



HAL
open science

Le paysage, une ressource territoriale emblématique mais ambiguë

Pierre Dérioz

► **To cite this version:**

Pierre Dérioz. Le paysage, une ressource territoriale emblématique mais ambiguë. Le paysage, une ressource territoriale emblématique mais ambiguë, Oct 2004, France. pp.155-163. halshs-00180493

HAL Id: halshs-00180493

<https://shs.hal.science/halshs-00180493>

Submitted on 19 Nov 2007

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le paysage, une ressource territoriale emblématique mais ambiguë

Pierre DÉRIOZ

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines d'Avignon et des Pays de Vaucluse
UMR 5194 Pacte – Territoires – équipe Cermosem

2004, in Montagnes Méditerranéennes n°20, Actes du colloque "La notion de ressource territoriale", Domaine Olivier de Serres, Le Pradel, 14-15 octobre 2004, pp. 155-163.

mots-clés :

paysage - patrimoine - territoire - ressource - communication territoriale - développement local - propriété foncière et immobilière - tourisme

Résumé :

Si les territoires existent d'abord dans le discours des acteurs et dans la mise en œuvre de leurs stratégies, leur définition et leur délimitation doivent nécessairement s'appuyer sur des éléments emblématiques : parce qu'il est la traduction visuelle des formes successives de la mise en valeur sociale du milieu, mais aussi parce qu'il offre aux habitants de multiples repères familiers, le paysage fait incontestablement partie de l'identité de chaque territoire.

Image exploitable du territoire, il doit être regardé comme une ressource à part entière, ne serait-ce que compte-tenu de la part qu'il est susceptible de prendre dans l'attraction des touristes comme dans celle de nouveaux habitants. Mais il s'agit d'une ressource ambiguë, d'abord dans la mesure où, même si on l'envisage comme un patrimoine commun, il résulte généralement d'un agrégat de propriétés privées sur la physionomie desquelles les moyens d'intervention publics sont limités. Les tentatives de gestion ou de restauration, de surcroît, butent sur le décalage qui existe souvent entre l'ambition des objectifs, l'ampleur des coûts induits et la modestie des moyens, tant légaux que financiers. Seul l'ajustement entre l'image paysagère souhaitée et la vocation économique prospère que cette image reflète, comme dans le cas de terrasses viticoles en vignoble d'appellation, débouche sur la préservation efficace de la ressource.

Le succès du paysage, toutefois, s'avère aussi source de fragilité, tout particulièrement dans les arrière-pays méditerranéens : l'augmentation globale de l'attractivité et de la fréquentation de certains de ces territoires, dont il n'est pas le seul responsable mais à laquelle il contribue, s'inscrit dans le paysage sous des aspects plus ou moins conformes à l'image souhaitée (routes recalibrées, extensions pavillonnaires...), et se traduit partout par un mouvement de marquage et de privatisation de l'espace, dont les collectivités locales et les organismes d'Etat ne sont pas moins responsables que les particuliers. La ressource paysagère perd alors en liberté des pratiques ce qu'elle a gagné en notoriété.

key-words :

landscape - patrimony - territory - resource - territorial communication - local development - real estate property - tourism

abstract :

If territories first exist in the speech of social actors and in the making of their strategies, their definition and their delimitation must necessarily lean on emblematic features. Because it is the visual translation of the successive shapes of the social development of the environment, but also because it offers the inhabitants many familiar bearings, the landscape undoubtedly belongs to the identity of each territory.

As an exploitable image of the territory, it must be seen as a whole resource, simply because of the part it is likely to take in the tourists' as well in the new inhabitants' attractiveness. But we are dealing with an ambiguous resource, first because, even if we see it as a common patrimony, it generally results from the aggregation of private properties whose physionomy it is very hard to interfere with, by means of public intervention. Also the attempts for managing or restoring

landscape have to face with the gap which often exists between the ambitious aims, the very high expense and the real modest possibilities, both on legal and financial point of view. Only the adjustment between the landscape image as it is wished, and the prosperous economical vocation which that image reflects, as in the case of wine producing terraces in guaranteed vintage, can lead to an efficient preservation of the resource.

The success of the landscape, however, is proved to be a source of frailty, especially in the case of the mediterranean hinterland : the global increase of the attractiveness and the attendance of some of these territories, which landscape is not only responsible but which it contributes, leads to several various transformations (recalibration of roads, new private buildings...), more or less in conformity with the expected image, and also finds its expression everywhere in a new way of marking and privatization of space, which communities and state organisations are responsible for as well as private persons. Hence the landscape, taken as a resource, loses in freedom of practice what it has won in reputation.

Quelle que soit l'emprise spatiale à laquelle il correspond, qui renvoie généralement plutôt, entre micro et macro, vers les échelles intermédiaires, le territoire est toujours le produit complexe d'un processus mental d'élaboration collective, fréquemment réactivé, auquel participent souvent, par un jeu subtil d'images reçues et renvoyées, des groupes sociaux qui ne résident pas dans l'entité territoriale considérée, ni n'en ont même, parfois, la moindre pratique directe. Le territoire, par définition, est donc un objet parlé, perçu, représenté, projeté ou fantasmé, ce qui lui épargne, au grand dam des cartographes, des statisticiens et des administrations, l'obligation de toujours afficher les limites claires et intangibles dont il finit par être doté - pour un temps - lorsque sa genèse est dominée par des stratégies de nature politique.

Pour autant, si imprécise et si plastique que puisse être l'enveloppe spatiale individualisée par toute cristallisation territoriale, elle n'en possède pas moins aussi une matérialité, conditionnée par la manière dont les groupes sociaux se sont appropriés et ont transformé ou exploité les paramètres du milieu. Qu'ils s'agisse d'agriculture, d'hydroélectricité ou de savoir-faire industriel, les diverses activités repérables sur un territoire donné, de la même manière qu'elles composent avec un certain nombre de contraintes, se fondent sur l'exploitation de *ressources* de nature très diverse : outre les "ressources naturelles", "renouvelables" ou pas, on peut aussi regarder comme ressources l'existence d'une main d'œuvre locale détentrice de savoirs-faire spécifiques, ou encore la présence de traditions culturelles particulières. Mais quelle que soit la ressource, c'est son exploitation qui l'identifie comme telle.

Ce lien génétique avec une forme d'exploitation, ou à tout le moins une volonté, un projet d'exploitation, vaut également pour la notion de "ressource territoriale", qui ne saurait toutefois se traduire simplement par la somme des ressources mises en œuvre sur un territoire donné. Pour que l'on puisse lui adjoindre le qualificatif "territorial", il paraît en effet indispensable que la ressource considérée participe de manière explicite au processus de territorialisation, c'est-à-dire qu'elle contribue à fonder l'existence du territoire et qu'elle soit ainsi partie prenante de son identité. L'évaluation de son importance ne repose alors plus sur le volume de l'activité qu'elle génère ou sur les revenus qui en découlent, mais sur la représentation intellectuelle collective de cette importance, et sur la place qu'elle tient dans le discours sur le territoire. Il est des ressources anciennes, comme les marrons et les châtaignes en Ardèche, qui perpétuent leur place dans l'imaginaire territorial en dépit du déclin incontestable de leur poids économique, et d'autres, comme le nucléaire en basse vallée du Rhône, dont les effets socio-économiques induits sont considérables, et que pourtant les discours sur le territoire tendent à occulter (Zonabend, 1995). C'est bien l'intégration de la ressource, qu'elle soit exploitée ou simplement regardée comme exploitable, dans une rhétorique du territoire et des voies de son développement, qui lui confère le statut de ressource territoriale, à tout le moins pour la fraction de la société qui se trouve à l'origine de l'élaboration de ce discours.

De toute évidence, les éléments du patrimoine, "*construit social d'essence identitaire [et] facteur de construction et d'affirmation territoriale*" (Bessière, 1998), lorsqu'ils sont considérés comme des ressources sur lesquelles fonder une démarche de développement local, relèvent de ce statut : c'est très exactement sur la fécondité de l'interaction triangulaire entre patrimoine, identité territoriale et développement local que se fondait par exemple l'expérience, lancée au cours des années 90 par la DATAR, des "Pôles d'Économie du Patrimoine" - une trentaine de démarches initiées entre 1994 et 2000 (Virassamy, 2002)¹. "*Pour permettre à l'espace rural de rester un espace de vie*, écrit Isac Chiva dans sa préface à un document intitulé "Quand le patrimoine fait vivre les territoires" (Fédération des PNR, Ministère de la Culture, CNFPT, 1996), et qui recense des expériences de même nature, *l'approche patrimoniale des biens est la seule à même de fonder une politique intégrée de développement et d'aménagement. Car elle seule facilite la transmission de ces biens de génération en génération, d'un groupe à l'autre, en permettant le surgissement de l'imprévu dans leurs usages à moyen et long terme, en mettant sur un même plan d'importance le social et le technique, l'économique, le mental et le culturel.*"

Parce qu'il est la traduction visuelle des formes successives de la mise en valeur sociale du milieu, mais aussi parce qu'il offre aux habitants de multiples repères familiers, le paysage fait incontestablement partie de l'identité de chaque territoire. Parce qu'il intègre directement des éléments de patrimoine naturel, architectural ou agricole, parfois aussi à cause de la qualité

¹ Dans lesquels, du Diois aux Ocre du Luberon, de la haute vallée de l'Ardèche à la vallée des deux Creuse, la dimension paysagère est souvent présente dans le patrimoine mobilisé.

reconnue des compositions d'ensemble qu'il montre, il peut aussi faire l'objet en lui-même d'une approche patrimoniale. Les exemples ne manquent pas de démarches de développement dont le patrimoine paysager se trouve partie prenante, en tant qu'image promotionnelle du territoire et/ou en tant que reflet prometteur de l'intérêt et de la qualité d'autres ressources, produits agricoles ou espaces de pleine nature. A eux seuls, les liens avec l'activité touristique, dont les paysages sont l'une des ressources support, suffiraient à les ranger au rang des ressources territoriales, mais je m'efforcerai de montrer que tourisme et loisirs ne représentent pas les seules formes de mise en valeur de la ressource paysagère, et que certaines formes de son exploitation ne se situent pas prioritairement dans le champ économique.

Mais il s'agit aussi d'une ressource ambiguë et fragile, dont les différentes modalités d'exploitation n'apparaissent pas forcément compatibles, et il n'est pas certain qu'il s'agisse toujours d'une ressource "renouvelable". A travers quelques exemples, nous verrons aussi que, particulièrement là où elle est couronnée de succès, son exploitation tend à transformer la ressource, comme elle modifie les pratiques dont elle fait l'objet. A terme, elle peut se traduire par diverses formes de dégradation, globale ou partielle.

*
* *

Une ressource affective, culturelle et politique : le paysage dans le processus d'identification du territoire

Avant même d'évoquer la part que prennent les paysages dans les démarches du développement local à finalité prioritairement économique, il convient de souligner le rôle qu'ils jouent dans la définition, l'identification et l'appropriation par ses habitants - comme par ses visiteurs - d'une entité territoriale, qu'elle soit de constitution récente ou plus ancienne. Si comme le souligne Roger Brunet (1995), "*une ressource est toujours un moyen pour créer de la richesse*", une ressource territoriale est aussi toujours un moyen pour créer du territoire, ou à tout le moins pour le renforcer et en préciser l'existence. Le paysage, ou parfois seulement certains de ses éléments, joue fréquemment ce rôle génétique par rapport au territoire, que sa mise en œuvre s'opère de manière spontanée ou dans le cadre de stratégies plus réfléchies.

Physionomie perçue du territoire, image sensorielle interprétée après passage dans les filtres successifs de notre affectivité, de nos souvenirs, de notre culture, c'est-à-dire de tout ce qui organise notre système de représentations, le paysage nous met en lien avec l'espace et nous permet de l'appréhender. Il le jalonne de points de repères, de bornes, de signals, et l'habille de formes, de couleurs, de textures, d'odeurs et de goûts qui deviennent autant d'indices de reconnaissance, d'identification et d'appropriation. Ainsi, la silhouette du Mont Ventoux pour les territoires comtadins, ou celle du Pic Saint-Loup pour les garrigues du Nord de Montpellier, s'imposent-elles d'elles-mêmes et sont-elles très spontanément convoquées quand il s'agit d'évoquer ces territoires et de marquer leur identité. Mais si les sommets, visibles de loin, fournissent des repères particulièrement importants, à l'image des quatre montagnes sacrées qui délimitent le territoire des indiens navajos, à la limite entre Arizona, Nouveau-Mexique, Colorado et Utah, tout dans le paysage est susceptible de remplir des fonctions de même nature : vaches Salers dans le Cantal, oliviers et lavande en Haute-Provence, bastides en Lauragais... A l'occasion, c'est un pan entier de paysage qui, parce qu'il est particulièrement typé, acquiert de manière générique ce caractère emblématique ; en Cévennes, par exemple, le motif paysager qui combine la haute ferme isolée solidement accrochée sur un versant en terrasses, flanquée d'un grand arbre pour l'ombrage, se suffit à lui-même : sur les cartes postales, il manifeste le "paysage des Cévennes", sans qu'il soit davantage besoin de le localiser.

Anne Sgard (1997) montre de même comment la construction au début du XX^e siècle d'un discours sur le Vercors qui se prolonge encore aujourd'hui et repose sur la figure métaphorique de la forteresse s'appuie sur la mise en exergue des paysages bordiers, qui associent la verticalité des falaises calcaires tournées vers l'extérieur aux physionomies du plateau qu'elles ensèrent. "*La métaphore est ici bien plus qu'un effet de style dans un guide touristique, elle domine l'ensemble du*

discours sur le Vercors en tant que massif, elle contribue à son unification et elle guide en partie la codification des paysages" (Sgard, 1999).

C'est la prise de conscience de ce processus, qui, dans le cas du Vercors, a conduit à étendre à l'ensemble du massif une appellation anciennement réservée à sa vallée centrale, qui fonde les usages contemporains des images paysagères en appui des stratégies de communication sur les territoires. Ressource rhétorique et médiatique, le paysage est alors chargé, en correspondance avec d'autres identifiants du territoire - savoirs-faire, épisodes historiques, parlers locaux... - de dire le territoire, vis à vis de l'extérieur - les touristes, les médias, les institutions et les collectivités territoriales qui financent le développement - comme vis à vis de ses habitants, pour lesquels l'appartenance au "pays de Giono", ou au Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine Normande ne va pas forcément de soi. Le recours au paysage comme emblème du territoire implique donc aussi sa reconnaissance en tant qu'élément patrimonial, même si la construction consciente de ce discours n'en est pas seule responsable, et si le processus de patrimonialisation est souvent engagé depuis beaucoup plus longtemps, depuis que la valeur du paysage ou de ses éléments a été reconnue et a suscité des démarches de protection.

A l'heure où même les communautés de communes rurales marquent parfois sur les bords des routes l'entrée sur "leur" territoire, et où la communication territoriale est devenue à la fois un exercice indispensable et un savoir-faire à part entière, le paysage se voit ainsi mis à contribution, sous ses différentes modalités. Porté par des élus locaux soucieux d'affirmer une identité collective solide face aux influences croisées de l'aire métropolitaine marseillaise et des agglomérations proches d'Arles, Avignon, Salon et Aix-en-Provence, le Parc naturel régional des Alpilles, en cours de création, en donne dans son projet de Charte une remarquable illustration. La première section du projet, qui en présente les principes fondateurs, se décline en trois axes, dont le premier affirme la nécessité de préserver le "capital initial" de nature, et le second celle de protéger les "ressources naturelles" - terre, eau, forêt et pierre. Le troisième part du constat que *"tout ici, est paysage et patrimoine, issus de l'alliance de l'homme et de la terre"* et préconise la préservation et la mise en valeur des *"structures paysagères qui fondent l'identité du Parc naturel régional des Alpilles"* (Agence Publique du massif des Alpilles, 2004). Reconnue par le choix du massif pour y expérimenter la seule Directive Paysage issue de la loi paysage de 1993 à être aujourd'hui en voie d'officialisation, la spécificité du paysage des Alpilles, que le projet de Charte caractérise à grands traits² et que les cartes postales célèbrent déjà depuis fort longtemps, représente l'un des principaux supports identitaires d'un territoire encore en construction, mais elle est aussi un vecteur essentiel de la mobilisation des acteurs autour du projet territorial : stock d'images et de références, le paysage fait aussi partie intégrante des outils d'animation et de communication qui sous-tendent les constructions territoriales (Paradis-Maindive, 2000 et Lelli, 2000).

Chaque entité territoriale, du reste, s'efforce de puiser dans le paysage les éléments d'une communication qui lui soit propre, et l'arrime tantôt au rayonnement de sites célèbres, tantôt à une tonalité paysagère d'ensemble très spécifique, parfois aussi à tel ou tel composant, autour duquel elle réorganise la palette des images du territoire. La cohérence des paysages karstiques, qui associent les steppes rocailleuses et pastorales du causse, ponctuées de hérissements minéraux plus ou moins ruiniformes, à la profonde entaille des canyons où coulent les rivières, se voit de la sorte mise au service de la cohérence territoriale du PNR des Grands Causses, qui peut en outre s'appuyer sur la notoriété de quelques sites majeurs - Gorges du Tarn, Montpellier-le-Vieux. Le PNR des Volcans d'Auvergne, s'il ne manque pas de mettre l'accent de manière distincte sur les richesses naturelles, la qualité du bâti traditionnel et les fromages issus de l'élevage des races locales, adosse de même la présentation de son territoire aux paysages volcaniques - *"Un territoire, des hommes, des volcans"*. Mais la communauté de communes cantalienne organisée autour de Ruom-és-Montagnes et des vallées parallèles de la Petite Rhue, de la Vérone et de la Sumène, pourtant incluse dans le PNR des Volcans d'Auvergne et dominée par le "grand site national" du Puy-Mary, mobilise le paysage de manière différente : si les images de la moyenne montagne centralienne

² *"Les Alpilles émerveillent. La roche qui affleure, le vent dans les oliviers et leurs reflets d'argent, les haies de cyprès qui s'élèvent vers ce ciel pur de Provence balayé par le Mistral ; l'harmonie qui se dégage de ces paysages, faite de contrastes et de nuances, ne laisse personne indifférent. Par l'action séculaire du travail des hommes, les paysages du Parc sont le miroir d'un territoire vivant, lieu de vie et d'activité, en constante évolution."* (Agence publique du Massif des Alpilles, 2004).

restent les mêmes, elles sont articulées autour de la figure emblématique de la gentiane, choisie comme symbole fédérateur d'un petit territoire, la "communauté du communes du Pays Gentiane", dont les documents touristiques se gardaient même - ce n'est pas un oubli - de mentionner l'appartenance au Parc.

A l'inverse, la grande diversité paysagère qui caractérise le PNR du Haut-Languedoc, des causses et des vignobles du Minervois jusqu'aux prairies et aux forêts de conifères des monts de Lacaune, des landes et des falaises du Caroux jusqu'aux tors granitiques et aux hêtraies du Sidobre, n'a guère permis aux images de cimenter l'unité d'un territoire socialement et politiquement très composite, à cheval sur deux départements et sur un puzzle complexe de cultures locales (Dérioz, 1997), alors qu'il a pu, de manière plus ponctuelle, favoriser la mobilisation des acteurs sociaux autour de la gestion concertée de certains sites (Dérioz, 2001), ou de la mise en œuvre d'une opération locale agri-environnementale (Dérioz, Laques, 1996). Là où les clichés des grands causses ou des volcans d'Auvergne, dans leur diversité, composent un portrait territorial éclaté mais pourtant cohérent, la richesse paysagère du Haut-Languedoc héraultais et tarnais, ressource économique reconnue pour le territoire, ne parvient guère à étayer la rhétorique de l'identité, souvent battue en brèche par d'autres constructions territoriales, à l'intérieur du Parc (Communautés de commune, Pays...) comme à l'extérieur (Départements). Faute de cette image fédératrice, l'opération de communication autour des trente ans du Parc du Haut-Languedoc, courant 2003, a d'ailleurs préféré s'appuyer sur une représentation abstraite³ illustrant "*l'esprit de joy, exaltation vitale partagée avec le monde naturel*", qui se contentait de rattacher l'allusion à la "nature" à un sous-bassement occitan vaguement commun à toutes les composantes du territoire.

Le paysage, image-ressource et image des ressources du territoire.

Le cas du Haut-Languedoc illustre bien l'une des ambiguïtés du paysage considéré comme une ressource territoriale : le fondu-enchaîné des multiples visages du territoire y brouille les efforts d'intégration et de construction d'une identité commune, mais cette même diversité, revendiquée comme une richesse, n'en demeure pas moins l'un des vecteurs principaux de son projet de développement. La frontière est mince entre le discours identitaire et le discours promotionnel : c'est de la qualité des paysages que l'on fait dépendre l'attractivité - au sens large - du territoire, et c'est à sa préservation, comme à celle de la qualité environnementale, dont elle participe, que l'on rattache les objectifs en matière d'agriculture et de pastoralisme, aussi bien qu'en matière de gestion de l'urbanisme.

Car le paysage est aussi ressource économique, c'est-à-dire productrice de richesse, reconnue comme telle par le territoire. Son exploitation par l'activité touristique est indissociable de l'invention du tourisme (Corbin, 1995), gisement multiforme investi dès l'origine de rôles différents : il est attraction par lui-même, lorsque, sur les pas de Victor Hugo, les visiteurs se hissent jusqu'au cirque de Gavarnie, consommant au passage souvenirs, pellicules photo, places de stationnement et rafraîchissements⁴. Mais en dehors des grands sites reconnus, le paysage devient davantage simple décor, aux formes interchangeable pourvu que demeure l'ambiance générale, pour des activités qui vont de la simple villégiature à la baignade en passant par la pratique de sports de pleine nature. Le paysage doit alors d'une part se prêter physiquement aux pratiques en question, d'autre part offrir la part de dépaysement que des clientèles à dominante citadine attendent de la "nature", ou des paysages "campagnards". Daniel Clary (1995), souligne ainsi le caractère "*ubiquiste*", qui caractérise en particulier le tourisme rural : "*Les touristes (...) suivent d'autres repères, de nature diverse (...); ils rayonnent à partir d'un point d'étape provisoire, au gré de leur*

³ Une simple gerbe de couleurs, du vert au rouge en passant par le bleu et le jaune.

⁴ Tous les sites, il est vrai, ne parviennent pas à tirer le même parti économique de leur notoriété : avec ses 350 000 visiteurs par an, le cirque de Navacelles, superbe méandre recoupé dans le canyon calcaire de la Vis, à la limite entre le département de l'Hérault et celui du Gard, engendre des revenus limités, dont il n'est pas facile d'apprécier la masse globale, compte-tenu du caractère réduit des prestations disponibles sur place. Quant au site des Gorges d'Héric, porte d'entrée dans le Massif du Caroux (Hérault, PNR du Haut-Languedoc), à la fréquentation dix fois moindre - une trentaine de milliers de visiteurs pour les trois mois d'été -, il rapporte surtout à la commune de Mons-La-Trivalle par le biais du parking payant implanté à l'entrée des Gorges, mais dont l'éloignement du cœur du village limite fortement l'impact bénéfique sur les quelques commerces locaux (Vial/Malafosse, 2004).

fantaisie et de leurs attentes. De l'espace organisé par les habitants, ils ne retiennent que des points, des sites, et quelques éléments pour leur usage ; des territoires ils se font un terrain d'aventure, éphémères et multiples, terrains disparates car les désirs sont divers et non superposables à ceux de leurs hôtes."

Consommateurs de paysage, les touristes consomment aussi les productions locales, pour autant que l'on sache établir à leur yeux le lien qui les unit au territoire et à ses paysages. C'est généralement à ce travail de mise en cohérence de l'image paysagère construite et de l'offre territoriale en matière de produits et de services que s'emploient les guides d'accueil et autres dépliants d'informations touristiques. Dans le cas, déjà évoqué plus haut, du Pays Gentiane, le redéploiement des paysages montagnards et pastoraux du Cantal autour de la silhouette aisément reconnaissable de la gentiane, permet aussi d'assurer la promotion de la liqueur d'Avèze, issue de la distillation de la racine cette même plante, celle des fromages, dont la saveur particulière est liée à la qualité d'herbages de montagne piquetés de gentianes, celles de manifestations culturelles et commerciales comme la "fête de la gentiane" de Riom-ès-montagnes au mois de juillet, ou encore d'attractions touristiques comme le train touristique au départ de Riom, qui emmène les touristes pour trois heures de découverte des paysages et a été baptisé le "Gentiane express". La fleur et son parfum se retrouvent jusque dans les recettes des restaurants gastronomiques. Décliné de la sorte, le paysage devient à la fois l'image du territoire, celle de ses ressources, et la garantie de leur qualité et de leur authenticité, dans le cadre d'une démarche de marketing plus ou moins poussée dont les territoires n'ont pas l'apanage, et que les entreprises ont depuis longtemps su mettre en œuvre avec profit - *"Pour comprendre Volvic, regardez l'Auvergne"*, proclamaient les bouteilles d'eau minérale en affichant les paysages volcaniques de la chaîne des Puys, bien avant la création du Parc des Volcans d'Auvergne.

Pivot d'une stratégie de communication à finalité commerciale, le paysage se retrouve alors associé de manière organique à d'autres ressources territoriales et participe, de manière plus ou moins directe, à la création de richesses. L'exemple des oliveraies manosquines, réhabilitées dans le cadre d'un projet lancé en 1991 par la commune de Manosque et le Parc du Luberon (Fédération des PNR, Ministère de la Culture, CNFPT, 1996), procède de la même attitude, tout en ne s'inscrivant pas d'abord dans une logique commerciale : c'est avant tout la volonté de reconquérir un fragment de paysage capital pour l'identité locale, celui des pentes en terrasses du Mont d'Or, ravagées par un incendie, qui a conduit à défricher les terrasses, à les réhabiliter et à y restaurer l'oliveraie, confiée ensuite, dans le cadre associatif dynamique et avec mise en place d'une unité coopérative de pressage et de commercialisation de l'huile, à des habitants de la ville : *"...la rencontre entre une demande d'oliveraie familiale, la volonté de la commune de valoriser son patrimoine et les objectifs du parc a (...) conduit à la réappropriation par les Manosquais de leur paysage symbole, à l'affermissement de leur sentiment d'appartenir à un même pays, et au développement économique."* *"Catalyseur de projets"*, comme le dit Jacinthe Bessière (1998) le patrimoine local - ici un composant paysager fortement connoté, l'olivier, et un lieu-symbole, la colline qui porte le site originel de Manosque - participe ici plutôt d'une démarche participative d'entretien de l'espace et de mobilisation des acteurs, mais la dimension économique n'en est pas non plus totalement absente.

Encore faut-il que le discours, l'image qu'il véhicule et la réalité territoriale sous-jacente soient à peu près en adéquation. Dans le cas des chaos granitiques du Sidobre (département du Tarn, partie occidentale du PNR du Haut-Languedoc), le décalage est longtemps allé croissant entre la présentation pittoresque qu'en faisaient les guides touristiques et la réalité économique de l'exploitation intensive du granit, peu soucieuse de surcroît des conséquences environnementales et paysagères de ses pratiques extractives (Bertrand, 1978). Dans un secteur qui attire surtout des excursions à la journée ou à la demie-journée à partir des villes voisines ou d'autres lieux de séjour estival, l'économie touristique est peu développée en regard de l'activité granitière, dont la longue prospérité a longtemps évité aux carriers tout souci promotionnel : il a fallu attendre la conjonction de difficultés économiques, de contraintes environnementales de plus en plus fortes et d'une renégociation de la charte du PNR prenant en compte à la fois la protection des paysages et la reconnaissance des savoirs-faire artisanaux et industriels, à la toute fin des années 90, pour que s'amorce l'élaboration collective d'un discours intégrateur, qui tente de promouvoir les produits à travers leur provenance territoriale, et prend appui pour ce faire sur l'originalité des paysages : même si l'on est encore loin du compte en matière "d'excellence environnementale" des entreprises, le divorce ancien entre deux formes d'exploitation de deux modalités différentes de la même

ressource minérale - la modalité paysagère, exploitée par le biais du tourisme, et la modalité matière première, exploitée par l'industrie granitière - tend à s'atténuer.

L'exemple est significatif, mais il illustre en réalité l'une des ambiguïtés majeures de la ressource paysagère : asseoir sur la qualité paysagère la promotion d'un territoire et celle de ses produits suppose certes que la physionomie et les dynamiques du territoire correspondent, au moins en partie, à la lecture qui en est proposée, mais également que cette lecture fasse l'objet d'un consensus social suffisamment large pour que la sauvegarde du paysage fasse figure d'enjeu économique et bénéficie à ce titre d'un véritable effort collectif.

Une ressource territoriale fragile, à la perennité aléatoire

Le premier malentendu qu'engendre le processus de patrimonialisation du paysage, hors de quelques sites surprotégés, réside dans l'illusion de son appropriation collective par le regard, celui, affectif, de l'habitant du territoire comme celui, séduit, du visiteur. Patrimoine commun peut-être, mais qui demeure un assemblage plus ou moins complexe de propriétés publiques et privées, dont les propriétaires ou les gestionnaires agissent en fonction de leurs propres représentations mentales, de leurs propres stratégies et de leurs propres moyens. Ainsi le paysage nordique du lac de Vesoles (Dérioz, 2001), fleuron des "hauts-cantons" de l'Hérault, dont l'apparence de nature préservée attire chaque année une dizaine de milliers de visiteurs, et qu'une firme suédoise a choisi pour cadre dans un film publicitaire consacré aux performances des voitures qu'elle produit, est trompeur : la "nature" est ici en large part construite, le lac est un lac de barrage hydroélectrique géré par E.D.F., les forêts de conifères sont des plantations domaniales ou privées, et constituent donc des espaces de production qui feront un jour ou l'autre l'objet de coupes. Il n'est pas jusqu'à des repères aussi apparemment inamovibles que les églises qui ne soient susceptibles de disparaître parce que leur propriétaire en a décidé ainsi, comme l'atteste la destruction de l'église Sainte-Cœur-de-Marie de Concarneau⁵, gros édifice néo-byzantin non classé du début du siècle devenu trop coûteux à entretenir pour l'évêché, et remplacé, à la fin des années 90, par un édifice plus modeste, et moins perceptible dans le paysage urbain, en dépit de l'émoi et des protestations de ceux qui voyaient dans la silhouette de l'ancienne église un élément essentiel de l'équilibre paysager d'ensemble.

Certes, il existe nombre de procédures, depuis celle, fort contraignante, du classement à l'Inventaire des Sites Départementaux, jusqu'à la simple prise en compte de prescriptions paysagères et architecturales dans le cadre du Plan d'Aménagement et de Développement Durable (P.A.D.D.) des Plans Locaux d'Urbanisme, en passant par les démarches contractuelles des Chartes Paysagères ou celles des Chartes de PNR, qui permettent aux collectivités d'exercer à tout le moins un droit de regard, et parfois un réel pouvoir, sur les projets des acteurs du paysage. Mais ces moyens, plus ou moins efficaces selon les formes prises par la réglementation et la profondeur du consensus social, n'empêchent pas la majeure partie des paysages, tant urbains que ruraux, de demeurer une ressource territoriale instable, sur laquelle pèsent de façon permanente l'économie locale et l'histoire sociale, dans leurs tendances lourdes comme dans leurs soubresauts plus soudains. Une deuxième forme de malentendu risque alors de s'instaurer, déjà évoqué à propos de l'exemple du Sidobre, entre la réalité des physionomies paysagères, le discours sur le territoire que véhiculent notamment les documents touristiques, et des pratiques de l'espace - celles des habitants comme celles des touristes - qui finissent par s'accommoder des premières comme des aspects presque incantatoires du second.

Dans le dépliant édité par la maison de pays du Pays Viganais (Gard), la présentation des "Cévennes méridionales" - appellation jugée plus évocatrice que la seule référence à la ville du Vigan, et qui rattache ce petit territoire à la fois à l'entité cévennoise et à l'idée de "sud" - s'ouvre sur une description des paysages placée sous le double patronnage des mots "nature" et "équilibre" : *"Aux paysages habités des vallées de l'Arre, de l'Hérault et du Rieutord, tapissés de pommeraies et de verts traverssiers (terrasses), succèdent les paysages de montagne de l'Aigoual couverts de hêtres et de châtaigneraies profondes..."* Les prestataires de service touristiques, consultés dans le cadre d'ateliers de réflexion sur les pistes possibles de valorisation de la ressource paysagère dans le

⁵ cf article de Sylvie Vincendon, paru dans le journal Libération du 5 avril 1994, "A Concarneau, le curé veut retirer l'église du paysage"

cadre de leur activité⁶, démentent eux-mêmes cette évocation d'un paysage rural qui n'existe plus que par bribes. Les pommiers sont en forte régression, parfois devant la culture de l'oignon doux, seule culture en fort développement, les anciennes terrasses de culture sont en large part gagnées par la friche ou les reboisements résineux, la châtaigneraie fruitière subsiste sur quelques parcelles à proximité immédiate des villages et des hameaux, mais se trouve à l'abandon sur les pentes dès que l'on s'en éloigne. Et personne, ni les rédacteurs de ce dépliant et leurs commanditaires, ni les randonneurs surtout soucieux de trouver des chemins balisés et qui trouvent du charme aussi bien à l'image de "nature" que renvoient les landes et les taillis issus de la déprise qu'aux terroirs agricoles bien entretenus, ni même les acteurs du territoire, tournés vers cette même vision d'un paysage entre nature et ruralité, ne semble voir au fond des vallées les lourdes silhouettes des bâtiments d'une industrie textile qui, de plan social en fermeture d'usine, semble vivre un déclin irréversible. Ces bâtiments n'en sont pas moins présents dans le paysage, et ils représentent encore des emplois et de l'activité, mais seules les magnaneries et les filatures de soie, définitivement rangées dans les éléments patrimoniaux aux côtés des mégalithes, des églises et du petit patrimoine rural, trouvent leur place dans le discours. Parce que l'histoire contemporaine comporte ces aspects douloureux, et que le paysage en porte les stigmates, terrasses en friches, ateliers et entrepôts cadencés, le discours sur la physionomie du territoire et sur ses ressources tend à se faire sélectif.

Mais faute de cohésion, de continuité spatiale et d'intelligibilité directe, faute aussi de moyens, financiers ou légaux pour agir à rebours des tendances qui conduisent à la déprise, la ressource paysagère perd ici beaucoup de l'efficacité que lui confère ailleurs un ajustement plus poussé entre l'image paysagère souhaitée et une vocation économique prospère, contexte dont l'extraordinaire vignoble en terrasse de la Côte Vermeille, à l'extrémité orientale des Pyrénées, donne une assez bonne illustration (Junta de Andalucía, Région Languedoc-Roussillon, Région Toscana, 2001). Salué par une mention d'honneur du Prix Méditerranéen du Paysage, le projet de réhabilitation des terrasses viticoles en courbes de niveau et du réseau de collecte des eaux de ruissellement ramifié en "pieds de coq" ("peus de gall"), financé par la Communauté Européenne et appliqué aux terroirs très pentus de la commune de Banyuls, témoigne du puissant effet de synergie qui existe entre l'attractivité touristique d'un secteur (Collioure, Port Vendres) célébré par Matisse et Derain, et un paysage de qualité sous-tendu par une activité viticole très rentable. Hors des espaces de "pleine nature", comme ceux de la haute montagne, la ressource paysagère est ainsi d'autant plus féconde pour le territoire que le paysage est "vivant", c'est-à-dire continuellement régénéré par la non remise en cause de l'activité (ou des activités) qui l'a (l'ont) engendré.

L'attractivité du territoire et de ses paysages, pourtant, ne garantit pas non plus toujours la pérennité de cette ressource fragile. D'abord parce que la surfréquentation de certains sites - le "*surpâturage*", disait même Jacques Cloarec, président du jury du Prix méditerranéen du Paysage -, est souvent source de dégradation, dégradation visuelle liée, par exemple, au stationnement de trop nombreux véhicules, mais aussi déséquilibres environnementaux - phénomènes d'érosion, appauvrissement de la végétation, pollution des eaux, incendie... -, dont les opérations "Grand Site", lancées en 1989 s'efforcent de corriger les effets par la restauration des éléments dégradés et la gestion des flux de visiteurs. Trente-trois sites touristiques d'envergure nationale, parmi lesquels le cirque de Gavarnie, la dune du Pilat, le Pont du Gard, la pointe du Raz, le village de Rocamadour, ou encore les gorges du Verdon font l'objet de procédures de ce type.

Les effets de l'attractivité d'un territoire ne s'exercent pas seulement sur les sites reconnus, dont l'intérêt de la préservation, compte-tenu des enjeux qu'ils représentent, finit par s'imposer, même si elle n'est pas forcément facile à mettre en œuvre. Mais partout où ils se manifestent, ils se traduisent par une pression accrue sur le foncier et l'immobilier, liée à l'arrivée d'acheteurs extérieurs séduits par les paysages et les ressources locales, et désireux d'y posséder une résidence secondaire, qui devient parfois une deuxième résidence principale (Bachimon et al., 1998). Alors même que certains sites, comme le lac des Bouillouses et le Massif du Carlit, désormais délivrés pour partie de l'envahissement automobile par l'instauration d'une navette, et aux cheminements rebalisés pour limiter la divagation des promeneurs, font l'objet de politiques attentives de gestion et de préservation, les villages de Cerdagne se trouvent confrontés depuis une dizaine d'années à un

⁶ Étude en cours, commanditée par la Communauté de Communes du Pays Viganais, et conduite par le bureau d'études Geo-Système.

mouvement spectaculaire de construction pavillonnaire, dont une large part correspond au désir de résidence secondaire de citoyens montpelliérains, toulousains et surtout barcelonais. Une pression de même nature s'exerce d'ailleurs aussi sur les premières pentes qui entourent Collioure ou Banyuls, sur la Côte Vermeille, au contact du vignoble en terrasse dont les revenus qu'il procure, pourtant conséquents, sont sans commune mesure avec ceux qui découlent de sa conversion en terrain à bâtir⁷.

Il n'appartient pas au chercheur de se prononcer sur la beauté ou sur la laideur de ces nouveaux quartiers pavillonnaires, mais simplement de souligner les ruptures qu'ils engendrent dans une toile de fond rurale dont on s'efforce par ailleurs de préserver l'intégrité - les communes de Cerdagne, par exemple, se sont engagées dans une démarche collective de création d'un Parc Naturel Régional, sur le territoire duquel les paysages agricoles du bassin constituent l'indispensable contrepoint de ceux, naturels ou pastoraux, de la haute montagne. Ces transferts fonciers, à l'origine de véritables flambées des prix qui écartent du marché la plupart des locaux, entraînent par ailleurs souvent des formes particulièrement marquées de privatisation de l'espace, dans des portions de territoire jusqu'alors largement ouvertes : dans les arrière-pays méditerranéens investis par la fonction résidentielle, qu'il s'agisse pour partie de résidences principales comme dans les garrigues au nord de Montpellier ou essentiellement de résidences secondaires comme dans les communes du Lubéron (Helle, 1997), la construction de nouvelles villas s'opère généralement sur des superficies importantes, tout particulièrement lorsque ces extensions se sont réalisées sur des zones NB hypertrophiées, telles que Jacques Daligaux (1997) les décrit pour les anciens P.O.S. de l'arrière-pays tropézien, dans le Massif des Maures.

Partout où le phénomène peut être observé, il s'accompagne de la multiplication des haies et des clôtures, dont bon nombre viennent barrer des chemins ruraux sur lesquels existent pourtant droits et servitudes de passage. Les balisages de randonnée, notamment ceux des G.R., viennent alors buter sur l'obstacle, ou le contournent comme ils le peuvent. Dans certains cas, ce sont des blocs de plusieurs centaines d'hectares qui deviennent de véritables isolats, à l'image des ensembles clôturés par des sociétés de chasse sur la partie orientale du causse du Larzac, sur la commune du Cros par exemple, où un particulier s'est retranché de la sorte en rive gauche de la Virenque derrière un grillage de deux mètres de haut, soutenu par de puissants poteaux métalliques. Dans le même temps, confrontés à la multiplication des acteurs et à la hausse de la fréquentation, mais aussi à la valorisation croissante de l'espace, les administrations et les établissements publics eux-mêmes, à commencer par l'Office National des Forêts, renforcent la "signalétique", marquent les fragments de territoires qui relèvent de leur autorité - jusqu'aux parcelles les plus insignifiantes -, et ferment l'accès à certains espaces, souvent, du reste, au nom des nécessités de la préservation de la ressource paysagère ou environnementale.

La ressource paysagère perd alors en liberté des pratiques ce qu'elle a gagné en notoriété. Balisée, encadrée et canalisée par des itinéraires jalonnés, la découverte du paysage, introduction au territoire, tend à devenir une expérience formatée, et le paysage un simple produit, au même titre que les fromages ou les objets artisanaux à la promotion desquels on le fait contribuer. Quant aux pans du territoire qui ont été aliénés, il ne sont plus guère mobilisables en tant que ressources dans le cadre de projets de développement locaux, et échappent de manière croissante au contrôle de la collectivité.

⁷ La communication présentée par Pascal Mao à ce même colloque, publiée en même temps que celle-ci, et qui concerne les mutations spectaculaires induites autour de Chamonix par l'ampleur de son attractivité, donne un exemple saisissant des effets de la flambée de la valeur de l'espace, et des menaces qu'elle fait peser sur la préservation de la ressource.

Bibliographie :

Agence Publique du Massif des Alpilles, 2004. *Parc Naturel régional des Alpilles - projet de Charte - version 1*, document de travail, état mars 2004, 90 p.

BACHIMON P., BAUDRY P., BERTHET K., HERRERO C., 1998. *Dans le Lubéron, les résidences secondaires sont-elles encore secondaires ?* Espaces n°176, pp. 28-32.

BERTRAND G., 1978. *Le sidobre (Tarn). Esquisse d'une monographie*, Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, Presses Universitaires Le Mirail-Toulouse, t. 49, fasc. 2, pp. 259-314.

BERTRAND G., 2001. *Sous le paysage... le territoire*, in "Patrimoine et paysages culturels", actes du colloque de Saint-Émilion (30 mai - 1er juin 2001), Ed. Confluences, coll. "Des lieux et des liens", pp. 77-81.

BESSIERE J., 1998. *Le territoire, lieu d'apprentissage et de mémoire collective*, ARF/Institut de Géographie Daniel-Faucher, "Les territoires ruraux en France, identité, politique et économie", GEODOC n°46, Toulouse - Le Mirail, pp. 50-54.

CHEVALLIER D., CHIVA I., DUBOST F., 2000. *L'invention du patrimoine rural*, Autrement n°194, "Vives campagnes. Le patrimoine rural, projet de société", pp. 10-55.

CLARY D., 1995. *Les ambiguïtés de la politique du tourisme dans l'espace rural français*, Bulletin de l'association de Géographes Farnçais, n°1995-1, Paris, pp.4-13.

CORBIN A. (dir.), 1995. *L'avènement des loisirs - 1850 - 1960*, Aubier, 471 p.
Notamment chapitre 3, "Les vacances et la nature revisitées (1830-1939)", A. Rauch, pp. 83-117

DALIGAUX J., 1997. *Arrière-cys touristiques: quel développement au-delà de l'urbanisation ? Le cas de l'arrière-pays tropézien*, Montagnes Méditerranéennes n°6, "Marges, périphéries et arrière-pays", pp. 83-90.

DÉRIOZ P., LAQUES E., 1996. *Inventorier, analyser et évaluer le paysage : à la recherche d'une méthode. L'exemple de l'opération "entretien des paysages de châtaigneraies et des terrasses de cultures en Haut-Languedoc"*, in "Le paysage pour quoi faire, Actes Avignon n°3", pp. 67-74.

DÉRIOZ P., 1997. *Le Parc Naturel Régional du Haut-Languedoc à la recherche d'un second souffle*, Bulletin de la Société Languedocienne de Géographie, tome 31, fasc. 3-4, "Les parcs naturels de France, un concept de développement territorialisé et environnemental à l'épreuve du temps", pp. 159-173.

DÉRIOZ P., 2001. *Jeux d'acteurs et emboîtements scalaires autour de la gestion d'un plan d'eau : quelques clefs d'interprétation d'un complexe local*, in "Eaux sauvages, eaux domestiquées", volume d'hommage à L. Davy, Publications de l'Université de Provence, pp. 241-258.

BRUNET R., FERRAS R., THERY H., 1995. *Les mots de la Géographie*, Montpellier : Reclus/La Documentation Française, pp. 433-434.

Fédération des PNR de France, Ministère de la Culture, Mission du patrimoine ethnologique, Centre National de la Fonction Publique Territoriale, 1996. *Quand le patrimoine fait vivre les territoires*, dir. Jean-Luc Sadorge, Denis Chevallier et Guy Morvan, ed. du CNFPT, 113 p.

HELLE C., 1997. *Le Lubéron : un chaînon calcaire devenu haut lieu. Bref aperçu historique d'un pays à l'identité forte sans spécificité naturelle*, Géopoint 96, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, pp. 114-117.

JEUDY H.P., 1990. *Patrimoines en folie*, cahier n°5 de la collection "Ethnologie de la France, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 297 p.

Junta d'Andalucia, Région Languedoc-Roussillon, Région Toscana, 2001. *Prix Méditerranéen du Paysage 2000*, co-édité par la Consejería de Obras Publicas y Transportes de Andalucia, l'Agence Méditerranéenne de l'Environnement et le Dipartimento delle politiche Territoriali e Ambientali de Toscana, 146 p.

LAMY Y., 1992. *Le patrimoine culturel au regard des sciences sociales*, Les Papiers - Economie - société - communication, n°9, Alain Lefebvre dir., "Patrimoines en débat. Construction de mémoire et valorisation du symbolique", Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, pp.17-35.

LELLI L. 2000. *Le paysage, un enjeu pour les acteurs territoriaux. Réflexion sur une démarche de connaissance et de médiation en Nord-Comminges (Haute-Garonne, France)*, Geste n°1, "Action paysagère et acteurs territoriaux", Poitiers, pp. 19-26.

PARADIS-MAINDIVE S., 2000. *Le paysage, outil et support de projets territoriaux ?*, Geste n°1, "Action paysagère et acteurs territoriaux", Poitiers, pp. 11-18

SGARD A., 1997. *Paysages du Vercors : entre mémoire et identité*, revue de Géographie alpine, coll. "Ascendances", Grenoble, 167 p.

SGARD A., 1999. *Qu'est-ce-qu'un paysage identitaire*, in "Paysage et identité régionale. De pays rhônalpins en paysages", actes du colloque de Valence (16-18 octobre 1997), Ed. La passe du vent, pp. 23-34.

VIAL R., MALAFOSSE F., 2004. *Diagnostic territorial du Massif du Caroux*, mémoire de maîtrise, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, P. Dérioz dir., sous convention avec le PNR du Haut-Languedoc et le SIVOM Caroux-Espinouse, 127 p.

VIRASSAMY Catherine (2002) : *Les pôles d'économie du patrimoine*, collection "Territoires en mouvement", Datar/Documentation Française, 89 p.

ZONABEND F., 1995. *Paysage au nucléaire*, in "La théorie du paysage en France", A. Roger dir., coll. pays/paysages, Champ Vallon ed., pp. 284-293.