

Commentaires sur l'article de Lucette Laurens

Avec un peu de recul, on peut considérer que l'aspect le plus novateur de cette opération aura consisté en la reconnaissance du savoir-vivre de petites régions qui ont tenté de prendre en compte dans leur développement économique les aspirations sensibles des citoyens. Le goût, l'odorat, le toucher, la vue, l'ouïe sont flattés par la qualité des produits, de l'environnement, des paysages, expressions concrètes d'un projet social et technique. Derrière le slogan se glisse l'intuition qu'une résonance profonde existe entre des savoir-faire utilisant au mieux les spécificités d'un terroir et la beauté d'un paysage. L'expérience du Beaufortain était très présente chez les promoteurs de cette opération.

Mais entre qualité des produits et qualité des paysages, la relation est fragile. Il est nécessaire de la travailler, de la développer et d'avoir comme ambition de faire progresser cette relation et non pas chacun des termes considérés indépendamment l'un de l'autre.

Les labels « paysage de reconquête » se voulaient surtout la reconquête de cette idée que le travail sur la qualité des paysages peut renforcer la qualité d'un développement économique et inversement.

On retrouve les concepts du développement durable confortés par l'apport d'une réflexion sur la beauté, l'esthétique, le plaisir comme forces motrices pour déclencher des énergies. D'un côté, on cherche à imaginer des systèmes de production où l'ensemble des composantes naturelles seraient utilisées en exploitant au mieux tous les processus de régulation écologique de façon à réduire l'appel aux matières et énergies non renouvelables. D'un autre côté, on cherche à développer une qualité de paysage liée aux spécificités environnementales et culturelles d'un lieu pour mieux répondre aux demandes actuelles. L'arbre (isolé, aligné, dans les prévergers ou prébois, les haies, les forêts pâturées), l'eau (vive ou stagnante), la pierre (des murets, des chemins, des bâtiments) si importants pour qualifier un paysage doivent retrouver une place dans les systèmes de production agricole pour améliorer l'économie des exploitations et le dessin du paysage.

La protection des éléments identitaires les plus forts est bien sûr importante mais comme un aspect d'un projet plus global orienté vers le futur. De ce point de vue, certains des paysages labellisés comme les banquettes étroites taillées au bull à Beaumes de Venise ou à Irouléguay donnent des orientations intéressantes.

Très concrètement pour parler de la participation de l'agriculture au paysage, il s'agit par exemple d'arriver à rendre cohérents les cahiers des charges concernant les appellations ou marques de produits type AOC, fermier... avec les cahiers des charges concernant l'environnement et les paysages dans les mesures agrienvironnementales. Ce travail débute

tout juste mais il est urgent de le mener à bien si les agriculteurs veulent retrouver la confiance des consommateurs. Au moment de la « vache folle », les éleveurs français communiquaient sur la qualité de la viande nationale en présentant des images de troupeau dans de beaux paysages herbagers du Massif central alors que la plus grande partie de la production du pays provient d'élevages à l'étable. De telles dérives existent pour des produits AOC, de telles dérives ont également été dénoncées dans certaines régions labellisées « paysages de reconquête ».

Plus largement, il s'agit d'intégrer les politiques agricoles avec les activités des autres acteurs de l'aménagement : élus, industriels, responsables des réseaux du tourisme, forestiers de façon que s'exprime dans l'espace la qualité des relations nouées entre chacun. Les outils tels que les plans, chartes, contrats de paysage existent fondés sur la discussion plus que sur le réglementaire. Ils peuvent aider à ce que des évolutions du paysage deviennent pour partie choisies et pas seulement subies.

Les paysages que nous fabriquons sauront-ils inspirer les générations futures comme la beauté de certains paysages du passé nous guide pour résoudre nos problèmes actuels ?

RÉGIS AMBROISE

Responsable des Plans de développement durable,
Anda, bureau des Paysages, ministère de l'Environnement,
25-27, rue de Villiers, 75017 Paris

L'article de Lucette Laurens inciterait à de nombreux commentaires ; dans l'instant présent, on se limitera à quatre points, qui resituent d'une part l'opération du ministre de l'époque dans un contexte particulier, celui du dernier gouvernement socialiste avant les élections législatives de 1993 et d'autre part dans un ensemble de courants d'idées plus vaste, où se développent et se remodelent les conceptions scientifiques et techniques du paysage.

Ce contexte est en effet primordial pour comprendre le sens de l'opération de labellisation des paysages de qualité. En effet, lorsque Ségolène Royal est nommée ministre de l'Environnement en 1992, Pierre Bérégovoy étant Premier ministre, le parti socialiste est à peu près certain qu'il va perdre les élections législatives de 1993. La mission de tout ministre dans la courte période qui reste est de préserver toutes les voix possibles. Aussi le ministre de l'Environnement cherche-t-il à lancer des opérations « visibles », qui font parler positivement du gouvernement et qui sont susceptibles de capter