 25 % de la superficie, ou sur 10 % de la superficie avec certification LEED*		
<b>Secteur industriel</b>					
	Toit vert sur 10 % de la superficie ou double certification Energy Star et LEED	Toit vert sur plus de 10 % de la superficie avec certification Energy Star			
<b>Secteur commercial</b>					
Détail : toit vert de plus de 10 000 pi² ‡	Toit vert sur 75 % de la superficie, ou sur 50 % de la superficie avec certification LEED*	Toit vert sur 50 % de la superficie, ou sur 25 % de la superficie avec certification LEED*	Toit vert sur 50 % de la superficie*		
Détail : toit vert de moins de 10 000 pi	Toit vert sur 25 % de la superficie ou certification LEED*	Certification Energy Star	Certification Energy Star		
Bureaux de plus de 80 pi²	Toit vert sur 100 % de la superficie	Toit vert sur 75 % de la superficie*	Toit vert sur 50 % de la superficie*		
Bureaux de moins de 80 pi²	Toit vert sur 50 % de la superficie ou double certification Energy Star et LEED	Certification Energy Star			
				* Le reste du toit doit respecter les critères de réflectivité Energy Star. † Les lieux du culte servant à de multiples usages seront considérés comme des centres communautaires. ‡ La valeur de la réduction du coefficient de ruissellement sera exigée pour les projets de grande envergure de plus de 9 290 m² (100 000 pi²)  NOTA : Le Department of Planning and Development encourage les promoteurs des projets qui doivent lui être soumis à se conformer aux pratiques de gestion optimales de gestion des eaux pluviales, aux normes de certification LEED et Energy Star de même que, le cas échéant, aux normes de construction écologique. Un toit vert sur 50 % de la superficie et la certification LEED sont exigés pour tous les projets, sauf les centres communautaires et les écoles.  La certification LEED et un toit vert sur 10 % de la superficie, ou un toit vert sur 25 % de la superficie seront exigés pour les centres communautaires publics et les centres scolaires communautaires. Les écoles se concentreront aussi sur la qualité de l'air intérieur et sur l'éclairage naturel.  <u>Liens</u> Information sur les toits verts - <a href="http://www.greenroofs.com">www.greenroofs.com</a> Toits Energy Star - <a href="http://www.energystar.gov/index.cfm?c=roof_prods.pr_roof_products">www.energystar.gov/index.cfm?c=roof_prods.pr_roof_products</a> Certification Energy Star - <a href="http://www.energystar.gov/index.cfm?c=home.index">www.energystar.gov/index.cfm?c=home.index</a> Certification LEED - <a href="http://www.usgbc.org/DisplayPage.aspx?CategoryID=19">www.usgbc.org/DisplayPage.aspx?CategoryID=19</a>	

Tableau I Exigences de Chicago en matière de toits verts

Source: (Lawlor, 2006)



Bref, les cas présentés régularisent à leur façon l'implantation de toits verts. Ces exemples de succès relatifs optent pour une réglementation qui fournit à tous des avantages individuels à court terme. En fonction des données d'analyse, il est probable que cette attitude participe au constat de réussite en matière d'insertion de toit vert, à Portland (qui compte, en 2011, plus de 100.000 pieds carrés de toits verts construits), comme à Chicago (qui compte, en 2008, plus de 300 projets de toits verts totalisant 4 millions de pieds carrés prévus ou construits) (greenroof.com, 2012). Avec le modèle de système utilisé, tous trouvent leur avantage dans l'insertion de toit vert, la Ville de Portland surtout en matière de gestion des eaux pluviales (City of Portland, 2012), celle de Chicago relativement aux effets d'îlot de chaleur et de qualité de l'air (greenroof.com, 2012). À Portland comme à Chicago, l'insertion de toit vert participe aussi à diminuer le fardeau fiscal public (greenroof.com, 2012). Leurs bénéfices encourus mis en poche, ces deux villes s'assurent ensuite que les citoyens comme les promoteurs puissent individuellement tirer profit d'un geste socialement et collectivement rentable.

Avec les dépassements du plafond de densité autorisés aux promoteurs, il est fort probable que l'investissement à encourir pour l'installation d'un toit vert s'autofinance à court terme grâce à l'ajout ou à l'agrandissement d'unités à vendre. Sachant qu'il bénéficiera en outre d'une possible accélération des procédures municipales, le promoteur perçoit directement son avantage à offrir un toit vert aux acheteurs potentiels, ces mêmes acheteurs potentiels qui, en faisant le choix non forcé d'acquérir un toit vert, bénéficieront de subventions et de diminutions de taxe imposées par rapport à la superficie de leur espace imperméable.

Néanmoins, ces exemples de réussite ne sont pas parfaits. Toujours en fonction des données émergeant des entretiens, certains éléments qui apparaissent essentiels aux personnes rencontrées ne sont pas pris en considération dans le processus l'implantation à grande échelle de toits verts des cas présentés. Précisément, ces villes ne misent pas sur un large éventail de valeur, ni sur un changement des perceptions relatives au toit vert. Leur gestion se base pour l'essentiel sur la performance technique, économique et environnementale des toits verts dans la ville. La multifonctionnalité du toit vert et les avantages autres qu'économiques et environnementaux qu'il offre ne sont pas exploités. Aussi, l'acceptation et l'appréciation des citoyens, des développeurs, des propriétaires et gestionnaires d'immeubles, des assureurs et de la communauté des institutions financières restent encore à démontrer. Ainsi, malgré ces exemples de réussite, l'essence du

problème reste la même. La valeur d'usage du toit vert est essentiellement environnementale et personne ne peut affirmer hors de tout doute que l'insertion de toits verts est basée sur la demande individuelle de jouir de l'aménagement.

Le problème avec le fait que l'insertion de toits verts ne repose potentiellement pas sur la demande individuelle est qu'il est possible que les choix politiques aillent à l'encontre de la volonté citoyenne. Dans l'introduction de ce travail, la légitimité des efforts publics en faveur du toit vert est d'ailleurs soulevée, notamment le fait que nul ne sait si les incitatifs relatifs au toit vert s'inscrivent dans le processus de « verdolatrie » des aménagistes, pour reprendre l'expression d'Alain Roger (Roger, 1997 : 134-135), ou si le toit vert s'avère un aménagement convoité par les individus. Or, selon nos répondants, il apparaît, pour le moment et dans le secteur observé, que le toit vert n'est pas un aménagement massivement convoité par les individus. En fait, en fonction de l'opinion des personnes rencontrées, les politiques et incitations publiques pourraient s'en tenir à favoriser l'implantation d'un aménagement moins dispendieux qui participe à l'amélioration de l'environnement et à la réduction des frais publics pour répondre au bonheur du plus grand nombre. Si la Ville est aux prises avec un problème d'îlots de chaleur, bien des solutions peuvent être avancées. Par exemple, le toit blanc participe davantage et plus rapidement à la réduction de la température urbaine que le toit vert (Lstiburek, 2011).<sup>55</sup> Or, le verdissement d'un toit est largement plus dispendieux que l'installation d'une membrane blanche ou réfléchissante. Ainsi, certains pourraient se demander pourquoi insister sur l'insertion de toits verts. Bref, la légitimité des efforts est d'autant plus importante, sachant que l'accès extérieur à un espace minéralisé en hauteur est pour le moment potentiellement suffisant du point de vue du citoyen et satisfaisant relativement aux objectifs environnementaux et financiers visés par les autorités municipales.

L'illustration suivante présente le prix moyen de chaque type de recouvrement au pied carré et en mètre carré en fonction du type de toiture, à capacité structurale équivalente.

---

<sup>55</sup> À ce sujet, les fervents défenseurs du toit vert pourraient rétorquer que ce point est véridique pourvu que le toit blanc soit blanc, mais qu'il ne le reste pas longtemps (Lstiburek, 2011). Également qu'à la vue, il devient moins agréable avec le temps. Reste qu'il est probable que la personne qui supporte la dépense à la base préfère la baisse de son investissement de départ à la durabilité de l'apport de sa toiture à la réduction des îlots de chaleur urbains et à la laideur de la vue de son voisin. D'autant plus qu'elle ne sera pas celle qui aura la vue sur l'aménagement à l'esthétique dégradant.

**Illustration 17 | Prix moyens de types de recouvrement en fonction du type de toiture**

Type de toiture	Coût du pi <sup>2</sup> (Coût du m <sup>2</sup> ) pour toit standard	Coût du pi <sup>2</sup> (Coût du m <sup>2</sup> ) pour toit blanc ou IRS:78	Coût du pi <sup>2</sup> (Coût du m <sup>2</sup> ) pour toit vert
Multicouche 5 plis	8 \$ (86.08 \$)	8,50 \$ - 9 \$ (91.46 \$) – (96.84 \$)	-
Élastomère	10 \$ (107.60 \$)	11 \$ - 12,50 \$ (118.36 \$) – (134.50 \$)	-
Thermoplastique	-	12\$ - 12,50 \$ (129.12 \$) – (134.50 \$)	-
Extensif	-	-	15 \$ - 20 \$ (161.40 \$) – (215.20 \$)
Intensif	-	-	20 \$ - 30 \$ (215.20 \$) – (322.80 \$)

**Source : Tremblay.V, 2012**

(Données construites à partir de : <http://ville.montreal.qc.ca/portal/page> et compagnie de construction C)

Il est donc important de s’assurer de la présence de la demande citoyenne pour que les incitatifs publics en faveur du toit vert apparaissent légitimes, parce qu’une pensée « urbanistiquement » honnête ne va pas inutilement à l’encontre de la volonté citoyenne. Pour cause, politiquement parlant, obliger des gens à engager une dépense importante pour laquelle les bénéfices personnels ne sont ni clairs, ni convaincants peut créer une importante insatisfaction publique (Lstiburek, 2011) et conséquemment affecter la durabilité de la décision. D’ailleurs, bien des études démontrent que les stratégies d’amélioration de la forme urbaine instaurée par les décideurs peuvent avoir des incidences significatives seulement dans la mesure où elles permettent de satisfaire une demande des résidents (Handy, & Clifton, 2001 ; Foot, 1999 : 220). Par exemple, Toronto, première ville en Amérique du Nord à adopter une politique municipale et un

règlement pour exiger et régir la construction de toits verts sur les nouveaux développements, obtient des réactions mitigées face à sa décision (greenroof.com, 2012). Certains réagissent même plutôt mal à l'idée d'obliger le toit vert (Lstiburek, 2011). De fait, suite à l'adoption du règlement, un rapport remis au personnel municipal par le comité mandaté d'évaluer la politique recommande l'amendement du règlement. Le comité prône, entre autres, l'introduction d'alternatives possibles au toit vert, telles que celle de la technologie des « *cools roofs* », et ce, en tenant compte de la volonté des citoyens par la tenue de consultations publiques (City of Toronto, 2012). Bref, d'accord, le toit vert offre des avantages collectifs et sociaux, mais il reste légitime de laisser le choix final aux citoyens. Évidemment, les procédures de choix collectifs ne peuvent jamais parvenir à satisfaire tous les critères de la démocratie. Il est impossible de définir l'intérêt général à partir des préférences individuelles (Arrow, 1997). Mais il ne faut pas non plus mettre de côté l'opinion des citoyens pour aboutir à des politiques et programmes orientés dans une direction éthiquement convenable et poursuivre des objectifs durables (*Idem.*).

Il apparaît donc souhaitable de travailler ce point ici, mis de côté ailleurs : si la gouvernance envisage entamer un virage collectif, social et durable en faveur des toits verts. Les villes ont donc encore du travail à faire pour assurer le succès d'une implantation à grande échelle de toits verts (Dagenais, & al., 2011 : 1). Il faut notamment veiller à ce que l'insertion qui, pour le moment, n'est pas hors de tout doute basée sur la volonté des citoyens le soit, du moins en partie. Pour ce faire, la solution est encore et toujours la même. Il faut travailler à fournir de nouveaux arguments, autres qu'environnementaux, plus massivement convaincants.

En effet, en fonction de la littérature et des conclusions de cette recherche, il semble que le toit vert présente une valeur surtout environnementale. Mais faut-il s'en étonner? La plupart des travaux touchant de près ou de loin à la phytotechnologie vantent essentiellement les mérites d'ordre économique (accroissement de l'efficacité énergétique du bâtiment) environnemental (réduction des îlots de chaleur urbains et diminution des coûts de la gestion des eaux pluviales) ou écologique (participation à la biodiversité urbaine et surface végétale supplémentaire) de l'aménagement (MDDEP, 2010 ; Lawlor, 2006). Également les villes et institutions qui entament le pas vers la technologie verte le font souvent pour des raisons environnementales ou/et économiques (Lawlor, 2006 ; City of Chicago, 2012 ; City of Portland, 2012 ; City of Toronto,

2012). Or, pour certains, ces avantages qui sont mis de l'avant ne sont ni crédibles, ni convaincants. Certains vont jusqu'à dire :

*« It is dumb to do a green roof to save energy. If dirt were energy efficient, we would call it insulation and put it in walls [...] And, covering a roof with grass to deal with solar gain is also pretty dumb when you have something much more effective and less expensive available called a reflective membrane [...] And don't get me started about "urban heat islands" and the benefits of green roofs. You get there faster with white roofs : cool roof technology. [...] Also, when the grass goes brown, forget about energy benefit but be worried about fire »* (Lstiburek, 2011).

Sur ce dernier point, il n'y a pas que les ingénieurs qui remettent en cause la justification environnementale des toits verts. Nos données éclairent d'ailleurs une inquiétude quant aux résultats et aux procédures d'aménagement du toit vert. En effet, 4 des 5 participants à la recherche perçoivent les procédures et résultats d'implantation de toits verts comme inquiétants et méconnus (voir grilles d'analyse résumées en appendice C). L'absence de normes inquiète aussi l'opinion médiatique.<sup>56</sup> De plus, à Montréal comme ailleurs, les pompiers et les compagnies d'assurances font parfois reculer les individus et les villes en raison des dangers de sécurité probables que peut comporter l'installation d'un toit vert sur une toiture résidentielle<sup>57</sup> (Landreville, 2005).

Ainsi, en dépit du fait que les avantages environnementaux relatifs au toit vert soient les plus documentés (MDDEP, 2010 ; Lawlor, 2006 ; City of Chicago, 2012 ; City of Portland, 2012), il semble qu'ils ne soient pas parvenus à convaincre la majorité. Dans la partie qui suit, il s'agit d'appuyer ce point en triangulant les données observées avec celles de la littérature et celles des installateurs de toits verts.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Lire entre autres : Laberge, Étienne. *Des toits verts hors de contrôle*, dans le 24H du lundi 4 juin 2012, page 3.

<sup>57</sup> Pour en savoir plus, consulter l'article suivant : <http://www.straight.com/article-86443/insurance-concerns-threaten-green-roofs>.

<sup>58</sup> Pour valider nos données concernant l'état de la demande et de l'offre en toits verts résidentiels (ces dernières étant parmi les caractéristiques les plus pertinentes et représentatives de la valeur d'usage relative à un aménagement), il est de mise de trianguler nos données en la matière, raison pour laquelle des données en provenance de trois compagnies constructrices de toits verts sont ajoutées au corpus de données. La méthodologie utilisée pour avoir accès à ces données est simple. Les chiffres de deux des trois compagnies sont fournis, avec l'accord écrit des personnes intéressées, par nos directeurs de recherche. Les données en provenance de la troisième compagnie sont obtenues par nous-mêmes par le biais d'échange de courriers électroniques avec un représentant de la compagnie concernée.

Rappelons que l'ensemble des participants estime que la demande et l'offre en toits verts privés unifamiliaux se font plutôt absentes, opinions qu'il s'avère possible de vérifier avec des données objectives. À ce sujet, devenu spécialiste à Montréal dans le domaine, le Centre d'écologie urbaine de Montréal (CÉUM) voit son volume d'appel augmenter considérablement depuis quelques années concernant des renseignements et des avis sur les toits verts. Malgré cet intérêt, la superficie de toits verts résidentiels installés reste modeste (Trottier, 2007 : 14). Une étude interne au CÉUM mentionne que « le marché des toits verts touchant le secteur résidentiel, les coopératives de logements et les petits commerces privés est peu enclin à se développer à court et moyen terme à Montréal » (Jourdain, 2007).

Sur ce point, il est intéressant de mentionner que le fonctionnaire rencontré évoque en entretien le fait qu'il y a très peu de demandes de permis déposées, auprès de la section des permis du Plateau, pour la construction de toit vert résidentiel unifamilial. S'il n'est pas impossible, bien qu'illégal, qu'un balcon-terrasse se réalise sans permis, il est probable que la complexité des procédures d'installation d'un toit vert limite la possibilité de réaliser des toits verts sans permis, ne serait-ce qu'en raison du fait que le recours à l'aide d'une compagnie constructrice de toit vert requiert d'avoir en sa possession un permis en bonne et due forme (Toitvertige, 2012). D'ailleurs, les courtiers immobiliers n'en ont jamais vendu, ni les évaluateurs analysés.

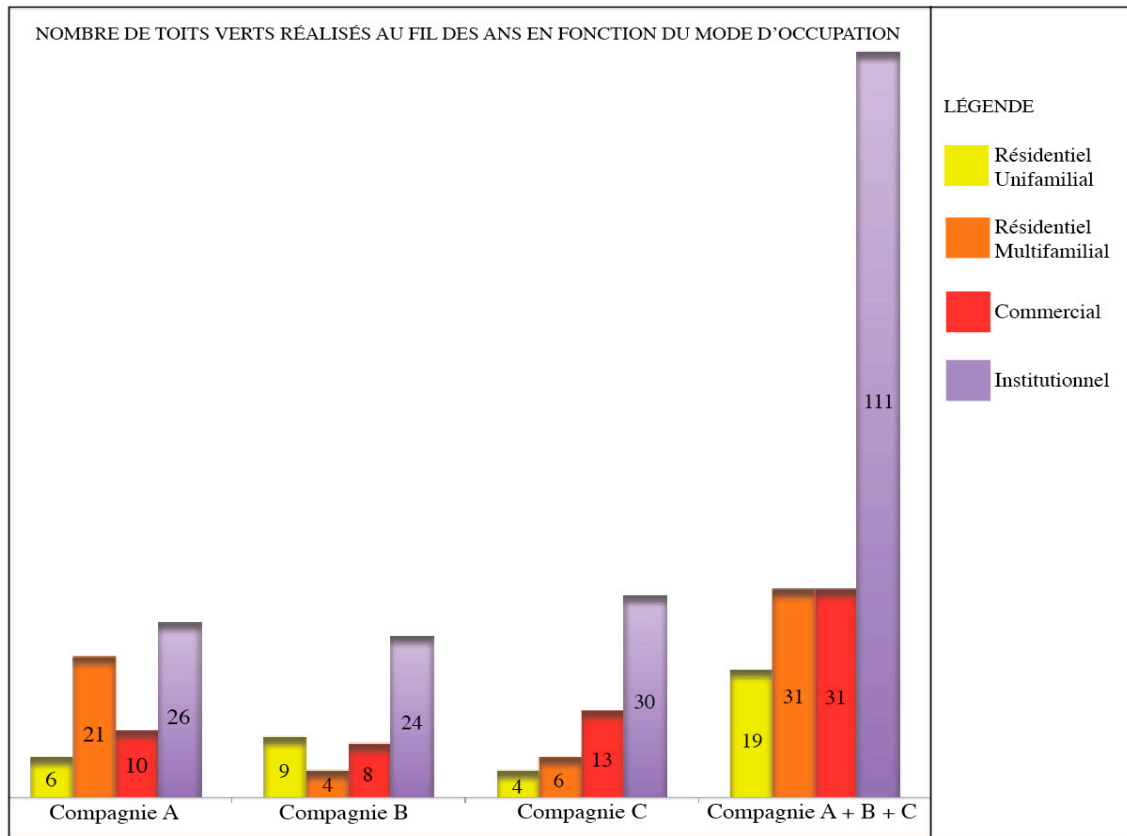
De plus, selon les compagnies constructrices de toits verts contactées, chacune réalise en moyenne tout juste une dizaine de toits verts par année et somme toute, la figure de cas résidentielle, privée et unifamiliale est celle qui se réalise le moins. Règle générale, le mode d'occupation le plus participatif est l'institutionnel.

L'illustration suivante présente le nombre de toits verts construits à Montréal par chacune des compagnies, au fil des ans et en fonction du mode d'occupation<sup>59</sup>.

---

<sup>59</sup> Soulignons que ces données ne sont pas 100% fiables, ni comparables entre elles. D'abord, il se peut qu'un toit vert soit comptabilisé dans les réalisations relatives à deux compagnies, parce qu'il arrive que l'une face appel à l'autre quant à ses ressources, son personnel ou ses compétences. Aussi, il faut mentionner que les données de la compagnie A s'échelonnent sur 13 ans en ne comptant pas l'année en cours, celles de la compagnie B sur 3 ans en ne comptant pas l'année en cours et celles de la compagnie C sur 6 ans en comptant l'année en cours. Ainsi, ces résultats sont surtout utilisés pour donner une idée générale relativement proche de la réalité en matière de toits verts construits à Montréal. Si ces chiffres ne sont pas hors de tout doute exacts, ils sont néanmoins très représentatifs de la réalité, car il s'agit tout de même des trois principales compagnies dans le domaine au Québec.

### Illustration 18 | Nombre de toits verts construits à Montréal par mode d'occupation



Source : Tremblay.V. 2012 <sup>60</sup>

Il faut par ailleurs mentionner que bien qu'encore rares dans la forme urbaine montréalaise et plus précisément sur le Plateau, les balbutiements du toit vert résidentiel s'observent pour l'essentiel dans la construction de projet multifamilial en copropriété d'habitation. D'ailleurs, les courtiers rencontrés, sans avoir à en vendre, ont vu des propriétés de ce genre possédant des toits verts. Aussi, le promoteur rencontré a un toit vert commun sur le toit de l'édifice où il réside et il a déjà réalisé deux constructions en possédant. En outre, les données relatives aux trois compagnies interrogées en fonction de leur construction de toits verts vont dans le même sens. C'est aussi d'ailleurs la figure de cas la plus représentée dans les magazines de ventes immobilières (voir illustrations 19 et 20).

<sup>60</sup> Notons que si aucun tableau spécifique aux toits verts construits sur le Plateau n'est présenté, c'est que les données relatives sont non significatives. Il n'y a pas assez de toits verts qui s'y construisent pour obtenir des graphiques aux données intéressantes. De plus, en fonction de la nature du certificat d'éthique émis pour cette recherche, aucune information permettant d'identifier les participants d'une façon ou d'une autre ne peut être publiée, raison pour laquelle l'identité des compagnies est dissimulée.

**Illustration 19 | Figure de cas (toit vert) véhiculée dans les guides de vente immobilière**

**INFO PROJET**

# UN TOIT VERT SUR LA RIVE-SUD

À l'heure où nos exigences environnementales augmentent, nous cherchons plus souvent à concilier nos convictions avec notre mode de vie. L'habitat écologique fait partie des choix que nous pouvons faire. Avec Liv Condominiums, Sovima Habitations exploite pour la première fois sur la Rive-Sud un nouveau concept d'habitat écologique avec un toit vert.

The image shows a vibrant rooftop garden with wooden decking, lush green plants, and people enjoying the space. A woman is walking a dog, a man is sitting on a bench, and another woman is sitting on a sofa. The background shows a cityscape under a clear sky.

Source : Maisons neuves.com, Volume 14 n°1, 2012 : 42

**Illustration 20 | Figure de cas (toit vert) véhiculée dans les guides de vente immobilière**

**En prévente!**

# Le Laurier

OÙ:  
Plateau Mont-Royal - Av. Laurier

QUAND:  
Été 2012

INFORMATIONS:  
514 863-2795

The image shows a modern, multi-story brick building with a rooftop garden. People are walking on the sidewalk in front of the building. The text 'En prévente!' is overlaid on the top right of the image.

Source : Guide Condo & Maison, Édition n°8, 2012 : 13

Mais pourquoi le toit vert privé unifamilial n'est-il pas plus fréquent? Possible que ce soit en partie dû au fait que les gens les plus aptes à s'offrir un toit vert bénéficient souvent d'options plus simples pour profiter d'un espace vert d'extrême proximité. Il faut comprendre que les procédures d'installation de toit vert sont complexes et coûteuses. Pour installer un toit vert intensif, il faut entre autres choses : assumer les frais de procédure de demande de permis<sup>61</sup>,

<sup>61</sup> En 2012, dans l'Arrondissement Plateau Mont-Royal, pour une étude d'une demande de permis de transformation de toiture il en coûte 8,90 \$ par tranche de 1 000 \$ de travaux, à un coût minimum de 125 \$ pour une toiture résidentielle et de 375 \$ pour un toit de bâtiment commercial, industriel ou institutionnel



fournir des dessins certifiés et estampés par un ingénieur en structure agréé et/ou un architecte, faire vérifier la condition du toit, produire des dessins de l'ossature, faire calculer la capacité portante de la toiture existante, faire produire des dessins de conception comprenant un schéma de l'évolution du paysage, apporter des modifications à la toiture comme le retroussement ou l'ajout de garde-corps et installer des plantes et un système d'irrigation et de drainage, le tout en assurant la conformité au code de la construction et à la réglementation municipale (Ville de Montréal, 2012 ; City of Chicago, 2012). Aussi, en raison de cette procédure d'installation lourde, l'insertion de toits verts est largement moins complexe à gérer si introduite lors de l'érection d'une nouvelle construction. La structure portante peut alors être pensée, à la base, en fonction du poids du toit vert, existant ou à venir, l'accès au toit peut-être réalisé et sécurisé d'emblée et les permis municipaux nécessaires compris dans celui émis pour la construction. D'ailleurs, les données construites démontrent que les toits verts montréalais ne se retrouvent pas de manière significative sur le Plateau.<sup>62</sup> Possible qu'ils se retrouvent principalement dans les quartiers où il y a davantage de nouvelles constructions. Bref, concernant le toit vert privé sur le Plateau, sachant que localement les bénéfices personnels restent faibles et méconnus et qu'aucune aide financière n'est fournie, il est légitime de penser que le constat risque de rester le même si rien ne change en la matière.

### **Retour sur les questions et sous-questions de départ**

L'objectif principal de la recherche était de déterminer la valeur d'usage du toit vert traduite par le dispositif argumentaire immobilier<sup>63</sup> relatif à l'aménagement dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal, ce selon certains professionnels de l'immobilier<sup>64</sup> œuvrant dans ce secteur. Il s'agissait ensuite de la comparer à celle de la cour arrière et du balcon-terrasse. Au terme de l'analyse, il est possible d'avancer que la valeur d'usage individuelle du toit vert résidentiel au sens où nous l'entendons, c'est-à-dire telle une expression de la demande et du désir de jouir d'une chose, est inexistante. Pour cause, les données construites, en fonction de nos entretiens et des données des compagnies de construction de toits verts, pointent vers une quasi-absence de la

---

(Ville de Montréal, 2012).

<sup>62</sup> Rappelons que sur le Plateau plus de la moitié des logements sont bâtis avant 1946 (Ville de Montréal, Profil sociodémographique/Le Plateau Mont-Royal, 2009).

<sup>63</sup> Rappelons que le dispositif argumentaire immobilier est l'amalgame des éléments immobiliers recueillis : valeur économique, demande, offre, ménage type, rentabilité, utilité, caractéristiques avantageuses et désavantageuses, perceptions, etc.

<sup>64</sup> Ce terme inclut des courtiers, promoteurs et évaluateurs immobiliers.

demande et du désir individuel de posséder ce type d'aménagement. Il faut toutefois nuancer ces propos, parce que non seulement nous n'avons pas parlé directement aux acheteurs, mais aussi, nous avons interrogé les professionnels de l'immobilier sur le pouls général des préférences. Si chaque année quelques toits verts se réalisent, c'est qu'il y a bien une certaine demande. Nous affirmons seulement, en fonction des données d'analyse, que cette demande n'est pas massive ni généralisée. Il faut admettre qu'avec une approximation de 19 réalisations unifamiliales sur 13 ans de données et une population dans l'agglomération qui atteint 1 906 811 habitants au 1er juillet 2009 (Statcan, 2012), la demande et l'offre en toit vert privé apparaissent en effet limitées. Ainsi, pour le moment, le toit vert ne présente pas de valeur d'usage individuelle massive dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal. Il présente en revanche et aux yeux de nos informateurs une valeur d'usage sociale et collective dite environnementale.

En deuxième lieu, la recherche s'interrogeait à savoir comment la valeur et l'utilité des toits verts se comparent à celles des cours arrière et des balcons-terrasses en 2012. Sur ce point, 4 des 5 participants à la recherche pensent qu'en fonction de leur public cible réciproque, l'usage de ces aménagements peut être semblable et comparable. D'ailleurs, les résultats de recherche de Veitch, & al. (2006 : 384) démontrent que le jardinage, les loisirs et la relaxation sont des activités parmi les plus effectuées dans une cour, alors que bon nombre de ces activités sont mentionnées par les participants eu égard à l'usage potentiel d'un toit vert intensif (voir grilles d'analyse résumées en appendice C).

Les activités que peut accueillir le toit vert ne sont donc pas un obstacle, mais il reste que comme le mentionnent certains participants :

**Les gens ne se sont peut-être pas encore connectés avec leur usage personnel à ce type de toit!?** (Entretien, CI-2, 26 janvier 2012)

En fait, selon les répondants, l'essence de la différenciation entre la cour arrière et le toit vert réside dans le fait que l'usage peut être ressemblant, mais la valeur accordée aux deux aménagements demeure distincte. Les raisons sont multiples, parmi lesquelles la plus significative serait le fait que la perception générale du toit vert et de la cour arrière sont en clivage. Notamment, leurs publics cibles s'opposent d'emblée. Pendant que le toit vert s'adresse à un type d'acheteur plus individuel, la cour arrière est sans contredit associée au foyer familial et à l'usage enfantin (Germain, 2007 : 16 ; Polèse, 2006 : 28 ; Veitch, & al., 2006 : 384).

Pèse aussi lourd dans la balance de différenciation des deux aménagements, le fait que le toit vert apparaisse d'abord comme une valeur environnementale alors que la cour non, comme le souligne l'exemple suivant :

Donc vous diriez que la cour arrière n'a pas ça, que le toit vert a. Il y a une idée environnementale derrière l'aménagement? **Dans le toit, pas dans la cour!** On n'a pas l'impression de garder un endroit végétalisé au niveau du sol pour l'environnement? **Non, parce qu'on dit c'est déjà là de toute façon. Des mauvaises herbes pourraient pousser là. On pourrait laisser ça comme ça, pis ça pousserait. Tandis qu'en haut, c'est voulu. C'est un énoncé voulu du promoteur et des copropriétaires d'être environnemental.** (Entretien, P-01, 1 février 2012)

Le fait que le toit vert n'apparaisse pas comme une valeur économique sure distingue aussi amplement la perception générale du toit vert de celle de la cour arrière. Rappelons que « le terrain occupe une place privilégiée dans la vie des ménages. Il est un bout de nature anthropisée qui consolide la valeur foncière, immobilière, mais aussi affective [du lieu de résidence] » (Pinson, & Thomann, 2002 : 89). Or, la valeur accordée au toit vert et transmise par les données d'analyse tranche considérablement avec cette réalité. Loin de consolider une quelconque valeur immobilière, le toit vert inquiète plutôt les individus, les évaluateurs et les assureurs quant à une perte envisageable de valeur (Landreville, 2005).<sup>65</sup> Ainsi, si l'usage de la cour arrière et du toit vert accessible peut être semblable, la valeur accordée à chacun des aménagements ne l'est pas. À l'heure actuelle, leurs valeurs d'usage respectives ne se comparent donc pas.

Le second but de cette recherche visait à comparer l'utilité et la valeur du toit vert avec celles du balcon-terrasse. Si une corrélation existe entre deux des trois aménagements observés sur le Plateau en 2012, c'est entre le balcon-terrasse et le toit vert. Le fait qu'il existe pour le moment une confusion générale entre les deux aménagements peut expliquer en partie cette relation. En effet, en fonction des données d'analyse, le balcon-terrasse et le toit vert sont perçus relativement de la même manière, mis à part la présence de végétation, comme le soutient le segment suivant :

**Y'a beaucoup de liens entre les deux [le balcon-terrasse et le toit vert]. Le toit vert coûte beaucoup plus cher. Présentement, les gens ne payeront pas beaucoup plus cher pour le toit vert, parce que dans la tête du monde, c'est la même affaire.** (Entretien, P-01, 1 février 2012)

La corrélation qui existe entre la valeur et l'usage relatives aux deux aménagements peut

---

<sup>65</sup> Pour en savoir plus, consulter l'article suivant : <http://www.straight.com/article-86443/insurance-concerns-threaten-green-roofs>.

également s’expliquer par le fait que leur public cible respectif se ressemble et que l’usage qui en est fait est semblable. D’abord, selon les répondants et en fonction de leurs coûts réels, ils s’adressent tous deux majoritairement à des gens plus fortunés qui ont un style de vie non familial. Aussi, les deux aménagements sont en hauteur et les promoteurs se servent de la terrasse et du toit vert comme d’une séduisante vitrine commerciale et d’un outil à la distinction d’un projet de construction. Sur ce dernier point, les images véhiculées dans les guides de vente immobilière peuvent être citées à l’appui (voir illustrations 19 et 20). Ce sont souvent les immeubles à loyer les plus dispendieux qui offrent le balcon-terrasse et le toit vert et encore, parfois ce ne sont pas tous les appartements qui en bénéficient. La terrasse à l’étage, tout comme le toit vert, est donc la spécificité d’un micromarché bien particulier, qui permet de différencier économiquement et socialement son acquéreur (Perrot, 1975). En outre, le toit vert et le balcon-terrasse sont souvent, pour le moment et à Montréal, des espaces communs définis par les participants comme étant surtout utilisés pour la récréation et la relaxation (voir illustration 12).

Ainsi, pour le moment, il apparaît, selon les données d’analyse, que la valeur d’usage du toit vert et du balcon-terrasse est semblable. Mais des différences persistent. Selon les répondants, le toit vert demande plus de travail d’entretien et participe davantage à la qualité de l’environnement que le balcon-terrasse. Le balcon-terrasse de son côté, contrairement au toit vert, est un aménagement à valeur sûre et beaucoup moins dispendieux. Il est aussi largement plus demandé (voir grilles d’analyse résumées en appendice C).

L’illustration suivante résume et explique les réponses données concernant la valeur et l’utilité des toits verts comparées à celles des cours arrière et des balcons-terrasses.

**Illustration 21 | Données concernant la valeur et l’utilité comparées**

	<b>Cour arrière vs Toit vert</b>	<b>Balcon-Terrasse vs Toit vert</b>
<i>Usage</i>	<i>Même usage</i>	<i>Même usage</i>
Nbr de participants en accord	4/5	5/5
Point de vue divergent	L’évaluateur municipal pense que ni l’usage, ni l’utilité de ces deux aménagements ne sont semblables	-

<i>Valeur</i>	<i>Pas la même valeur</i>	<i>Pas même valeur</i>
Nbr de participants en accord	5/5	5/5
Point de vue divergent	-	-
<i>Description</i>	L'utilité est la même, mais le fait que la valeur ne l'est pas peut être déduit des données. Notamment parce que la perception générale du toit vert et de la cour arrière sont en clivage. Leurs publics cibles s'opposent d'emblée et contrairement à la cour, le toit vert n'apparaît pas comme une valeur économique sûre.	L'utilité est la même, mais le fait que la valeur ne l'est pas peut être déduit des données. Une corrélation existe entre les deux aménagements. Elle s'explique en partie par une confusion générale entre les deux aménagements. Aussi leur public cible respectif se ressemble et l'usage qui en est fait est semblable. Il reste que le balcon-terrasse, contrairement au toit vert, est un aménagement à valeur sûre et beaucoup moins dispendieux. Il est aussi largement plus demandé.

**Source : Tremblay.V. 2012**

Finalement, la recherche tentait ultimement de déterminer si, dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal, le toit vert constitue une alternative à la cour arrière. À cette question, les réponses sont mitigées. Trois des cinq participants pensent que oui, contre deux ayant l'opinion contraire. Ici, deux tendances s'observent dans les résultats concernant l'avenir du toit vert, mais cette contradiction ne doit pas choquer. Ce constat ne met pas en lumière un problème ; au contraire, il appuie nos observations empiriques. Cette double tendance est intéressante parce qu'elle illustre les réalités du marché.

Comme le souligne Deslauriers, « il est très rare que la réalité aille dans une seule et même direction. Au contraire, elle se répartit la plupart du temps entre quelques tendances centrales et quelques autres plus secondaires » (Lincoln, & Guba, 1985 : 312, dans Deslauriers, 1991 : 74). En ce qui nous concerne et selon l'ensemble des participants à la recherche, la résolution de notre problématique est soumise à un marché divisé en fonction de deux styles de vie recherchés : l'un davantage familial, l'autre individuel. S'il existe bien deux types d'acheteurs en fonction d'un mode de vie recherché, il est probable que les intervenants rencontrés se rapportent à l'un ou à l'autre de ces groupes d'acheteurs. Également, que leur adhésion à l'un ou à l'autre de ces groupes d'acheteurs teinte leur opinion relative à l'avenir du toit vert. En d'autres mots, que leur opinion par rapport à l'avenir du toit vert soit tributaire de leur intérêt personnel quant à l'objet. D'ailleurs, à la question hypothétique sur l'avenir du toit vert, les réponses aboutissent à une

tendance double alors qu'aux questions factuelles comme celles concernant l'offre et la demande, les réponses des participants sont relativement univoques.

Ainsi, à savoir si dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal, le toit vert constitue une alternative à la cour arrière, la tendance est double, à l'image des principaux types de foyers résidentiels à l'œuvre sur le marché immobilier. Pour les individus à la recherche d'un style de vie non orienté sur la famille et les enfants, il semble que le toit vert puisse à l'avenir constituer une alternative à la cour arrière. En revanche, pour les foyers aux préoccupations plus familiales, il semble que non. Ce constat est décevant, car ce dernier type de ménages est celui que vise précisément cette recherche. En effet, dans l'introduction de ce travail, la problématique relative au soutien de l'étalement urbain par les valeurs familiales portées par la banlieue est soulevée. Il est vrai qu'aujourd'hui, la demande pour la maison de banlieue est largement nourrie par de jeunes ménages avec enfants, de nouveaux ménages en règle générale (Polèse, 2006 : 28). Or, les données de recherches démontrent que c'est surtout ce type de personnes qui ne s'intéressent pas au toit vert. Donc, à savoir si dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal, le toit vert constitue une alternative à la cour arrière concernant le public visé par cette recherche, il semble que la réponse soit non.

L'illustration suivante résume et explique les réponses déterminant si, dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal, le toit vert constitue une alternative à la cour arrière.

### **Illustration 22 | Réponses déterminant si le toit vert constitue une alternative à la cour**

Réponse	Nbr de participants en accord	Description/exemples (en fonction des personnes rencontrées)
Oui et Non	3/5 Oui (courtier, évaluateur privé & promoteur)  2/5 non (courtier & fonctionnaire)	À savoir si sur le Plateau, le toit vert constitue une alternative à la cour arrière, la tendance est double à l'image des principaux types de foyers résidentiels à l'œuvre sur le marché immobilier. Pour les individus à la recherche d'un style de vie non préoccupé par la famille et les enfants, il semble que le toit vert puisse à l'avenir constituer une alternative à la cour arrière. En revanche, pour les foyers aux préoccupations plus familiales, il semble que non.

**Source : Tremblay.V. 2012**

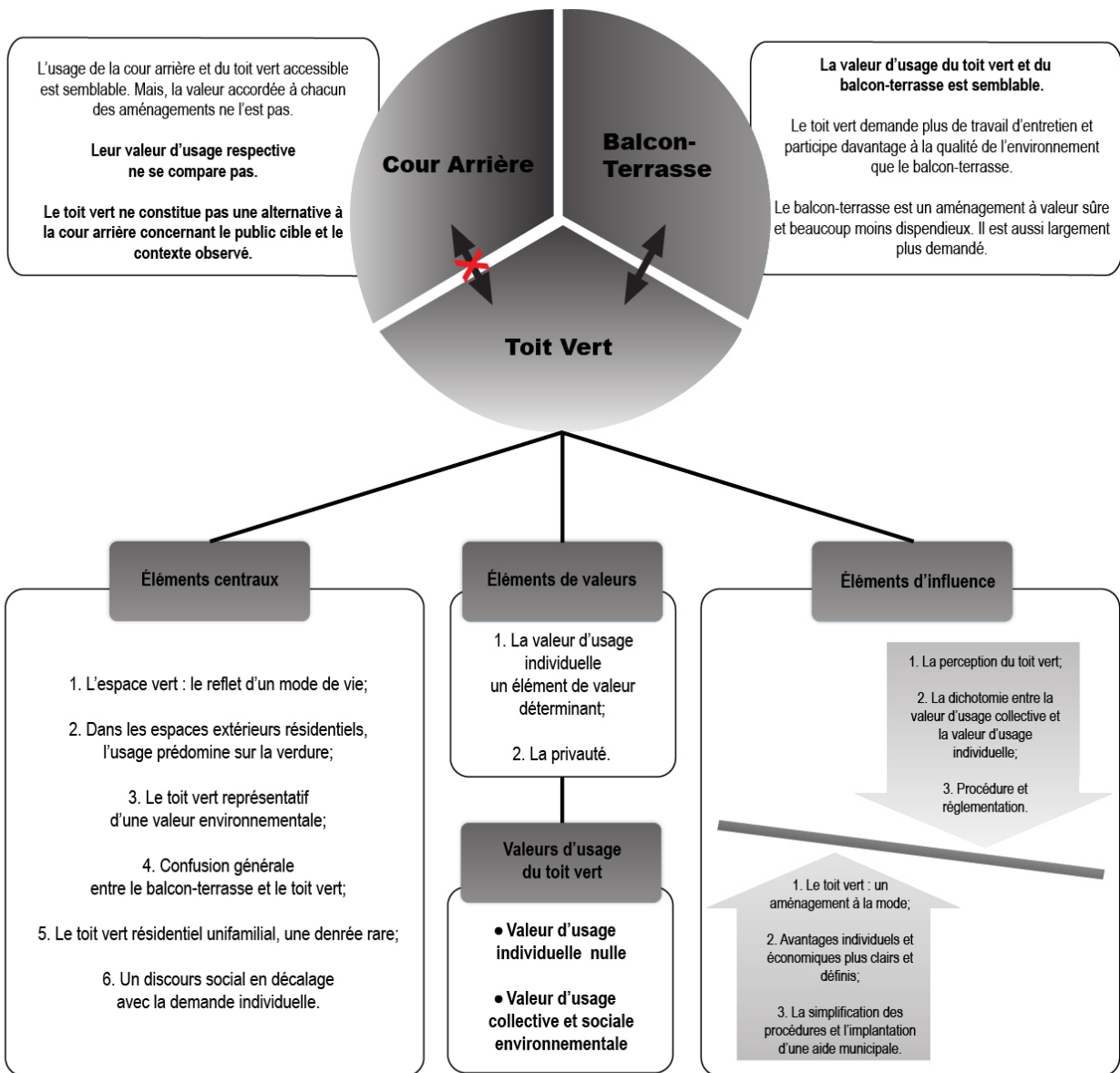
De façon seconde, notre problématique énonçait d'autres sous-questions, notamment à savoir si l'accès à un espace extérieur non végétalisé est suffisant pour présenter une valeur ajoutée à

l'habitation à laquelle il se rapporte. Selon les professionnels rencontrés, il semble unanime que oui! L'énoncé de la problématique demandait aussi si l'attention portée au toit vert est d'emblée associée à l'élément de nature. Oui, toujours selon les professionnels rencontrés et de manière unanime, mais il semble que l'aspect nature soit essentiellement associé à l'environnement! La réponse à ces questions est appropriée, car elle détermine que l'aménagement d'un toit n'a pas à être végétalisé pour être valorisé ; bien au contraire, sa végétalisation fait peur.

En outre, contre toute attente, le contexte observé et les particularités de ces résidents ne traduisent pas un éveil du désir individuel de jouir d'un toit vert, ni un intérêt particulier pour son développement. Au contraire, à la lueur de notre analyse, il y a en ce moment plus d'éléments défavorisant (prix, incertitude, méconnaissance, dichotomie entre valeur d'usage individuelle et valeur d'usage collective ou sociale, procédure, perception) l'implantation de toits verts privés sur les toits du cadre bâti résidentiel du Plateau que le favorisant (tendance). Ainsi, les données construites ne sont pas révélatrices d'un contexte aux spécificités favorables à l'insertion de toits verts privés. Un certain nombre de toits vert se réalise bien sur le Plateau, mais pas de manière significative. Possible que cette réalité s'explique par le prix élevé d'un toit vert privé et par la lourdeur des procédures à entreprendre pour sa réalisation. Résultat : ce sont surtout les gens au capital économique élevé qui peuvent envisager l'insertion d'un toit vert privé sur le toit de leur résidence, alors que ce n'est pas ce type de résident qui se retrouve en grand nombre sur le Plateau (Barbonne, 2008 ; 426).

Les éléments d'analyse et de reconnaissance présentés réunissent les éléments guidant la construction d'un schéma illustrant les données construites. La réalisation de ce schéma résulte d'une série d'essais et d'erreurs en vue de construire une figure à la fois complète, dans la mesure où l'essentiel doit y être, et claire des processus explicatifs de la valeur d'usage du toit vert et des éléments favorables ou défavorables à son implantation massive sur le cadre bâti résidentiel unifamilial du Plateau Mont-Royal. La nature des liens existants entre les différents aménagements observés s'y retrouve aussi.

## Illustration 23 | Schématisation des données construites



Source : Tremblay.V. 2012

### Validité de la recherche

Les entretiens tenus dans cette recherche sont peu nombreux et les interrogations, ciblées sur le Plateau. Néanmoins, le produit final aboutit à une saturation des données et à une forme de généralisation, toutes deux présentées ci-après (Ayres, & al., 2003: 881). La méthode utilisée permet aussi de rencontrer un principe important en recherche qualitative : la validité de la recherche (Deslauriers, 1991 : 80).



La littérature expose que la validité interne d'une recherche repose sur l'intégrité qui passe par une constante transparence dans l'énoncé des différentes étapes de saisie et d'analyse des données (Van Der Maren, 1995). La validité interne repose aussi sur la cohérence entre les questions de recherche et les méthodes de construction et d'analyse des données utilisées pour y répondre, également par la prise en compte d'arguments divergents (*Idem.*) et la renonciation au critère d'objectivité de l'analyste dû à la reconnaissance de la complexité des influences que l'action humaine subit en *contexte naturel* (Poupart, & al., 1997 : 384-385). Ainsi, c'est précisément ces critères de validité interne que cette recherche considère et tente d'assurer tout au long de la démarche.

En fonction des écrits, la validité externe d'une recherche repose quant à elle et pour l'essentiel, sur l'utilité générale des résultats (Van Der Maren, 1995). Dans cette recherche, c'est la saturation des données qui permet de rencontrer le principe de validité externe. La partie qui suit explique la logique suivie pour assurer l'utilité générale des résultats de cette recherche.

Concrètement, en fonction du fait que la méthode d'échantillonnage retenue est celle de l'homogénéisation de milieu professionnel, le principe de saturation des données adopté est celui de la diversification interne ou intragroupe (Poupart, & al., 1997 : 155). Il s'agit de prendre des informations diverses au sein d'un seul milieu organisé afin de maximiser l'étude intensive du groupe choisi et de trianguler les données entre elles (Poupart, & al., 1997 : 159). L'intérêt est bien sûr de comparer des données, mais surtout de décrire la vision d'un groupe de personnes, aux opinions complémentaires, concernant un phénomène ciblé (Poupart, & al., 1997 : 155 ; Polit, & Beck, 2010 : 1451). Nous tenons donc des entretiens jusqu'à ce que le portrait général du phénomène observé prenne forme et que les données commencent à se répéter.

Par ailleurs, pour maximiser la validité des procédures d'une recherche qualitative, certains auteurs s'entendent pour dire qu'il vaut d'opter pour une approche mixte qui combine des données objectives et subjectives, qualitatives et quantitatives, de l'induction et de la vérification (Miles, & Huberman, 1984 ; Glaser, & Strauss, 1967, dans Poupart, & al., : 328). C'est la raison pour laquelle dans cette recherche les portraits généraux des aménagements observés se composent d'éléments tangibles (offre, demande, valeur économique, rentabilité, public cible...etc.) et perceptifs (caractéristiques, perception, utilité...etc.). Aussi, raison pour laquelle

dans cette recherche, des perceptions sont vérifiées par des faits. Par exemple, tous les participants s'entendent pour dire que l'offre et la demande relative au toit vert unifamilial est plutôt rare, pour ne pas dire absente, pour le moment sur le Plateau et à Montréal. En fonction de la nature de leur connaissance professionnelle, si tous s'entendent sur ce point, c'est qu'il doit être significatif. D'abord, les courtiers immobiliers n'en ont jamais vendu, ni les évaluateurs, analysés. Le fonctionnaire affirme d'autre part que la demande de permis relative à l'aménagement, dans la sphère résidentielle, est quasiment nulle. À cela s'ajoutent les données fournies par les compagnies constructrices de toits verts démontrant que ce type de toit vert est parmi les moins réalisés. Ainsi, à moins que des toits verts privés unifamiliaux se réalisent sur le Plateau sans permis ni l'aide de compagnies spécialisées et qu'ils ne soient pas mis sur le marché de l'immobilier, force est de croire que la demande et l'offre en toits verts unifamiliaux sont effectivement limitées sur le Plateau. Ainsi, les entretiens auraient beau être multipliés, personne ne pourrait faire actuellement apparaître des données illustrant une demande et une offre massives relatives au toit vert privé résidentiel.<sup>66</sup>

Par ailleurs, certains pourraient supposer que contrairement aux données factuelles qui risqueraient de rester les mêmes, les données perceptives pourraient varier avec l'ajout de participants. Quoique possible, reste que comme l'explique Deslauriers, « la réalité se répartit la plupart du temps entre quelques tendances centrales et quelques autres plus secondaires » (Lincoln, & Guba, 1985 : 312, dans Deslauriers, 1991 : 74). Ici, même avec son faible nombre de participants, la méthode parvient à élucider les tendances centrales. Pour cause, la validation des données subjectives repose également et en partie sur la littérature relative à chacun des aménagements (Landreville, 2005 ; Trottier, 2007 ; Boucher, 2006 ; Lawlor, 2006 ; Levy, 2001 ; Burgess, & al., 1988 ; Hall, 1987 ; Germain, 2007), parce que les perceptions générales construites sont les mêmes que celles portées par la collectivité et véhiculées par la littérature et

---

<sup>66</sup> Remarquons au passage que cette démonstration de fiabilité concernant l'état de l'offre et de la demande relative au toit vert aurait aussi bien pu concerner la valeur économique du balcon-terrasse ou le public cible de la cour arrière, tout comme n'importe lequel des éléments constitutifs des portraits généraux des trois aménagements observés. Pour cause, les données construites ne pouvant pas être validées ne sont pas présentées dans les résultats. Notamment, les anecdotes relatives aux aménagements observés et racontées par les participants, ne peuvent être validées avec des données objectives. Elles ne sont donc pas présentées dans les résultats. Elles se retrouvent néanmoins dans les grilles d'analyse placées en appendice, car si elles ne peuvent pas mener à des généralisations, elles nous aident pour le moins à comprendre les perceptions transmises par le discours des répondants. Le point à retenir ici est que malheureusement, par souci de concision, la démonstration de fiabilité de l'ensemble des composantes du portrait global de chacun des aménagements observés ne peut pas être présentée.

les médias. Par exemple, tous les participants perçoivent le toit vert d'abord et avant tout comme une valeur environnementale et la cour arrière comme un aménagement utile à la vie familiale. Ces perceptions sont par ailleurs largement documentées dans la littérature relative à chacun de ces aménagements (Landreville, 2005 ; Trottier, 2007 ; Boucher, 2006 ; Lawlor, 2006 ; Levy, 2001 ; Burgess, & al., 1988 ; Hall, 1987 ; Germain, 2007). Résultat : concernant les éléments perceptifs généraux, les entretiens auraient beau être multipliés, il est peu probable qu'ils basculent totalement avec la réalisation d'autres entretiens. Certes, les tendances plus secondaires restent floues pour le moment, mais leurs élucidations ne font pas partie des objectifs de cette recherche.

Résumons, en fonction de la littérature, la validité des données de cette méthode réside dans le fait qu'en cours d'analyse, les données se sont homologuées à plusieurs reprises et selon différents angles. Si tous les participants, ou la majorité d'entre eux, sont unanimes sur certains points, ces perceptions sont ensuite validées par d'autres sources d'informations. Ainsi, multiplier les entretiens aurait certes enrichi le portrait des aménagements observés, mais leurs compositions générales actuelles, objectives comme sensibles, resteraient les mêmes. En ce sens, le principe de saturation des données relatif à la diversification intragroupe est rencontré (Poupart, & al., 1997 : 155).

### **Portée de la recherche**

Par ailleurs, en considérant la situation d'un autre point de vue, une recherche comme la nôtre suscite parfois un certain embarras face à l'idée de généralisation telle qu'on la comprend intuitivement (Poupart, & al., 1997 : 151). Le fait que la recherche aboutisse à une description d'un phénomène et à une certaine mise en valeur de traits distinctifs produit un effet d'individualisation qui, considéré dans son ensemble, paraît dès lors impossible à « généraliser » (Poupart, & al., 1997 : 151-152). Néanmoins, dans cette recherche, certaines observations peuvent être généralisées.

Il est vrai que les données construites se limitent au Plateau et plus généralement au Grand Montréal. Mais le fait d'avoir un seul cas n'empêche aucunement une certaine forme de généralisation (Poupart, & al., 1997 : 149 ; Ayres, & al., 2003: 881). En fait, nos résultats sont généralisables sous la forme empirico-analytique. Précisément, la crédibilité des conclusions

avancées dans cette recherche à partir d'un cas concret repose sur l'observation des caractéristiques qui lui sont essentielles et les généralise, présupposant que, parce qu'elles sont essentielles, elles doivent s'appliquer à d'autres cas similaires (Polit, & Beck, 2010 : 1453).

« En réalité, l'étude d'un cas unique adoptant le modèle sociétal, représente à maints égards d'autres cas, et le chercheur ou le lecteur peuvent généraliser en ce sens qu'ils peuvent retenir dans un esprit critique une série de clés susceptibles de les aider à comprendre ce qui se passe ailleurs » (Poupart, & al., 1997 : 152).

Cette réalité se vérifie dans notre raisonnement et les réalités du contexte observé. Notamment, notre cas démontre l'importance de fournir des incitatifs individuels à la construction de toits verts privés. Or, en fonction des exemples de « meilleures pratiques » présentés, notamment ceux de Portland et de Chicago, il semble que ces propriétés soient en effet constitutives d'une réussite en matière d'insertion de toits verts résidentiels. Par ailleurs, certains s'entendent pour dire que la réappropriation des quartiers anciens autrefois populaires par les nouvelles couches moyennes et les jeunes ne se limite pas à Montréal ou au quartier du Plateau, mais concerne également le Mile-End, la Petite-Bourgogne et Villeray, par exemple (Rose, 2006). En ce sens, le Plateau partage au moins certaines caractéristiques avec d'autres arrondissements qui rendent les conclusions de cette recherche généralisables. Ainsi, parce que les recommandations s'appliquent à d'autres situations moyennant des modifications mineures, l'adaptabilité des conclusions soulevées est prouvée (Poupart, & al., 1997 : 151), ce qui participe de surcroît à augmenter la capacité interprétative générale de cette recherche (*Idem.*)

De plus, en saisissant des aspects d'une réalité sociale « vague par essence », précisément en fournissant un ordre d'intensité de valeur et une typicité des liens qui unissent et distinguent la valeur d'usage d'aménagements encore méconnus, cette recherche comporte un intérêt conceptuel qui donne également lieu à des généralisations théoriques (Poupart, & al., 1997 : 151).

En outre, les mises en relation et les éléments présentés constituent une forme de connaissance qui octroie une certaine pertinence pratique aux données. Certaines de ces données peuvent servir d'outil pour aller plus loin que les conceptualisations existantes sur certaines questions et certains problèmes. À ce titre, elles peuvent participer à enrichir une réflexion relative à l'élaboration d'une politique publique concernant l'étalement urbain et l'insertion de toits verts. La portée généralisable de ce travail est donc de type heuristique et pratique. Ce point est significatif, car

certaines expriment la nécessité d'adopter une méthode qui aboutit à des connaissances générales utilisables (Thorne, 2008 : 227). Pour cause, dans les domaines pratiques, comme l'urbanisme, les conclusions de recherches sont surtout valables lorsqu'elles peuvent être appliquées directement dans la pratique (*Idem.*).

À ce stade, un dernier point important doit être soulevé concernant la portée de ce travail. Il est vrai que nos observations ciblent spécifiquement le Plateau, ce en fonction de ses caractéristiques socio-économiques, culturelles et bâties particulières et possiblement propices au développement de toits verts (Barbonne, 2008 : 424 ; Shearmur, & al., 2007). Or, les réalités professionnelles des répondants font que leur expérience ne se limite pas à ce territoire. D'ailleurs, durant les entretiens, à la question : « quel est le territoire géographique dans lequel vous œuvrez ? », les réponses montrent qu'aucune des pratiques des participants ne se restreint aux limites du Plateau (voir illustration 11). Ainsi, bien qu'à la base tous les participants rencontrés œuvrent particulièrement sur le Plateau, les données construites sont teintées de l'éventail de leur pratique dans le grand Montréal. Nous pensions que le Plateau serait favorable à l'apparition de toit vert dans la forme urbaine. Il semble que ce ne soit pas le cas, mais en fonction du discours des participants, il apparaît que la situation est la même un peu partout à Montréal. Cette recherche aboutit donc à un portrait général des aménagements observés plus largement contextualisé que prévu. De fait, ce ne sont pas seulement les fonctionnaires ou chercheurs s'intéressant au Plateau qui pourront s'inspirer des recommandations faites en discussion, mais ceux du grand Montréal.

Les résultats présentés dans cette recherche contribuent donc à l'apport des connaissances théoriques et pratiques dans le domaine de l'aménagement en définissant des connaissances générales pouvant être directement appliquées ici ou ailleurs, moyennant des modifications mineures.

### **Limites de la recherche**

Avant de poursuivre sur autre chose, un point important doit être relevé. L'ensemble des éléments d'analyse présentés n'est ni exclusif, ni immuable, ni même assurément juste. Pour pouvoir obtenir des données généralisables à l'ensemble de la population montréalaise, il aurait fallu opter pour une recherche basée sur un sondage appliqué auprès de 400 ménages et plus. Ainsi, les résultats présentés sont seulement ceux qui ressortent du discours d'entretien. Bien

d'autres éléments auraient pu être mentionnés. Par exemple, parmi ce qui participe à freiner le développement de toits verts sur le Plateau auraient pu être mentionnés le moratoire contre le changement d'appartement en condo, le taux de roulement dans les déménagements ou encore la durée de propriété, etc. Mais ces éléments explicatifs ne sont pas abordés par les participants à la recherche et par conséquent, non considérés. Il ne faut toutefois pas s'en inquiéter. Comme l'explique Pires (1997), les faits semblent parfois compter pour très peu dans les définitions de la réalité. Par exemple, certains phénomènes peuvent être perçus, par certains segments de la société, comme nouveaux et de plus en plus présents, alors qu'ils sont anciens et ne connaissent aucune augmentation objective selon les données disponibles (Poupart, & al., 1997 : 24). C'est que l'objet est nécessairement construit et il ne faut pas envisager l'observation comme un travail de correspondance point par point avec la *réalité* (Poupart, & al., 1997 : 141). L'important est de construire des données qui expriment la réalité vécue, non les faits, raison pour laquelle les éléments d'analyse présentés sont ceux choisis par les participants. Ils sont issus du contexte et des entretiens plutôt que de notre cadre conceptuel. S'ils ne sont pas hors de tout doute exacts, ils présentent sans contredit l'avantage d'être empiriquement ancrés.

Par ailleurs, s'intéresser à l'espace vert privé en milieu urbain présente une limite empirique importante. C'est, en général, se limiter à observer les valeurs portées par le microcosme de la classe aisée. En contexte urbain, l'espace vert répond à une logique marchande. La nature manque là où le contexte s'y oppose et parce qu'elle manque, sa valeur augmente. C'est ce qui renvoie à l'idée de la ville en quête de valeur résumée comme suit par Gilles Ritchot :

« En position urbaine, la nature n'est pas transformée : elle manque, tout simplement. Elle n'est pas convertie en richesse, elle correspond à une valeur. C'est pourquoi la «représentation» de la nature sera incarnée sous forme de parc, de jardin, d'espace vert, là où son manque *a priori* fera valoir la position la plus chère possible, en position urbaine » (Ritchot, 1998 : 73).

Le cas de la métropole illustre bien cette réalité. A Montréal, la totalité du sol affecté aux espaces verts est cinq fois plus grande dans les quartiers habités par la classe aisée (London, 1983 : 19). Tandis que les habitants plus confortables financièrement, qu'ils soient anciens ou contemporains, accompagnent les espaces verts, la nature brille par son absence dans les quartiers moins nantis (Beudet, 1997 : 13). D'ailleurs, une étude portant sur la répartition des parcs dans l'agglomération montréalaise, arrive à la conclusion que les zones aux portefeuilles bien garnis attirent et conservent davantage leurs espaces verts que les zones aux portemonnaies plus légers

(Sénécal, & al. 2001). En fait, les groupes à statut socio-économique élevé accaparent les hauts lieux naturels, notamment le Mont-Royal qui se flanque d'ensembles résidentiels pavillonnaires haut de gamme (Sénécal, & al., 2001 : 312 ; Beaudet, 1997 : 12). À la valeur marchande élevée de l'espace vert urbain, s'ajoute l'important investissement financier qu'oblige la construction et l'entretien d'un toit vert intensif privé. Conséquemment, la classe sociale et économique ciblée est plutôt homogène et non représentative de la majorité.

Finalement, nous sommes tous conscients du fait que la réalité sociale est inépuisable. « Aucun espoir ne peut être entretenu qu'une analyse puisse être suffisamment poussée pour être finale » (Znaniecki, 1943 : 256).<sup>67</sup> D'ailleurs, comme tout « choix et traitement des données sont des opérations cognitives sur la réalité » (Ramognino, 1992 : 55), il serait illogique de s'attendre à ce qu'un angle d'approche puisse être complet au sens de tout voir, tout inclure, tout dire (Poupart, & al., 1997 : 141). Cette recherche est donc incomplète. Bien des éléments restent sans réponse. Les questions de recherches sont élucidées, mais davantage de liens auraient pu être faits entre les aménagements, si les limites cognitives, de temps, de ressources et de revenus n'étaient pas présentes.

Néanmoins, la nature des données relevées est satisfaisante relativement à nos objectifs de recherche. « Il semble d'ailleurs qu'en pratique les chercheurs se contentent d'une honnête approximation, d'une explication plausible et pertinente qui rende compte de la réalité observée sans prétendre l'épuiser. Si le raisonnement se tient et explique la réalité observée, c'est suffisant » (Deslauriers, 1991 : 97). C'est qu'en recherche qualitative, le degré et la forme de la description envisagés ne correspondent pas à un idéal en soi, mais à une mesure qui dépend de l'objet (Poupart, & al., 1997 : 148-149). En ce qui nous concerne, cette recherche repose sur la description d'un phénomène, d'un processus de valorisation, encore méconnu. Notre objet de recherche était pour ainsi dire non documenté ; personne ne s'y était intéressé. De surcroît, le nombre de toits verts et de professionnels de l'aménagement œuvrant sur le Plateau étant limité, le contexte n'est pas favorable à une forme de description ultra détaillée, notamment parce que le phénomène observé en est encore à ses balbutiements dans le contexte ciblé. Ainsi, l'atteinte de

---

<sup>67</sup> Bourdieu, Camboredon, & Passeron écrivent dans le même sens : « [...] dans les situations réelles de la pratique scientifique, on ne peut espérer construire des problématiques ou des théories nouvelles qu'à condition de renoncer à l'ambition impossible [...], de tout dire sur tout et dans le bon ordre » (Bourdieu, Camboredon, & Passeron, 1973 : 23).

l'établissement d'un portrait général relatif aux aménagements observés est largement suffisante pour rencontrer les exigences.

## CONCLUSION

### Hypothèses et solutions

À ce stade des hypothèses et des solutions peuvent être avancées. Si le toit vert se développe plus largement sur le Plateau et ailleurs dans le grand Montréal, cela passera probablement non par le cadre bâti existant, mais par les nouvelles constructions et surtout sous la forme de la copropriété d'habitation. Il faut admettre que le toit vert intensif a plus de chance de se développer sur le toit des maisons huppées et dans le multifamilial, c'est-à-dire, sous la forme du toit vert commun. Pour cause, les frais de construction sont relativement élevés, et encore plus sur l'existant. Or, s'il y a plusieurs propriétaires, les frais se divisent en autant de propriétaires utilisateurs. En outre, si le promoteur divise les frais de construction en 60 par exemple, son retour sur investissement est plus sûr que s'il mise sur la possible ouverture d'esprit et le paiement d'un seul foyer acquéreur.

Il est par ailleurs dommage que le prix d'un toit vert privé limite l'apport des pionniers au capital social prépondérant, comme les artistes et autres, car il arrive souvent que ce soient eux qui amorcent un mouvement des tendances sociales pour éventuellement être remplacés par les individus aux capitaux économiques plus importants. On obtient alors un processus de valorisation généralisé. Ces propos sont par ailleurs validés par la littérature relative au processus d'embourgeoisement des quartiers centraux (Barbonne, 2008).

Donc, pour favoriser l'insertion générale de toits verts privés dans la Ville, il serait souhaitable d'envisager des incitatifs financiers, tout comme à Portland et Chicago, mais idéalement proportionnels aux revenus financiers de base. Cette solution participerait de surcroît à enrichir la valeur d'usage sociale du toit vert tout en favorisant son processus de valorisation général. Dans le cadre du programme « *GRIF TIF* »<sup>68</sup> Chicago offre d'ailleurs des montants de subventions différents en fonction du lieu d'implantation du toit vert pour favoriser l'insertion là où le besoin se fait le plus criant (City of Chicago, 2012).

---

<sup>68</sup> Le programme pilote intitulé « *GRIF TIF* » de la Ville de Chicago est un projet financé par un surplus d'impôt visant l'amélioration des toits en offrant des fonds de contrepartie allant jusqu'à 100 000\$ pour l'ajout d'un toit vert sur un bâtiment du centre-ville et 500 000 \$ sur un bâtiment du *Central Loop Tax Increment Financing District* (greenroof.com).



Aussi, les données élucident un point important. Elles pointent vers l'injonction à travailler la perception et les avantages individuels du toit vert intensif, dans l'optique de favoriser son implantation massive dans la Ville. Les intérêts environnementaux, économiques et écologiques largement acquis, le travail qui reste à faire comme ambassadeur du toit vert, c'est de définir et de fournir des avantages individuels à tous et à court terme. Notamment, l'exploitation de sa valeur d'usage individuelle, celle-ci définie localement comme la clé au succès de son appréciation massive, pas celle qui se détermine par le désir que ressentent les gens, mais celle qui s'élabore en fonction de gestes posés au quotidien. Car disons-le, c'est la seconde qui assure la naissance de la première forme de valorisation. Sur ce chemin, l'histoire nous dit que l'adoption d'une politique publique holistique qui jumelle les incitatifs positifs aux règlements contraignants aide grandement. Mais en parallèle, il faut travailler à générer la demande citoyenne pour s'assurer de la légitimité de ces incitatifs. Une fois cela réalisé, alors peut-être la perception générale qu'ont les gens du toit vert se modifiera et pourra-t-il s'insérer en grand nombre dans la forme urbaine et devenir, à l'image de la cour arrière, un bout de nature anthropisée qui consolide la valeur foncière, immobilière, mais aussi affective du lieu de résidence ?

### **Propositions de recherche additionnelles**

Finalement, notre recherche se limite à élucider les tendances générales quant au phénomène à l'étude. Des études plus poussées devront être faites pour le comprendre plus en profondeur. Par exemple, une autre équipe pourrait prendre la décision d'effectuer une seconde série d'entrevues, avec des personnes susceptibles de se rapprocher d'un des deux types de ménages relatifs au marché résidentiel et plus généralement à l'espace vert privé. L'équipe pourrait ainsi parfaire un portrait général plus détaillé en fonction des espérances distinctes d'un public cible particulier et ainsi aboutir à l'établissement de tendances secondaires. La signification du gazon (pour les Montréalais ou même pour les Occidentaux) et le processus même du passage au vert dans le rapport entre le balcon-terrasse et le toit vert méritent aussi certainement d'être davantage étudiés. Aussi, en fonction de l'établissement d'une dichotomie entre la valeur d'usage sociale et individuelle, l'influence du taux de propriétaires résidants<sup>69</sup> sur le nombre de réalisations apparaît comme un élément à approfondir. Finalement et surtout, dans l'optique de développer des

---

<sup>69</sup> D'ailleurs, sur le Plateau près de 80% des gens sont locataires (Ville de Montréal, 2012, profil sociodémographique de l'arrondissement Plateau-Mont-Royal (2009)), peut-être que cette réalité participe à limiter l'insertion de toit vert privé résidentiel dans le secteur ?

politiques ou outils pour retenir les jeunes familles en ville, il convient de mener d'autres recherches qui considèrent d'autres stratégies. Bref, il reste des choses à étudier et d'autres angles à observer.

En ce qui nous concerne, nous nous en tenons à soulever ses pistes de réflexion qui semblent intéressantes. Reste que cette analyse exploratoire permet de dégager des avenues de recherche à la fois sur les objets et sur la méthodologie à utiliser. D'ailleurs, bon nombre d'études et de recherches portant sur le toit vert constituent des cas à approfondir qui servent d'appui à notre raisonnement (Trottier, 2007 : 14 ; Boucher, 2006 ; Lawlor, 2006 ; Yuen, & Nyuk, 2005). Nous affirmons simplement avoir observé de près le phénomène qui nous intéressait par rapport à nos questions de recherche, nos moyens et nos limites. En espérant le tout conforme à vos attentes...

## BIBLIOGRAPHIE ET RÉFÉRENCES

- ARROW, K. J. (1997). *Social choice and Individual values*. New York : Wiley, 124 pages.
- AYRES, L. ; KAVANAUGH, K. & KNAFL, A. K. (2003). «Within-case and across-case approaches to qualitative data analysis». *Qualitative Health Research*, vol.13, pp.871-883.
- BARBONNE, R. (2008). «Gentrification, nouvel urbanisme et évolution de la mobilité quotidienne : vers un développement plus durable ? Le cas du Plateau Mont-Royal (1998-2003)». *Recherches sociographiques*, vol.49, n°3, pp. 423-445.
- BEAUDET, G. (1997). «Domaines “vides” et structuration morphologique de l’agglomération montréalaise». *Cahiers de géographie du Québec*, vol.41, n°112, pp.7-29.
- BENOÎT, M. & GRATTON, R. (1991). «Les villages du Plateau : le patrimoine du Montréal Quartiers du Plateau-Mont-Royal», dans *Pignon sur rue : Les quartiers de Montréal*. Québec : Guérin, pp.151-193.
- BLANC, N. (1998). «1925-1990 : L’écologie urbaine et le rapport ville-nature». *Espace géographique*, vol.27, n°4, pp. 289-299.
- BOGDAN, R.C. & BIRKLEN, S. K. (1982). *Qualitative research in education*. Boston : Allyn & bacon, Inc, 262 pages.
- BÖHM-BAWERK, E. V. (1959). *Capital and Interest*. South Holland, III. : Libertarian Press, pages.
- BOUCHER, I. & BLAIS, P. (2010). *Biodiversité et urbanisation* [brochure]. Québec : Gouvernement du Québec, MAMROT, 117 pages.
- BOURQUE, G. & DUCHATEL, J. (1988). «La méthode» (Chap. 2), dans *Restons traditionnels et progressifs. Pour une analyse du discours politique : le cas du régime Duplessis*. Montréal : Boréal Express, pp.51-98.
- BROWN, K. & WILLY, E. K. (2000). «A new gentrification ? A case study of the russification of Brighton Beach». *Geographical Bulletin*, vol.42, pp. 94-105.
- BRUGIDOU, M. (2009). «L’opinion publique et ses publics : Une approche pragmatique de l’opinion publique». *Bulletin de Méthodologie Sociologique (BMS)*, n°101, pp.43-50.
- BUIJS, A. E. (2009). «Lay People’s Images of Nature : Comprehensive Frameworks of Values, Beliefs, an Value Orientations». *Society & Nature Resources : An international Journal*, vol. 22, n°5, pp.417-432.

BUIJS, A.E. ; ELANDS, H.M.B. & LANGERS. F. (2009). «No wilderness for immigrants: Cultural differences in images of nature and landscape preferences». *Landscape and Urban Planning*, vol. 91, n°3, pp.113-123.

BUIJS, A. E. ; PEDROLI, B. & LÜGINBÜHL, Y. (2006). «From hiking through farmland to farming in a leisure landscape : Changing social perceptions of the European landscape». *Landscape Ecol*, vol. 21, n°3, pp.375-389.

BURGESS, J. ; HARRISON, M. C. & LIMB, M. (1988). «People, parks and Urban Green : A Study of Popular Meanings and Values for Open Spaces in the City». *Urban Studies*, n°25, pp.455-473.

CANONNE, J. (1998). *L'enseignement immobilier nord-américain de la théorie de la valeur et de son histoire : un constat de faiblesse centenaire* [brochure]. Montréal : Chaire UQAM-SITQ immobilier, 62 pages.

CANONNE, J. (1996), *La pensée de valeur économique. Ses histoires : revue critique. Ses origines : contributions*, Cincinnati (OH) : The Union Institute Graduate School.

CATTELL, R. B. (1944). «Psychological measurement : Normative, ipsative, and interactive». *Psychological Review*, vol.51, pp.292-303.

CAVAILHES, J. & al. (2007). «Le prix du paysage – Une expérimentation innovante en région dijonnaise». *Etudes foncières*, n°124, pp.20-25.

CHOKO, M-H. (1988). *Une cité-jardin à Montréal*. Montréal : Méridien, 169 pages.

CLERGEAU, P. (2007). *Une écologie du paysage urbain*. Rennes : Apogée, 136 pages.

COLLIN, J-P. & MONEGEAU, J. (1992). «Quelques aspects démographiques de l'étalement urbain à Montréal de 1971 à 1991 et leurs implications pour la gestion de l'agglomération». *Cahiers québécois de démographie*, vol.21, n°2, pp.5-30.

CONDILLAC, E-B. (1714-1780). *Le commerce et le gouvernement : considérés relativement l'un à l'autre*, Réimpression, [1968 i.e. 1776]. Rome : Edizioni Bizzarri, 180 pages.

CORNELISSEN, C. (1970). *Théorie de la valeur : Avec une réfutation des théories de Rodbertus, Karl Marx, Stanley Jevons & Boehm-Bawerk*. New York : Burt Franklin, 277 pages.

DAGENAIS, D. & al. (2011). *Keys to successful large scale implémentation of vegetated best management practices in the urbain environment*. 12th International conference on urban drainage. Porto Alegre/Brazil.

DE LAPLANTE, J. (1990). *Les parcs de Montréal des origines à nos jours*. Canada : Édition du Méridien histoire urbaine, 255 pages.

DE LA TORRE, M. (2002). *Assessing the values of cultural heritage*. Los Angeles : The Getty Conservation Institute, 119 pages.

DESLAURIERS, J-P. (1991). *Recherche qualitative. Guide pratique*. Montréal : McGraw-Hill, 133 pages.

DE RADKOWSKI, G-H. (1987). *Métamorphoses de la valeur : essai d'anthropologie économique*. Grenoble : Influences, Presses Universitaires, 168 pages.

DI PASQUALE, D. & WHEATON, W.C. (1996). *The urban housing market: structural attributes and density*. Englewood Cliffs N.J. : Prentice Hall, 378 pages.

DUBOST, F. & LIZET, B. (2003). «La nature dans la ville». *Communication*, n°74 (numéro special : Bienfaisante nature), pp.5-18.

DUMARIS, R. (2001). «Méthodes quantitatives contre méthodes qualitatives ? Le point sur le débat». *Retour sur les méthodologies de recherche féministe*, 55 pages.

DUMONT, F. (1970). *La dialectique de l'objet économique*. Paris : Anthropos, 385 pages.

ELSTER, J. (2009). *Le désintéressement : Traité critique de l'homme économique*, Tome I. Paris : Éditions du Seuil, 377 pages.

ÉMOND, M. (1987). «Les approches thématique et mythocritique». *Québec français*, n°65, pp.88-91.

FEATHER, N. T. (1995). «Values, valences, and choices : The influence of values on the perceived attractiveness and choice of alternatives». *Journal of Personality and social Psychology*, n°68, pp.1135-1151.

FOOT, K. D. (1999). *Entre le Boom et l'Écho 2000*. Canada : Les Éditions du Seuil, 307 pages.

FOREST, A. (1940). «L'expérience de la valeur». *Revue néo-scolastique*, n°65, pp.5-20.

GEERTZ, C. (1973). *The interprétation of cultures : selected essays*. New York : Basic Books, 480 pages.

GERMAIN, A. (2007). «La famille contre la ville...ou la ville contre la famille». *Revue Urbanité*, Avril 2007, pp.16-17.

GERMAIN, A. & al. (2010). «Les choix résidentiels des ménages solos des quartiers centraux montréalais», dans BONVALET, C. ; LEVY, J-P. (dir.) ; AUTHIER, J.-Y., *Élire domicile: la construction sociale des choix résidentiels*. France: Presses universitaires de Lyon, pp. 231-248.

GHORRA-GOBIN, C. (1998). *La ville américaine : espace et société*. Paris : Nathan (Coll.

«Géographie»), 128 pages.

GLANSDOFF, M. (1954). *Théorie générale de la valeur et ses applications en esthétique et en économie*. Bruxelles : Éditions du Parthénon, 329 pages.

GOBRY, I. (1975). *De la valeur*. Bruxelles : Vander/Nauwelaerts, 628 pages.

GOFFMAN, E. (1968). *Asiles. Études sur la condition sociale des malades mentaux*. Paris : Minuit, 447 pages.

GRAMPP, C. (2008). *From Yard to Garden, The domestication of America's home grounds*. Chicago : The Center for American Places at Columbia College Chicago, 278 pages.

GRANELLE, J-J. (1998). *Économie immobilière – Analyses et applications*. Paris : Économica, 534 pages.

GROAT, L. & WANG, D. (2002). *Architectural Research Methods*. États-Unis d'Amérique : John Wiley & Sons, 389 pages.

HALL, A. C. (1987). «The provision of private open space for dwellings». *Town planning Review*, vol. 58, pp.183-197.

HAMEL, J. (2006). «Réflexions sur l'objectivation du sujet et de l'objet», dans PAILLE, P. ; MUCCHIELLI, A., *La méthodologie qualitative. Postures de recherche et travail de terrain*. Paris : Armand Colin, pp.61-79.

HANDY, S. & CLIFTON, J. K. (2001). «Local shopping as strategy for reducing automobile travel». *Transportation*, vol. 28, pp.317-346.

JACKSON, B. J. (1972). *American space: the centennial years, 1865-1876*. New York : Norton, 254 pages.

JACOBS, J. (1961). *The life and Death of Great American City*. New York : Vintage Books USA, 480 pages.

JIM, C.Y. & CHEN, W.Y. (2009). «Value of scenic views : Hedonic assessment of private housing in Hong Kong». *Landscape and Urban Planning*, n°91, pp.226-234.

JOURDAIN, C. (2007). *Étude de faisabilité pour le Centre d'écologie Urbaine*. Montréal : Services Conseils GITE, 24 pages.

KAPLAN, R. & KAPLAN, S. (1989). *The Experience of Nature : A psychological perspective*. États-Unis d'Amérique : Cambridge University Press, 341 pages.

KEULARTZ, J. ; VAN DER WINDT, H. & SWART, J. (2004). «Concepts of nature as communicative devices: The case of Dutch nature Policy». *Environ. Values*, vol. 13, n°1, pp.81–

L'ALLIER, (1993). *Plan d'action pour la relance des grandes villes-centres et de leur région*, Groupe de travail sur Montréal et sa région.

LANDREVILLE, M. (2005). *Toitures vertes à la montréalaise : Rapport de recherche sur l'implantation des toits verts à Montréal* (2<sup>e</sup> impression). Québec : Centre d'écologie urbaine, 106 pages.

LAPERRIÈRE, G. (1994). «L'étalement urbain : les marges de Babel». *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 38, n° 105, pp. 253-257.

LAWLOR, G. & al. (2006). *Toits verts : Manuel de ressources destiné aux décideurs municipaux* [brochure]. Canada : SCHL, 146 pages.

L'ÉCUYER, R. (1987). «L'analyse de contenu : notion et étapes», dans DESLAURIERS, J-P., *les méthodes de recherche qualitative*. Sillery : Les presses de l'Université du Québec, pp.49-66.

LE MEUR, P-Y. (2002). «Approche qualitative de la question foncière : note méthodologique». *Unité de Recherche 095 (IRD RÉFO)*, n°4, pp.1-20.

LEPETIT, B. (1994). «L'approbation de l'espace urbain : la formation de la valeur dans la ville moderne (XVIe-XIXe siècle)». *Histoire, économie et société*, n°3, pp. 551-559.

LÉTOURNEAU, J. (2006). «Comment mener une enquête auprès d'informateurs», dans *Le coffre à outils du chercheur débutant {Guide d'initiation au travail intellectuel}*. Montréal : Les éditions Boréal, pp.161-173.

LEVY, J. (2002). «Préface, habiter l'espace avec, sans, contre les autres», dans PINSON D. ; THOMANN S., *La maison en ses territoires, de la villa à la ville diffuse*. Paris : L'Harmattan, pp.5-10.

LINCOLN, Y.S. & GUBA, E.G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, Californie : Sage, 416 pages.

LONDON, M. (1983). «Montréal, ville verte?». *Continuité*, n°21, pp.18-21.

MAINGENEAU, D. (1996). *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris : Seuil, 143 pages.

MARSAN, J-C. (2002). «La renaissance de l'espace public à Montréal», dans *Espaces publics, architecture et urbanité : de part et d'autre de l'Atlantique*. France : Publications de L'université de Saint-Étienne, pp.46-52.

MASON, R. (2006). «Theoretical and practical argument for values-centered preservationin». *Cultural Resource Management: The Journal of Heritage Stewardship*, vol. 3, n°2, pp. 21-48.

- MAXWELL, J. A. (2005). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach* (2<sup>e</sup> édition). Californie : Sage Publications, 175 pages.
- MEGLINO, B. M. & RAVLIN, E. C. (1998). «Individual values in organizations : concepts, controverses, and research». *Journal of Management*, vol. 24, n°3, pp.351-389.
- MERCIER, G. (1998). «Le jardin ou la destinée humaine de la nature», dans *La ville en quête de nature*. Québec : Les éditions de Septentrion, pp.7-13.
- MERCIER, G. (2005). «Esquisse d'une théorie de la substitution, Essai géographique sur la mythologie, l'échange et la propriété». *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 49, n°136, pp.63-89.
- MERLIN, P. & CHOAY, F. (2005). *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*. France : Édition PUF, 726 pages.
- MILES, B. M. & HUBERMAN, A. M. (1984). *Innovation up close : How school improvement Works*. New York : Plenum, 330 pages.
- MILES, B. M. & HUBERMAN, A. M. (1991). *Analyse des données qualitative : Recueil de nouvelles méthodes*. Bruxelles : de Boeck, 480 pages.
- MILES, B. M. & HUBERMAN, A. M. (2003). *Analyse des données qualitatives* (2<sup>e</sup> édition). Bruxelles : de Boeck, 626 pages.
- MONTPETIT, C. ; POUULLAOUEC-GONIDEC, P. & SAUMIER, G. (2002). «Paysage et cadre de vie au Québec : réflexion sur une demande sociale émergente et plurielle». *Cahiers de Géographie du Québec*, vol 46, n°128, pp.165-189.
- MUCCHIELLI, A. (2004). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales* (2<sup>e</sup> édition mise à jour et augmentée). Paris : Armand Colin, 303 pages.
- MUCCHIELLI, A. (2006). *Les processus intellectuels fondamentaux sous-jacents aux techniques et méthodes qualitatives*. Conférence au Colloque international «recherche qualitative : «Bilan et prospective», Béziers, 27-29 juin 2006.
- NOPPEN, L. (1998). «L'urbanisme végétal : de l'usage historique et postmoderne», dans *La ville en quête de nature*. Québec : Les éditions de Septentrion, pp.211-237.
- ÖZDILEK, Ü. (2006). *Valeur hédonique des terrains à usage résidentiel unifamilial sur l'Île de Montréal*. Thèse de doctorat, Faculté de l'aménagement, Université de Montréal, 238 pages.
- PAILLÉ, P. & MUCCHIELLI (2008). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* (2<sup>e</sup> édition). Paris : Armand Colin, 315 pages.
- PAPUOT, T. (2004). «Ville et nature, un rendez-vous manqué?». *Diogène*, vol 3, n°207, pp.83 - 93.



- PATTON, M. Q. (1980). *Qualitative évaluation methods*. Beverly Hills, Californie : Sage, 381 pages.
- PECK, W. S. & CALLANGHAN, C. (1999). *Greenbacks from greens roofs : Forging a new industry in Canada – Statuts report on benefits, barriers and opportunities for green roof and vertical garden technology diffusion*. Canada, 74 pages.
- PELLETIER, P. (1982). «Les migrations intra-urbaines et l'émergence des banlieues centrifuges de la haute-ville de Québec». *Centre de Recherches en Aménagement et en Développement, Université Laval*, vol. 7, n°3, 88 pages.
- PERROT, J-C. (1975). *Genèse d'une ville moderne Caen au XVIIIe siècle*. Paris : Mouton & Co et Éd. De l'E.H.E.S.S., 1157 pages.
- PINSON, D. & THOMANN, S. (2002). *La maison en ses territoires, de la villa à la ville diffuse*. Paris : L'Harmattan, 191 pages.
- POLAND, B. D. (1999). «Transcription quality as an aspect of rigor in qualitative research», dans BRYMAN, A. G. ; BURGESS, R. G. (dir.), *Qualitative Research* (vol. III). Londres: Sage, pp.13-32.
- POLÈSE, M. (2006). «La dynamique des agglomérations québécoises». *Revue Urbanité*, Février 2006, pp.27-30.
- POLIT, F. D. & BECK, T. C. (2010). «Generalization in quantitative and qualitative research : Myths and stratégies». *Internatinal Journal of Nursing Studies*, n°47, pp.1451-1458.
- POUPART, J. & al. (1997). *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Montréal : Gaëtan Morin, 405 pages.
- PRENTICE, D.A. (1987). «Psychological correspondence of possessions, attitudes, and values». *Journal of Personality and social Psychology*, n°53, pp.993-1003.
- RAMOGNINO, N. (1992). «L'observation, un résumé de la 'réalité' : de quelques problèmes épistémologiques du recueil et du traitement des données». *Current Sociology*, vol. 40, n°1, pp.55-75.
- RIEGL, A. (1984). *Le culte moderne des monuments : Son essence et sa genèse*. Paris : Éditions du Seuil, 123 pages.
- RISHBETH, C. (2001). «Ethnic minority groups and the design of public open space: an inclusive landscape?». *Landsc. Res.*, vol. 26, pp.351–366.
- RITCHOT, G. (1998). «La ville en quête de valeur et le fantasme de la nature» (Chap. 5), dans *La ville en quête de nature*. Québec : Les éditions de Septentrion, pp.65-73.

RITCHOT, G. ; MERCIER, G. & MASCOLO, S. (1998). «L'étalement urbain comme phénomène géographique : L'exemple de Québec». *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 38, n°105, pp.261-300.

ROGER, A. (1997). *Le court traité du paysage*. France : Les éditions Gallimard, 199 pages.

ROGUE, C. (1998). «Le banquet ou l'épreuve de la valeur». *Anthropologie des mondes Grecs anciens*, vol. 13, pp. 287-312.

ROSE, D. (2006). «Les atouts des quartiers en voie de gentrification : Du discours municipal à celui des acheteurs. Le cas de Montréal». *Presses de Sciences Po*, vol. 3, n°63, pp.39-61.

SABOURIN, P. (1997). «Perspective sur la mémoire sociale de Maurice Halbwachs». *Sociologie et sociétés*, vol. 29, n°2, pp. 139-161.

SAVOIE-ZAJC, L. (2004). «L'entrevue semi-dirigée», dans GAUTHIER B., *Recherche sociale. De la problématique à la collecte de données* (4e éd.). Québec : Presses de l'université de Québec, pp. 293-316.

SCHELLE, G. (1919). *Œuvres de Turgot et documents le concernant avec Biographie et Notes*, tome III : *Turgot intendant de Limoges, (1768-1774)*. Paris : Librairie Félix Alcan.

SCHUMPETER, J. A. (1972). *Capitalisme, socialisme et démocratie*. Paris : Payot, 417 pages.

SCHUTZ, A. (1987). *Le chercheur et le quotidien*. Paris : Hermann, 286 pages.

SÉNÉCAL, G. & al. (2001). «Aménager la métropole nature : retour sur les efforts passés de planification dans la région de Montréal et essai d'évaluation de la situation actuelle des banlieues». *Géocarrefour*, vol. 76, n° 4, pp.303-317.

SÉNÉCAL, G. ; GAUDREAU, M. & DES ROCHES, S. (1994). «Les mécanismes de production de la forme urbaine et la conservation des espaces agricoles et naturels de la région de Montréal : le cas de Laval». *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 38, n°105, pp.301-326.

SÉNÉCAL, G. & SAINT-LAURENT, D. (1999). «Espaces libres et enjeux écologiques : deux récits du développement urbain à Montréal». *Recherches sociographiques*, vol. 40, n°1, pp.33-54.

SÉNÉCAL, P. ; TREMBLAY, C. & TEUFEL, D. (1990). *Gentrification ou étalement urbain? Le cas du centre de Montréal et de sa périphérie*. Québec : Société d'habitation du Québec, Direction générale de la planification et de la recherche, 96 pages.

SHEARMUR, R. & al. (2007). «Intrametropolitan employment structure : Polycentricity and scatterration in Toronto, Montréal, Vancouver, 1996-2001». *Urban Studies*, vol. 44, n°9, pp.1713-1738.

SMITH, A. (1975). *Recherche sur la Nature et les Causes de la Richesse des Nations*. Paris : Economica, 389 pages.

THORNE, S. (2008). *Interpretative description*. Walnut Creek, Californie : Left Coast Press, 272 pages.

TISON, M. (2004, 18 jui.). «Les billets verts». *La Presse* (Montréal).

TROTTIER, A. (2007). *Toitures végétales : implantation de toits verts en milieu institutionnel/étude de cas : UQAM*. Montréal : Société de développement communautaire de Montréal, 84 pages.

UDPA (L'Union des producteurs agricoles) (2011). *Consultations publiques sur le projet de plan métropolitain d'aménagement et de développement (PMAD)*. Québec : Bibliothèque Nationale du Québec, 18 pages.

ULLMANN, S. (1975[1952]). *Précis de sémantique française*. Berne : Éditions A. Francke, 352 pages.

VAN DER ZOUWEN, J. (2006). «Interview and Survey Researcher». *Bulletin des Méthodologies des sciences humaines*, n°89, pp.49-64.

VEITCH, K. & al. (2006). «Where do children usually play? A qualitative study of parent's perceptions of influences on children's active free-play». *Health & Place*, n°12, pp.383-393.

WALRAS, L. (1874). *Éléments d'économie pure* (éd. : 1988). Paris : Oeconomica, 888 pages.

WOLCOTT, H.F. (1992). «Posturing in qualitative inquiry», dans LE COMPTE, M.D. ; MILLROY, W.L. & PREISSLE, J., *The handbook of qualitative research in éducation*. New York : Academic Press, pp. 3-52.

YUEN, B. & NIEN, H.W. (2005). «Resident perceptions and expectations of rooftop gardens in Singapore», *Land and urban planning*, n° 73, pp.263-276.

ZNANIECKI, F. (1943). *The model of sociology*. New York: Farrar and Rinehart, 338 pages.

## RÉFÉRENCES INTERNET

BENESSAIEH, K. (2010). «Le rôle d'évaluation en six questions». *Cyberpresse* [en ligne], URL: [www.cyberpresse.ca/actualites/regional/montreal/201009/16/01-4316131-le-role-devaluation-en-six-questions.php](http://www.cyberpresse.ca/actualites/regional/montreal/201009/16/01-4316131-le-role-devaluation-en-six-questions.php) (page consultée le 23 octobre 2011).

BERGERON, M. (2011). «Évaluation foncière : les contestations bondissent de 28% à Montréal». *Cyberpresse* [en ligne], URL : <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/immobilier/201105/18/01-4400480-evaluation->

fonciere-les-contestations-bondissent-de-28-a-montreal.php (page consultée le 23 octobre 2011).

BERGERON, M. (2010). «Immobilier à Montréal : la surenchère continue». *Cyberpresse* [en ligne], URL : <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/immobilier/201005/10/01-4278831-immobilier-a-montreal-la-surenchere-continue.php> (page consultée le 23 octobre 2011).

BERGERON, M. (2010), «L'évaluation foncière : 13 200 immeubles dévalués à Montréal». *Cyberpresse* [en ligne], URL : <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/immobilier/201011/23/01-4345327-evaluation-fonciere-13-200-immeubles-devalues-a-montreal.php> (page consultée le 23 octobre 2011).

BERGERON, M. (2011). «Immobilier au Québec: Les prix «s'aplatiront» en 2011». *Cyberpresse* [en ligne], URL: <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/immobilier/201009/27/01-4327013-immobilier-au-quebec-les-prix-saplatiront-en-2011.php> (page consultée le 23 octobre 2011).

BOUCHER, I. (2006). «Les toits verts». *Affaires municipales, Régions et Occupation et Territoire* [en ligne], URL : <http://www.mamr.gouv.qc.ca>. (page consultée le 12 avril 2010).

CAAQ (2006). «Vers une protection appropriée et une mise en valeur optimale de la zone agricole par l'agriculture multifonctionnelle», *Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire au Québec* [en ligne], URL : [http://www.caaq.gouv.qc.ca/userfiles/File/Commentaires%2018%20h%2030/06-28 Montreal-Binet,Claire.pdf](http://www.caaq.gouv.qc.ca/userfiles/File/Commentaires%2018%20h%2030/06-28%20Montreal-Binet,Claire.pdf). (page consultée le 24 janvier 2011).

CÉUM (Centre d'écologie urbaine de Montréal) [en ligne], URL : <http://www.ecologieurbaine.net/>, (page consulté le 15 juin 2012).

CITY OF CHICAGO, [en ligne], URL: <http://www.cityofchicago.org/city/en.html>. (page consultée le 8 juillet 2012).

CITY OF PORTLAND, [en ligne], URL : <http://www.portlandonline.com/>. (page consultée le 8 juillet 2012).

CITY OF TORONTO, [en ligne], URL : <http://www.toronto.ca/>. (page consultée le 16 août 2012).

CMM (La Communauté Métropolitaine de Montréal), *Aménagement du territoire* [en ligne], URL : <http://www.cmm.qc.ca/index.php?id=8>. (page consultée le 10 octobre 2010).

CROTEAU, M. (2010). «La valeur des propriétés résidentielles de Montréal grimpe de 23,5%». *Cyberpresse* [en ligne], URL : <http://www.cyberpresse.ca/actualites/regional/montreal/201009/15/01-4315916-la-valeur-des-proprietes-residentielles-de-montreal-grimpe-de-235.php>. (page consultée le 23 octobre 2011)

GREEN ROOF For healthy cities, [en ligne], URL : <http://www.greenroofs.org/>. (page consultée le 8 juillet 2012).

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2007), «Naissances, décès et mariages des municipalités». [en ligne], URL : [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/demographie/dons\\_regnl/regional/209\\_2007ak.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/demographie/dons_regnl/regional/209_2007ak.htm). (page consulté le 4 novembre 2011).

Le Fonds municipal vert de la FCM, *Études de cas*, [en ligne], URL : <http://fmv.fcm.ca/fr/Home/>. (page consultée le 14 juin 2010).

LSTIBUREK, W. J. (2011). «Insight seing red over green roofs». *BSI-052* [en ligne], URL : [www. Building science.com](http://www.Building-science.com). (page consultée le 1 juin 2012).

MARSHALL, A. (1842-1924). «Principes d'économie politique» Tome 1, [en ligne], URL : [http://classiques.uqac.ca/classiques/marshall\\_alfred/principes\\_eco\\_pol\\_1/principes\\_1.html](http://classiques.uqac.ca/classiques/marshall_alfred/principes_eco_pol_1/principes_1.html). (page consultée le 6 octobre 2011).

NEGURA, L. (2006). «L'analyse de contenu dans l'étude des représentations sociales, Sociologies», [en ligne], *Théories et recherches*, URL : <http://sociologies.revues.org/993>. (page consultée le 16 juillet 2012).

PECK, W, S. & KUHN, M. (1998). «Lignes directrices de conception de toits verts». Société Canadienne d'Hypothèques et de logement, [en ligne], URL : <http://www.cmhc-schl.qc.ca>. (page consultée le 14 avril 2010).

STATISTIQUE CANADA, Ottawa, *Recensements de la population 2006, 2001, 1996, 1991, 1986, 1981, 1976, 1971, 1966*, [en ligne], URL : <http://www12.statcan.ca/francais/census06/reference/dictionary/index.cfm>. (page consultée le 8 juillet 2011).

STATISTIQUE CANADA, Ottawa, *Dictionnaire du recensement 2006*, [en ligne], URL : <http://www12.statcan.ca/francais/census06/reference/dictionary/index.cfm>. (page consultée le 8 juillet 2011).

S.Q.P (Société Québécoise de phytotechnologie), [en ligne], URL : <http://www.phytotechno.com/>. (page consultée le 20 décembre 2010).

VILLE DE MONTRÉAL, [en ligne], URL : <http://ville.montreal.qc.ca/portal/page>. (page consultée le 12 juin 2012).

TIANO, C. (2011). «Quelles valeurs pour revaloriser les territoires urbains ?». *Cybergeo : European Journal of geography* [en ligne], URL : <http://cybergeo.revues.org/23091>. (page consultée le 23 octobre 2011).

TOITS VERTIGE, *Réalisations*, [en ligne], URL : [http://www.toitsvertige.com/fr/4\\_projetstermines.php](http://www.toitsvertige.com/fr/4_projetstermines.php). (page consultée le 4 mai 2012).

VILLE DE LONGUEUIL, [en ligne], URL :  
[http://www.longueuil.ca/vw/asp/gabarits/Gabarit.asp?ID\\_MESSAGE=23006&ID\\_CATEGORIE=61&CAT\\_RAC=7](http://www.longueuil.ca/vw/asp/gabarits/Gabarit.asp?ID_MESSAGE=23006&ID_CATEGORIE=61&CAT_RAC=7) (page consultée le 14 novembre 2012)

## APPENDICE A (Liste de contacts)

### **Bannières immobilières**

Capitale du Mont-Royal  
Century 21  
Groupe Sutton - immobilia inc.  
Le Pailleur immobilier  
McGill immobilier  
Plateau Immobilier  
RE/MAX du Cartier Inc.  
RÉMAX du Plateau

### **Constructeurs de toits verts**

Centre d'Écologie Urbaine de Montréal  
Les Membranes Hydrotech Corp.  
Soprema  
Toits Vertige

### **Firmes d'évaluateurs privés**

Bourassa Jodoin Inc. Groupe d'Évaluateurs Immobilier  
Evaluation Emperia  
EXIMMO Montréal  
Les Consultants en Évaluation Bélanger Inc.  
Prud'Homme, Mercier & Associés

### **Groupes de gestion, de promotion et construction immobilière**

Compagnie Immobilière Gueymard  
Construction Beau Vain  
Développement McGill  
Gestion Première Alliance  
Groupe Canvar Inc.  
Groupe Cartierville  
Maitre carré  
McGill, Construction  
Mondev Construction  
Prêt Québéco  
Prével Urbain  
SAMCON

### **Organismes publics**

Arrondissement du Plateau Mont-Royal, section permis et urbanisme  
Chambre immobilière du Grand Montréal (CIGM)  
Direction de l'évaluation foncière Ville de Montréal (DEFVM)  
Éco-Quartier du Plateau Mont-Royal  
Groupe Verdis-Toit  
Le Groupe de Recherche d'Intérêt Public de L'UQÀM, (GRIP)

## APPENDICE B (Guide d'entretien)

### Fiche d'entretien et d'enregistrement

Interviewé (n° de code) :

Date de l'entrevue :

Sexe :

heure de l'entrevue :

Occupation :

Temps d'enregistrement :

Remarques générales:

### LE DÉBUT DE L'ENTRETIEN

Si vous le voulez bien, avant de commencer, je reviendrai rapidement sur les objectifs de la recherche et sur les thèmes que nous aborderons durant l'entretien.

La recherche porte sur la valeur et l'utilité du toit vert, de la cour arrière et du balcon-terrasse dans l'arrondissement Plateau-Mont-Royal. Le toit vert est un phénomène émergent et relativement peu connu et la cour arrière comme le balcon-terrasse peuvent prendre plusieurs formes. Ainsi, pour éviter toute confusion, il est préférable de définir rapidement ces trois formes d'aménagements.

Un toit vert consiste principalement en la transformation d'une toiture en espace végétalisé c'est-à-dire comportant de la végétation qui peut être accessible ou non. D'après la définition, un aménagement ne doit pas être entièrement végétalisé pour être considéré comme un toit vert.

La cour arrière est un aménagement bien plus connu, comme vous l'imaginez, il s'agit d'un espace extérieur au niveau du sol dans la majorité des cas végétalisé au moins en partie.

Le balcon-terrasse prend souvent la forme d'un grand balcon situé en hauteur. Il s'agit généralement d'un espace couvert de matériaux synthétiques accueillant parfois de la végétation ajoutée telle que des fleurs ou légumes, des plantes en contenant.

En ayant ces trois formes d'aménagements en tête, j'aimerais que nous abordions, durant notre entretien, la valeur et l'utilité de chacune d'elle en milieu urbain et plus précisément sur le territoire du Plateau-Mont-Royal.

Durant l'entretien, si vous ne comprenez pas bien le sens d'une question et souhaitez que je répète, n'hésitez pas à m'en informer. **Jusqu'ici, est-ce que ça va? Avez-vous des questions?**

J'enregistre notre entretien parce que je ne peux pas tout retenir et que l'ensemble des réponses est pertinent. J'en profite pour vous rappeler que les renseignements donnés demeurent confidentiels. Votre nom et vos informations personnelles ne seront jamais publiés. Seuls vos commentaires de nature professionnelle le seront.

Si vous êtes toujours d'accord pour participer à l'enquête, veuillez S.V.P lire attentivement et signer ce formulaire de consentement.

Merci, je démarre l'enregistreuse!



## **LE CORPS DE L'ENTRETIEN**

### **PARTIE I : Connaissances sur le sujet**

Q.1

Depuis combien d'années exercez-vous votre profession?

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*  
Quel est le territoire géographique dans lequel vous œuvrez principalement?  
À quelle fréquence êtes-vous appelé à travailler sur le plateau?

Q.2

Que savez-vous des toits verts?

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*  
Vous est-il fréquemment arrivé de vendre ou chercher des propriétés (ou évaluer, ou construire) comportant des toits verts? Combien de fois?  
Est-ce que cette fréquence augmente, est stable ou diminue?

### **PARTIE II : Estimation de la valeur et de l'utilité des toits verts en soi et en relation avec celles des cours arrières et des balcons-terrasses**

Q.3

Comment qualifieriez-vous l'offre et la demande de toits verts à Montréal et sur le Plateau? En quoi se comparent-elles à celles des cours arrière et des balcons-terrasses? Pouvez-vous commenter l'évolution de celles-ci dans les dernières années et comment entrevoyez-vous leur évolution future?

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*  
C'est-à-dire, observez-vous une variation dans leur offre et demande respective?  
(Par exemple, tel aménagement est-il de plus en plus présent – tel autre de moins en moins demandé et pourquoi selon-vous?)  
Y a-t-il, trop, pas ou juste assez, de chacun des aménagements pour répondre à la demande?  
Selon vos observations, lequel est le plus et le moins souvent offert et demandé?

Q.4

Selon vous, quels sont les types d'acheteur ou de ménage, susceptibles de rechercher ou non un toit vert, une cour arrière et un balcon-terrasse?

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*  
C'est-à-dire, selon vous, à quoi ressemble les acheteurs cibles pour ces aménagements?

### Q.5

Selon vous, est-il avantageux (rentable) d'investir dans l'aménagement ou l'achat d'un toit vert? d'un balcon terrasse? d'une cour arrière? dans le Plateau Mont-Royal? dans la ville de Montréal? en milieu urbain en général?

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*

Autrement dit, d'après vous, l'aménagement d'un toit vert, d'une cour arrière ou d'un balcon-terrasses se traduit-il par une augmentation de la valeur de l'immeuble?

Lors de la revente ou de l'estimation de l'immeuble, y a-t-il un retour sur investissement?

Est-ce que votre réponse à cette question est la même pour chacun des trois types d'aménagements, ou si certaines distinctions doivent être faites?

### Q.6

Au meilleur de vos connaissances, comment qualifieriez-vous l'ouverture d'esprit des Banques en la matière?

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*

Par exemple, un particulier ou encore un promoteur qui souhaiterait aménager un toit vert ou acheter un immeuble ou condo avec toit vert, peut-ils facilement compter sur la banque pour lui prêter la somme nécessaire?

### Q.7

Diriez-vous que la présence d'un toit vert, une cour arrière ou un balcon-terrasse augmentent la valeur d'un immeuble ou d'un condo (un peu comme une cuisine ou une salle de bain rénovées ou neuves)? De combien? Pourquoi? Précisez quels sont les éléments qui contribuent à cette valeur, qui sont valorisés (ex : accès, vue, intimité, type d'aménagements végétal, dimension etc.)

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*

C'est-à-dire, est-ce que l'accès à un aménagement vert extérieur engendre l'augmentation de la valeur et de l'appréciation d'un immeuble ou d'un condo comme le fait la cuisine et la salle de bain?

Est-ce que votre réponse à cette question est la même pour chacun des trois types d'aménagements, ou si certaines distinctions doivent être faites?

Est-ce que tout aménagement extérieur engendre une plus-value? Pouvez-vous commenter?

Selon vous, à quoi ressemble et sur quoi repose la valeur ajoutée ou la dévalue accordée à la cour arrière, au balcon-terrasse et au toit vert?

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*

Combien vaut plus ou moins chacun de ces aménagements en milieu urbain dense?

Êtes-vous en mesure d'estimer, de chiffrer ou de qualifier leur valeur moyenne?

Selon vous, comment sont-ils perçus?

À quoi et à qui servent-ils?

Quels sont les avantages et désavantages que présente chacun de ces aménagements?

D'après vous, lequel du toit vert, de la cour arrière et du balcon-terrasse présente le plus et le moins de valeur ajoutée à une résidence? Pourquoi?

Q.8

D'après vous, comment la valeur et l'utilité du toit vert se situent-elles par rapport à la valeur et à l'utilité de la cour arrière et du balcon-terrasse? Pourquoi? Précisez si selon vous il y a des éléments qui sont semblables ou différents?

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*

Pensez-vous qu'il y est une équivalence ou similitude dans la valeur et l'utilité du toit vert d'un côté et la valeur et l'utilité de la cour arrière ou du balcon-terrasse de l'autre?

Précisément, pensez-vous que le toit vert est perçu de la même manière, remplit les mêmes fonctions et répond, sensiblement, aux mêmes désirs que ceux de la cour arrière et/ou du balcon-terrasse?

Par ailleurs, pensez-vous qu'à l'avenir, le toit vert puisse s'avérer être un substitut adéquat à la cour arrière dans le Plateau Mont-Royal? à Montréal? en milieu urbain en général?

Q.9

Que pensez-vous de l'avenir du toit vert?

*Questions complémentaires pour relancer la discussion ou obtenir plus de précision*

Est-ce un aménagement intéressant, s'agit-il d'une mode passagère, d'une construction marginale, d'une bonne solution au prix du sol...etc.?

## **LA FIN DE L'ENTRETIEN**

Nous venons d'aborder l'ensemble des points souhaités. Avant de terminer, aimeriez-vous ajouter quelque chose? Mentionner, un élément qui vous semble significatif, relativement à notre sujet d'étude que nous n'avons pas abordé?

Bon et bien, merci énormément d'avoir pris la peine de participer à cette recherche. Si cela vous intéresse, je vous ferai parvenir les résultats de la recherche une fois celle-ci achevée. ...

COUR ARRIÈRE	Demande	Offre	Caractéristiques avantageuses	Caractéristiques désavantageuses	Ménage type	Rentabilité	Usage/ Utilité	Valeur Économique	Raison de Valeur	Autre valeur	Anecdote +	Anecdote -	Manière de percevoir l'objet	Perspective (d'avenir)	Stratégie	LÉGENDE	
CI-1	-Très demandé	-Raréfaction -Rarissime	-Plus utilisé -Accès direct	-L'entretien	-N'importe quel âge -Plus familial, trentaine, cinquantaine	-Très grosse plus-value	-S'en occuper -S'en servir, mettre des tables, des chaises, faire courir les enfants -Beaucoup utilisé	-En avant = moins de valeur qu'en arrière -Très grosse valeur -RDC modeste avec cour arrière plus de valeur, qu'un étage avec superbe cuisine et salle de bain -20 mille. Même 30 mille et plus	-Grandeur -Aménagement -Ensoleillement -Secteur -Rue -Surtout combien l'acheteur est prêt à payer	-L'accès et l'usage extérieur prédominant sur d'autres aménités parce que la cour si elle n'existe pas, tu ne peux pas la créer. -Le RDC sa seule valeur c'est la cour	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	CI-1 (Profession du répondant : Courtier immobilier)	
CI-2	- Demandé - Recherché	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-L'entretien	- Les familles	Pas de commentaire pertinent	-Extension de la maison, pièce supplémentaire -Salle familiale -Piscine (loisir)	-Westmount = 200\$ le pi. -Outremont = 150 le pi. -Ville-Mont-Royal = entre 100 et 150. Peut-être plus -Un terrain en ville c'est ce qui vaut le plus cher	-Grandeur -Orientation -Luminosité -Qualité de l'aménagement -Dépend de ce que l'acheteur est prêt à payer	- La cour arrière plus valorisée qu'avant - Le Jardin c'est très important pour les gens - La connexion entre le jardin et l'intérieur très importante - La cour arrière plus propice aux enfants que les ruelles -Un luxe en Ville	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Utiliser la topographie	CI-2 (Profession du répondant : Courtier immobilier)	
EI-1	Pas de commentaire pertinent	-Rarissime -Raréfaction	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Pour promoteur non, si déjà construit oui!	-Un endroit de passage -Promener leur chien -Les gens l'utiliseront à peu près pas	-Vaut le prix du terrain -Le plus cher des trois aménagements -Plateau = 100-125 le pi2	-Chaque lopin de terre est différent. Pour évaluer la valeur d'un terrain faut regarder tous les terrains vacants.	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Calculs, le prix de reviens d'une cour arrière versus, un stationnement. Versus le prix au p2 d'aire habitable. T'obtiens une foutue différence. Pourquoi un promoteur irait mettre de l'argent sur une place qui rapportera pas!? -Dans le Centre-Ville, les espaces de stationnements sont tellement rares. Donc, pas de place pour cour arrière. Pis le Plateau Mont-Royal c'est pareil.	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	EI-1 (Profession du répondant : Évaluateur immobilier)
P-1	- Demandé surtout en banlieue	-Raréfaction	Pas de commentaire pertinent	-En Ville, pas de vie privée	-Familles	-Pas rentable -Plus value selon l'aménagement payasager	-Souvent RDC, Usage exclusif	-C'est trop cher	-La valeur des aménagements -Surtout combien l'acheteur est prêt à payer	Pas de commentaire pertinent	-Sur le Plateau, Guy A. Lepage, à une belle cour arrière. Mais c'est une exception.	Pas de commentaire pertinent	-Demande banlieusarde -Plus familiale -Fait de la chucane -Pas pour l'environnement	-Vont se retrouver en haut	-Vont se retrouver en haut -(Contre stratégie) On ne peut pas utiliser l'espace des ruelles	P-1 (Profession du répondant : Promoteur immobilier)	
EIPublic-1	- Un attrait en demande	- C'est l'aménagement le plus répandu	-Accès plus simple -Privée -Plus à même d'attirer des usagers	Pas de commentaire pertinent	-Usagers variés -Familles	-Plus value transitoire. Selon l'occupant -Amenité comme une autre -Plus value marginale	-S'installer avec une table, prendre un verre. Installer un BBQ.	-Caractéristique trop marginale pour être reflétée de façon précise. - Celle qui aurait le plus de valeur	- Existe essentiellement quant à la grandeur du terrain.	- La cour arrière c'est celle qui aurait le plus de valeur au sens large pour un utilisateur	-Personnellement, quand on a acheté la maison, rapidement on a aménagé la cour arrière. C'est probablement la dépense qu'on a le plus appréciée, en terme d'agrément.	Pas de commentaire pertinent	-Milieu de vie intéressant	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	EIPublic-1 (Profession du répondant : Évaluateur municipal)	
Résultats	Nombre de réponses 4/5 Aménagement demandé pour 4/5 Dépend du milieu pour 1/5	Nombre de réponses 4/5 2/4 pensent que l'offre est en raréfaction 1/4 pense que c'est l'aménagement le plus répandu des trois	Nombre de réponses 2/5 2/2 Pense que la cour est plus facile d'accès, plus simple 1/2 Espace privé	Nombre de réponses 3/5 2/3 L'entretien 1/3 vie privée	Nombre de réponses 4/5 4/4 Familial 2/4 Usagers variés	Nombre de réponses 4/5 Agent immobilier dit oui, pour le client. Promoteur dit non. Évaluateur dit oui si déjà construit, non si projet à construire. Le fonctionnaire dit oui, mais marginalement, c'est une aménité comme une autre.	Nombre de réponses 5/5 3/5 Espace supplémentaire 2/5 Pour enfants (les deux vendeurs) 1/5 Leu de passage 1/5 Usage exclusif 1/5 Peu utilisé 2/5 Beaucoup utilisé (les deux vendeurs)	Nombre de réponses 5/5 5/5 Pense que la cour à une très grande valeur économique. La plus grande des trois, car définie par le prix du sol (donnée factuelle)	Nombre de réponses 5/5 2/5 Pour les vendeurs c'est une question d'environnement (dimension, vue, ensoleillement) 2/5 Pour les évaluateurs question d'étude sur les lots vacants et de dimension. 3/5 mentionnent que ça dépend aussi et surtout de ce que le client est prêt à déboursier. Donc valeur dépend de la demande 3/5 Aménagement	Nombre de réponses 3/5 3/3 La cour arrière a beaucoup de valeur autre qu'économique pour les utilisateurs	Observation non généralisable	Observation non généralisable	Observation non généralisable	Observation non généralisable	Observation non généralisable		

BALCON-TERRASSE	Demande	Offre	Caractéristiques avantageuses	Caractéristiques désavantageuses	Ménage type	Rentabilité	Usage/ Utilité	Valeur Économique	Raison de Valeur	Autre valeur	Anecdote +	Anecdote -	Manière de percevoir l'objet	Perspective (d'avenir)	Stratégie	LÉGENDE	
CI-1	-Marche très fort	-A beaucoup augmenté	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Jeunes couples -Clientèle plus fortunée -La masse des gens c'est 25-45 -N'importe quel âge -Plus jeune ou des gens sans enfant	- Avantageux - [Même] Si y'a accès et que la terrasse n'est pas là.	-Manger, faire des bbq -S'aménager une terrasse avec des bacs à fleurs -Juste embellir -Vivre la terrasse -Recevoir des amis -Les gens y vont rarement	-Beaucoup de valeur	-Les gens sont enfermés du mois d'octobre, jusqu'au mois d'avril -Usage privé	-Les gens adorent ça -Plus de valeur qu'une cuisine neuve chez IKEA	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Effet de mode	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	CI-1 (Profession du répondant : Courtier immobilier)	
CI-2	- Demandé - Recherché	-De plus en plus	-Vue plus exceptionnelle	Pas de commentaire pertinent	-Clientèle plus fortunée -En affaire ou des professions libérales -Ont pas, ou ont eu des enfants. Les enfants ont quitté.	-Atout dans haut de gamme -Un gros plus - "No-go", quand y'a pas de terrasse dans le haut de gamme.	- Utiliser la piscine, les aménagements -Réceptions -Les gens se regroupent, reçoivent des amis - Moins aménagés, les gens y vont rarement -Aller à l'extérieur l'été -S'installer au soleil -Utiliser un jacuzzi	-Ça peut valoir si surface 5x10 ou 10x10. 5000, 10 000\$ de plus.	-Grandeur -Intimité -Luminosité -Vues -Aménagement -Usage privé	-Pour compenser un petit apt. -C'est un gros "ficher". -Luxe	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Tendance	Pas de commentaire pertinent	-Miser sur la valeur d'usage	CI-2 (Profession du répondant : Courtier immobilier)	
EI-1	-Très populaire -Recherché	-De plus en plus	- Beau, bon pas cher. Meilleur rapport qualité-prix	Pas de commentaire pertinent	-Clientèle assez nantie	-Fait augmenter marginalement la valeur -Rentable [Pour nouvelle construction en milieu urbain]	-Ciruler et voir le quartier à l'entour -Avoir leur chaise	-À peu près 25 milles de plus la terrasse, pas plus -15 à 25 mille, pour un 10 x 8. -Valeur très marginale	-Accès -Aménagement -Intimité -Usage privé -Le coût de construction	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Plus accessible -L'avenir c'est ça sur le Plateau et en milieu urbain	Pas de commentaire pertinent	P-1 (Profession du répondant : Promoteur immobilier)	
P-1	-Demandé -Tout le monde en veut	-De plus en plus	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Clientèle relativement nantie -Couple sans enfants, ou couple gais.	-Avantageux et prisé	Pas de commentaire pertinent	- 25 000\$ pis c'est fait.	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Montréal ou n'importe quelle autre ville, Vancouver, c'est tout des toits-terrasses. Pis y'on des familles. Je sais, j'ai demeuré là 6 ans.	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	EIPublic-1 (Profession du répondant : Évaluateur municipal)
EIPublic-1	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Verticalité -Promiscuité	Pas de commentaire pertinent	-Fait augmenter marginalement la valeur -Apporte Plus- Value de façon précise quand on porte un immeuble aux rôles ou permis pour transformation. De façon plus générale quand c'est des dépôts de rôles.	Pas de commentaire pertinent	- le balcon-terrasse moins de valeur que la cour, mais plus que le toit vert	-Aménagement -Usage privé	-Le balcon-terrasse moins de valeur pour l'individu que la cour, mais plus que le toit vert	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent	-Milieu de vie	Pas de commentaire pertinent	Pas de commentaire pertinent		
Résultats	Nombre de réponses 4/5 4/5 Disent que le balcon-terrasse est très demandé	Nombre de réponses 4/5 Selon 4/5 le Balcon-terrasse est de plus en plus offert	Nombre de réponses 2/5 1/2 les vues 1/2 le rapport qualité-prix	Nombre de réponses 1/5 1/1 La verticalité 1/1 Promiscuité	Nombre de réponses 4/5 4/4 des gens plus en moyens 3/4 Pas d'enfant	Nombre de réponses 5/5 5/5 aménagement relativement rentable Selon les courtiers c'est un aménagement qui présente une plus-value (c'est un atout, un plus) Pour le promoteur c'est l'aménagement le plus avantageux Pour les évaluateurs ça augmente la valeur, mais de façon marginale.	Nombre de réponses 3/5 3/3 juste pour profiter de l'espace. 2/3 (les vendeurs) disent que les gens y retournent rarement. Par ailleurs, usage qui ressemble étrangement à celui de la cour arrière.	Nombre de réponses 5/5 1/5 Le balcon-terrasse moins de valeur que la cour 3/5 vaut entre 5 et 25 milles dépend de la grandeur	Nombre de réponses 4/5 4/4 Usage privé 3/4 Aménagement	Nombre de réponses 3/5 3/3 Le balcon-terrasse un aménagement relativement apprécié autrement qu'économiquement	Observation non généralisable	Observation non généralisable	Nombre de réponses 3/5 2/3 Aménagements à la mode 1/3 Milieu de vie	Observation non généralisable	Observation non généralisable		

TOIT VERT	Demande	Offre	Caractéristiques avantageuses	Caractéristiques désavantageuses	Ménage type	Rentabilité	Usage/ Utilité	Valeur Économique	Raison de Valeur	Autre valeur	Anecdote +	Anecdote -	Manière de percevoir l'objet	Perspective d'avenir	Stratégie	LÉGENDE
CI-1	-Pas demandé -Pas recherché -Pas un critère d'acheteur	-Ça [photo # 2] jamais et puis ça [photo # 4] pas vraiment - Il en à pas. Ou très très peu	Pas de commentaire pertinent	-Prix et entretien -Charge de plus (coût, assurance) -Apporte pas de plaisir -Permis -Besoin d'un architecte -Faut vérifier et/ou modifier structure actuelle	-Personne "écologique" -45-50 ans ou plus -Pas des avocats, des docteurs, plutôt des professeurs, des chercheurs en fin de carrière -De gauche et très pro-Québécois - Salaire moyen -Sans enfants, dans la masse -Dépend de l'âge -Pas pour les personnes âgées	-Pas rentable -L'accès une plus-value en soit	Pas de commentaire pertinent	-Des coûts cachés -Tout aménagé près de 30 mille. Si c'est pas 500 mille et plus -Le troisième étage style photo 3 = très cher -20 mille. Même 30 mille et beaucoup plus	-Écologique -Coûte plus cher à faire -Plus de main d'œuvre -Plus de temps -La valeur connectée à l'usage	-Petite valeur sympathique	Pas de commentaire pertinent	-Sur la rue Lafontaine, il y a eu un projet de toit vert avorté.	-Processus et résultats d'implantation méconnus et inquiétants -Associé à l'écologie -Pas esthétique et compliqué -Une option comme une autre -Conscience environnementale -Mode -Associé nouvelles technologies	-Avenir éphémère	-Passe par le toit-terrasse	CI-1 (Profession du répondant : Courtier immobilier)
CI-2	-Pas demandé -Pas recherché -Pas un critère d'acheteur	-Les toits verts dans le résidentiel s'intègrent dans le cadre d'aménagement de terrasses privées. -Rarissime	-Atout technique, énergétique	-Défi la gestion des eaux -Défi climatique -Charge de plus (\$) -Règlements municipaux -Vue de proche -Le construit actuel n'est pas fait pour ça -La verticalité	-Personne "écologique" -Revenus modestes -Personne conscientisée -Couple sans enfants -Ils vont avoir l'idée d'avoir des poules en Ville	Pas de commentaire pertinent	-Pour terrasses de restaurants et de clubs -Voir les feux d'artifice - Y'a des propriétaires qui ont mis un ascenseur. Ont aménagé différentes sections. Des pergolas, des zones, des bacs, contrôlés de partout. -Faire un "deck". Mettre un petit coin pergola et un petit coin BBQ -Les gens pas encore connectés avec leur usage personnel à ce type de toit -Pour les réceptions dans les édifices à bureaux et les hôtels	Difficile à dire. Mais par exemple un appartement comme ceux sur la rue Sherbrooke coûte 899 000\$ avec accès à un toit vert public.	-La valeur connectée à l'usage	-C'est intrigant les jardins suspendus	-Je suis intrigué par les toits verts, parce que quand j'étais plus jeune on allait au Bonaventure Hilton à Québec.	-Sur l'immeuble, le Centuaire, les penthouses avaient des immenses terrasses avec arbres qui ont grossi et causés des problèmes structuraux.	-Connus par les médias -Associé à l'écologie -Processus et résultats d'implantation méconnus et inquiétants -Usage mal adapté au climat local -Outil économique -Associé nouvelles technologies -Outil environnemental -Outil marketing	-Avenir prospère, mais lent -Immeubles commerciaux -Passe par les constructions durables -Espace publique	-L'insérer dans nouvelles constructions -Mettre en valeur la valeur d'usage -Éclaircir les bénéfices individuels escomptés	CI-2 (Profession du répondant : Courtier immobilier)
EI-1	-Le marché est pas là pour absorber ce genre de chose -Pas en demande -Le moins en demande, le type de toit vert qui couvre complément le toit.	-Pas fréquent -J'ai pas vu d'offre dans ma carrière	-Atout environnemental -Atout économique -Atout énergétique -La vue	-Structure actuelle -Défi climatique -Charge (\$) supplémentaire -Entretien -Espaces communs avec restriction d'utilisation -Ce qui arrive c'est que ceux qui vont récupérer c'est les propriétaires de condominiums	- Personnes très nanties	-Les banquiers sont pas très ouverts à financer ça -Pas de garantie sur un toit vert -L'accès une plus value en soit	-Avoir de la verdure -Faire pousser des légumes et faire de l'hydroponie -Marcher, respirer des fleurs. -Se promener -Prendre une petite bière	-Je ne peux pas l'évaluer -L'évaluation de la valeur marchande d'un Toit vert serait une question d'expérience et un beau défi	-La valeur connectée à l'usage -Coût de construction -La vue -L'intimité -Privauté	-Rappel le romantisme des années 20 ou avant -C'est retrouver l'esprit de la montagne en Ville	-À Toronto les tours en hauteur résidentielles poussent comme des champignons. Avec à chaque étage des espaces intérieurs verts.	Pas de commentaire pertinent	-Connus par les médias -Outil environnemental -Outil économique -Associé à l'écologie -Processus et résultats d'implantation méconnus -Outil marketing -Associé nouvelles technologies	-Avenir prospère, mais lent -Immeubles commerciaux -Édifices résidentiels de luxe -Jardins publics (style Baby-lone)	-Utiliser un ordre influent pour venter les mérites (Iso 9000...) -Réglementation -Mettre en valeur la valeur d'usage -Éclaircir les bénéfices individuels escomptés	EI-1 (Profession du répondant : Évaluateur immobilier)
P-1	-Les gens recherchent beaucoup ça [photo # 3] -Dans zones urbaines, où y'a très peu d'espaces vers, c'est un must -Critère d'acheteur -Les plus prisés [photo # 3], ensuite [photo # 1] -Les gens ne payeront pas plus cher pour le toit vert - La majorité des acheteurs est limitée parce que les gens préfèrent avoir un stationnement, qu'un toit vert!	-De plus en plus -Pas beaucoup, mais la tendance est pour le toit vert	-Atout environnemental -Dimensions et aménagements plus importants -Vues -Vie privée -Plus facile d'entretien -Tu peux avoir ton petit lopin de terre	-Le vent -Charge (\$) supplémentaire -Entretien	-Acheteur sophistiqué -Personne conscientisée -Couple sans enfants, ou gais -Acheteur urbain et mieux nanti	-Investissement quasiment obligatoire dans projets de luxe -Un 35 mille placé en haut, il vaut 50 mille -L'accès une plus value en soit -Fait augmenter la valeur des unités	-Faire des BBQ. -Manger et faire des pique-niques -La vue -Usage non fréquent, mais si privé des chances d'être utilisés plus souvent -C'est social aussi le toit vert! Tu vas rencontrer du monde -Utiliser la piscine -Prendre un dink -Mlieu de vie -Jardiner -Relaxer -Lire -Par l'usage, l'utilisateur se valorise et valorisent l'immeuble en même temps	- 6000 pieds carrés à 10\$. Ça fait 60 mille.	- La valeur connectée à l'usage - Dimension - Privauté - Aménagement - Secteur - Les vues - L'intimité	-Élément mode. -Façon d'aller en campagne rapidement -Permet d'impressionner les amis -Les gens l'utilisent pas souvent, mais en parlent beaucoup -Le toit vert, tu te sens ailleurs -C'est un milieu de vie	-J'habite un immeuble où y'a un toit vert! -Dans un projet, le vrai toit vert au deuxième étage, c'a été un des éléments clés de l'achat de mon condo. Je disais : "je vais sortir de chez nous et entrer dans le jardin!" Pis c'est ça qui est arrivé. Je n'ai pas regretté mon achat. Pis tous ceux qui ont acheté au deuxième, l'ont pas regretté non plus. -Les frais d'entretien du toit vert où je vis c'est négligeable et très raisonnable.	-Associé à l'écologie (Écosystème) -Processus et résultats d'implantation méconnus -Outil marketing -Outil environnemental	-Avenir prospère, mais lent -Édifices résidentiels de luxe	-L'implanter au moment de refaire la toiture -Pas une option d'achat, une partie du deal -Réglementation	P-1 (Profession du répondant : Promoteur immobilier)	
EIPublic-1	- Pas de données spécifiques par rapport à ça	- Jamais rencontré de toit vert	- Atout environnemental	- Bénéfices ou l'intérêt pas immédiat pour celui qui va encourir les dépenses. - Charge (\$) supplémentaire	- Considérations écologiques très importantes dans préoccupations de vie - Pas pour les jeunes enfants	- Rentabilité marginale - L'accès une plus-value en soit	- Si pas accessible, pas d'agrément parce que tu pourras pas en profiter - Relaxer	Le toit vert, celui qui a le moins de valeur marchande	- La valeur connectée à l'usage	Le toit vert, celui qui a le moins de valeur aux yeux des individus	Pas de commentaire pertinent	- Au niveau du traitement des permis, chez nous, j'ai pas connaissance de ça.	- Connus par les médias - Associé à l'écologie - Outil environnemental	- Avenir éphémère	- Passe par le toit-terrasse - Réglementation - Mettre en valeur la valeur d'usage - Éclaircir les bénéfices individuels escomptés	EIPublic-1 (Profession du répondant : Évaluateur municipal)
Résultats	Nombre de réponses 5/5 4/5 Pas demandé ni un critère d'acheteur. Il n'y a que le promoteur qui prétend que le toit vert est en demande. Mais, il faut spécifier qu'il stipule, qu'il est question de toit vert aménagé comme sur la photo # 3 ou #1. Et non du modèle photo # 2. Donc, il s'agit surtout de toits-terrasses aménagés. Il faut aussi relever que le promoteur fait une distinction entre les projets hauts de gamme et les projets plus "abordables". Il mentionne d'ailleurs que dans les projets moins luxueux, la demande relative au toit vert vie une plus grande résistance. Au final, 5/5 disent que dans la masse la demande n'est pas là.  Q1. LE TOIT VERT NE SEMBLE PAS PRÉSENTER DE VALEUR D'USAGE POUR LA MASSE.	Nombre de réponses 5/5 5/5 pas beaucoup 4/5 (Vendeurs comme évaluateurs n'ont jamais rencontré de toits entièrement végétalisés) 3/5 de plus en plus, mais on parle toujours de [photo # 3] et non [photo # 2].	Nombre de réponses 4/5 4/4 avantages environnementaux (1 vendeur, 2 évaluateurs, 1 promoteur) 2/4 Les avantages privés comme la vue, la vie privée.	Nombre de réponses 5/5 5/5 mentionnent le coût plus important. 4/5 mentionnent l'entretien 3/5 mentionnent permis et restrictions 3/5 mentionnent l'état de la structure bâtie actuelle [promoteur n'y pense peut-être pas parce qu'il se concentre sur de nouveaux développements] 3/5 mentionnent le clivage entre valeur individuelle et sociale. Plus le promoteur qui avoue que le balcon-terrasse est une meilleure option qualité prix à court terme, donc 4/5 1/5 défis techniques et environnementaux	Nombre de réponses 5/5 4/5 Mentionnent le côté considération écologique 4/5 couple sans enfant Ici deux scénarios 1. Les vendeurs parlent de ceux qui souhaiteraient avoir un vrai toit vert de style [photo # 2]. Vendeur 2 reconnu dans (USA-TV/3,9) que l'aménagement d'un toit vert contrôlé de partout demande un budget supérieur. 2. Promoteurs et évaluateur privé parlent de ceux qui en ont. Et qui ont les moyens de s'acheter [photo # 3]. L'évaluateur public semble parler du public des hauteurs en général.	Nombre de réponses 4/5 3/4 pensent que le toit vert n'apporte pas de plus-value (vendeur #2 n'a pas répondu et promoteur pense que oui) 1/4 le promoteur pense que ça permet d'obtenir un prix plus élevé pour la fonction de base. 4/4 mentionnent la plus-value apportée par l'accès.	Nombre de réponses 4/5 4/4 Mentionnent un usage journalier d'extension de résidence par ex. BBQ, recevoir des amis, relaxer... (Le fonctionnaire le mentionne pas, mais dit la même chose inversée) donc 4/4. Bref 4/4 mentionnent un usage qui se rapporte fortement à celui de la cour arrière Même sur le point de vue du paraître, la cour qui depuis longtemps représente l'atteinte d'un statut social. 1/4 Mentionne l'usage de loisir commercial	Nombre de réponses 5/5 4/5 Valeur économique incertaine 4/5 valeur élevée 1/5 10\$ le pi2	Nombre de réponses 5/5 5/5 pensent que c'est la valeur d'usage du toit vert qui est l'un des principaux éléments générateurs de valeur. 2/5 s'intéressent également aux atouts environnementaux (vue, dimensions)	Nombre de réponses 5/5 3/5 pensent que le toit vert c'est intrigant, fascinant, fait appel à l'imagination (les 3 même qui croient en l'avenir du toit vert) 2/5 pensent que le toit vert n'a pas vraiment de valeur autre (les deux mêmes qui ne croient pas en l'avenir du toit vert)	Nombre de réponses 3/5 Il est intéressant de constater que les trois participants qui croient en l'avenir du toit vert sont ceux qui abordent des anecdotes positives relativement au toit vert. Les deux participants, en faveur d'un avenir peu prospère pour le toit vert, ont eu soit des expériences professionnelles négatives ou aucun contact avec l'aménagement.	Nombre de réponses 5/5 5/5 Associé à l'écologie et à l'environnement 4/5 Processus et résultat d'implantation méconnus et inquiétants 4/5 Outil marketing 3/5 Associé nouvelles technologies 3/5 Transmis par les médias	Nombre de réponses 5/5 Deux scénarios #1 2/5 Avenir éphémère #2 3/5 Avenir prospère, mais lent Immeubles de luxes et de Bureaux 3/5 l'avenir passe par les immeubles commerciaux ou de luxe.	Nombre de réponses 5/5 2/5 passe par le toit-terrasse 3/5 Mettre en valeur la valeur d'usage 3/5 Éclaircir les bénéfices individuels escomptés 3/5 Réglementation	Q1 : En quoi consistent la valeur et l'utilité (valeur d'usage) des toits verts selon les professionnels de l'immobilier (ce terme inclut les courtiers, promoteurs et évaluateurs) du Plateau-Mont-Royal ? (demande, offre, public cible, valeur économique, valeur symbolique, évaluation municipale, caractéristique et usage... etc.)	

	Cour arrière versus Toit vert	Balcon-terrasse versus Toit vert	Cour arrière versus Balcon-terrasse	Commentaires généraux sur l'espace vert	LÉGENDE
CI-1	-Cour arrière plus simple et plus familiale que le toit vert  Q2. Usage et utilité même chose. Mais pas perçu de la même manière.  Q3. Non	-L'usage plus important que la végétation  Q2. Usage et utilité même chose. Même que le toit vert est une autre version du balcon-terrasse.	-Usage et utilité semblable dépend du public cible -Cour arrière plus simple et plus familiale que le balcon-terrasse -Balcon-terrasse plus jeune -Balcon-terrasse plus impressionnant	-L'espace extérieur de plus en plus en demande et valorisé (un désir) -L'utilité fait la valeur d'un aménagement -Ce qui fonctionne c'est ce qui est beau, bon et pas cher -Le marché une question de préférences de client et de style de vie -La ville en manque d'espaces verts -Partie privée plus recherchée	<b>CI-1</b> (Profession du répondant : Courtier immobilier)  <b>CI-2</b> (Profession du répondant : Courtier immobilier)
CI-2	-Cour arrière plus familiale que le toit vert  Q2. Usage et utilité pas pareils.  Q3. L'opportunité d'aller en ce sens	-L'usage plus important que la végétation  Q2. Le toit vert une autre version du balcon-terrasse	-Usage et utilité semblable dépend du public cible -Le type de possession n'est pas le même (la cour arrière et souvent privée, le balcon-terrasse commun) -Cour arrière plus simple et plus familiale que le balcon-terrasse	-L'espace extérieur de plus en plus en demande et valorisé (un désir) -Le marché une question de préférences de client et de style de vie -Partie privée plus recherchée -L'utilité, l'usage fait la valeur d'un aménagement	<b>EI-1</b> (Profession du répondant : Évaluateur immobilier)  <b>P-1</b> (Profession du répondant : Promoteur immobilier)
EI-1	-Toit vert meilleure utilité en milieu urbain que la cour arrière  Q2. Usage, utilité et perception même chose.  Q3. Oui	-Balcon-terrasse aménagement beau, bon pas cher comparé au toit vert -L'usage plus important que la végétation  Q2. Le toit vert une autre version du balcon-terrasse	-Balcon-terrasse c'est mieux en milieu urbain parce que la cour arrière c'est un casse-tête pour le promoteur	-Ce qui fonctionne c'est ce qui est beau, bon et pas cher -Si le toit vert était en demande y'en aurait d'avantage -La ville en manque d'espaces verts -Le marché une question de préférences de client et de style de vie -L'utilité, l'usage fait la valeur d'un aménagement -Partie privée plus recherchée	<b>EIPublic-1</b> (Profession du répondant : Évaluateur municipal)
P-1	-Toit vert meilleure utilité que la cour arrière en milieu urbain  Q2. Usage et utilité même chose, mais en haut  Q3. Oui	-L'usage plus important que la végétation  Q2. Le toit vert une autre version du balcon-terrasse Q2. Même chose dépend du budget Q2. Même chose aussi, car confusion générale	-Balcon-terrasse c'est mieux en milieu urbain, car cour arrière perte d'argent	-La ville en manque d'espaces verts -Partie privée plus recherchée -Les familles reviennent en ville une fois les enfants adolescents -L'utilité, l'usage fait la valeur d'un aménagement -Le marché une question de préférences de client et de style de vie	Q2 : Comment la valeur et l'utilité des toits verts se comparent-elles à celles des cours arrière et des balcons-terrasses en 2012?  Q3 : Selon les professionnels de l'immobilier de l'arrondissement du Plateau-Mont-Royal, le toit vert constitue-t-il une alternative à la cour arrière dans ce secteur?
EIPublic-1	-La cour arrière plus simple et plus familiale que le toit vert  Q2. Usage et utilité pas même chose  Q3. Non	-L'usage plus important que la végétation  Q2. Usage et utilité même chose. Même que le toit vert est une autre version du balcon-terrasse.	-Usage et utilité c'est la même chose dépend des intérêts	-Si le toit vert était en demande y'en aurait d'avantage -Partie privée plus recherchée -Ce qui fonctionne c'est le beau, bon, pas cher (parce que les gens cherchent toujours à payer moins cher) -Le marché une question de préférences de client et de style de vie -L'utilité fait la valeur d'un aménagement -La ville en manque d'espaces verts	
Résultats	<b>3/5 Cour arrière plus familiale</b>  <b>2/3 Toit vert meilleure utilité</b>  <b>Q2. 4/5 MÊME USAGE</b>  <b>Q3. 3/5 OUI ET 2/5 NON</b>	<b>5/5 Le toit vert une autre version du toit-terrasse</b>  <b>5/5 L'usage plus important que la végétation</b>  <b>2/5 Différence de prix en faveur du balcon-terrasse</b>  <b>Q2. 5/5 L'utilité est la même, mais le fait que la valeur accordée à chacun des aménagements n'est pas la même peut être déduit des données Une corrélation existe entre les deux aménagements relativement à l'usage. Par contre, le balcon-terrasse, contrairement au toit vert, est un aménagement à valeur sûre et beaucoup moins dispendieuse. Il est aussi largement plus demandé.</b>	<b>3/5 C'est pareil, mais dépend des intérêts</b>  <b>2/5 Balcon-terrasse remplace cour arrière parce que cette dernière est compliquée à construire en milieu urbain</b>	<b>5/5 Pensent que la ville manque d'espaces verts en général</b> <b>5/5 Pensent que c'est l'utilité, dans le sens d'usage quotidien, qui fournit aux espaces extérieurs une valeur.</b> <b>5/5 Pensent que les parties privatives participent à une augmentation de la valeur ressentie et observée</b> <b>5/5 Pensent que le marché est le miroir des volontés relatives à deux types de ménages aux modes de vie distincts. L'un davantage associé à la famille et à la présence d'un terrain, l'autre à un style de vie plus souple touchant surtout les jeunes et les retraités.</b> <b>3/5 Pensent qu'une partie du marché, comme le souligne d'ailleurs un des principes de l'analyse immobilière, recherche ce qui est beau, bon et pas cher. Parce qu'aucune raison ne justifie le fait de payer plus cher, ce que l'on peut obtenir à moindres coûts.</b> <b>2/5 Les vendeurs ont tous deux remarqué que l'espace extérieur, végétalisé ou pas, prend de l'importance auprès des critères d'acheteurs.</b>	

## APPENDICE D (Catégories de codage)

1. Anecdote positive Toit vert	ANC-P-TV		
Anecdote positive Cour arrière	ANC-P-CA		
Anecdote positive Balcon Terrasse	ANC-P-BT		
2. Anecdote négative Toit vert	ANC-N-TV		
Anecdote négative Cour arrière	ANC-N-CA		
Anecdote négative Balcon-terrasse	ANC-N-BT		
3. Autre valeur Toit vert	AVL-TV		
Autre valeur Cour arrière	AVL-CA		
Autre valeur Balcon-terrasse	AVL-BT		
SOUS-CODES			
Individuelle		- IND	
Collective		- COL	
Sociale		- SOC	
Symbolique		- SYM	
4. Caractéristique avantageuse Toit vert	CRC-A-TV		
Caractéristique avantageuse Cour arrière	CRC-A-CA		
Caractéristique avantageuse Balcon-terrasse	CRC-A-BT		
SOUS-CODES			
Accessibilité		- ACC	
Environnement		- ENV	
SOUS-SOUS-CODES			
Amélioration de la qualité de l'air		- AIR	
Espace vert supplémentaire		- EVS	
Esthétique		- ESH	
Réduction des îlots de chaleur		- ICH	
Réduction des gaz à effets de serre		- GAZ	
Privauté		-PRI	
5. Caractéristique désavantageuse Toit vert	CRC-D-TV		
Caractéristique désavantageuse Cour arrière	CRC-D-CA		
Caractéristique désavantageuse Balcon-terrasse	CRC-D-BT		
SOUS-CODES			
Absence de privauté		- APR	
Accessibilité		- ACC	
SOUS-SOUS-CODES			
Verticalité			- VER
Coût		- COT	
Entretien		- ENT	
Permis, procédure & réglementation		- PPR	
6. Demande Toit vert	DEM-TV		
Demande Cour arrière	DEM-CA		
Demande Balcon-terrasse	DEM-BT		
SOUS-CODES			
Absente		- ABS	
SOUS-SOUS-CODES			



	Pas un critère d'acheteur		- PCA
	À la hausse		- HAU
	À la baisse		- BAS
	Stable		- STB
	Présente		- PRÉ
	SOUS-SOUS-CODES		
	Un critère d'acheteur		- CRA
	À la hausse		- HAU
	À la baisse		- BAS
	Stable		- STB
7.	Espaces verts en général	ESV-GE	
8.	Espace en général	ESP-GE	
9.	Manières de percevoir l'objet Toit vert	MPO-TV	
	Manières de percevoir l'objet Cour arrière	MPO-CA	
	Manières de percevoir l'objet Balcon-terrasse	MPO-BT	
	SOUS-CODES		
	Aménagement connu (fiable)		- AMC
	Aménagement méconnu (fiable)		- AMM
	Esthétique		- ESH
	Médias		- MÉD
	Outil environnemental		- OEN
	Outil marketing		- OTM
10.	Ménage type Toit vert	MET-TV	
	Ménage type Cour arrière	MET-CA	
	Ménage type Balcon-terrasse	MET-BT	
	SOUS-CODES		
	Age		- AGE
	Avec enfant		- AEF
	Conviction		- COV
	SOUS-SOUS-CODES		
	Écologique		- ÉCO
	Environnementale		- ÉNV
	Familiale		- FAM
	Famille		- FAM
	Profession		- PRO
	SOUS-SOUS-CODES		
	Revenu		- RVU
	Sans enfant		- SEF
11.	Offre Toit vert	OFR-TV	
	Offre Cour arrière	OFR-CA	
	Offre Balcon-terrasse	OFR-BT	
	SOUS-CODES		
	Absente		- ABS
	Manque		- MAQ
	Présente		- PRÉ
	SOUS-SOUS-CODES		
	À la hausse		- HAU
	À la baisse		- BAS
	En quantité		- QUA

	Raréfaction Stable		- RAR - STB
12.	Perspectives d'avenir Toit vert Perspectives d'avenir Cour arrière Perspectives d'avenir Balcon-terrasse	PER-TV PER-CA PER-BT	
	SOUS-CODES Aménagement moribond Aménagement prospère Neutre		- AMO - APR - NEU
13.	Rentabilité/Plus-value Toit vert Rentabilité/Plus-value Cour arrière Rentabilité/Plus-value Balcon Terrasse	REP-TV REP-CA REP-BT	
14.	Raison de valeur Toit vert Raison de valeur Cour arrière Raison de valeur Balcon Terrasse	RAV-TV RAV-CA RAV-BT	
	SOUS-CODES Aménagement Orientation Positionnement Vue		- AMÉ - ORT - POT - VUE
15.	Stratégies (façon d'accomplir les choses) Toit vert Stratégies (façon d'accomplir les choses) Cour arrière Stratégies (façon d'accomplir les choses) Balcon-terrasse	STR-TV STR-CA STR-BT	
	SOUS-CODES Utilisé un aménagement alternatif Valoriser l'usage Éclaircir bénéfices Simplifier procédures		- UAA - VUS - ÉCB - SIM
16.	Utilité/Usage Toit vert Utilité/Usage Cour arrière Utilité/Usage Balcons-terrasses	USA-TV USA-CA USA-BT	
	SOUS-CODES Adulte Enfantin Fréquence		- ADL - EFT - FRÉ
17.	Valeur économique Toit vert Valeur économique Cour arrière Valeur économique Balcon-terrasse	VLÉ-TV VLÉ-CA VLÉ-BT	

#### CODE INFÉRENTIELS OU EXPLICATIFS

18.	Cour arrière versus toit vert Cour arrière versus Balcon-terrasse Balcon-terrasse versus Toit vert	CAvsTV CAvsBT BTvsTV
-----	--	----------------------------

SOUS-CODES

Usage

Utilité

Coût

Valeur

- USA

- UTL

- COT

-VAL

SOUS-SOUS-CODES

Individuelle

Collective

Économique

Sociale

Symbolique

- IND

- COL

- ÉNM

- SOC

- SYM