

# Le Cemagref

***El paisaje como capital y recurso  
para el desarrollo sostenible y la  
competitividad de los territorios.***

**Christophe BOSCHET  
Olivier AZNAR**

*eau - territoires - développement durable*

**MOVILIZAR LAS POLITICAS PUBLICAS EN BENEFICIO  
DEL PAISAJE**

**Sevilla, 14 de junio de 2007**



## ▶ Le Cémagref en quelques mots



- | Cemagref est un institut de recherche publique
- | Mission : produire de nouvelles connaissances scientifiques et innovations techniques
  - § Gestion de la ressource
  - § Utilisation de l'espace
  - § Développement **durable**
- | 1000 employés      [www.cemagref.fr](http://www.cemagref.fr)
- | C. Boschet's Research Unit: ADER (Bordeaux)
  - § Paysage et fonctions non marchandes
- | O. Aznar's Research Unit: METAFORT (Clermont-Ferrand)
  - § Mutations des espaces, des activités et des formes d'organisation
- | <http://www.ceep-europe.org/>  
Consortium européen sur l'économie du paysage





## ► Un intérêt croissant pour les paysages

- | **La représentation du paysage comme une ressource est très récente**
- | **Économistes : le paysage est une résultante de l'évolution de la localisation des activités et des hommes**
  
- | **Paysages et sciences sociales :**
  - § Le paysage comme réalité matérielle
  - § Le paysage comme construction sociale
  
- | **Prise en compte progressive de la dimension économique du paysage**
  - § Réglementations en faveur du paysage
  - § Augmentation des dépenses publiques paysagères
  - § Le paysage peut-être support de développement (local)
  - § Les interventions paysagères génèrent des coûts et des gains pour les acteurs locaux

**La vision de l'économiste :  
les préférences paysagères comme vision intermédiaire entre le  
paysage réalité matérielle et construction sociale**

## Point d'ancrage : Convention Européenne du Paysage

- | **Outil réglementaire de référence : la Convention Européenne du paysage (2000) :**

*Le paysage désigne une partie du territoire telle que perçue par les populations dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels et/ou humains et de leurs interrelations*

- | **Deux termes de nature différente : « territoire » et « perception ».**
- | **Deux systèmes en co-évolution : espace et société**

## Questions associées à une lecture économique de la CEP

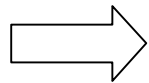
### I Comment peut-on traduire économiquement les grands objectifs de la Convention Européenne du Paysage?

- § Comment est abordée la ressource paysagère en économie?
- § Quelle analyse économique de l'efficacité de politiques publiques paysagères ?
  - Bénéfices?
  - Coûts?

# ▶ Les grands objectifs de la Convention

## I Article 5 – Mesures Générales

- § Reconnaître juridiquement le paysage  
(Face à une préoccupation paysagère croissante = attractivité)
- § Définir et mettre en œuvre des politiques du paysage  
(Moyens de réponses?)
- § Mettre en place des procédures de participation du public  
(Quelles attentes des populations?)
- § Intégrer le paysage dans les politiques d'aménagement du territoire  
(Besoin de d'une « bonne gouvernance »)



**Présentation implicite d'une OFFRE devant satisfaire une DEMANDE SOCIALE de paysage**

## ▶ **Caractéristiques économiques du paysage (1)**

### **I Le paysage est constitué d'éléments naturels et construits**

- § **Eléments Naturels** : système biophysique décrivant l'espace avec ses composantes physiques et abiotique (non living organisms)
- § **Eléments construits** : système anthropique décrivant les objectifs d'occupation de l'espace (agriculture, urbanisation, infrastructure routière...)

### **I Le paysage, un service lié à deux types de biens :**

- § Le point de vue
- § Le point à voir



## ▶ Caractéristiques économiques du paysage (2)

### I Justification du paysage en tant que bien économique :

- § Procure une satisfaction des besoins humains, ce qui peut se traduire sur différents marchés : les ménages (foncier), les touristes...
- § Le paysage est un bien rare : existence de paysages remarquables (fonction patrimoniale), phénomène accru par la banalisation de certains autres
- § Le paysage est l'objet d'une demande

### I La problématique de l'indétermination des droits de propriétés

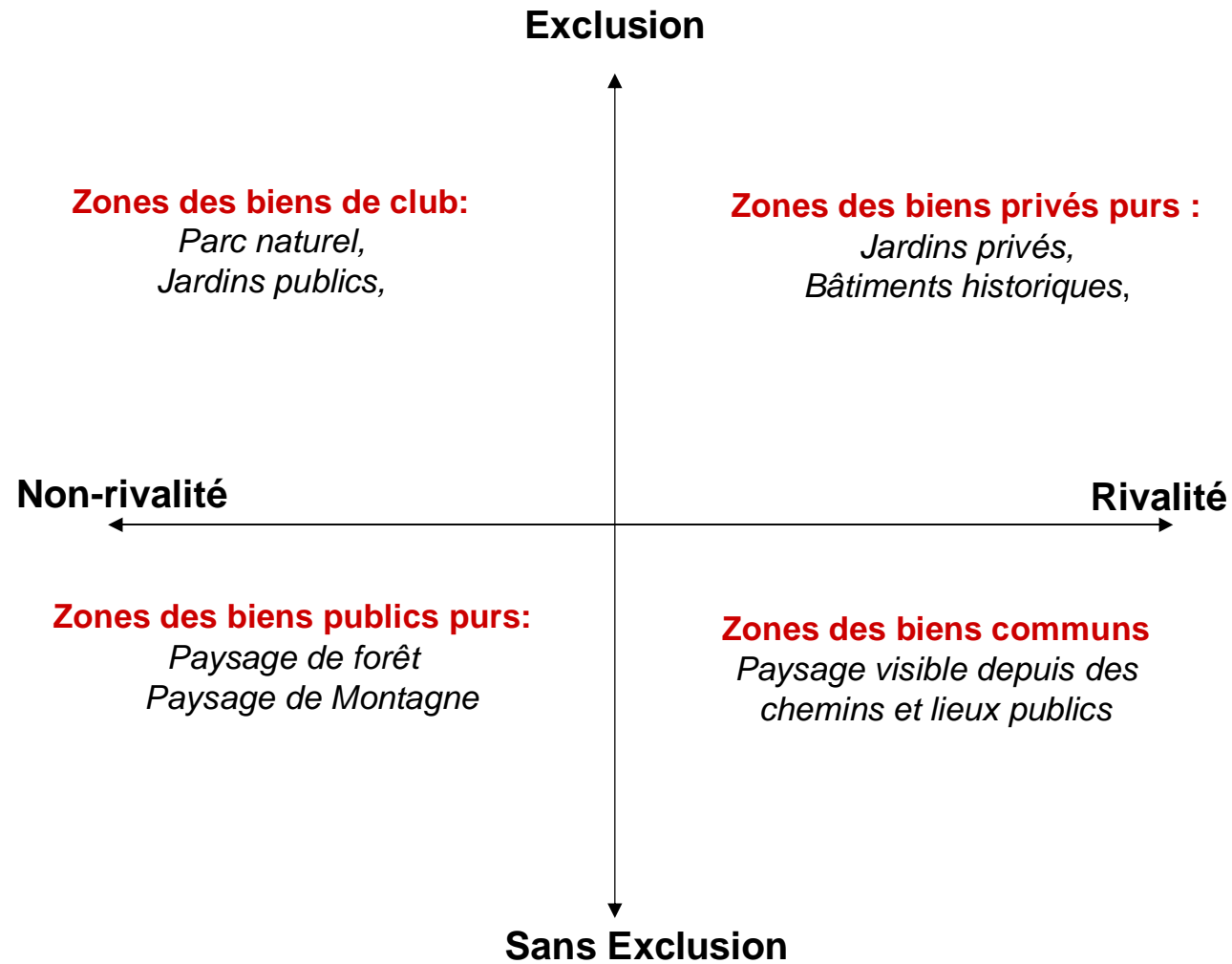
- § Le paysage est souvent un bien produit conjointement au sein d'autres activités
    - **externalité** = Interdépendance directe non intentionnelle hors marché entre un agent émetteur et un agent récepteur
- Ex : paysage rural, externalité de l'activité agricole et forestière

## ▶ Quel statut pour le bien « paysage » ? (1)

- I Pour l'économiste, il existe quatre grands types de biens, selon les critères de rivalité/exclusion qu'ils peuvent contenir

	Excluable	Non-excluable
Rivalité	Bien privé classique	Bien public impur
Non-Rivalité	Bien club	Bien public

## ▶ Quel statut pour le bien « paysage » ?(2)



## ► Principes de l'analyse économique du paysage



- | On sait autant intuitivement qu'empiriquement que le paysage est facteur d'attractivité
- | Pour autant, on ne dispose pas de compte satellite (dans la comptabilité nationale des pays de l'Union européenne) pour permettre une lecture claire des enjeux économiques autour du paysage
- | Évaluation économique : évaluation des coûts et des bénéfices du fait de l'intervention paysagère publique
- | **MAIS** : il n'existe pas de marché. Il s'agit donc de mesurer des bénéfices procurés par la politique non observables directement.
- | Analyse de l'efficacité des interventions sur le paysage



## ► Définir la demande de paysage

- | Deux possibilités de définition de la demande de paysage :
- | A travers les attitudes et les comportements des individus : **les valeurs d'usage**
  - § > Ex : usagers d'espaces à enjeux : visiteurs, résidents
  - § > Les Crs finaux des produits agricoles issus de pratiques avec une forte implication dans la production paysagère
- | Mais le paysage fait également l'objet d'une demande déconnectée de l'usage : **valeurs de legs, d'existence fondatrices des attentes en matière d'observation.**
  - § Ex : les non-usagers des espaces à enjeux mais mobilisés par des valeurs patrimoniales ou d'existence (paysages remarquables)
- | **VET = Valeurs d'usage + valeurs de non-usage**
- | **Les techniques d'évaluation de la demande de paysage (=des bénéfiques)**

# ► Analyse économique de l'offre de paysage

## I Principes généraux

- § Une partie du paysage fait l'objet d'actions paysagères délibérées
- § Pour caractériser ces actions, intérêt d'une approche centrée sur l'offre de services environnementaux à dimension paysagère
- § Complémentarité avec les méthodes d'évaluation de la demande paysagère

## I Objectif : confronter Offre et Demande paysagère

## ▶ Les services d'entretien du paysage



■ Un service d'entretien du paysage est une contribution intentionnelle à la gestion d'un paysage donné avec un but environnemental et collectif

■ 4 critères de définition :

§ Intervention sur l'espace

§ Acte volontaire, c'est-à-dire intentionnel

§ Visée collective du service. Bien public au sens économique

§ Acte technique, c'est-à-dire modification du bien-support



## ▶ Les instruments des politiques paysagères



- | **Instruments économiques (incitation) :**  
taxes, redevance, aides et subventions, signature de contrats entre les pouvoirs publics et les acteurs privés
- | **Instruments réglementaires :**  
normes, autorisations, interdictions, zonage (plan local d'urbanisme)
- | **Approches volontaires :**  
accords négociés entre acteurs privés (Coase)
- | **Instruments d'information :**  
éducation, évaluation, labellisation, éco-etiquetage
- | **Action publique directe :**  
investissements publics dans le paysage, équipements antipollution, recherche

## ▶ Le rôle du niveau institutionnel

- ▮ **Politiques paysagères concernées par une multiplicité de fonds et de logiques d'actions**

**Pour la plupart des politiques paysagères, il s'agit d'agir sur l'agent économique émetteur d'effet externe**

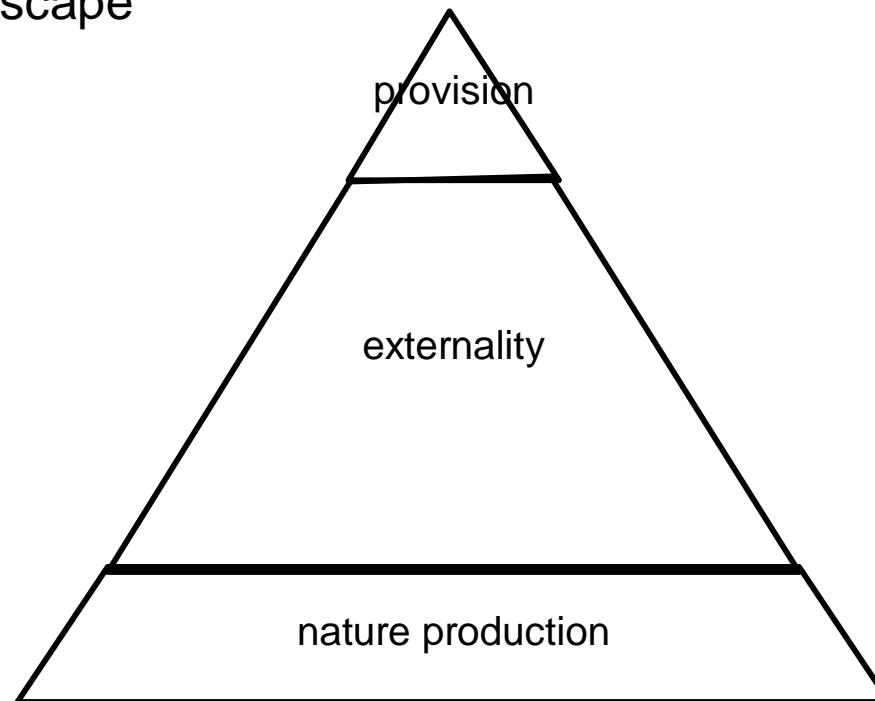
- à Limiter les effets négatifs/maintien voire développement effets positifs (intégrations paysagères, abords de ferme, techniques de production)

**Mais de nombreuses politiques ont un impact indirect (et involontaire) sur le paysage (vu comme une externalité)**

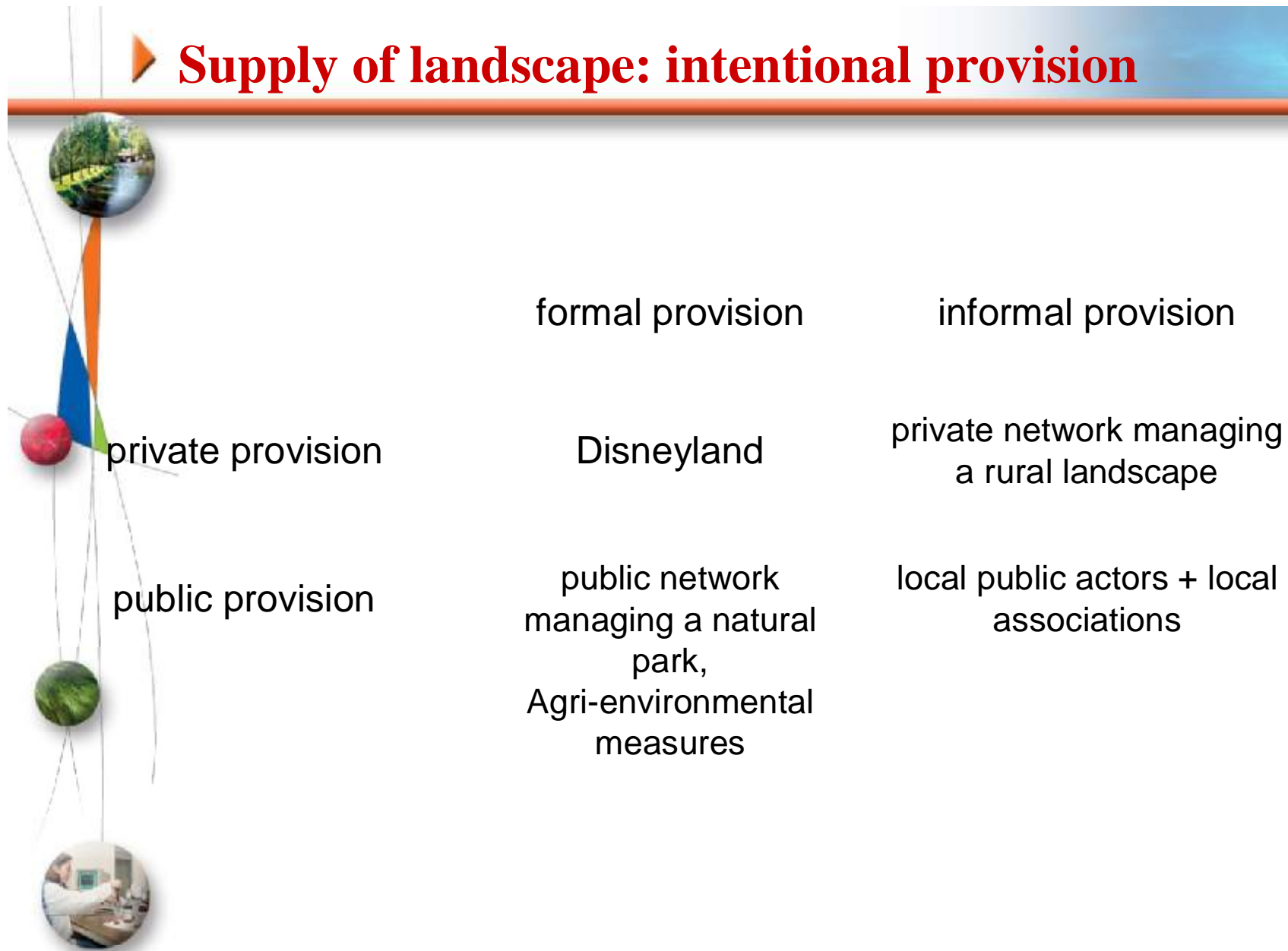
Beaucoup de politiques, notamment sectorielles, contribuent de façon conjointe à leur action aux transformations du paysage

# ► Landscape at the cross road

Supply of landscape



## ▶ Supply of landscape: intentional provision



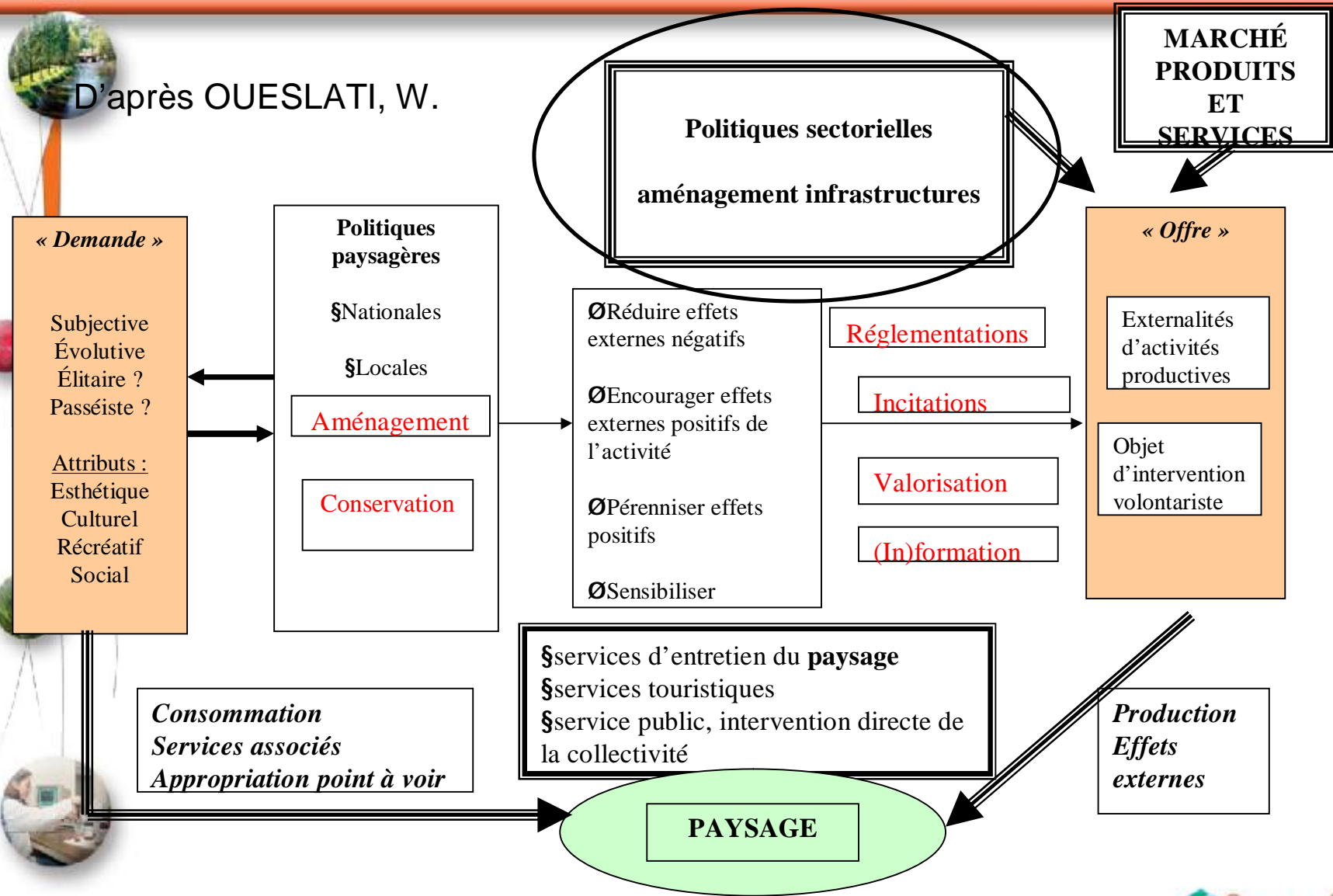
# Les différents réseaux institutionnels de l'offre paysagère

Réseau institutionnel	Agents et institutions	dispositifs publics	Finalité de l'action sur le paysage
Agriculture	Agriculteurs, ministère de l'Agriculture, organisations professionnelles	Politiques agricoles et forestières	Reconnaître et rémunérer les externalités positives
Emploi	chômeurs ministère de l'Emploi, associations d'insertion	Politique d'emplois	Trouver un travail approprié à des personnes en difficulté
Développement local	Collectivités locales, entreprises locales, DATAR	Politiques de développement local	Amélioration du cadre de vie, activation des ressources paysagères
Équipement (réseaux publics)	Grands opérateurs en réseau, ministère de l'Équipement	Politiques d'équipement et d'aménagement publics	Acceptabilité sociale des équipements
Environnement (nature)	ONG, DG environnement ministère de l'environnement	Politiques de protection de la nature,	Conservation de la biodiversité, préservation des ressources naturelles, prévention des risques

Nom de l'événement + date

# Le circuit économique du paysage

D'après OUESLATI, W.



## ▶ Le paysage et ses arbitrages

- | La nécessité de conservation de certains paysages (remarquables, identitaires) a auparavant été considérée comme une contrainte au développement
- | Aujourd'hui, évolution des normes de consommation qui passe par une diversification de la demande (Pecqueur, 2003).
- | **Paysage est une source de développement Développement d'un tourisme de spécificité (Pecqueur)**
  - § Préoccupations liées au cadre de vie : attractivité vis-à-vis de potentiels arrivants : ménages et firmes
  - ∅ Le paysage peut être également une source de développement, une des facteurs qui permet de favoriser l'attractivité d'un lieu, d'un « territoire »
- ∅ **Articulation d'échelle et temporelle**
  - § Préférences des locaux vs. Préférences des touristes?
  - § Temps de la décision vs. Temps de la transformation paysagère?

## ► Conclusion



Pas un modèle marchand unique, rôle important des pouvoirs publics

Réflexions sur la péréquation et la redistribution car de nombreux bénéficiaires sont extérieurs au territoire local

Segmentation/intégration des usages de l'espace : un impact important sur les rapports entre offre et demande paysagères

*Organisation* des activités paysagères : rôle important de la régulation au niveau central et au niveau territorial.

Quelques pistes de réflexion :

Articulation entre différents réseaux institutionnels mais objectifs souvent différents (soutien de l'emploi agricole, insertion de personnes en difficulté)

Insertion de ces activités dans un circuit économique avec des contreparties financières (parfois indirectes) aux prestations

Construction de conventions et de règles adaptées (ex : qualité du service, gestion des statuts des prestataires)

Formations et informations pour les offreurs et médiateurs





**MERCI DE VOTRE ATTENTION**