



CONSEIL DE L'EUROPE

CONVENTION EUROPEENNE DU PAYSAGE

QUINZIEME REUNION DU CONSEIL DE L'EUROPE DES ATELIERS POUR LA MISE EN ŒUVRE DE LA CONVENTION EUROPEENNE DU PAYSAGE

Paysages durables et économie

De l'inestimable valeur naturelle et humaine du paysage

Urgup, Nevşehir, Turquie
1-2 octobre 2014

Paysage pour...

Paolo Castelnovi, Italie, President de l'Association Landscapefor

Les relations entre paysage et économie sont peu explorées depuis leurs références théoriques: par exemple dans la CEP on **déclare le développement durable comme une relation souhaitable, équilibrée entre besoins sociaux, activités économiques et environnement**, mais ces aspects sont décrits comme un devoir-être plutôt qu'un programme qui puisse être activé, et est affirmé mais non démontré le rôle du paysage comme ressource favorable à l'activité économique.

La relation entre paysage et économie n'est pas résolue aussi bien au niveau théorique que pratique, parce qu'il s'affronte à une difficulté structurelle, qui se verse dans le système de valeurs de notre société. Il nous semble, en extrême synthèse, de reconnaître les termes de cette difficulté dans l'échec de la tentative "fusion froide" entre une valeur non négociable et une économie basée sur les valeurs d'échange.

Je m'explique : nous sommes habitués à penser le paysage comme valeur indisponible au marchandage, à le citer comme bien commun parmi les status fondamentaux (en Italie la tutèle du paysage est insérée en constitution dans le patrimoine historique et artistique). Au contraire nous vivons dans un système de totalisation de marchandisation, qui en général diminue le rôle des valeurs dans les pratiques de vie et de toute façon fait de manière à ce que dans les valeurs puisse toujours prévaloir celle d'échange.

Aujourd'hui les valeurs non négociables sont respectées de façon formelle (et pas toujours) mais de fait dans les choix opératifs sont érodés par les mauvaises pratiques, de l'absence d'insertion dans les circuits vifs de

l'économie, de la paresse des gouvernements. Ceci vaut pour les libertés, pour la solidarité, pour le respect des limites naturelles ; ceci vaut aussi pour le respect du patrimoine culturel de chaque personne ou communauté.

En particulier pour les valeurs du paysage il ne s'agit pas autant qu'un thème éthique, que d'une condition politique qui peut s'expliquer, en simplifiant, en quelques passages. Ce qui caractérise la gestion du paysage est la nécessité d'investissements d'une longue période en décision, règles, coordinations publique-privées, culture globale et travaux admissibles pour une utilisation gratuite. C'est un ensemble d'actions qui, si coordonnées et durables, certainement donne ses fruits aussi aux économies locales mais après de nombreuses années.

Ainsi, dans une phase d'essoufflement, de mesures anti-crise d'urgence, la gestion du paysage, qui ne donne pas de réactions rapides et visibles, c'est un élément de ralentissement dans les priorités des gouvernements et des privés. Chaque utilisateur (public ou privé) pense : l'investissement en paysage est un "luxe" que nous pouvons reporter à plus tard.

En absence de capacité d'investissement on s'aide à des politiques à coût nul. Au lieu des incitations et des bonnes pratiques les règles et les restrictions retournent à la mode. On forme la mentalité de *pas de nouvelles bonnes nouvelles*. Sans le dire, nous finissons par penser que si on stoppe le développement le paysage ne s'altère pas, et il nous semble de le défendre en bloquant toute transformation. De cette manière on ferme le cercle dans la pire des manières : la crise économique nous semble amie dans le paysage. Et donc, vice-versa, le paysage risque d'apparaître ennemi du développement.

Si maintenir le paysage seulement entre les valeurs indisponibles provoque des contre-indications très graves, la voie du marché semble aussi contradictoire. Ceux qui pensent de vendre le paysage n'arrivent pas à imaginer autre chose que maximiser la disponibilité au tourisme, en particulier maximiser les occasions de dépenses du touriste. Les flux de monnaie exogènes sont appréciables s'ils sont importants, et pour le tourisme ceci signifie pousser la massification des utilisateurs, ou à la vente des ressources de matériaux primaires : le sol (les deuxièmes maisons), l'espace public des centres historiques, jusqu'aux côtes (certaines parties de la Méditerranée du Nord ne sont pas accessibles aux habitants parce qu'elles sont privatisées : come le Patriarce de Garcia Marquez, qui avait vendu la mer).

De cette façon l'abus de la ressource devient insoutenable : en quelques années le territoire ou le centre arrête d'être source de revenus locale, premièrement parce que les coûts provoqués par les touristes augmentent, ensuite parce que la nuée touristique se déplace, après avoir dévoré le paysage, en laissant des lieux dégradés de moins en moins attrayants (et ceci se passe par exemple sur la Côte d'Azur et sur celle de la Ligurie).

Il ne reste que la résignation pour ceux qui ne se désengagent de la pince de la double obligation : d'une part obligés à défendre vigoureusement le paysage comme valeur indisponible ou bien de l'autre obligés à accepter la valeur d'échange insoutenable, offert par le tourisme banal pour les lieux de prestige.

Elles souffrent dans ces positions inconfortables les personnes qui ne veulent pas s'abaisser à placer le paysage sur le plan des instruments, en vérifier le rôle pour la qualité de la vie et à démontrer la contribution aux économies locales et personnelles.

Nous essayons de sortir de l'impasse : nous pensons que le moment est venu d'étudier ce que du paysage s'est mis et se met en jeu dans les procès vitaux, dans chaque phase de notre développement, en renonçant à considérer paysage "bon" seulement celui abstrait des dynamiques transformatives, celui qui est tenu à l'écart des fonctionnalités ordinaires des utilisations économiques.

Ceci nous aide dans cette perspective un changement dans le sens commun du paysage, similaire à ce qui s'est passé pour l'habitation familiale, quand dans le sens commun on a arrêté de penser la maison divisée entre les pièces d'usage quotidien et le *salon bon* à présenter aux hôtes. Dans le cours d'une génération toute la maison est devenue objet d'attention et ayant une identité (même les locaux hygiéniques aujourd'hui sont traités à la limite de la perversion). De la même façon la CEP : *tant les paysages pouvant être considérés*

comme remarquables, que les paysages du quotidien et les paysages dégradés : tout le territoire dans chaque configuration doit être considéré dans l'aspect paysagiste. C'est une déclaration qui est en train de devenir progressivement une prise de conscience générale et ce changement culturel substitue l'a-priori fondamental pour reconnaître l'importance du rôle du paysage dans l'économie (et plus en général dans la gestion du territoire).

Avec cette considération ouverte et globale, nous pensons que la nouvelle bataille "pour" le paysage est de démontrer la valeur instrumentale, la fonctionnalité : mettre en évidence où et comment se vérifie un rôle appréciable du "paysage pour" atteindre les objectifs positifs pour les communautés.

Dans cette perspective nous devons réussir à enlever le paysage de la liste des "intouchables", des valeurs qui ne peuvent pas se mettre en jeu et nous devons habituer les responsables à considérer le paysage une ressource active et non un centre de coûts, une voix à mettre en bilan comme ressource à placer sur la base de ses propres programmes et projets et non à ajouter à la fin dans les dépenses obligatoires (comme il se passe pour les études d'impact).

Nous sommes tellement convaincus de l'importance de cet engagement que nous avons intitulé notre association "Landscapefor", à indiquer la mission plus importante à jouer au cours des prochaines années. Il s'agit de mettre au point un changement de méthodologie opérative dans la gestion du territoire, qui aura succès seulement si nous renonçons à communiquer les aspects spécifiques de la ressource "paysage", de manière à ne pas la mettre dans le tas, fongible entre les autres, mais de reconnaître comme bien commun particulier.

Du paysage il faut reconnaître et surtout exploiter les particularités immatérielles et "politiques", fondamentales pour une gestion correcte du territoire. D'autre part les aspects matériels doivent être traités avec les attentions dues, justement pour obtenir de ceux-ci de duratifs et stimulants effets d'identité culturelle et de conception durable.

Il est en ce sens principalement culturel et de conception qu'il nous paraît fondamental de reconnaître le rôle du paysage dans l'économie, sans avoir peur d'être accusés d'abstraction avec des critiques du type "avec la culture on ne mange pas" : avec le paysage (comme aussi avec la culture) on mange, et bien, et surtout on ne dévaste pas le garde-manger qui contient ce que nous mangerons, nous et nos enfants, comme nous faisons au contraire aujourd'hui, de façon barbare.

Dans cette perspective d'aide pour les choix et les évaluations, j'essaie de décrire un aperçu des potentialités de la ressource "paysage" plus importantes pour l'économie:

1. Le témoignage durable.

Le paysage est plus visible que les autres extraordinaires biens collectifs qui distinguent notre civilisation : plus que l'infinie puissance d'accéder au savoir dans lequel nous croissons, de la capacité de soigner qui nous permet de vivre 20 ans de plus que nos grands-parents, de la libération progressive de la fatigue physique, de la possibilité concrète de se déplacer dans le monde que nous avons récemment rejoint. Surtout le paysage est le dépôt plus lisible des investissements passés, du patrimoine (dans le sens étymologique: ce que nous confiaient les générations précédentes en termes d'offre mais aussi de responsabilité licite).

Le paysage dure plus de temps que le chantier pour le faire et pour le modifier, et donc nous raconte les résultats du travail fait par d'autres personnes avant nous : nous devons déduire en fonction du paysage comment nous comporter, si suivre les règles et s'assumer les responsabilités de ceux qui l'ont transformé, ou vice-versa le critiquer et nous prendre d'autres responsabilités et définir de nouvelles règles pour faire d'une autre manière.

Dans tous les cas le paysage en Europe est le plus gigantesque et convainquant moyen inter-générationnel à disposition de celui qui veut être actif pour le bien commun. Dans le bien et dans le mal : le paysage raconte aussi bien l'extraordinaire travail de 50 générations pour former le territoire rural, que le massacre des aires péri-urbaines des villes historiques effectué par nos générations, en construisant d'exterminées et anonymes périphéries. Le paysage raconte la fierté des habitants pour caractériser de manière émouvante chaque

pays et fraction en faisant un unique à défendre et dont se vanter avec les enfants et les visiteurs. Mais raconte aussi le consentement à des modèles homologués des non-lieux : aéroports, centres commerciaux, infrastructures et quartiers de direction, dont les designers se vantent de réalisations standard, répliquées à échelle mondiale.

Les histoires du paysage ne sont pas idéologiques, elles ne contournent pas les idées et les espérances, mais font voir les résultats, les effets, voulus ou non contrôlés, les conséquences du bien et du mal des choix de 30/50/100 ans auparavant. Le paysage fait rendre compte que les stratégies politiques du laissez-faire et de la dérégulation provoquent aussi des conséquences qui pèsent sur les générations futures.

Le paysage invite tous à donner des jugements, à évaluer les résultats des actions passées en les mesurant sur l'expérience que nous ne pouvons pas faire aujourd'hui : c'est un instrument fondamental pour exercer en toute conscience la démocratie. Si nous avons la capacité de diffuser une culture de l'évaluation, de la reconnaissance des procès à cascade déclenchés sur le territoire, la paysage nous aiderait beaucoup à décider quoi faire pour le futur du territoire.

Une compétence diffusée de ce genre influencerait de manière profonde l'économie générale : elle éviterait des gaspillages gigantesques dans les infrastructures, elle permettrait aux administrateurs de faire prendre conscience aux communautés des coûts de gestion dans les villes et de maintenance du territoire, elle introduirait une perspective pour la réutilisation d'œuvres obsolètes, encore importantes pour le capital social et culturel accumulé, plus qu'économique. Ce sont tous les thèmes aujourd'hui à l'ordre du jour, parce que nous payons tous des coûts insoutenables dûs aux erreurs des 50 dernières années : pollution, glissements de terrains, coûts d'entretien de la diffusion urbaine portent au déficit même la plus attentive et honnête administration de ville ou de région.

2. **L'incubateur des agency** (dans le sens de Amartya Sen).

Nous pouvons dire, en reprenant la métaphore économique de l'Evangile, que le paysage nous fait voir plastiquement la capacité de qui a précédé de tirer profit les talents qui lui étaient attribués. De la même manière le paysage peut aider aujourd'hui à développer la conscience des possibilités / responsabilités que le territoire offre à ses habitants. C'est une potentialité (et une responsabilité) autant plus concrète que plus nous faisons référence à l'Europe d'aujourd'hui : une démocratie complète dans toutes les institutions, où du dernier hôtel de ville au gouvernement de Bruxelles on déclare des attentions au développement local, à la durabilité de chaque action, à la participation active des habitants pour les choix stratégiques d'intervention.

Amartya Sen, Nobel pour l'économie, propose à la base de l'économie libre et libératrice la disponibilité et la prise de conscience de nombreuses opportunités aussi bien pour les actions qui développent les propres exigences (*capabilities*) aussi bien pour les engagements pour satisfaire les exigences générales (*agency*)¹. Les bases du bien-être (*well-being*) affirme Sen, ne rentrent pas dans les ressources physiques ou dans la richesse personnelle ou territoriale, mais dans l'environnement culturel, économique et social qui donne espace aux capacités et aux initiatives de tous. Amartya se refuse de spécifier les catégories primaires d'opportunité qu'il faut assurer pour obtenir le développement positif des *capabilities* (et des *agency*), aussi en contraste avec Martha Nussbaum², une autre grande économiste morale son épigone. Sen soutient que chaque communauté, par histoire et conditions, a bien présents ses propres valeurs de référence, et les propose en échelle de priorité même très différentes, en mélangeant des exigences retenues universelles à options tout à fait particulières.

¹ Functionings represent parts of the state of a person – in particular the various things that he or she manages to do or be in leading a life. The capability of a person reflects the alternative combinations of functionings the person can achieve, and from which he or she can choose one collection (Sen, 1993/b, p.31). Sen has increasingly supplemented the descriptive account of agency to argue that human agency is both self-regarding and other-regarding with normative motivation. His agency is now participatory agency in contrast with the medieval European "patient," having no freedom of action.

² Martha Nussbaum propose comme base pour augmenter les capacités un décalogue de facteurs contextuels, qui ressemble à une déclinaison de droits:
vie durable, santé physique, sécurité physique, expression libre des sens, de l'imagination et de la pensée, expression libre des sentiments, possibilité de choix éthiques, libre appartenance et association, harmonie avec les animaux et la nature, possibilité de jeu et de rire, contrôle environnement.

L'extraordinaire intuition de Sen est que les racines des économies ne sont pas économiques mais font partie d'un ensemble motivationnel de valeurs éthiques et culturelles. Ce sont ceux qui dans une société libre déterminent les choix économiques fondamentaux dans la vie des seules personnes et des communautés. C'est un mélange de culture motivationnelle (*terrains les plus fertiles à la maturation du choix de vie*) qui doit être considéré comme un bien commun fondamental, à placer comme mètre de mesure du bien-être d'une société.

Dans l'Europe démocratique qui est à la recherche d'un nouveau modèle de welfare, le cadre de référence motivationnel, projeté par Amartya Sen pour les économies pauvres, peut être de grand aide. Et dans ce cadre, aujourd'hui en Europe, il nous semble que le paysage peut jouer un rôle important.

Roberto Saviano, le jeune écrivain de Gomorra, a lancé dans un programme télévisuel italien une collection de listes sur les "10 chose pour lesquelles ça vaut le cout de vivre". Au bout de quelques jours un journal a reçu plus de 20.000 listes. Dans celles-ci à la première place on retrouvait principalement les sentiments, pour les parents, et les enfants surtout, à la deuxième place les nourritures dédiées (les pâtes de cette égion, les boulettes de la grand-mère...), mais au troisième il y avait les lieux, plus précisément les actions dans les lieux : cultiver ce terrain, se promener au lever du soleil sur cette rivière...

Nous croyons que le paysage aide chacun de nous à prendre en considération son propre territoire comme habitat stimulant de sa propre activité et de son propre rôle dans le social, en croisant des facteurs seulement économiques avec d'autres (identitaires, culturels, etc.).

Nous ne parlons pas seulement de paysages patrie, où on a vécu longtemps, mais aussi de paysage d'élection, qui se choisissent. Ce qui nous parraît fondamental est que le paysage qui se considère "propre" est un très bon motivateur d'engagements intégrés, d'agency dans le sens de Sen, dans lequel les aspects purement économiques sont mélangés dans un ensemble indiscernable avec ceux du plaisir esthétique, sentimental, de la sécurité donnée de la compétence et de la connaissance approfondie des relations humaines et spatiales de chaque lieu et difficilement répétitif d'autre part.

En Europe aujourd'hui, en conclusion, il nous semble qu'un bon sens du paysage et la capacité d'agir pour son renforcement constitue la onzième condition de bien-être, à ajouter aux dix inscrites par Nussbaum pour revendiquer une qualité de la vie décente.

3. **le milieu du "bon" développement.** Le thème du développement est source, ces années, d'une discussion animée qui offusque les sécurités éblouissantes sur laquelle s'est fondée la théorie économique, en particulier celle territoriale. Aux sans doutes effets positifs du développement s'associent désormais de telles contre indications qu'aujourd'hui il est difficile de prononcer le terme "développement territorial" sans générer immédiatement des réactions négatives.

Comme « cholestérol », « développement » risque de devenir une parole maudite. Mais comme certaines protéines ont un rôle dans l'organisme de "bon" cholestérol, qui enlève les résidus gras du sang, comme la forte présence du sens du paysage dans les stratégies gouvernement du territoire nous semble un facteur positif qui peut remédier à une grande partie des aspects critiques du développement local.

Du développement on critique entre autre les modalités de réalisation : la privatisation et la dépendance du capital immatériel, sans références ni responsabilité envers les lieux. Sont insupportables la perte du sens de propriété collective et du bien commun du territoire, qui est propre de qui habite pendant générations dans les lieux.

Le sens du paysage, comme toute autre structure culturelle, s'oppose par définition à de telles privatisations : il reste gratuit, de propriété commune, non privatisable. Mais en outre le paysage comme témoignage durable porte qui opère sur le territoire à une attitude adhociste, liée à l'évaluation responsable des effets complexes dûs aux transformations dans ce lieu (par conséquent différents des autres). Opérant en relation très proche avec qui habite, on se rend compte des effets tangentiels, imprévisibles dans les projets, on fait attention pour les phases gestionnelles, pour la maintenance et en général pour la durabilité (non seulement sur l'environnement mais aussi économique).

Donc le paysage se présente comme image de la résistance territoriale à la production standardisée, antidote aux dommages provoqués par le capital immatériel. Le paysage est en train de devenir un lieu visible des initiatives pour maintenir la propriété culturelle et économique du moyen de production base des sociétés contadines, qui est la terre, et des sociétés civiles, qui est la ville.

La coagulation du sens de lutte autour d'éléments presque symboliques du paysage se dessine clairement dans la bataille contre les grandes œuvres, vécues localement comme production néfaste de non-lieux, qui détruisent les mêmes lieux dont les communautés locales revendiquent la propriété, au moins culturelle.

Mais le sens du paysage n'induit pas seulement une modalité d'attention et de précaution dans les transformations : il indique une voie continue de faire des projets, des ajustements progressifs, qui affronte la complexité du territoire comme résultat de l'innovation mélangée à la permanence, du projet de changement en symbiose avec celui de conservation. Qui réussit à tenir compte du paysage comme matière première avant son propre projet sait qu'il n'existe pas le nouveau si non comme partie d'un lieu pré-existant dans lequel l'intervention pousse à une réutilisation.

C'est ce qui attire dans les villes historiques européennes avec mille chantiers ad hoc pour re-mélanger et enrichir l'ensemble, mais où les projets en série et anonymes sont régulièrement contestés et refoulés dans les périphéries. C'est pour cette "complexivité" gérée que nos villes sont des lieux de serendipity par définition, où arrivent des rencontres et événements imprévus qui cependant sont positifs pour le visiteur, toujours plus enchanté de l'évènement causé que des confirmations de choses déjà vues sur le web.

Mais ce n'est pas seulement dans les villes historiques que le paysage exalte le développement spécifique : par exemple l'Unesco est en train de reconnaître la valeur universelle des terres de vin italiennes, françaises et espagnoles, où lieu et production enrichissent les habitants justement pour leur particularité irrépétibile.

En somme, qui cherche à résister de façon innovante au domaine du capital financier et des productions homogénéisantes trouve dans le paysage un point de force. C'est une force fondée aussi sur le fait que le sens du paysage se propose comme médium naturel entre utilisateurs et paysagistes, base commune non seulement pour la discussion mais aussi pour la gestion et l'accompagnement des projets.

Valoriser le sens du paysage comme agent de développement est aussi un bon dissuasif pour freiner la fuite des nouvelles générations. En effet pour la première fois en Europe ils ne sont pas les derniers à migrer, mais aussi les descendants de la bourgeoisie cultivée et affluente, qui retiennent mieux à s'inscrire au monde du travail immatériel et abstrait que de prendre en charge de remorquer leur propre territoire pour la période de pertinence de sa propre génération.

C'est en fait un choix de prolétarianisation, de perte du patrimoine culturel, une dérive dévastante pour les économies régionales. Mais, peut-être aussi grâce à la puissance du paysage, cette tendance est toujours plus contrastée par la croissance d'un nouveau levier d'agriculteurs qui adaptent de nouvelles technologies aux lieux, par l'explosion des associations no profit dédiées au territoire, par le renouveau des administrateurs des institutions locales, de plus en plus jeunes ou très jeunes.

En résumé : le paysage se propose comme un facteur économique intéressant pour ses caractéristiques non banalement de marchandisation et pour la contribution qu'il peut donner pour affronter les aspects critiques de l'actuelle structure économique dominante, comme la durabilité, le support aux exigences personnelles (les capabilities et les agency de Sen), l'entretien de la propriété culturelle des ressources et du projet de développement contre le capitalisme anonyme et sans références spatiales.

D'autre part ces considérations ont un effet innovatif aussi sur le concept même de paysage. L'intérêt du paysage est croissant mais est toujours plus référé à sa composante immatérielle, de connaissance particulière, de critère de valeur commune pour les choix qui ont des effets duratifs et engageants sur le territoire, à son rôle instrumental pour la qualité de la vie (le "paysage" pour).

Mais surtout ces aspects comportent une attention qui n'est plus seulement concentrée sur le paysage physique mais s'intéresse du "paysage actif", c'est-à-dire des acteurs et des méthodes d'action, des critères à suivre pour valoriser le paysage matériel et en même temps l'utiliser en projets de valorisation du bien-être collectif.

Dans cette dimension "active" le paysage peut devenir le lieu de confluence et de coordination des agency de qui est en train de s'engager sur le territoire, parce que la langue "politique" qui parle du paysage est une langue concrète et qui regarde tout le monde : habitants et acteurs. C'est le cas du programme de *Libera*, un réseau de coopératives qui gèrent de manière innovante les terres séquestrées par les mafia, candidat italien au prix du paysage 2013, qui a reçu une mention spéciale de Strasbourg, justement pour ce rôle social et culturel général.

Si le "paysage actif" s'accrédite comme terrain de jeux, milieu et matière première de l'innovation et de la croissance durable, on se rendra compte qu'il a toutes les conditions requises pour devenir le thème de base d'un programme communautaire, come LIFE ou Creative Europe, ou au moins de construire une filière d'intérêt pour les fonds communautaires en thème de soutien au développement, à la formation et à l'esprit d'entreprise local.