

Commentaire : Le paysage : marchandise ou symbole d'identité ?

LUC THIÉBAUT

LUC THIÉBAUT
ÉconomisteEnesad-Inra, BP 87999,
21079 Dijon cedex,
France
thiebaut@enesad.inra.fr

En matière de paysage plus encore que pour d'autres compartiments de l'environnement, l'intervention publique doit tenir compte des rapports qu'entretient avec cet objet ceux qui le modifient et ceux pour qui il est utile. La typologie classique des instruments des politiques d'environnement que l'OCDE (Opschoor et Vos, 1989) a popularisée il y a une décennie, mérite d'être, aujourd'hui, complétée sinon dépassée : les instruments réglementaires montrent de plus en plus leurs limites, les instruments « non contraignants » se sont heureusement multipliés et diversifiés, rendant cette catégorie inopérante qui regroupe l'information, la persuasion, la sensibilisation et les accords volontaires. Quant aux incitations économiques dont l'extension est nécessaire, on ne peut ignorer leurs effets pervers ; les pseudo-prix qu'elles attribuent aux éléments d'environnement qu'elles se proposent de ménager peuvent participer à une réduction – l'unidimensionalisation – de l'utilité de biens dont la valeur pour les usagers vient en partie de leur caractère gratuit... sinon libre (effet commercialisation).

L'article de J.-E. Beuret est bien venu pour appuyer les acteurs qui visent à faire prendre en compte par les politiques paysagères des mécanismes qu'elles ignorent et leur éviter de « marchandiser des actes effectués auparavant au nom d'une autodiscipline »¹.

L'approche économique du paysage nécessite de bien préciser les biens, fonctions et agents en présence. Elle doit veiller à ne pas réduire l'analyse économique à un moyen, utilisé ou décrié, de marchandiser les biens qu'elle étudie, tout en étant conscient de la relation entre l'analyse et ses conséquences (et présupposés) sociales et idéologiques. Pour ce faire, l'économiste doit être attentif aux approches des autres sciences sociales. Sur ces points, J.-E. Beuret apporte des éléments intéressants mais qui mériteraient d'être précisés et prolongés.

À la question « À qui appartient le paysage ? », J.-E. Beuret donne deux réponses : « À ceux qui possèdent la terre qui le supporte ? Au groupe social qui y trouve ses racines ? ». Mais outre le fait qu'il traite peu de cette deuxième attribution, il m'apparaît qu'il laisse entièrement de côté deux autres situations. En effet, une certaine conception du tourisme semble utiliser à son profit une troisième réponse : « À ceux qui le regardent ». Cette conception n'est pas éloignée de celle que des philosophes ont formulée il y a des millénaires dans un énoncé qui se voulait éthique pour les propriétaires de l'« espace vu ». Il s'agit en effet de distinguer l'espace regardé de l'espace vu d'un « point de vue » qui lui aussi, quatrième cas, peut être approprié. Cette dissociation a été efficacement utilisée par Facchini (1995) dont les travaux ont apporté, outre des pistes originales d'articulation avec des approches

d'autres sciences sociales, une utile rigueur. En effet, la pertinence de l'analyse passe par la précision des termes et de leur utilisation.

Cette rigueur est nécessaire pour l'analyse d'un objet complexe dont nous avons montré (Doussan et al., 2000) que s'y estompait la distinction entre production et consommation et qu'y fusionnaient les « multiples » mais successives « fonctions » attribuées, a posteriori, à l'agriculture. La chaîne de valeur qu'établit J.-E. Beuret entre la haie agricole et sa contribution au bien-être de la société et des individus, peut être analysée différemment.

Ses indicateurs, tant quantitatifs que qualitatifs, portent sur des éléments végétaux qui contribuent aujourd'hui à diverses qualités de l'environnement, dont la qualité visuelle, en jeu dans le paysage. Mais ces éléments ont été construits (et peuvent être encore aujourd'hui entretenus) pour des objectifs agricoles (clôture, abri, brise-vent) ou, du moins, productifs (bois). Il n'est pas facile de répartir entre ces différents services, finaux ou intermédiaires, la part du paysage même si l'on peut supposer que, dans la situation actuelle, elle est la plus importante. Il faut donc distinguer les « actes spécifiques » portant sur un élément ponctuel ou réticulaire de l'espace (vu/productif) comme « entretenir un muret, planter une haie » (qui avaient et peuvent avoir une fonction productive), et les « actes spécifiques de production paysagère » qui visent la qualité visuelle de l'espace, dans ses éléments structurants comme dans ses à-plats qui sont les éléments « surfaciques » (répartition des cultures par exemple).

De toute façon, même s'il n'était destiné qu'à être vu, le bocage ne constitue qu'un proto-paysage² (Berque, 1992) dont il resterait à préciser les modes sociaux de vision (perception culturelle d'un type de paysage) sans même parler de la position topographique relative du point de vue (visibilité de la parcelle depuis la position spatiale de l'usager) (Facchini, 1995). La haie n'est qu'un élément potentiel (à la fois partiel et synthétique) du vocabulaire paysager dans sa composition. La mise à disposition (du regard) de ce paysage ainsi constitué (espace à voir, lieu pour voir, éducation du regard) prend un sens différent de celui de l'offre bocagère » où le bocage, dans sa globalité est supposé fournir des services de différents types (biotopiques, hydrologiques, paysagers et éventuellement productifs).

Cette mise à disposition résulte de différents mécanismes ou contributions (pour ne pas utiliser le terme de production qui suppose l'intention) : la nature (naturalité) qui détermine les éléments non construits insérés dans le bocage, l'effet externe (externalité) – paysager, visuel – d'actes de construction, révolus – ou actuels (éventuellement), de pratiques d'entretien à des fins productives. Enfin, et seulement enfin, la production c'est

¹ Les citations entre guillemets non référencées sont extraites de l'article commenté.

² Proto-paysage : espace matériel dont la vision à travers les « regards » et les « imaginaires » propres à chaque individu et à chaque société forme le paysage. (Berque, 1992).

à-dire au sens strict, la fabrication intentionnelle non pas du bocage (à utilité multiple) mais de sa qualité visuelle.

Certes, aujourd'hui, grâce aux politiques qui l'encadrent et aux études – comme celle de J.-E. Beuret – qui en soulignent le nouveau statut, le paysage n'est plus tout à fait « qu'un sous-produit fortuit de l'agriculture ». Mais son caractère de « produit joint » reste à la fois une composante de sa valeur et de sa demande et un argument pour sa production : « Beaucoup des paysages français doivent leur valeur au fait que les usagers de ces espaces croient³ que leur modelé est un fait paysan, lié à une production nourricière » (Doussan et al., 2000) et par ailleurs l'utilité agronomique (et zootechnique) des haies est mise en avant dans les actions de développement agricole souhaitées par les usagers non agricoles de ces haies.

Le paysage sort progressivement de la situation limite d'effet externe⁴ (de l'agriculteur sur l'usager c'est-à-dire d'agent à agent, de groupe social à groupe social et non de « territoire » à territoire). L'émission de l'effet externe n'est plus fortuite et devient une production ; sa réception tend à se constituer en demande, même si la précision⁵ en est faible qui handicape l'efficacité de la demande alors même que « la demande est élevée », du moins en nombre de demandeurs et en consensus sur la légitimité.

De cette seule fonction, ornementale, à laquelle se ramène ici l'« aménité », la prise en compte par les agriculteurs est rapidement évolutive et, à un moment donné, très inégale selon les exploitants, les usagers concernés, les systèmes sociaux locaux. L'enquête a inclus un réseau d'agriculteurs sensibilisés par leur association aux fonctions non productives de l'agriculture. De ce fait, il est difficile de démêler si les réponses à « la taille idéale des parcelles » n'est précisée que par rapport à des objectifs productifs. En effet, il semblerait que les agriculteurs peuvent avoir déjà intégré le paysage soit en tenant compte de ce qu'ils pensent être la « demande »⁶, soit parce qu'ils « s'imposent certains devoirs de production paysagère », par « exigence personnelle ».

Les états d'avancement de ces deux types de motivations (une anticipation économique classique et une référence, évolutive, à des valeurs hors du champ de l'économie) mériteraient d'être précisés dans des recherches futures.

Une approche par la demande nécessite de situer les places respectives du « bénéficiaire-payeur » et du « fournisseur-payé ». Or cette relation dépend de la position des objets sur les qualités (paysagères) desquelles porte la demande. « Pour l'esthétique de la ferme, on parle d'embellissement obligatoire des abords de ferme », mais c'est l'agriculteur qui est le premier bénéficiaire de l'esthétique de cette proximité. À l'opposé, les « fantasmes paysagers des urbains » ne peuvent constituer qu'une demande peu légitime, qui ne peut être satisfaite que par une « soumission marchande ».

La réponse traditionnelle de la gestion française du paysage est une réponse réglementaire qui gomme à la fois le clivage offreurs-demandeurs et la lisibilité de la question⁷. Les interventions réglementaires sur le paysage sont diverses dans leur ancienneté (entre les lois de 1930 et 1993), dans leur répartition spatiale

(dans et hors des sites inscrits, classés ou autres ZPPAUP) et surtout dans la conscience des agriculteurs enquêtés. Il faudrait alors préciser en quoi « la réglementation est la même pour tous » pour comprendre comment s'articule ce contexte juridique⁸ avec la réalité sociale dont seul un aspect peut être décrit par la « convention » : les acteurs en relation à propos du paysage sont situés dans des périmètres et des scènes à différentes échelles quant à l'espace.

Quant au temps, cette approche, conventionnaliste, qui permet un premier dépassement d'une lecture trop économiste sinon marchande du paysage, reste cependant au niveau de la « coordination entre individus ». Or, sans instruire un procès en présentisme (Faucheux et Noël, 1995), si des « agriculteurs s'imposent certains devoirs de production paysagère sans contrepartie » ce n'est pas forcément « qu'ils reconnaissent des droits à la collectivité », ce peut être un devoir vis-à-vis d'une autre entité. Il est souligné dans l'article que le paysage se joue aussi au niveau des « racines », de l'« identitaire »⁹, bref du patrimoine. Le mot, trop courant en ce domaine, n'apporterait rien à l'article, mais les questions posées pourraient être utilement éclairées par l'analyse que développent tant sur la construction de ce patrimoine (la patrimonialisation) que sur son effacement social, des sociologues (par exemple Micoud) et des économistes (Vivien).

Bref, *Natures Sciences Sociétés* n'a pas fini de remplir sa fonction à laquelle participe l'article de J.-E. Beuret, de contribuer à la progression des connaissances et à la confrontation des points de vue disciplinaires sur une question où les concepts restent dans des définitions floues ou peu négociées avec les autres disciplines. Avancer dans la connaissance, élaborer des pistes de recherche est nécessaire pour éclairer les décisions et infléchir un ensemble de politiques, locales et nationales, qui ne peuvent ni s'appuyer, ni s'endormir, sur une politique européenne telle qu'il en fonctionne pour les autres compartiments de l'environnement mis en jeu par l'agriculture.

BIBLIOGRAPHIE

- Berque A., 1992. Une certaine conception de l'environnement. In : Brunet P., Atlas des paysages ruraux. Éditions de Monza, Paris, pp. 108-121.
- Doussan, I., Thannberger-Gaillarde, E., et Thiébaud, L., 2000. L'environnement, objet de contrat entre l'agriculture et la société, *Natures Sciences Sociétés* 8, 2, 5-16.
- Enesad, 1998. Évaluation des mesures agri-environnementales : programme régional Bourgogne – Rapport définitif pour la préfecture de région, janvier 1998, 179 p. + annexes.
- Facchini, F., 1995. Économie du paysage et agriculture. In : Agritourisme et développement local, Enitac et Irest (Paris 1), pp.23-40
- Faucheux, S., Noël, J.F., 1995. Économie des ressources naturelles et de l'environnement. A. Colin, Paris.
- Micoud, A., et Peroni, M., (Éds.). 2000. Ce qui nous relie, Éd. de l'Aube, Paris.
- Opschoor, J.B., Vos, B., 1989. Instruments économiques pour la protection de l'environnement. OCDE, Paris.
- Vivien, F.D., 2001. Le « patrimoine naturel » : jeux et enjeux entre nature et société, (document de travail), Séminaire « Patrimoine » UFR de sciences économiques et de gestion/Urca, Reims, 5 mars 2001.

³ Quel que soit le fondement de cette croyance.

⁴ Effet, externe au marché, d'un agent (l'émetteur) sur un autre (le récepteur), modifiant le bien-être de ce dernier sans contrepartie.

⁵ Une demande peut être plus ou moins précise quant à l'objet sur lequel elle porte et à la contrepartie que le demandeur est prêt à sacrifier. L'imprécision correspond souvent à un effet d'inclusion (d'un objet dans un ensemble plus large, lui aussi souhaité).

⁶ Et en faisant même parfois, dans certaines mesures agri-environnementales, de l'autoprescription (ENESAD, 1998).

⁷ Et l'intégrité du droit de propriété démembré par les servitudes.

⁸ Et plus largement, politique puisque se sont multipliées les interventions publiques non réglementaires : conseil paysager, code de bonnes pratiques, labellisation des paysages de reconquête, ... et les structures publiques sans pouvoir réglementaire : Parcs naturels régionaux, CAUE,...

⁹ Il est d'ailleurs gênant d'inclure l'« identitaire » dans l'« hédonique », ce dernier faisant référence au plaisir.