



**APPORT**  
PAYSAGES AGRICOLES

DES OUTILS POUR  
DES PROJETS DE  
DÉVELOPPEMENT  
DURABLE DES  
TERRITOIRES

n°3

QUALITÉ DES PAYSAGES, DES PRODUITS  
& DU CADRE DE VIE





# AVANT-PROPOS



Prairies du Limousin, vergers du Roussillon, prés vergers de Normandie, bocage du Perche, vignes en terrasse de Banyuls, parcours pastoraux des Causses du Lot, Marais poitevin, plaines du Bassin parisien... Les agriculteurs ont façonné une multiplicité de territoires et créé des structures paysagères particulières, adaptées aux diversités climatiques et géographiques de notre pays.

**Riches et divers, les paysages ruraux** témoignent d'une adaptation ingénieuse des sociétés à leurs territoires. Ils gardent la mémoire de savoir-faire ancestraux, ils portent l'empreinte des pratiques, des techniques et des projets plus récents. Contribuant à l'identité des lieux, ils sont un atout pour les territoires à plus d'un titre : comme cadre de vie pour les habitants, comme image de marque au service du développement économique et touristique, comme reflet de la relation des sociétés à leur environnement.

**En remplaçant le paysage au cœur des projets agricoles**, les agriculteurs trouveront des moyens de « produire plus et mieux ». En affirmant leur rôle dans la protection, la gestion et la création de paysages contemporains de qualité, ils pourront également devenir partenaires des autres acteurs de l'aménagement pour élaborer des projets collectifs contribuant au développement durable des territoires.

En acquérant une maîtrise de ces démarches paysagères en milieu agricole, les agents de développement agricole (techniciens, conseillers de chambre d'agriculture, de parcs naturels...) les animateurs de Pays, les paysagistes, architectes et urbanistes, ainsi que les enseignants, pourront mieux accompagner les agriculteurs.

Conscients de cet enjeu, des Instituts Techniques, des organismes à vocation agricole et rurale et des intervenants de diverses disciplines<sup>1</sup> se sont regroupés au sein du projet APPORT (Agriculture, Paysage, Projet, Outil, Réseau, Territoire) qui a reçu le concours financier du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche. Des structures d'enseignement et des professionnels, spécialistes des questions de paysage, ont été associés à cette action qui vise à promouvoir le thème du paysage au sein du monde agricole.

- Huit brochures à vocation méthodologique et une plaquette de présentation ont été rédigées afin de faciliter l'émergence d'un discours et de conseils sur le paysage agricole et de favoriser l'utilisation d'outils paysagers pertinents.

Ces brochures s'adressent principalement aux techniciens du monde agricole et plus largement à toute personne œuvrant sur le thème de l'agriculture et des paysages.

1. Présentation des outils APPORT
2. Projet d'exploitation agricole et paysage
3. Qualité des paysages, des produits et du cadre de vie
4. Bâtiments d'élevage et paysage
5. Représentation et interprétation du paysage
6. La visite de terrain, le paysage comme lieu d'expériences
7. Cadre juridique, outils et compétences
8. Le paysage, outil de médiation
9. Paysage, urbanisation et projet agricole

- Quatre cours, sous forme de diaporama, ont été réalisés spécifiquement à destination des formateurs de l'enseignement agricole et des conseillers en paysage.

- Un site Internet regroupant toutes les productions et informations collectées lors de ce programme. [www.paysage-et-agriculture.fr](http://www.paysage-et-agriculture.fr)

Ces documents sont principalement destinés aux agriculteurs, conseillers agricoles, agents de développement territorial et élus, enseignants, chercheurs, paysagistes et architectes.

<sup>1</sup> Institut Français de la Vigne et du Vin (IFV), Institut de l'Élevage, CTIFL, IFIP, ITP, ACTA, Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, MEEDDAT, CEMAGREF Bordeaux, CEMAGREF Montpellier, ENITA de Clermont-Ferrand, Parcs Naturels Régionaux, Chambre d'Agriculture d'Ille-et-Vilaine, Chambre d'agriculture de Dordogne, CAUE du Loiret, Atelier territoires et paysages, INAO, Ecole Nationale Supérieure du Paysage de Versailles, F. Bonneaud Paysagiste DPLG, CNRS – LADYSS, APCA-Resolia, TRAME, Bergerie Nationale de Rambouillet



# SOMMAIRE

Introduction	Page 4
Évolutions du contexte agricole et rural	Page 5
La transformation des systèmes de productions	Page 5
L'étalement urbain	Page 5
Inscrire dans le paysage le souci de qualité	Page 6
La recherche de produits de qualité	Page 6
La recherche d'un cadre de vie de qualité	Page 6
Résorber les points noirs paysagers et embellir	Page 8
<i>Actions d'origine agricole</i>	Page 8
<i>Actions d'origine urbaine</i>	Page 9
Protéger et valoriser les ressources locales	Page 10
<i>Dans les systèmes de production agricoles</i>	Page 10
<i>Dans les documents d'urbanisme</i>	Page 14
Faire connaître les produits et les paysages	Page 18
Guider la découverte des produits agricoles et des paysages	Page 18
<i>Avec les agriculteurs</i>	Page 18
<i>Avec les collectivités et organismes en charge du tourisme</i>	Page 19
Harmoniser la communication	Page 20
<i>S'appuyer sur les images emblématiques</i>	Page 20
<i>Fabriquer de nouvelles images en phase avec le développement durable des territoires</i>	Page 22
Conclusion	Page 23

© IFV. Le code de la propriété industrielle, n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective », et, d'autre part, que les analyses ou les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction même partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayant cause est illicite » (article L.122-4). Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon, sanctionnée par les articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

# INTRODUCTION



De nombreux agriculteurs ou entreprises agro-alimentaires utilisent le paysage, sur leurs étiquettes ou sur leurs documents de communication, pour améliorer la commercialisation de leurs produits. Ainsi les pré-vergers du pays d'Auge avec leurs pommiers en fleurs abritant des vaches normandes sur les boîtes de camembert, les spectaculaires vignobles en terrasses sur les bouteilles de Côtes du Rhône, des sites emblématiques tels le Mont Saint-Michel en arrière plan d'un troupeau de moutons en train de pâturer des prés-salés. De tels paysages, ancrés dans l'inconscient collectif, favorisent la commercialisation des produits et constituent une richesse pour la profession agricole.

Par ailleurs, des collectivités territoriales, communes, Pays, départements, régions qui veulent se faire connaître, attirer des activités, des habitants ou des touristes utilisent souvent des images de leurs paysages agricoles. Elles doivent révéler un certain art de vivre fondé sur les qualités particulières de leur territoire et susciter des envies de visite ou d'installation. Des budgets importants y sont parfois consacrés dans des campagnes de publicité dont une des retombées est qu'elles alimentent inconsciemment les a priori positifs envers l'activité agricole tout en faisant connaître ses produits.

Le paysage agricole représente donc un capital pour les agriculteurs et pour les territoires. Mais ce capital, qui provient en bonne partie du travail et des savoirs des générations précédentes, est fragile et menacé par certaines évolutions des techniques agricoles et de l'urbanisation. Il importe d'engager des actions qui permettent d'en maintenir la spécificité des paysages en lien avec celle des produits et d'assurer le renouvellement des ressources.

Cette plaquette a pour ambition d'aider les agriculteurs, leurs conseillers et les entreprises agroalimentaires, ainsi que les élus et les agents au service des collectivités territoriales, à travailler ensemble pour entretenir, améliorer et valoriser la qualité de ce patrimoine dans l'intérêt général comme dans l'intérêt de chacun.

▲ Paysage provençal







# ÉVOLUTIONS DU CONTEXTE AGRICOLE ET RURAL

La campagne a fortement évolué depuis un siècle, le nombre d'agriculteurs a été divisé par dix et l'opposition classique entre monde urbain et monde rural se dissout progressivement. Les impacts paysagers de ces évolutions sont considérables.

## La transformation des systèmes de production

Les découvertes agronomiques du XX<sup>ème</sup> siècle ont entraîné une forte augmentation de la productivité agricole grâce aux progrès de la génétique et de la chimie et grâce à l'utilisation massive des hydrocarbures qui a permis de remplacer une bonne part du travail humain et animal par le travail des machines. Les nouveaux systèmes de production, moins liés à l'utilisation fine des ressources agroécologiques locales, se sont simplifiés et la généralisation de bâtiments industriels standardisés et sans qualité architecturale ont transformé les paysages en les banalisant. Dans certains cas, ils ont généré des problèmes écologiques visibles directement dans le paysage : disparition des structures paysagères identitaires - haies, murets, chemins -, glissements de terrain, coulées de boues sur les routes, etc.

Aujourd'hui, l'augmentation du coût des ressources fossiles et la pression conjuguée des règlements et de l'opinion publique poussent de nombreux agriculteurs à faire évoluer leurs pratiques de façon à mieux utiliser les ressources naturelles dont ils disposent. Ils réorganisent leur parcellaire avec des bandes enherbées, replantent des arbres ou des haies, diversifient leurs productions en fonction des potentiels agronomiques de leurs parcelles... Toutes ces pratiques méritent d'être valorisées et expliquées au public, notamment urbain, parce qu'elles contribuent à une requalification des paysages.

## L'étalement urbain

Les territoires ruraux sont eux aussi en pleine mutation. Après une longue période d'exode rural, nous assistons depuis une vingtaine d'années à une reconquête des campagnes qui a des conséquences importantes sur l'évolution et la qualité des paysages.

Que ce soit dans les zones les plus rurales ou les zones proches de grandes villes, ce sont aujourd'hui les logiques urbaines, fondées sur une mobilité accrue, qui dirigent les évolutions des paysages ruraux à travers le tracé des réseaux de communication, la localisation des zones d'activités ou commerciales, l'implantation des équipements consacrés aux logements et aux loisirs. La consommation des terres agricoles, au profit de l'urbanisation est considérable.

# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ



La qualité est, depuis longtemps, un élément d'identification qui contribue à maintenir ou conquérir des marchés. Plus que jamais, la libéralisation et la mondialisation des échanges soumettent les produits agricoles et les régions à une concurrence pouvant mettre en péril certaines filières ou productions spécifiques. Il est donc crucial pour tous de chercher les moyens de maintenir la qualité au plus haut niveau.

## La recherche de produits de qualité

Pour les produits agricoles, la notion de qualité est complexe et regroupe différentes composantes : qualité sanitaire, qualité gustative, qualité biologique... Cette notion est parfois liée à celle de typicité. Chacune de ces acceptions est travaillée par des spécialistes qui cherchent à objectiver les caractéristiques de la qualité qui les concerne. Le consommateur, lui, porte essentiellement une appréciation globale même s'il peut être plus réceptif à tel ou tel aspect. Par exemple, un produit d'un bel aspect, garanti de bonne qualité sanitaire et dont l'origine est connue, mais sans aucun goût, ne pourra le satisfaire pleinement.

Vouloir mettre en avant la qualité d'un produit au travers du paysage demande donc de s'intéresser en même temps aux différents aspects de cette qualité et d'harmoniser les actions concernant chacune des définitions. Une exploitation certifiée en agriculture biologique qui ne se préoccupe pas de la propreté de ses bâtiments ou une exploitation à l'hygiène remarquable mais qui utilise sans retenue des produits chimiques sur ses parcelles sont toutes deux incohérentes en termes de communication et de démarche globale car il peut toujours y avoir des consommateurs ou des journalistes plus avertis, sensibles à un aspect particulier de la qualité, capables de détecter ces dysfonctionnements.

## La recherche d'un cadre de vie de qualité

Pour un ensemble de raisons économiques, sociales et environnementales, de nombreuses entreprises ainsi que de nombreux citoyens cherchent à s'installer à la campagne, à la recherche d'un cadre de vie offrant une qualité qu'ils considèrent ne plus trouver en ville. Des collectivités territoriales, communes, syndicats intercommunaux, Parcs Naturels Régionaux, départements, régions, font de gros efforts en faveur de la qualité de leurs paysages pour satisfaire ces demandes. Pourtant, trop souvent encore, les nouveaux aménagements urbains s'imposent sur les territoires sans qu'aucune attention ne soit portée à la qualité globale des espaces ainsi créés. Aujourd'hui les demandes concernant les produits, le cadre de vie et les paysages agricoles progressent en même temps que de nombreuses pressions menacent la qualité de l'offre. Une des premières réponses à ces évolutions est donc de renforcer les relations entre tous ceux qui sont intéressés à promouvoir la production de produits agricoles et de paysages de qualité dans chaque territoire. L'idée est de mettre en oeuvre des systèmes d'engagement « donnant-donnant » pour arriver à des résultats « gagnant-gagnant ».

▲ Territoire partagé entre ruralité et urbanité







# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ

## La charte internationale de Fontevraud en faveur de la qualité des paysages viticoles

Cette charte représente un bon exemple de politique coordonnée pour améliorer à la fois la qualité des produits, du cadre de vie et des paysages dans des territoires viticoles.

Elle consiste en un engagement des syndicats viticoles, des collectivités territoriales, des organismes économiques ou touristiques et de la recherche-développement à travailler ensemble au service de l'entretien, de la gestion, de l'aménagement et de la mise en valeur du patrimoine paysager et des vins de ce terroir.

À partir de la validation d'un diagnostic concernant les atouts, les menaces et les enjeux paysagers du territoire et la définition d'un parti d'aménagement défini en commun, chacun de ces partenaires s'engage à mettre en oeuvre un programme d'actions correspondant à ses propres responsabilités et à financer une structure d'animation pour veiller à la cohérence entre ces différentes actions. Un bilan doit être effectué annuellement pour en assurer le suivi.



[www.charte-de-fontevraud.org](http://www.charte-de-fontevraud.org)

▲ Château-Chalon



▲ Côte méridionale de Beaune



▲ Val de Loire



▲ Lavaux (Suisse)



Régions viticoles signataires de la Charte Internationale de Fontevraud

▲ Costières de Nîmes





# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ

« La gestion des paysages comprend les actions visant, dans une perspective de développement durable, à entretenir le paysage afin de guider et d'harmoniser les transformations induites par les évolutions sociales, économiques et environnementales » (article 1 de la Convention Européenne du Paysage).

Sur quels éléments est-il possible d'agir?

## Résorber les points noirs paysagers et embellir

### **Actions d'origine agricole**

À l'instar des actions menées pour améliorer la propreté et la qualité sanitaire des produits, de nombreuses actions de développement agricole sont engagées pour aider les agriculteurs à donner une image plus positive de leur activité. Ils se mobilisent sur le rangement et la propreté des exploitations à la fois du point de vue technique, pour une meilleure organisation du travail, pour améliorer leur cadre de vie et pour donner une meilleure image de leur travail. C'est ainsi que des actions sont organisées par les chambres d'agriculture concernant le ramassage des déchets de l'agriculture (plastiques des ensilages ou des paillages, bidons et sacs d'engrais ou de traitements phytosanitaires etc.). Attention, propreté ne signifie pas suppression de toute présence des éléments naturels au profit des seules cultures.

D'autres actions complémentaires sont mises en oeuvre pour embellir les bâtiments, leurs abords et le territoire de l'exploitation l'organisation de concours de fermes fleuries, la mise en place de jachères fleuries, l'intégration paysagère des bâtiments d'exploitation et de leurs abords, voire des actions sur la recherche architecturale<sup>1</sup>.

#### **Concours Fermes et Paysages**

La chambre d'agriculture des Côtes d'Armor récompense depuis 20 ans les agriculteurs soucieux de l'intégration paysagère de leur exploitation et de la protection de l'environnement, d'embellir leur cadre de vie familial et professionnel. [www.cotes-d-armor.chambagri.fr](http://www.cotes-d-armor.chambagri.fr)



#### ▲ Opération « Graines de Paysages »



<sup>1</sup> [www.batiment-et-paysage-elevage.fr](http://www.batiment-et-paysage-elevage.fr), Mode d'emploi, J.Y. Blanchin, R. Janin, APPORT n°4, 2009  
Architecture des bâtiments agricoles, Ministère de l'Agriculture et de la Pêche





# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ

## Graines de Paysages

L'opération Graines de Paysages a été initiée par la chambre d'agriculture de la Meuse à l'occasion du passage du Tour de France en 2001 pour donner une image positive du monde agricole et pour montrer le rôle que jouent les agriculteurs sur la construction des paysages et sur l'environnement. À cette occasion, des plantations en bande de fleurs des champs ont été préparées le long de la route mythique « Voie Sacrée » pour être filmées par les télévisions des hélicoptères du tour. Le succès médiatique de cette action a conduit la chambre d'agriculture à la reconduire régulièrement.

Des agriculteurs volontaires proposent des parcelles qui sont alors déclarées en jachère environnementale, les communes financent les semences, l'animation est menée par la chambre. Des journées de cueillette sont organisées, les enfants amènent des fleurs aux personnes âgées ou sur les mémoriaux de la région. Ce qui était au départ une belle opération de communication devient ainsi action de développement local, mobilisant autour des agriculteurs, les communes, les élus, les associations locales, les centres de loisirs et les écoles, les chasseurs...

Depuis, d'autres chambres d'agriculture, en lien avec leurs partenaires, reprennent l'idée et mettent en valeur, avec ces jachères fleuries, les thématiques de travail qui leur sont propres : pratiques agronomiques intégrées, amélioration de la qualité de l'eau, aménagement foncier, enrichissement de la biodiversité..., dont certaines sont en lien direct avec la qualité des produits agricoles. Ces jachères fleuries deviennent un élément paysager de systèmes de production agricole durables.

Contact : Chambre d'Agriculture de la Meuse - [www.meuse.chambagri.fr](http://www.meuse.chambagri.fr)

## Actions d'origine urbaine

Pour les collectivités territoriales également, engager des actions de résorption de points noirs paysagers telles que décharges sauvages, bâtiments dégradés ou en ruine, publicité sauvage, peut constituer la première étape d'une politique plus ambitieuse. Éliminer les éléments qui sont considérés par le plus grand nombre comme de véritables verrues paysagères et communiquer sur ces actions permet de donner un signal fort sur l'importance attribuée par les élus à la qualité du cadre de vie de leurs concitoyens. Ces travaux peuvent alors sensibiliser et mobiliser d'autres acteurs du territoire et les pousser à s'engager eux aussi dans cette démarche, à leur niveau. Une région est aussi jugée par ceux qui la visitent sur l'attention portée par l'ensemble de ses habitants à la simple propreté de leur territoire.

Le paysage ne se limitant pas aux limites administratives ou à celles de la propriété privée, mieux les actions sont coordonnées, meilleur est le résultat. C'est tout l'intérêt des démarches de type plan ou charte de paysage qui permettent à tous les acteurs d'agir dans le même sens à partir d'un diagnostic partagé.

## ▲ Parc Naturel Régional des Ballons des Vosges



> LE GOÛT DU PAYSAGE  
RENCONTRES 2004 • 2005



# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ



## Protéger et valoriser les ressources locales

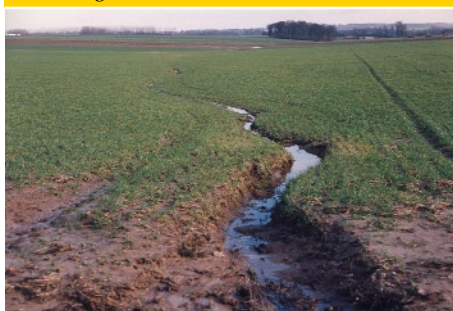
Développer un territoire en s'appuyant sur ce qui en fait la spécificité, contribue à en renforcer son identité. En revanche, les modes d'aménagement agricoles ou urbains fondés sur des logiques uniquement fonctionnelles contribuent à sa banalisation.

### ***Dans les systèmes de production agricoles***

Les systèmes de production agricoles très simplifiés, rendus possibles par les progrès de la chimie, sont en partie remis en cause du fait des mauvais impacts environnementaux et parfois sanitaires ou organoleptiques qu'ils induisent. Certains de ceux-ci peuvent être directement visibles dans le paysage et donner une image négative de l'agriculture par le peu d'attention portée à l'environnement qu'ils révèlent.

Ainsi, lorsque des coulées de boues viennent se répandre sur les routes du fait d'aménagements fonciers inadéquats ou d'un agrandissement sans limite de la taille des parcelles, l'image de l'agriculteur, gardien et bon gestionnaire du territoire, est mise à mal. Comment ensuite penser que ses produits puissent, eux, avoir été fabriqués avec un souci de qualité ?

#### ▲ Protéger le sol



Érosion dans des parcelles trop grandes



Tôles ondulées faisant office de muret dans deux vignobles d'exception !



À l'inverse, des agriculteurs toujours plus nombreux mettent en oeuvre de bonnes pratiques agricoles qui vont avoir des impacts positifs sur l'entretien du paysage et parfois aussi sur la qualité de leur produit.

Aujourd'hui, la majorité de la population n'a plus de rapport direct avec le monde agricole et il devient nécessaire de montrer l'impact de ces pratiques et d'expliquer en quoi elles vont dans le sens d'une amélioration globale des produits et du cadre de vie. Par exemple, l'orientation vers un élevage à l'herbe plutôt que vers un élevage hors-sol, la création de banquettes étroites dans les vignobles pour éviter les grands talus, l'enherbement entre les rangs de vigne, la généralisation de bandes enherbées le long des cours d'eau ou à des endroits bien choisis, la plantation d'arbres ou de haies, la mise en place de systèmes agroforestiers, l'entretien de prés-vergers ou de prés-bois sont autant de choix qui structurent le territoire avec des motifs anciens ou nouveaux. Lorsqu'ils sont bien choisis et bien positionnés, ils contribuent à améliorer les sols, l'eau, la biodiversité et le paysage d'une région et renforcent le lien du produit à son terroir. Ces choix méritent d'être expliqués simplement et mis en valeur de sorte qu'en les observant le public y voie le souci porté par les agriculteurs à leur espace de production et leurs capacités à mettre en valeur les potentiels propres à leur région.





# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ

Les engagements pris par les agriculteurs de respecter des pratiques agrienvironnementales peuvent parfois trouver une reconnaissance officielle dans des cahiers des charges de type Label Rouge, Appellation d'Origine Contrôlée, Agriculture Biologique. En termes de communication, ajouter un argumentaire paysager, contribue à les renforcer.

## ▲ Valoriser la biodiversité

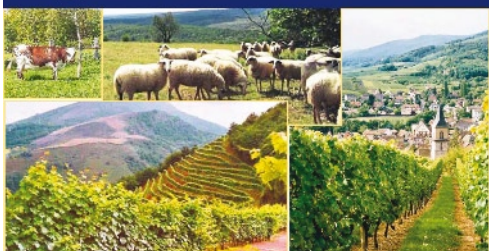


Haie et bandes enherbées



Système agroforestier

## ▲ AOC et Paysages, document INAO et Ministère de l'Agriculture et de la Pêche



### Appellations d'Origine Contrôlée et Paysages

L'INAO et le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche ont édité un document présentant un relevé des mesures, mises en oeuvre par les producteurs d'AOC, qui ont un impact sur le paysage. Ces mesures concernent soit les obligations réglementaires (délimitation et prescription techniques) soit des actions volontaires menées par certaines appellations.

Cf. <http://www.agriculture.gouv.fr> > Thématiques > Environnement > Paysages architecture > AOC et Paysages

Par exemple, le Beaufort est un gruyère pour lequel le cahier des charges intègre des mesures obligeant les éleveurs à nourrir leurs vaches laitières avec de l'herbe et du foin produit dans le périmètre d'appellation pour obtenir un fromage dont le goût reflète la flore de montagne. Cette obligation conduit les éleveurs à faire pâturer ou à faucher même les parcelles en pente, celles qui ont visuellement un rôle important, pour présenter un paysage de montagne bien entretenu par l'agriculture.

Cette contrainte apportée aux éleveurs est en partie compensée par la mise en place de mesures agrienvironnementales contractualisant le travail d'entretien de ces parcelles en pente, plus difficiles à travailler.

Il est important que les services en charge de la qualité du fromage travaillent avec ceux en charge de la mise en oeuvre des mesures agrienvironnementales.

# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ



## **Une expérience exemplaire : les fromages du Haut-Jura et la recomposition des paysages de combes et de prés-bois**

Jusque dans les années 1990, le système d'élevage dans le Haut-Jura était fondé sur une utilisation particulière des sols :

- les prés de fauche dans les combes aux sols les plus riches, consacrés au foin essentiel pour alimenter le troupeau durant les six mois de neige,
- les pâtures sur les bordures, séparées des prés par des murs en pierre sèches, où alternent lignes d'affleurement rocheux et langues de sols plus profonds favorables à l'herbe, c'est le pré bois, dans lequel les laitières viennent se nourrir en été,
- les alpages en altitude où sont placées les génisses en été.

Le paysage très caractéristique qui en résulte exprime une remarquable adaptation des éleveurs aux atouts et aux contraintes de la géologie et du climat de cette région. Le comté ou le Bleu du Haut-Jura, fromages AOC produits dans des coopératives dénommées fruitières, utilisent l'image de ce paysage pour leur communication.

Avec l'agrandissement des fermes, la concentration des troupeaux et l'amélioration de la productivité laitière grâce aux progrès de la génétique, le besoin de nourriture en hiver augmente. La tendance est aujourd'hui à l'intensification des prés de fauche et à une plus grande utilisation d'aliments concentrés achetés. Les pré-bois, trop éloignés du siège de l'exploitation pour être encore pâturés l'été par les vaches laitières, ne sont plus utilisés et s'enrichissent, devenant impénétrables. Dans le même temps, les fleurs des prairies qui contribuent au goût du fromage se raréfient avec l'augmentation de l'utilisation des engrais.

Le paysage perd ainsi les qualités qui contribuaient à son attrait au point que les communes se mobilisent avec les techniciens du parc naturel régional pour aider les éleveurs, toujours moins nombreux, à trouver une autre voie de développement en s'appuyant sur la valorisation des ressources locales et notamment de l'herbe disponible dans les prés-bois. En défrichant les pré-bois et en favorisant le lait d'été produit à l'herbe, ces éleveurs prouvent qu'il est possible de maintenir une haute productivité laitière tout en renforçant les qualités organoleptiques du fromage grâce au maintien de la flore diversifiée de montagne.

Pour réaliser les remises en état du pré-bois, une débuissonneuse a été mise au point. Un groupe d'éleveurs, de naturalistes, de chasseurs, de forestiers, d'élus et de moniteurs de ski, tous concernés par l'avenir de ce pré-bois, se mettent d'accord sur le mode de débroussaillage à adopter et dessinent un plan indiquant les arbres à abattre et où replacer les roches. Pour attirer les vaches d'une « coulisse » à l'autre, des « portes végétales » sont ouvertes afin de leur permettre d'utiliser le maximum d'espace. Des points d'eau sont également mis en place, les parcours clôturés, les arbres de valeur forestière et/ou paysagère et/ou écologique préservés, les noisetiers coupés pour le chauffage.

Les plus gros travaux sont confiés à des entreprises. Des employés payés par les communes viennent chaque année faire une partie de l'entretien manuel pour aider les agriculteurs plus assez nombreux. Éleveurs d'abord, ceux-ci revendiquent également leur rôle de gestionnaire de la biodiversité et du paysage et demandent que les prés-bois entretenus soient classés zone Natura 2000. Ils contractualisent des mesures agri-environnementales « réouverture des pré-bois » et « maintien de prairies fleuries ». Ainsi de tels systèmes, valorisant les ressources locales, économes en intrants et favorables à la qualité des produits, de l'environnement et des paysages obtiennent le soutien de nouveaux partenaires techniques et financiers et retrouvent une rentabilité.





# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ

## Reportage photographique et entretien avec Denis Michaud, éleveur à Reculfoz dans le Doubs

« Il faut écouter les vaches, elles vont toujours en avant mais jamais dans les impasses, on les aide à aller là où il y a du bon en ouvrant des portes »

« Un voisin, berger l'été, moniteur l'hiver, a l'œil du berger et l'œil du touriste »

▲ « On cherche à dégager les coulisses »



▲ « En discutant on s'est rendu compte qu'il y avait plus de convergences que de divergences »



▲ « Tout se fait à l'œil, l'œil est notre outil »



▲ « On a ici des vaches à haute valeur territoriale »



▲ « Il faut garder de l'ourlet, donner de l'ampleur »



▲ « Le paysage est l'empreinte laissée par le produit »



Pour en savoir plus :

La vache laitière à haute qualité territoriale (VLHQT), D. Michaud, Courrier de l'environnement INRA, n° 48 page 45-52 février 2003

<http://www.inra.fr/dpenv/pa.htm>

Rouvrir les espaces pastoraux embroussaillés Fiche conseil du Parc Naturel Régional du Haut-Jura <http://www.parc-haut-jura.fr>



# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ

## ***Dans les documents d'urbanisme***

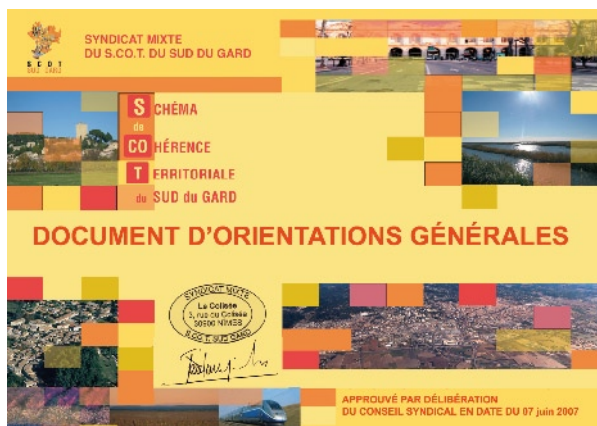
Quelles que soient les contributions des agriculteurs à un cadre de vie de qualité, ils ne peuvent gérer ni entretenir seuls l'ensemble du paysage et leurs actions doivent être relayées et mises en valeur par les autres acteurs du territoire et notamment par les collectivités territoriales. À quoi bon entretenir de façon très attentionnée les éléments du patrimoine paysager agricole si tous les points de vue qui en permettent son observation sont masqués par une urbanisation non maîtrisée ? À travers leurs documents d'urbanisme, les collectivités territoriales ont un rôle important à jouer pour protéger ou aménager les structures paysagères agricoles et naturelles qui contribuent à leur identité. Leur action est également essentielle pour résister aux logiques de l'étalement urbain qui banalisent tous les territoires, dilapidant au profit de quelques-uns le patrimoine paysager qui constitue un bien public et une ressource pour un développement économique de qualité.

Les agriculteurs défendent leur outil de travail mais celui-ci est perçu également comme un élément fondamental du cadre de vie des populations et mérite à ce titre d'être ménagé. Les agriculteurs ont tout intérêt à travailler avec des paysagistes pour faire comprendre, dans les commissions en charge de l'élaboration des documents d'urbanisme, en quoi et à quelles conditions leur activité remplit une fonction paysagère d'intérêt public complémentairement à leur fonction nourricière. Des propositions très concrètes doivent être faites lors de l'élaboration des SCoT, des PLU, des cartes communales pour :

- définir les zones qui ont vocation à rester agricole du fait de leur valeur agronomique, paysagère et/ou environnementale ou de leur importance dans les systèmes d'exploitation des agriculteurs en prévoyant l'accès aux parcelles,
- localiser les zones d'urbanisation de façon à ce qu'elles ne viennent pas masquer les éléments les plus intéressants du paysage agricole,
- éviter que les aménagements touristiques réalisés pour faire connaître la région ne contribuent à en dégrader la qualité.

Les panneaux publicitaires, enseignes et pré-enseignes placés de façon anarchique représentent une nuisance pour les paysages qui contribuent à la qualité du cadre de vie et à l'attrait des régions rurales.

Ainsi le Parc Naturel du Luberon, en lien avec les élus, les annonceurs et les agriculteurs a mis en place une charte signalétique pour aider les communes à engager des négociations avec les annonceurs conduisant soit à la dépose des panneaux soit à leur remplacement sur des pré-enseignes de taille plus petite avec un code couleur défini par activité. Plus de 1200 panneaux ont ainsi été supprimés.



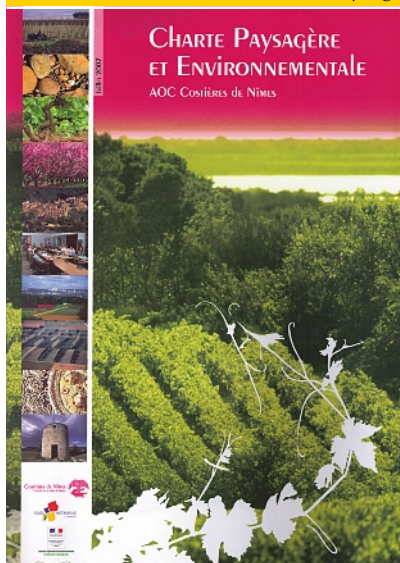
▲ Document d'orientations Générales du SCoT Sud Gard intégrant les préconisations prévues dans la charte paysagère et environnementale





# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ

▲ Costières de Nîmes : Charte Paysagère et Environnementale et Actions à mettre en oeuvre



... 34  
ACTIONS  
À METTRE  
EN OEUVRE

## AXE I : PRÉSERVER LES RESSOURCES NATURELLES ET LA BIODIVERSITÉ



.. Utiliser l'activité agricole dans la gestion des risques naturels

Action 1 : VIGNE COUPURE DE COMBUSTIBLES

Action 2 : AMÉNAGEMENT HYDRAULIQUE

Action 3 : CHAMP D'EXPANSION DES CRUES

.. (Ré)exploiter le rôle du végétal

Action 4 : ENHERBEMENT

Action 5 : HAIE

Action 6 : ARBRE REMARQUABLE

Action 7 : BOIS

.. Optimiser les friches et les jachères

Action 8 : JACHÈRE FLEURIE

Action 9 : OUTARDE CANÉPÉRIÈRE

Action 10 : CULTURE FAUNISTIQUE

## AXE II : GÉRER L'IDENTITÉ RURALE ET AGRICOLE DU TERRITOIRE



.. Accompagner l'activité agricole

Action 11 : UTILISATION RATIONNELLE DE L'EAU

Action 12 : AGROFORESTERIE

Action 13 : PRÉAIE SÈCHE

Action 14 : CIPAN

.. Protéger les terroirs agricoles

Action 15 : CARTE DES POTENTIALS PAYSAGER ET ENVIRONNEMENTAL

Action 16 : VÊILLE, PARIENARIAT ET ANIMATION

.. Affirmer l'identité rurale

Action 17 : ZONE D'INTERFACE

Action 18 : RÉSEAU AÉRIEN

Action 19 : PETIT PATRIMOINE BÂTI

.. Mettre en valeur l'architecture agricole

Action 20 : BÂTIMENT EXISTANT

Action 21 : NOUVEAU BÂTIMENT AGRICOLE

## AXE III : VALORISER L'ACTIVITÉ AGRICOLE PAR LE TOURISME ET LA COMMUNICATION



.. Communiquer sur les liens territoire/produit/savoir-faire

Action 22 : DOCUMENT DE PROMOTION

Action 23 : EXPOSITION

Action 24 : JOURNÉE ANIMATION

.. Parcourir le vignoble

Action 25 : CHEMIN VIGNERON

Action 26 : SENTIER D'INTERPRÉTATION

Action 27 : VÉLOBOUTE

Action 28 : ROUTE DES VINS

.. Accueillir dans le vignoble

Action 29 : SIGNALÉTIQUE

Action 30 : ABORD DE CAVE

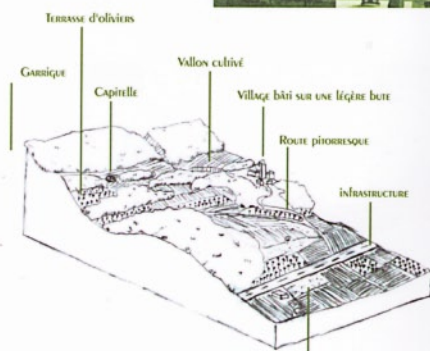
Action 31 : RÉSEAU D'ACCUEIL

.. Mettre en scène le vignoble

Action 32 : ENTRÉE D'APPELLATION

Action 33 : POINT DE VUE

Action 34 : VIGNOBLE VIRGINE



# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ



## **Les sites protégés, l'exemple du vignoble de Château-Chalon**

La loi de 1930 sur les sites et paysages a conduit à protéger les sites et paysages les plus remarquables du pays. Les agriculteurs peuvent se servir de cet outil réglementaire pour, tout à la fois, mieux protéger leurs terres contre une urbanisation anarchique et pour profiter de l'image et de la reconnaissance induites par ce classement. Lors du classement d'un site, il est important que toutes les parties soient présentes pour que la délimitation et les modes de gestion préconisés correspondent bien aux enjeux du territoire.

Ainsi dans le Jura, la délimitation du site classé de Château-Chalon, dont la qualité paysagère provient à la fois du relief particulier de cette « reculée » en bordure du plateau et du travail réalisé par les viticulteurs, s'est faite en s'appuyant sur le périmètre d'Appellation d'Origine Contrôlée du vignoble du même nom. Le projet de classement, porté au début par la seule commune de Château-Chalon, a finalement reçu l'accord des quatre autres villages concernés et des viticulteurs.

Le classement au titre des sites et paysages obtenu en 2006, en même temps qu'a été signée la Charte Internationale de Fontevraud, permet de conforter la protection du vignoble et les visions que l'on peut en avoir. Pour les viticulteurs cette reconnaissance de leur travail en faveur du paysage renforce leur réputation de producteurs du fameux « vin jaune ».

Le périmètre de l'AOC correspond très précisément à une couche de marnes grises du Lias, difficile à travailler et où il a fallu le génie des viticulteurs pour sélectionner un cépage original, le Savagnin, capable de donner tout son potentiel sur ce sol ingrat. Le savoir empirique des viticulteurs rencontre ici le savoir scientifique des géologues. Chaque année, une commission de contrôle des vignes et du rendement visite toutes les parcelles avant les vendanges. C'est le moment où se décide le classement de la vigne en même temps que l'on parle de tout ce qui « défrise » le paysage et de la mise en place d'évolutions techniques comme l'enherbement entre les rangs pour mieux tenir compte de l'environnement. Cet attachement au terroir et sa connaissance fine ont conduit les viticulteurs à utiliser le remembrement de façon très précautionneuse, dans les années 1975, pour moderniser ce vignoble alors en partie à l'abandon. Ils ont essentiellement organisé l'accès mécanisé aux parcelles et amélioré le système hydraulique pour limiter l'érosion sans trop augmenter la taille des parcelles. La grosse partie du travail reste manuelle mais « quand on travaille dans un si beau paysage, on a moins mal au dos ».

L'étude paysagère réalisée en préalable au dossier de classement propose un programme d'actions pour améliorer et valoriser le paysage. Les actions se mettent progressivement en place, une bonne part financée par les communes. Deux équipes d'emplois verts sont chargées d'entretenir les murets et les sentiers; à tour de rôle les viticulteurs présentent leur métier et leur production dans le musée tout juste ouvert, un conservatoire des anciens cépages de la région est créé sur une parcelle proche du village, les viticulteurs remontent leurs terrasses et les cabanes en pierre et participent aux visites que le syndicat d'initiative organise. Aujourd'hui plus personne ne remet en cause le classement du site viticole. Mais certains réclament que les documents d'urbanisme en tiennent mieux compte et que les zones d'habitation soient étudiées pour s'inscrire dans l'harmonie du site.

Pour arriver à ce résultat, de nombreuses rencontres et visites sur le terrain ont eu lieu réunissant viticulteurs, élus, géologue, inspecteur des sites de la DIREN, techniciens des organismes viticoles, de la DDAF et de l'INAO, paysagiste d'un bureau d'étude, responsables de l'office du tourisme, chambre d'agriculture, architecte du CAUE, professeurs et étudiants du lycée agricole, naturalistes... contribuant à renforcer une culture commune sur ce site emblématique.

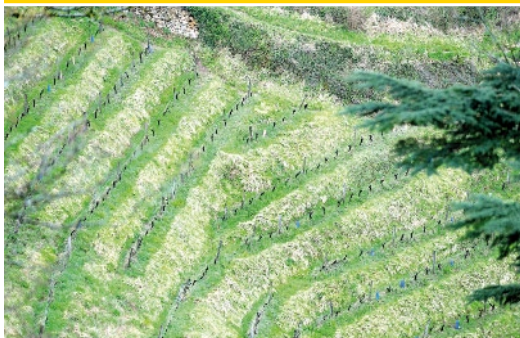




# INSCRIRE DANS LE PAYSAGE LE SOUCI DE QUALITÉ

Reportage photographique, entretien avec les acteurs du classement du site de Château-Chalon

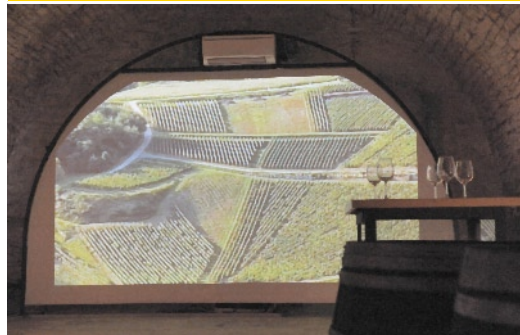
▲ « Il faut que ce soit beau, on prend du recul comme un peintre, on regarde toute l'année »



▲ « Quand on travaille dans un si beau paysage, on a moins mal au dos »



▲ « On regarde le vin, à travers on voit le paysage »



▲ « Le Savagnin est le seul cépage à pousser sur la couche des marnes grises du Lias »



▲ « On a fait passer le sentier de grande randonnée à travers les vignes »



La France est riche d'un grand patrimoine, en bonne partie issu du travail des agriculteurs, qui contribue à la bonne image de l'agriculture française et de ses produits. C'est une chance qu'il convient de travailler avec soin en s'entourant de toutes les compétences nécessaires.

# FAIRE CONNAÎTRE LES PRODUITS ET LES PAYSAGES



L'amélioration concrète de la qualité ne suffit pas. Il est nécessaire de faire connaître ces efforts et de trouver des méthodes pour s'identifier dans un marché où la communication joue un rôle essentiel.

## Guider la découverte des produits agricoles et des paysages

Pour que les produits et les paysages de qualité puissent profiter au développement économique des régions, il est nécessaire de faciliter et d'organiser leur découverte aussi bien par les habitants que par les visiteurs. Cette découverte doit pouvoir profiter à chacun, agriculteurs, organismes de tourisme, collectivités territoriales et, bien sûr, au public et aux consommateurs.

### ***Avec les agriculteurs***

Les agriculteurs engagés dans des démarches de produits de qualité peuvent valoriser leurs travaux par de la vente directe soit individuellement soit collectivement. Mais attention, plus leurs exploitations sont visitées, plus elles sont soumises au jugement global des consommateurs. Les agriculteurs-vendeurs doivent avoir le même souci qu'un commerçant dont la devanture sert à séduire et à donner confiance au client. Les terres, les bâtiments qui constituent l'espace de production et les animaux sont directement donnés à voir et constituent une vitrine tout à fait originale. Il faut ainsi porter attention à l'ensemble des composantes de l'exploitation et pas seulement à la salle de vente. Même si les agriculteurs ne sont pas équipés pour assurer eux-mêmes la vente directe, les manifestations de type journées fermes-ouvertes ou les fêtes agricoles sont très utiles pour renforcer le lien de confiance entre consommateurs et producteurs.

Par ailleurs, lorsque les systèmes de production mis en oeuvre contribuent à renforcer la qualité ou l'identité paysagère des territoires, les agriculteurs sont alors bien placés pour valoriser directement cette qualité du cadre de vie de façon complémentaire à la qualité des produits. Gîtes ruraux, locations de chasse, sports de nature, sentiers paysans, s'adressent à des amoureux du monde rural qui ont des exigences particulières par rapport à l'espace et auxquelles les agriculteurs peuvent répondre avec un minimum d'organisation. Ces actions, menées par quelques-uns, jouent un rôle important pour faire comprendre la fonction des agriculteurs dans la gestion des territoires, elles améliorent l'image de toute la profession.

Si chacun peut travailler de façon efficace à l'échelle de sa propre exploitation, l'impact est renforcé quand les travaux sont réalisés de façon collective. Plusieurs agriculteurs menant des actions coordonnées ont un impact plus fort qu'un seul. Des agriculteurs travaillant en synergie avec les autres acteurs du territoire sont également plus efficaces.

▲ Exploitation viticole pratiquant l'accueil et la vente directe dans le Val d'Aoste







# FAIRE CONNAÎTRE LES PRODUITS ET LES PAYSAGES

## ***Avec les collectivités et organismes en charge du tourisme***

Les routes sont le lieu privilégié de découverte des paysages ruraux. Leurs abords méritent un traitement particulier pour présenter le territoire des régions. L'art de l'aménagement routier a une longue histoire avec laquelle il faut renouer en l'adaptant aux enjeux de la sécurité routière. Ainsi les arbres d'alignements qui offrent une succession de fenêtres sur le territoire et accentuent le contraste entre l'ombre de la route et la clarté des terres cultivées constituent souvent un bon outil de mise en valeur du terroir agricole sous condition qu'ils soient éloignés du bord de la route. Des négociations entre élus, ingénieurs routiers et agriculteurs, notamment à l'occasion d'opérations d'aménagement foncier, peuvent conduire à trouver les meilleurs compromis au profit du cadre de vie collectif et des intérêts de chacun.

Dans des secteurs aux produits ou aux paysages plus originaux ou reconnus pour leurs qualités ou encore dans les zones très urbaines, les collectivités avec les organismes chargés du développement économique et touristique peuvent mettre en place des routes thématiques en lien étroit avec les agriculteurs. C'est ainsi que différentes routes ou pistes cyclables des vins, des fromages, de la pomme, de l'olive, de la pierre sèche, du bocage, ... contribuent à faire découvrir, à la fois, les paysages et les produits d'une région. Leur mise en résonance avec les actions menées par les agriculteurs au niveau de leurs exploitations est souhaitable. Une attention toute particulière doit être portée à la signalétique et à l'implantation des structures d'accueil pour éviter de voir le territoire soumis à une surenchère de panneaux ou de bâtiments touristiques disqualifiant le paysage et brouillant les messages.

### **Sentier d'interprétation agricole en Ile de France**

Dans le contexte péri urbain francilien, la Bergerie Nationale a réalisé, avec ses partenaires agriculteurs et élus, trois sentiers d'interprétation agricoles conçus pour renforcer les liens entre la ville et l'agriculture et changer le regard des habitants-citadins sur les paysages environnant et sur l'activité agricole. À partir de cette expérience, un DVD méthodologique a été produit destiné à ceux qui veulent mettre en place de tels sentiers.

[www.bergerie-nationale.educagri.fr](http://www.bergerie-nationale.educagri.fr)

[www.bergerie-nationale.educagri.fr/sos/fr/mod\\_php/index.php?page=ad](http://www.bergerie-nationale.educagri.fr/sos/fr/mod_php/index.php?page=ad)

### Le sentier d'interprétation agricole

**Le sentier d'interprétation agricole**  
regards croisés  
entre élus, citadins et agriculteurs

Le sentier d'interprétation agricole  
L'objectif est d'approcher et de comprendre les paysages agricoles que nous traversons tous à la fois quotidiennement entre ville et campagne, dans la relation qu'ils entretiennent à l'environnement à la Biodiversité, à l'alimentation... rapprocher les habitants de l'agriculture qui les entoure... cela sont les finalités d'un sentier d'interprétation agricole.

Les élus et les agriculteurs de trois territoires franciliens situés entre 10 et 50 km de Paris (Plaines de Saclay, Plateau de France, Parc naturel régional de Gâtinais français) se sont réunis et témoignent de leur expérience dans la réalisation de ce projet sur leur territoire.

Accompagné et scénarisé  
Madame Homocourtois  
Covetises  
Jap. Zimmermann  
Lanika Ollivier  
Rothfuss, Arcep

Réalisation: Castagne/Monzye  
Lionel Goupi

DVD  
2011

la bergerie nationale



# FAIRE CONNAÎTRE LES PRODUITS ET LES PAYSAGES

Ce fascicule n'a pas pour objectif de donner des règles concernant les meilleures façons de communiquer sur les produits et les paysages - ce qui est de la compétence des publicistes - mais seulement d'insister sur l'importance de rendre cohérentes les actions menées par les agriculteurs et les collectivités quant à l'aménagement de leur territoire et les images sur lesquelles se fait leur communication.

## Harmoniser la communication

### ***S'appuyer sur les images emblématiques***

Que ce soit pour les produits agricoles ou pour les territoires, les paysages font vendre. Emblèmes régionaux voire nationaux et produits d'appel pour toute une région, certains paysages agricoles font tellement partie de l'inconscient collectif et ont acquis une telle reconnaissance dans l'ensemble du corps social qu'il est aujourd'hui impensable pour beaucoup de nos contemporains de les imaginer l'un sans l'autre. L'Alsace sans son vignoble de coteaux, le Morvan sans ses boeufs Charolais élevés dans le bocage...

Certaines publicités servent autant à commercialiser les produits qu'à faire découvrir une région. Produites et financées par les uns, elles peuvent servir aux autres. Ainsi quand le Comité Régional du Tourisme de Bourgogne fait de la publicité pour développer le tourisme en s'appuyant sur un clos typique de la région, c'est alors une campagne de publicité gratuite offerte aux vignerons de cette région mais qui n'est rendue possible que par la qualité des paysages viticoles effectivement entretenue par ces derniers. En ce sens il faut veiller à ce que ces paysages emblématiques conservent leurs composantes identitaires essentielles même si les systèmes de production évoluent.

Mais attention, une telle signalétique, si elle est trop agressive et placée de façon inappropriée, peut dévaloriser les auteurs de ces publicités.

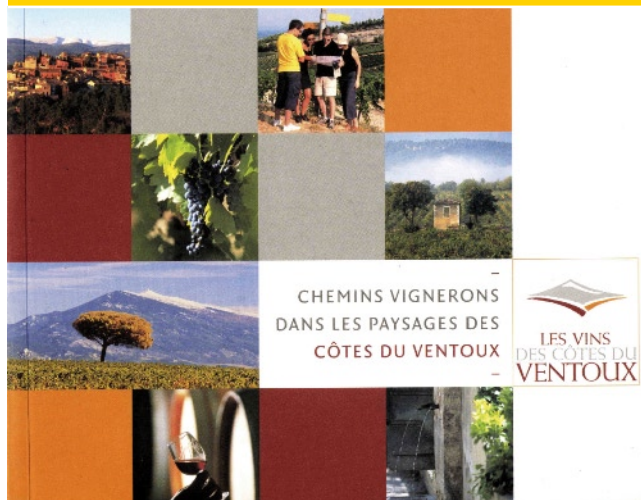
▲ Campagne d'affichage du Comité Régional du Tourisme de Bourgogne dans le métro parisien

En Bourgogne, seul le raisin est pressé.



[www.bourgogne-tourisme.com](http://www.bourgogne-tourisme.com) La Côte-d'Or en **Bourgogne**

▲ Route des vins des Coteaux du Ventoux







# FAIRE CONNAÎTRE LES PRODUITS ET LES PAYSAGES

## **Le groupement des producteurs des volailles fermières de Loué**

Depuis 1958, les éleveurs de la région de Loué se sont engagés, avec le soutien de la Chambre d'Agriculture, dans une politique de relance de la production du poulet en alliant une recherche constante d'amélioration technique, des actions sur l'environnement et le paysage et des campagnes de communication faisant connaître ces mesures. Ils expliquent notamment comment une partie du prix payé par les consommateurs est consacrée à la replantation d'arbres pour inciter les animaux à investir tout l'espace libre près des poulaillers. C'est ainsi un néo bocage adapté à l'élevage du poulet et aux bâtiments modernes qui se met en place dans une logique de développement durable. Les éleveurs communiquent sur cette image de modernité inscrite dans leur cahier des charges. Parallèlement, des actions sont menées avec leurs conseillers pour améliorer l'environnement paysager de toute l'exploitation et des bâtiments.

Quand 50 ans plus tard, le Conseil Général de la Sarthe s'appuie sur la notoriété du poulet fermier de Loué en affirmant : « Le poulet de Loué est une production à notre image : elle respecte la qualité et l'environnement », il y a une sorte de « récupération » de l'image positive d'un produit pour appuyer celle de la collectivité. Un cercle vertueux se crée, les actions et la communication des uns servant celles des autres. Les éleveurs sont le fer de lance du développement durable.

[www.loue.fr](http://www.loue.fr)



Louée soit  
la **Sarthe**.

Le poulet fermier de Loué  
est une production à notre image :  
elle respecte la qualité et l'environnement.

Retrouvez nos autres spécialités sur :  
[www.sarthe.com](http://www.sarthe.com)

LA SARTHE, ON EN EST FIER. **Sarthe**

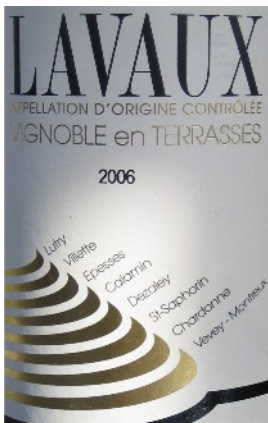


# FAIRE CONNAÎTRE LES PRODUITS ET LES PAYSAGES

## **Fabriquer de nouvelles images d'une agriculture en phase avec le développement durable des territoires**

Les consommateurs, devenus en grande majorité urbains, n'ont plus qu'un rapport lointain et souvent nostalgique avec l'activité agricole. Réaliser des images et une communication centrées sur de telles visions du passé ne peut porter qu'un temps ses fruits en termes commerciaux. Mais quand le consommateur d'un produit agricole devient un touriste qui ne retrouve aucune référence concrète au paysage qu'il imaginait, ce type de communication devient alors contre-productif. Il est pourtant possible de produire des images correspondant à des paysages contemporains de qualité sous condition de travailler avec des communicateurs capables de mettre en valeur et de faire voir ces qualités.

Ainsi des collectivités, des agriculteurs offrent des résidences à des artistes, peintres, photographes, écrivain, scénographes, musiciens, paysagistes faisant du Land Art en les invitant à découvrir leur travail et les paysages qu'ils produisent. Les expositions, pièces de théâtre, concerts de nature, interventions réalisées transforment l'image de l'agriculture et des agriculteurs.



▲ La communication sur un site emblématique se prête à des interprétations graphiques plus contemporaines : vignoble de Lavaux et de Solutré



▲ Carnet d'un voyage paysagiste en agriculture, par Dominique Henry, paysagiste DPLG. Dessin illustrant le travail de réouverture des vallées vosgiennes par les éleveurs, en répondant à des intérêts agricoles et paysagers





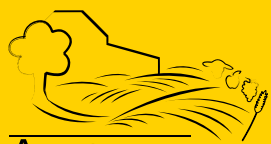
## CONCLUSION

La diversité des situations et des façons d'aborder les relations entre la qualité des paysages, la qualité des produits et la qualité du cadre de vie ainsi que la variété des partenaires concernés ne permettent pas de définir une méthode unique qui puisse s'adapter à toutes les situations. Cependant, des différentes visites ou entretiens réalisés pour rédiger ce document, il ressort quelques éléments importants que chaque acteur en charge de ces questions doit garder à l'esprit :

- comprendre et étudier la spécificité des paysages et des produits à travers l'étude de l'histoire locale (notamment des savoir-faire) et de la géographie en utilisant la méthode des regards croisés et des savoir croisés,
- renforcer une culture commune du territoire et du projet par des travaux menés ensemble sur le terrain, agriculteurs, élus, techniciens, professeurs et étudiants de l'enseignement agricole,
- être attentifs à la cohérence des actions menées sur les produits et sur les paysages et à leur valorisation.

Tous les territoires, et pas seulement les plus emblématiques, sont concernés car chacun est différent et possède des atouts qu'il convient de valoriser au mieux.





**APPORT**  
PAYSAGES AGRICOLES

DES OUTILS POUR  
DES PROJETS DE  
DÉVELOPPEMENT  
DURABLE DES  
TERRITOIRES

### Bibliographie

Pastoralismes, Biodiversités, Paysages : Construire une vision partagée, Parc National du Mercantour, Actes colloque, 2008

Mise en relation de la qualité des produits et des paysages, enseignements issus de l'analyse comparée entre le fromage AOC Saint Nectaire et la marque Viande bovine du Parc Naturel Régional du Morvan, L. Dobremez (coord.), 2008 Cemagref

Agriculteurs, forestiers et Grands Sites : quels partenariats?, RGSF, 2007, [www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

Paysages d'élevages, paysages d'éleveurs, Institut de l'élevage et MAP, 2006, [technipel@inst-elevage.asso.fr](mailto:technipel@inst-elevage.asso.fr)

Appellations d'Origine Contrôlée et Paysages, INAO/MAP, 2006, [www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr) > thématiques > environnement > paysage architecture

Le paysage, c'est l'affaire de tous ! 20 années d'actions paysagères en Haute-Bruche, Cédérom, Communauté de Communes de la Haute-Bruche, 2005

Un sentier pastoral, J.P. et B. Deffontaines, J. Ritter, 2004 coédition INRA et Educagri éditions

Un voyage paysagiste en agriculture, D. Henry, Revue d'Auvergne, 2004, n°571, p. 115-131

Paysages et agriculture dans les Alpes du Nord : représentations et aspirations de la société, E. Guisepelli, P. Fleury, GIS Alpes du Nord, 2003

L'agriculture et la forêt dans le paysage, MAP, 2002, [www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr) > thématiques > environnement > paysage architecture

Paysages de vignobles, Institut technique de la vigne et du vin et MAP, 2002, [www.vignevin.com](http://www.vignevin.com)

Mon vignoble à Beaumes-de-Venise, C. Milhaud, 2001, in Patrimoine et paysages culturels, Confluences, p. 97-104

Agriculteurs et Paysages, R. Ambroise, F. Bonneaud, V. Brunet-Vinck, Educagriéditions, 2000

L'agriculteur-artisan, producteur de forme, J. P. Deffontaines, 1994, Natures Sciences Sociétés, 2, (4), p. 337-342

Agriculture biologique et paysage, F. Bonneaud et V. Brunet-Vinck, N.S.T., vol. 11, numéro 2, 1993, p. 127-132

### Auteurs, rédaction et iconographie :

R. Ambroise, A. Brochot

**Comité de lecture :** C. Berinstain-Bailly, J.Y. Blanchin, G. Flutet, A. Guillaumin, C. Herbin, J.J. Kelner, A. Lasnier, L. Otthoffer, E. Pernot, F. Pervanchon

**Remerciements :** S. Cappelaere, P. Guillet, S. Lecouster, C. Legier, D. Michaud, C. Speich, F. Schaller, C. Vuillaume

### Source des illustrations :

Page 1\*, J. Rochard ; pages 4,6, Fotolia ; Page 7, Côtes de Beaune, R. Ambroise ; Lavaux et Val de Loire, J. Rochard ; Costières de Nîmes, Atlas photographique des paysages de Nîmes Métropole, G. Martin Ragat ; page 10, R. Ambroise ; page 11, R. Ambroise, R. Sauvaire ; pages 13 et 17, J.J. Kelner ; page 18, Cervim ; page 21, P. Guillet, Conseil Général de la Sarthe

**La collection APPORT Agriculture et Paysage** est éditée par IFV, Institut Français de la Vigne et du Vin

**Directeur de la publication :** J.P. Van Ruyskensvelde

N° ISBN : 2-906417-43-2

**Maquettage :** C. Herbin

**Conception graphique, réalisation :** [www.CIDEO.fr](http://www.CIDEO.fr)

**Impression :** Le Réveil de la Marne (51), imprimerie labellisée IMPRIM'VERT, certifiée PEFC-FSC

**Dépôt légal :** juin 2009

\* *Vignoble d'Irouléguy dans le Pays Basque, labellisé « Paysage de reconquête » en 1993 par le Ministère de l'Environnement*



# QUALITÉ DES PAYSAGES, DES PRODUITS & DU CADRE DE VIE

[www.agriculture-et-paysage.fr](http://www.agriculture-et-paysage.fr)

