

THÈSE

Pour obtenir le grade de
Docteur

Délivré par **UNIVERSITE PAUL VALÉRY**, Montpellier 3

Préparée au sein de l'école doctorale 60 :
Territoires, Temps, Sociétés et Développement
Et de l'unité de recherche *UMR 951 Innovation*

Spécialité : **Géographie et Aménagement de l'Espace**

Présentée par **Carolina QUIUMENTO VELLOSO**

Les paysages dans leur complexité :
une ressource pour le développement territorial du
piémont et des contreforts viticoles du Larzac
(Languedoc-Roussillon)

Soutenue le 17 décembre 2013 devant le jury composé de

Mme Claire Cerdan , Chercheure, CIRAD, Montpellier	Co-directrice
Mme Claire DELFOSSE , Professeur des universités, Lyon 2	Rapporteur
Mme Lucette LAURENS , Professeur des universités, Montpellier 3	Directeur
M. Laurent RIEUTORT , Professeur des universités, Clermont- Ferrand	Rapporteur
M. Christophe SOULARD , Directeur d'unité, INRA, Montpellier	Examineur



Université Paul Valéry, Montpellier 3
Ecole Doctorale 60 *Territoires, Temps, Sociétés et Développement*
UMR 915 Innovation



Les paysages dans leur complexité :

une ressource pour le développement territorial du piémont
et des contreforts viticoles du Larzac

(Languedoc-Roussillon)

Par **Carolina QUIUMENTO VELLOSO**

Cette thèse a été co-encadrée par *Lucette LAURENS* (UM3)
et *Claire Cerdan* (CIRAD) de l'*UMR Innovation*.

Elle a été financée par la CAPES (Coordination de l'Amélioration du Personnel de Niveau Supérieur, Brésil) et a bénéficié du soutien de l'ANR dans le cadre du projet PATERMED – *Paysages et terroirs Méditerranéens* – n°ANR-09-STRA-07-03.

Elle a été réalisée dans les locaux INRA de l'*UMR 951 Innovation*.



À ces héros, tous ceux qui même devant autant
d'injustice, de difficultés ou de misère ont su être des
plus heureux.

À tous ceux qui ont été capables de renoncer à ses propres intérêts
pour un monde plus juste, plus sain et plus heureux.

À Henrique, cet homme qui a grandi à côté de moi, mon
frère, mon héros, qui m'a montré combien la vie est
précieuse et combien nous sommes capables !

A ma mère, étoile plus belle
qui illumine mon « voyage ».

*« Il faut encore avoir du chaos en soi pour pouvoir
enfanter une étoile qui danse ».*

(Friedrich Nietzsche)

Remerciements

Comment ne pas avoir une pensée chargée d'émotion et d'affection pour tous ceux qui m'ont accompagnée et menée jusqu'à ce jour tant rêvé et convoité. A commencer par ceux qui ont rendu cette thèse possible.

Merci à *Lucette Laurens* d'avoir accepté cette direction de thèse. Son professionnalisme, sa rigueur, sa patience, sa compréhension et ses critiques m'ont apporté une grande aide.

Merci à *Claire Cerdan*, ma co-directrice de thèse, de m'avoir accompagnée, encouragée, supportée, lue, relue, critiquée et bien davantage dans cette trajectoire et cela même bien avant. Sa dédicace, sa sagesse et sa bonne humeur ont certainement laissé de bonnes empreintes et de sérieux apprentissages sur ce chemin qui est aussi celui de l'amitié.

Merci à CAPES et au gouvernement brésilien de m'avoir accordé une bourse pendant ces quatre années de thèse, sans laquelle tout ce parcours et ce travail n'auraient été possible. Ceci m'a permis d'ouvrir les yeux, d'approfondir mes connaissances, de connaître et d'établir des liens avec un autre continent, de vivre une nouvelle expérience... Mes pensées les plus reconnaissantes, s'adressent donc, bien évidemment, à mon pays natal, qui m'a soutenue sur ce chemin. Bien que les études de cas de ma thèse se limitent à une réalité française, le travail et les connaissances produites à partir de ceux-ci visent et apportent des contributions au Brésil. En effet, la qualification de produits ancrés dans le terroir, la valorisation, le développement des territoires ainsi que la préservation du paysage (soit culturel soit naturel) sont des préoccupations et thématiques actuelles, importantes et récentes pour mon pays.

Merci à *Christophe Soulard* d'avoir été constamment présent, attentif et réactif dans la construction de cette thèse ainsi que dans mon parcours. Je ressens une très grande admiration pour cet homme qui tout en étant professionnel, dynamique et pragmatique, sait apporter une pointe de poésie dans son regard.

Merci à *Aparecido Lima da Silva* qui dès mes années à la Faculté d'Agronomie, a cru et nourri ma capacité ainsi que mes compétences liées non seulement à la recherche, mais

également à la photographie et au métier d'ingénieur agronome. Il m'a toujours encouragé à suivre mes rêves, mes passions, ma formation, et fut ainsi à l'origine de cette thèse. Merci !

Merci à *Paulo Emilio Lovato* de m'avoir consacré un peu de son temps mais aussi de son expérience et de m'avoir offert son soutien chaque fois que l'ai sollicité afin de rendre plus souple et concrète cette thèse ainsi que son parcours.

Je tiens également à faire part de ma gratitude la plus profonde aux membres du jury, qui ont si gentiment accepté de lire et critiquer ce travail. Leur présence constitue pour moi un véritable honneur.

« [Celui] *qui fait un poème, ouvre une fenêtre* », disait le poète brésilien Mario Quintana. Si ma thèse ne constitue pas vraiment un poème, mais plutôt un « rendu scientifique », j'espère suffisamment voyager entre les mots et les paysages pour ouvrir quelque part une fenêtre, et ceci, surtout pour les acteurs sociaux du Piémont et des contreforts du Larzac. Ma pensée la plus forte en gratitude, en ce moment, est sans doute dédiée à ce groupe d'acteurs qui eux aussi ont tant rempli de poésie et d'espoir mon approche de chercheur, d'agronome et de photographe. Un grand merci à chacun d'entre eux pour m'avoir accordé un peu de leur temps et partagé des moments inoubliables. Ils ont patiemment et gentiment répondu à toutes les questions, m'ont ouvert leur porte et offert leurs regards. Parmi eux, un merci et une pensée spéciale à la *Cave Coopérative de Montpeyroux*, à *François Boudou* et à *Bernard Palissé*, à *Jean Natoli*, à *Marie* et à *Fred Chauffray*, à *Olivier Jullien*, à *Philippe Bonifas*, à Sylvain et à Désirée Fadat, à Vincent Goumard, à André Suquet et à Jo Lynch, à Yvon Creissac, à Claude Carceller, à Pascale Rivière, à Gil Morrot, à Pascal Dalier, à Marc et à Cathy Cros, à Antoine Cotes, à Jean-Pierre Cabanes, à Laurent Taisse, à Julien Zernott et à Delphine Rousseau, à Jean Marie et à Marie-Ange Lasmènes, à Sébastien, à Dani Fraysse, à Béatrice et à Sébastien Fillon, à Frédéric Pourtalié, à Fabrice Ayala, à Yvon Carceller, à Pascal Pons, à Philippe Coston et à Jean-Pierre Venture. Ces personnes demeureront pour toujours dans mes plus beaux souvenirs. A tous les acteurs du territoire, j'espère que cette thèse puisse d'une certaine manière leur ouvrir des portes vers de beaux et bons avenir.

Un grand merci notamment à *Alexandre Hollan*, cet excellent artiste peintre hongrois habitant à Gignac, ami de Philippe Bonifas, qui m'a de bon cœur laissé les clés de sa maison pour que j'y habite durant les mois où j'ai fait la plupart de mes enquêtes. Merci aussi à *Gérard Lorimy* qui m'a gentiment hébergé lors de mon arrivée à Montpellier.

Merci spécialement à *Gilberto Mascarenhas*, ce grand ami et partenaire de mes enquêtes, sans lequel les études sur le terrain n'auraient pas été si productives, intensives,

agréables et inoubliables ! Merci à *Geise Assis* pour sa douce compagnie, son regard poétique et juste, que j'ai tant aimé partager ainsi que pour ses talents gastronomiques si enviabiles !

Merci à *Jean-Marc Touzard* pour m'avoir avec Gilberto présenté au président et au directeur de la Cave Coopérative de Montpeyroux permettant ainsi que les portes de cette commune s'ouvrent en toute simplicité.

Merci également à ceux qui dans le champ de la recherche m'ont accordé quelques bonnes minutes d'échange de mots pour discuter de ma thèse : *Bernard Pecqueur, Gilles Allaire, José Muchnick, Jean-Claude Mouret, Luis Renato D'Agostini, John Wilkinson, Wilson Schmidt, Murilo Flores, Sandro Luis Schlindwein.*

Merci à *Gérard Desplobins* pour son soutien académique mais aussi bureaucratique du quotidien, lui qui de nombreuses fois s'est inquiété de mon bien-être, mon adaptation en France et mon encadrement dans l'avancement de cette thèse. Qu'il soit assuré de ma profonde admiration, affection et amitié.

J'ai une pensée très forte et spéciale pour *Sandrine, Gopal et Paul Thomé*, qui ont toujours été là quand j'ai eu besoin, dans des moments de bonheur, d'angoisse ou de nostalgie, dans l'accueil ainsi que dans la vie quotidienne. À ces anges sur terre que j'ai adoptés comme ma « famille française » et que j'aime incommensurablement. Merci à *Maria Helena* d'avoir rendu possible cette belle rencontre.

J'adresse ma profonde affection à mes parents, mes sœurs, mes frères, ma belle-sœur, ma nièce Helena et mon neveu Luis Gustavo. Qu'ils soient infiniment remerciés pour tout le soutien, l'encouragement et les bonnes vibrations qu'ils m'ont adressés par delà les océans. Merci à *Helena* pour chaque sourire, chaque dessin et chaque mot envoyés qui ont coloré ma « *saudade* ».

Merci aux amis distants géographiquement qui ont été pourtant toujours présents immatériellement pendant la construction de ce travail : *Delphine Vitrolles, Luciane Malinovski, Ana Carolina Satie Vellôso Yoshida, Gerson Lepletier et Marcos Alberto Lana.* Merci également à ceux qui étaient plus proche : *Anthony Benoist, Rabih Tarraf et Didier Legendre.* Mon admiration et ma reconnaissance éternelle à *Mohamed Ghosn* qui par sa présence, amour, sagesse et patience a contribué à l'achèvement de ce travail. Qu'il soit assuré de mon affection.

Merci à *Paulo Niederle et Catia Grisa* pour leur amitié, partage et découverte du « pays des merveilles » en début de thèse. Merci à *Hamilton, Rita, Tobias et Mélanie* pour leur soutien

et ces moments inoubliables passés en terre française. De même, pour les bons moments partagés et le soutien qu'ils m'ont accordé, merci à *Eduardo, Pati, Antônio et Mariana*, mais également à *Bruno, Leila Falcão, Carla De Mello, Manoel, João Medeiros et Natalie*. Quant aux moments empreints de solidarité dans notre maison de Castelnau, merci à *Alessandra Flores, Ana Clara Montez et Gaëlle Cerdan*.

Merci aux « copains et copines » croisés au sein de l'unité de recherche. Spécialement: *Kaé, Nico, Sophie Burgel, Marie François, Marie-Laure, Habib Magsi, Camille Clément, Emilie Coudel, Marie Ollagnon, Jorge, Nadine Kelemen, Marion, Chloé, Sandrine, Ophélie, Etienne, James, Maria Clara, Sylvestre, André, Jean-Claude et Roy*. Merci à toute l'équipe de *l'UMR-Innovation* et en particulier à *l'équipe IT*, avec laquelle j'ai partagé d'agréables moments tant sérieux que décontractés.

Merci à *Olivier Consuegra* pour l'aide et les moments parmi les plus beaux que j'ai passés dans ce pays de merveilles. Merci encore à *Louis Michel de Almeida, Benoît Roger, Julien Martinelli, Nicolas Leménager, Josselin Thomé, Kim, Simon et Elias* pour leurs encouragements et les moments partagés.

Merci aux *Dr. Franck Azais* et *Dr. Régine Cambon* de m'avoir soigné avec autant de professionnalisme et d'attention. Leur soutien lié à ce travail est bien plus grand qu'ils en puissent imaginer.

Merci à *Reinaldo et à sa famille* d'avoir gardé et soigné mon bien des plus précieux.

Merci au professeur *Luis Renato D'Agostini*, dont je suis inconditionnellement fan, qui a renforcé et encouragé mon esprit rêveur et défenseur de la cause humaine, mais qui l'a aussi soulagé en me laissant comprendre que le doctorat n'est qu'un passage, que le monde différent dont je rêve, dépendra surtout de ce que je ferai dans l'avenir à chaque instant de ma vie.

Sommaire

Introduction	17
Chapitre 1 – Le paysage : de sa source académique à la ressource territoriale	27
Introduction	27
1.1 Les origines du paysage	29
1.2 Le paysage en géographie	30
1.3 Le paysage vu et le paysage vécu	36
1.4 Le paysage une ressource pour le développement	41
1.5 Problématique, hypothèses et méthodologies : la construction du chemin	52
Conclusion	64
Chapitre 2 – La Connaissance du Paysage : le Piémont et les Contreforts du Larzac	67
Introduction	67
2.1 Délimitation de la région d'étude	69
2.2 Le pays Cœur d'Hérault : des paysages riches et divers	74
2.3 L'occupation des sols : un territoire viticole et « naturel »	79
2.4 Le Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault : un élément fédérateur pour les communes	81
2.5 L'histoire et développement de l'activité viticole en Languedoc et la zone d'étude : un espace agricole en mutation	86
2.6 Nouveaux temps pour la viticulture du territoire : qualité, méthodes de travail et les néo-vignerons	94
2.7 Trois appellations d'origine dans la zone d'étude, trois cas différents	101
2.8 Les espaces organisationnels des paysages au piémont et aux contreforts du Larzac : diversité et complexité dans l'ensemble, le paysage n'est pas que viticole	106
2.9 Les acteurs du paysage viticole et leur art de vivre : « <i>on aime ce qu'on fait</i> »	110
Conclusion	114
Chapitre 3 – Le Paysage donné à voir par les acteurs économiques	117
Introduction	117
3.1 Matériaux et méthodes	121
3.2 La médiatisation du paysage à travers les images : l'analyse des photographies	129
3.3 La médiatisation du paysage sur les pages d'accueil	145
3.4 Analyse de mots-clés sur les sites Internet	149
Conclusion	154

Chapitre 4 – Le Paysage Vécu des Producteurs	157
Introduction	157
4.1 Profil des vigneron·ne·s enquêtés	160
4.2 Le paysage à travers les mots : des paysages « invisibles » ?	185
Conclusion	225
Chapitre 5 – Le Paysage dans les actions collectives et publiques	231
Introduction	231
5.1 Matériaux et méthodes	234
5.2 Les actions collectives et publiques « locales » : objet de l'analyse	236
5.3 Quels paysages figurent dans les actions ?	268
5.4 Les actions et le maintien des paysages : dans quel sens tournent les relations ?	278
Conclusion	280
Chapitre 6 – Un Paysage Collectif pour l'Avenir : la construction du dessin riche	283
Introduction	284
6.1 Le dessin riche : pourquoi avoir ce « nouveau regard » sur le paysage ?	288
6.2 La construction du dessin riche pour représenter les paysages complexes du piémont et des contreforts du Larzac	290
Conclusion	300
Conclusion	303
Bibliographie	313

Liste des Sigles et Abréviations

- AB : Agriculture Biologique
- AIRSUD : Association Interprofessionnelle Régionale des vins de pays Languedoc-Roussillon Sud de France
- AMVAP : Aire de Mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine
- ANR : Agence Nationale de la Recherche
- AOC : Appellation d'Origine Contrôlée
- AOP : Appellation d'Origine Protégée
- CAPES : *Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nivel Superior* (Coordination de l'Amélioration du Personnel de Niveau Supérieur)
- CCVH : Communauté de Communes Vallée de l'Hérault
- CERPA : Centre d'Etudes et de Recherche sur les Paysages
- CGVM : Confédération Générale des Vignerons du Midi
- CIVL : Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc
- *e.g.* : *Exempli gratia* (par exemple)
- EPCI : Etablissement Public de Coopération Intercommunale
- *et al.* : *et alii* (et les autres)
- FAO : *Food and Agricultural Organization* (Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture)
- FEADER : Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
- Fig. : Figure
- GR : Grande Randonnée
- ICV : Institut Coopératif des Vins
- *i.e.* : *Id est* (c'est-à-dire)
- IFEN : Institut Français de l'Environnement
- IGP : Indication Géographique Protégée
- INAO : Institut National de l'Origine et de la Qualité

- INPI : Institut National de la Propriété Industrielle
- INRA : Institut National de la Recherche Agronomique
- INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
- IT : Innovation Territoriale
- LOADDT : Loi d’Orientation pour l’Aménagement et le Développement Durable du Territoire
- LOADT : Loi d’Orientation pour l’Aménagement et le Développement du Territoire
- MAAF : Ministère de l’Agriculture, de l’Agroalimentaire et de la Forêt
- OC : Organismes Certificateurs
- OCAGER : Opérations Concertées d’Aménagement et de Gestion de l’Espace Rural
- OGS : Opération Grand Site
- OTI : Office de Tourisme Intercommunal
- PAC : Politique Agricole Commune
- PATERMED : Paysages et Terroirs Méditerranéens
- PLU : Plan Local d’Urbanisme
- POS : Plan d’Occupation des Sols
- RNU : Règlement National d’Urbanisme
- SAU : Superficie Agricole Utile
- SCOT : Schéma de Cohérence Territoriale
- SIC : Site d’Intérêt Communautaire
- SPPEF : Société pour la Protection des Paysages et de l’Esthétique de la France
- SPPF : Société pour la Protection des Paysages en France
- SSM : *Soft Systems Methodology*
- UMR : Unité Mixte de Recherche
- UNESCO : *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (Organisation des Nations Unies pour l’Education, la Science et la Culture)
- VDQS : Vin De Qualité Supérieure
- VTT : Vélo Tout Terrain

- ZICO : Zone d'Intérêt Communautaire pour les Oiseaux
- ZNIEFF : Zone Naturelle d'Intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique
- ZPPAU : Zone de Protection du Patrimoine Architectural et Urbain
- ZPPAUP : Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager
- ZPS : Zone de Protection Spéciale
- ZSC : Zone Spéciale de Conservation

Introduction

« Je pense que Dieu, quand il a créé le monde, il pensait à un seul mot : jardin ! Jardin c'est l'image de la beauté, de l'harmonie, de l'amour, du bonheur »¹.

(Rubem Alves)

Aujourd'hui, le paysage occupe une place importante et croissante dans les politiques et les actions publiques, notamment dans le cadre des problématiques de développement durable à l'échelle des territoires. L'objectif de la thèse sera de vérifier dans quelles mesures des paysages viticoles du Languedoc peuvent être un élément moteur, une ressource territoriale, capable de générer de nouvelles formes de développement durable. La conception et les dynamiques du paysage sont complexes et souvent peu tangibles pour les acteurs du territoire, ce qui complique les processus de valorisation et d'activation de la ressource. Avec l'appui de la pensée systémique, ce travail de recherche propose une « nouvelle forme » de représentation des paysages, saisis dans leur complexité. Cette approche est un outil efficace pour les acteurs locaux dans les processus d'autoréflexion et d'auto-apprentissage, qui permettent la définition de stratégies et d'actions qui activent la

¹ Le discernement de jardin est peut-être plus simple et aisé que le paysage, parce qu'il n'y a pas de doute qu'il est construit, modelé et maintenu par l'homme. Le paysage, même si nous prenons sa définition limitée dans le dictionnaire, est beaucoup plus complexe. Tout d'abord il est construit par la nature, mais aussi par l'homme. Il s'agit d'une interaction entre l'homme et l'environnement. Ensuite, même s'il est tout d'abord ce qui est visible (Luginbühl, 1981), l'immatériel (la culture, les interactions, le savoir-faire, le vent, etc.) intervient et le « transforme » et en fait donc partie (Paupert, 2011). L'intervention (la construction, le modelage et la manutention) de l'homme, en plus, n'est pas seulement individuelle, mais collective.

Cependant, tout comme le jardin, le paysage fait partie des rêves et de la vie quotidienne des hommes. Quand bien même un grand contingent de la société ne choisit pas son lieu de vie, le paysage pour l'individu peut exister tout d'abord dans l'imaginaire, dans des « rêves » pour « vivre mieux » – ou pour passer ses vacances. Le paysage de l'imaginaire n'est pas toujours le même de celui qui nous entoure, notre lieu de vie. Par ailleurs, les acteurs économiques du territoire ne se sentent pas responsables du paysage, ceci est aussi résultat de ses pratiques et de ses choix. Au contraire d'un jardin, cependant, un seul être est beaucoup moins capable de le façonner, le transformer et le maintenir (notamment dans les cas où les propriétaires de terres sont nombreux et détiennent peu de surface).

ressource paysagère pour promouvoir un développement territorial durable via le maintien des paysages non simplement « beaux », mais aussi « vivants », avec la participation et selon les regards des acteurs.

Position du sujet

Les études et les recherches sur les paysages sont anciennes. Les approches du paysage ont fait l'objet de plusieurs débats (parfois divergents), notamment en ce qui concerne sa définition. Au départ le paysage s'attache surtout aux formes de représentations iconographiques : les peintures, les photographies et les dessins. Ce sont d'ailleurs les peintres qui ont introduit le terme dans le langage humain. Et cette idée « primitive » du paysage persiste certainement jusqu'à aujourd'hui, comme nous constatons dans le dictionnaire Hachette : « *étendue de pays qui s'offre à la vue ; nature, aspect d'un pays, d'un site, etc.* ». Elle a pourtant, depuis et grâce aux différentes études et débats dans des différents domaines de la science, beaucoup évolué.

Dès les années 1970, notamment, les études de paysage reconnaissent d'autres « dimensions » des paysages, en distinguant le « **paysage vu** » du « **paysage vécu** » (Luginbühl *et al.*, 1998). Derrière cette étendue de terre, ils existent des vies, des relations sociales et des relations entre l'homme et son environnement. Les paysages sont le résultat de ces relations. Dans cette perspective, il ne suffit plus de « *vouloir un paysage [purement esthétique]. Il faut aussi se donner les moyens pour que les gens qui le produisent puissent vivre non pas pour jardiner la nature que seuls les riches et les plus cultivés pourraient goûter mais pour que cette nature qui n'a rien de naturel nous aide à construire un projet de société cohérent, à la fois économique, social mais aussi culturel et pourquoi pas esthétique* » (Michelin, 2006, p.177). De plus, il signifie également que la manière de voir ces paysages, d'y vivre ou de les représenter est toujours attachée à des perceptions. En d'autres termes, un même paysage peut être perçu différemment et avoir des multiples représentations (soient-elles imaginaires ou graphiques). Comme nous affirme Maturana (1997), « *tout est dit par un observateur* », *i.e.* tout est relatif.

Les études autour des perceptions des paysages, en fait, rentrent plutôt dans la première constatation présentée ci-dessus, avec une préoccupation de prendre en compte le regard des habitants du territoire à travers, notamment, « *leurs pratiques quotidiennes de la nature et de l'espace* » (Luginbühl, 1998). Or, le fait de considérer l'homme (et sa « subjectivité ») non seulement comme un élément du paysage, mais aussi dans les processus de construction et de définition des paysages, apporte encore plus de complexité à ceux-ci. Ces affirmations confirment la pertinence de l'approche de **la complexité des paysages**.

Ces approches rejoignent d'autres travaux qui croisent les paysages à d'autres thématiques, en établissant des rapports entre le paysage et les pratiques agricoles² (ou les savoir-faire), entre le paysage et les stratégies de qualification des produits (spécialement les AOC)³, entre le paysage et le tourisme⁴, entre le paysage et le cadre de vie⁵, et même entre le paysage et le développement territorial⁶.

Les études qui affirment et soutiennent un débat sur la complexité des paysages se limitent malgré tout fréquemment aux discours et aux théories. Et celles qui décrivent les pratiques, ou testent des méthodologies – à travers notamment les représentations ou les perceptions des paysages – demeurent généralement « incomplètes », c'est-à-dire, ne réussissent pas vraiment à englober l'ensemble des dimensions. Elles restent souvent soit au niveau de l'analyse des discours ou des perceptions, soit dans la caractérisation des représentations qui prennent en compte notamment l'arrière-plan et les éléments physiques des paysages.

Dans le cadre de la « géo-agronomie », par exemple, nous trouvons d'un côté des recherches qui étudient les pratiques agricoles dans leur rapport avec l'évolution des paysages (construction, transformation, gestion et entretien) et d'un autre côté des recherches qui s'intéressent plus à un « paysage subjectif », *i.e.* qui prend en compte et met en valeur les regards des acteurs du territoire. Dans le premier cas nous avons ainsi un paysage plutôt matériel, tandis que dans le deuxième cas il est préférablement symbolique.

En partant de ce bref contexte général des recherches sur le paysage, notre travail part d'une volonté, tout d'abord, de vérifier l'idée de paysage comme ressource pour le développement territorial – comme le propose notamment Anne Sgard (2011, 2012).

Objectif scientifique et choix de recherche

L'objectif central de la thèse est d'analyser la contribution du paysage au développement des territoires ruraux et périurbains du piémont et des contreforts du Larzac (Région Languedoc-Roussillon), où les vignes et les oliviers occupent une place importante.

Si le paysage est une ressource, il faut aussi que cette ressource soit activée pour permettre le développement territorial. Dans ce sens, notre recherche prétend également

² *e.g.* Deffontaines, 1994, 1998 ; Brossier *et al.*, 1977 ; Michelin, 2000 ; Marie, 2009 ; Vannier, 2011 ; Henry, 2012.

³ *e.g.* Ménadier, 2011 ; Fabbri, [200?] ; Gauttier, 2006.

⁴ *e.g.* Berthelot, 2012 ; Saïdane, 2010 ; Duval, 2007.

⁵ *e.g.* Montpetit *et al.*, 2002.

⁶ *e.g.* Sgard, 2011, 2012.

apporter des contributions pour le processus d'activation, mobilisation et valorisation de cette ressource.

Ainsi, j'ai posé comme question de départ : **peut-il – le paysage – (et comment) devenir un actif⁷ du développement territorial ?**

Dans cette région du Languedoc, au sud de la France, nombreux sont les travaux et les réflexions qui caractérisent les secteurs d'activité vitivinicoles (Boulet *et al.*, 1982, 1988 ; Touzard, 1994 ; Torres, 2005 ; Touzard et Laporte, 1998 ; Touzard *et al.*, 2001 ; Touzard *et al.*, 2008) et oléicoles (Laurens, 2009). Il y est souvent question de rentabilité, de reproduction et maintien des activités mais aussi de promotion de la qualité des raisins et de leurs produits dérivés et de la labellisation des produits.

La lecture de ces travaux m'a aidé à choisir la région d'étude : le piémont et les contreforts du Larzac. Trois raisons ont motivé ce choix : (i) la présence marquée de vignes et d'oliviers ; (ii) c'est une région en pleine évolution liée à l'expansion urbaine de Montpellier ; (iii) on y recense trois appellations d'origine contrôlées pour les vins : deux petites appellations d'origine, à l'échelle communale de Montpeyroux et de Saint Saturnin et les Terrasses du Larzac une appellation plus récente, en recherche d'une plus grande reconnaissance.

Dans le cadre d'une étude de cas, mes regards sont axés vers les acteurs du territoire (notamment les vigneron et les viticulteurs), parce que je les considère comme les principaux sujets impliqués dans les relations avec l'environnement qui façonnent, transforment et/ou maintiennent les paysages de ce contexte. Même si j'adopte une approche holiste, il faut bien parfois réduire le champ d'analyse pour pouvoir mieux expliquer l'ensemble, la complexité et pouvoir identifier des stratégies d'action.

D'un point de vue méthodologique, pour construire une représentation complexe des paysages du piémont et des contreforts « viticoles » du Larzac, j'ai choisi de distinguer et de caractériser le « paysage donné à voir » et le « paysage vécu » des acteurs du territoire. Mais j'ai aussi analysé des actions collectives et publiques sur le territoire qui mobilisent le paysage de différentes manières. Celles-ci reposent parfois sur un « paysage donné à voir », parfois sur un « paysage vécu », ou alors sur les deux à la fois.

Combiner ces regards analytiques autour des paysages appliqués à une étude de cas permet d'un côté d'évaluer le paysage comme ressource pour le développement territorial,

⁷ L'actif est la ressource activée, *i.e.* identifiée, mobilisée et valorisée (voir Chapitre 1).

mais aussi de construire une représentation de ces paysages dans leur complexité. Pour le faire, j'ai eu recours à la pensée systémique⁸. Construire une représentation paysagère adaptée des « dessins riches » de la méthodologie SSM (*Soft Systems Methodology*) de Peter Checkland (1990, 1999), peut être un outil de compréhension des paysages dans leur complexité. S'il est co-construit avec les acteurs, ce « paysage riche » peut aider à l'activation et la mobilisation de la ressource paysagère dans un processus d'auto-apprentissage continu, capable de mener à un développement territorial durable et au maintien de paysages « beaux » et « vivants » (Fig. I.1).

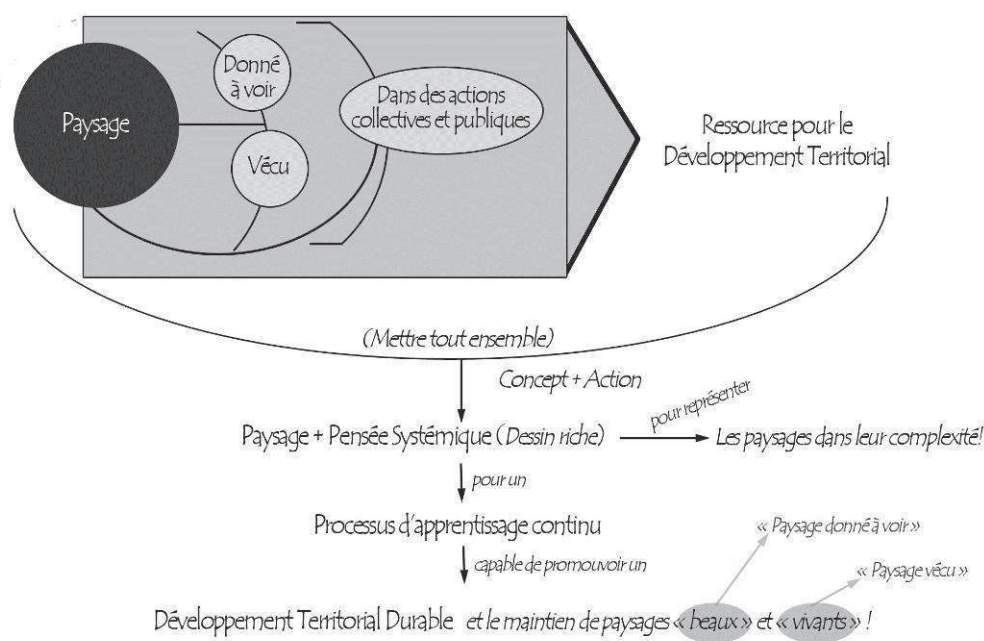


Fig. I.1 – Construction de la problématique.

Vécu personnel du parcours de thèse

Ma passion pour les images, consolidée par la photographie, et l'opportunité de participer dans un projet de recherche associant une équipe de chercheurs de différentes disciplines m'attiraient et justifient mon intérêt à investir la notion de paysage. Ma formation d'ingénieur agronome, mon expérience et ma passion par la vitiviniculture me motivaient à travailler auprès des vignerons. Ma relation et mon échange avec le terrain, avec les vignerons et les autres acteurs du territoire marque le cœur de cette thèse et l'originalité de ses approches.

⁸ Notamment celle de Peter CHECKLAND (1990, 1999, 2006), Ludwig von BERTALANFFY (1968), Humberto MATURANA (1980, 1997), Edgar MORIN (1990, 1997, 1999, 2008) et Leonardo BOFF (1977).

Au début, il y a eu des incertitudes liées à la portée du sujet de ma thèse et à sa pertinence à résoudre les vrais problèmes mondiaux : une forte envie de « sauver l'humanité » et une robuste sensation d'impuissance. Pourquoi finalement parler du paysage ? Comment peut-on transformer le monde à partir d'un sujet aussi subjectif et très peu considéré dans la vie quotidienne par chaque individu ? Qu'est-ce que c'est en effet le paysage ? Questions qui se posent à ceux qui sont prêts à « créer le nouveau », et non pas seulement à (re)produire des vieilles nouveautés.

Dans sa vie quotidienne, l'être humain fait attention ou se surprend plutôt aux changements, ces petites nouveautés qui apparaissent dans le monde qui l'entoure : nouvelles machines, nouveaux designs des équipements... En revanche, ce qui est habituel, ce qui est tout le temps là, presque immuable, ou qui se répète à chaque jour passe quasiment inaperçu. Le paysage est comme un fond d'écran, un second plan, une scène où jouent les acteurs du territoire. Même s'il change, il est toujours là, parfois même ces changements sont minimes voire imperceptibles. Et pourtant l'étranger, le visiteur reconnaît le paysage, le perçoit. Le mot « paysage » est d'ailleurs souvent relié aux voyages et aux temps de loisirs.

Pour effectuer ma recherche, je me suis installée quelques mois sur place, ai participé aux vendanges, prenant des clichés de photographie, discutant avec les vigneronns et d'autres acteurs du territoire en cherchant à me présenter au territoire, mais surtout pour connaître ce contexte et la vie de ses acteurs. Le fait d'être étrangère à ce terrain et de ne pas connaître donc vraiment leur réalité, renforçait mes doutes pour savoir si je posais les bonnes questions. Sur le terrain, dévoilé à chaque jour par l'observation exploratoire, par les enquêtes auprès des acteurs, par d'autres travaux (Chiffolleau, 1999 ; Touzard *et al.*, 2001 ; Torres, 2005 ; Preston, 2008 etc.), je me suis rendue compte de sa richesse et de sa complexité. J'ai peut-être passé plus de temps que le prévu sur ce terrain, mais si au début contacter les vigneronns se révélait un vrai défi, au fur et à mesure les portes s'ouvraient chaque fois plus devant moi. Et ce fut sans doute le meilleur moment de la thèse !

Le fait d'être ni vigneronne, ni du territoire, ni française, faisait de moi une « triple étrangère ». Ce qui d'un côté provoquait le regard soupçonneux des acteurs, mais d'un autre côté, un regard aussi curieux qui détendait souvent la conversation. J'ai été très bien accueillie et je suis vite tombée amoureuse du territoire, non pas simplement par la beauté des paysages, mais aussi par la passion, la gentillesse, la simplicité et la joie de sa population. Finalement je me suis dit que ce n'était pas grave si ma thèse ne pourrait pas « sauver l'humanité », répondre à des questions peut-être plus « urgentes » au niveau mondial, mais je voulais indiscutablement pouvoir contribuer d'une certaine manière avec des réponses utiles à ces acteurs du territoire.

Cette thèse est ainsi une invitation à « écouter le paysage », écouter les acteurs, prendre en compte leurs regards pour co-construire des connaissances qui serviront certainement d'exemple et de réflexions **adaptables** à d'autres réalités.

Il s'agit, de ce fait – et il est là le défi du chercheur –, de construire, pratiquer et soutenir un mode de pensée approprié au contexte. Étudier le paysage en envisageant d'améliorer des situations du monde réel, dans cet esprit, n'est pas simplement établir des analyses ponctuelles et objectives de l'espace, mais apprendre tout d'abord à « écouter » le paysage pour ensuite apprendre à repenser nos relations avec l'environnement et construire un mieux vivre.

Environnement scientifique de la thèse

La réalisation de la thèse ne se résume pas à la relation du chercheur avec son terrain. Ma thèse s'est aussi inscrite dans un environnement scientifique riche : un programme de recherche sur le paysage en France, le projet ANR Patermed ; un programme d'échanges scientifiques entre la France et le Brésil, le projet Capes-Cofecub ; et une équipe de recherche, l'équipe IT de l'UMR Innovation.

Cette thèse s'insère dans le cadre du programme de recherche PATERMED - Paysages et Terroirs viticoles et oléicoles Méditerranéens, financé par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR- 2010-2014). Ce programme a « *pour objectif de placer les paysages de la vigne et de l'olivier au cœur des systèmes agricoles de la France méditerranéenne par une promotion au profit de la qualité de ces paysages au sein de leurs terroirs* » (Angles *et al.*, 2009). Son équipe scientifique est constituée par six partenaires⁹. Dans les différents objectifs scientifiques et résultats attendus de ce programme, ma thèse contribue : « *à une réflexion approfondie concernant la préservation et l'aménagement des paysages pour un ancrage territorial et un développement durable des activités viticoles et oléicoles dans leurs territoires* »¹⁰.

Elle s'inscrit aussi dans le programme CAPES – COFECUB : Pluralité des signes de qualité et ajustements institutionnels en France et au Brésil – contributions pour la production de politiques de développement rural durable. Ceci explique le lien entre France et Brésil et le choix notamment par les appellations d'origine.

⁹ L'UMR LADYSS – Universités de Paris, l'UMR TELEMME – Université d'Aix en Provence, l'UMR INNOVATION de Montpellier (dans laquelle j'ai été accueillie), le CERPA de Nancy, l'UMR ESPACE de Nice, et l'UMR AGAP de Montpellier (génétique).

¹⁰ Ibid.

Elle s'inscrit enfin dans les travaux de l'équipe IT qui est composée de géographes et de socio-économistes qui étudient les relations villes-agricultures, avec notamment des travaux sur la place de la vigne et de l'olivier dans les dynamiques des territoires périurbains.

Ces trois différents et riches contextes scientifiques ont nourri la problématique de la thèse, en guidant et en appuyant mes choix de recherche.

Plan de thèse

Cette thèse se structure en six chapitres. Le premier chapitre présente la problématique de la thèse, avec un référentiel théorique autour du paysage, de la ressource territoriale et de la pensée systémique. Il s'agit d'un côté de présenter et définir les concepts et les idées que j'adopte dans le travail, ainsi que de contextualiser la problématique. Le deuxième chapitre présente les principales caractéristiques du terrain d'étude : le piémont et les contreforts « viticoles » du Larzac. Il s'agit de présenter l'étude de cas et de contextualiser la problématique autour de celle-ci, qui est basée sur l'activité viticole.

La troisième étape correspond au cœur de ma recherche et est structurée sur trois chapitres. Le *chapitre 3* aborde le paysage donné à voir par les acteurs économiques. Le *chapitre 4* explore le paysage vécu des producteurs. Le *chapitre 5* analyse le paysage dans les actions collectives et publiques. L'analyse à partir de ces trois regards du paysage, séparément, me permet de prendre en compte et d'analyser des divers éléments des paysages du terrain d'étude, soient-ils matériels ou immatériels, pour pouvoir ensuite les mettre ensemble et construire une représentation de la complexité de ces paysages : le dessin riche.

Le sixième chapitre synthétise les résultats précédents. Il repose sur l'élaboration d'un dessin riche, représentation capable de rassembler les différentes dimensions et la complexité des paysages. Je montre que cette représentation, peut servir d'outil pour l'activation et la mobilisation de la ressource paysagère (en prenant en compte sa complexité) pour promouvoir une réflexivité et des apprentissages qui permettront le développement durable du territoire et le maintien des paysages « beaux » et « vivants ». Cette proposition sera discutée en conclusion du document.

Note aux lecteurs

Quelques expressions particulières, empruntées à certaines études et auteurs, apparaissent de nombreuses fois tout au long du texte. Je donne ici la définition de quelques-unes de ces expressions, mobilisées dans notre travail, pour faciliter sa lecture.

- ***Vision de monde*** : la vision de monde est une fenêtre où chaque individu aperçoit et interprète le monde, autant pour le comprendre que pour le transformer. C'est comme si c'était une lentille culturelle dont la construction inclut des valeurs, des conventions, des concepts et des approches. C'est-à-dire que nous n'avons pas tous la même forme de voir le monde, ou un sujet, une réalité, une « *situation-problème* ». Les différentes visions de monde modèlent donc nos perceptions de la réalité et, ainsi, nos décisions, nos actions et nos interactions et tous les aspects de l'existence humaine dans l'univers. Le terme est beaucoup adopté par les auteurs de la pensée systémique, comme Peter Checkland, Sandro Luis Schindwein, et autres.
- ***Situation-problème*** : l'expression est utilisée notamment par Peter Checkland dans la pensée systémique (*problem situation*, en anglais). L'idée est de s'opposer à la « vision de monde » réductionniste qui voit des problèmes spécifiques (et isolés) qui pourraient être donc complètement solutionnés, mais qui à la fin, comme résultat, finissent pour causer l'émergence d'autres problèmes. Ex. : le problème : la vache ne produit pas « assez » de lait. La solution : « amélioration » génétique en sélectionnant des gènes pour augmenter la production. Résultat : la vache produit plus de lait mais devient sujette à plusieurs maladies. En employant l'expression « *situation-problème* », nous voulons exprimer qu'il ne s'agit pas d'un problème spécifique/isolé qui pourrait trouver une solution définitive, mais que ce que nous identifions comme « problème » appartient à un contexte complexe, *i.e.* avec pleins d'éléments qu'interagissent. Il dépend donc de toute une situation. Ainsi, plutôt que de trouver une solution spécifique qui peut peut-être résoudre un problème mais en créer d'autres, nous cherchons trouver des alternatives/stratégies pour améliorer la situation comme un ensemble.
- ***Système (complexe)*** : un ensemble constitué d'un grand nombre d'entités en interaction, ce qui rend difficile à l'observateur de prévoir sa rétroaction, son comportement ou son évolution. Les systèmes complexes sont un contre-exemple au réductionnisme : malgré une connaissance parfaite des composants élémentaires d'un

système, voire de leurs interaction, il n'est pas possible même en théorie de prévoir son comportement autrement que par l'expérience.

- **Systeme d'intérêt** : un sous-système du système complexe identifié par un individu ou un groupe avec l'intention, normalement, d'améliorer une situation-problème. Il est un système d'intérêt parce que, au regard de celui qui l'a identifié, il est pertinent (et ceci lui intéresse) pour améliorer une situation-problème donnée. Il peut donc parfois aussi être appelé de « *système pertinent* ».
- **Dessin riche** : *rich picture* en anglais, le terme a été adopté également par Peter Checkland dans sa méthodologie pour « gérer » des situations de complexité qu'il appelle « *Soft Systems Methodology* » (SSM). Il s'agit d'une représentation graphique où l'on perçoit les interactions des éléments du système, avec des dessins, des flèches et des mots, phrases ou expressions. Ce que je propose dans ce travail de recherche, par rapport au dessin riche, c'est une adaptation de cette partie de sa méthodologie pour représenter un paysage complexe et pour s'en servir de lui pour le développement du territoire (et pour un processus d'apprentissage et compréhension du paysage – aux acteurs concernés – et de leurs contexte et problématiques générales).
- **Modèle** : une construction intellectuelle qui décrit une entité du système complexe (ou d'un sous-système) par laquelle au moins un observateur s'intéresse.

Cette note aux lecteurs est aussi un essai de me faire excuser face aux « brutalités » que j'ai pu avoir commis tout au long de la rédaction de la thèse. Aimant la langue française, pourtant apprise que depuis quelques années, tous mes efforts n'ont peut-être pas suffi pour m'exprimer de la meilleure façon possible, ou pour utiliser toujours les bons mots ou expressions. Le lecteur le remarquera au long de la lecture, l'emploi des **guillemets** est assez courant. Ces signes typographiques de la ponctuation sont utilisés dans le texte dans deux situations :

- 1) Quand le texte entre guillemets est en *italique* : pour mettre en exergue une citation, ou des mots ou expressions utilisées par d'autres auteurs.
- 2) Quand le texte entre guillemets n'est pas en italique : pour mettre en exergue des mots ou expressions dont la signification n'est pas littéraire ou habituelle.

Chapitre 1

Le paysage : de sa source académique à la ressource territoriale

« Os lugares só são nossos quando cabem num nome. Quando os reduzimos a palavras, simples como coisas que se arrumam na algibeira. Ao fim de um tempo, porém, o nome acaba substituindo o próprio lugar.

O mais importante nunca se pode fotografar [...]. O que fica para sempre, o que nos revolve a alma é o que não pode ser capturado pela moldura ».

(Mia Couto, *Pensageiro frequente*)

Introduction

Je propose d'ouvrir ce premier chapitre avec une citation d'Augustin Berque¹¹, géographe contemporain dont je partage la pensée :

[...] la géographie entendue comme 'connaissance de la Terre' est incomplète si on ne voit pas que celle-ci n'existe qu'à travers le travail et les rêves des hommes qui vivent sur cette terre-là.

Il existe incontestablement un lien indissociable entre l'homme et la Nature. L'un étant partie de l'autre, ils « construisent » ensemble « la Terre ». La compréhension du paysage, dans ce sens, ne se limite pas simplement à visualiser un scénario, un lieu, un

¹¹ *En entrevue, avec propos recueillis par Thierry Paquot, le 3 janvier 1997 à Paris.* Disponible sur : http://urbanisme.u-pec.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHER=1259768720188&ID_FICHE=38698

environnement : elle rend compte des interactions de l'être humain avec son environnement. Etudier le paysage suppose avant tout de le définir, de bien le « nommer ». Je rejoins Mia Couto, écrivain qui l'évoque poétiquement. Pour lui, « *les lieux sont seulement à nous quand ils rentrent dans un nom. Quand nous les réduisons à des mots [...]. A la fin d'un temps, pourtant, le nom finit par substituer le lieu lui-même* ». Pour percevoir¹², l'homme a besoin de nommer ce qu'il voit et de le définir. Il produit des connaissances qui en principe servent à « agir dans le monde »¹³ et alimentent le cycle continu de théories, développement et application d'outils et de méthodes et mise en pratiques (Senge, 2002). Ces pratiques réalimentent le cycle, en apportant de nouvelles idées. Théorie et pratique, connaissance et action, cheminent alors ensemble. Ainsi, tous les acteurs doivent évidemment avoir accès à la connaissance (scientifique), mais il faut prendre en considération les envies, les sensibilités et les rêves. Dans cette perspective, nous considérons le paysage comme « *source de connaissances, et il incite aussi à mobiliser d'autres formes de savoir (scientifiques ou profanes, locales ou exogènes...) pour étayer l'interprétation de chacun* » (Sgard, 2011, p.60).

Le premier chapitre propose tout d'abord une discussion de la définition du paysage et de sa conceptualisation du paysage (la connaissance scientifique), pour justifier le choix des approches et les méthodologies utilisées, qui mettent en avant des approches « relationnelles » du paysage et révèlent la construction sociale du paysage. Je porterai un regard particulier sur des relations entre l'homme et son environnement en mobilisant les principaux apports théoriques – qui cherchent à rompre les paradigmes dualistes et à saisir le facteur relationnel de la réalité et des paysages. Dans cette perspective, je priorise le débat contemporain en sciences humaines sur la relation entre l'homme et l'environnement dans l'élaboration de la notion du paysage, sur les travaux autour de la pensée systémique.

L'objectif ici n'est pas de réaliser un travail exhaustif de référentiel théorique sur le concept du paysage et du développement territorial, mais plutôt de mobiliser quelques auteurs contemporains dont la pensée m'est partagée (comme Augustin Berque, Georges Bertrand, Yves Michelin, Yves Luginbühl, Pierre Donadieu, Pecqueur, Gumuchian et Sgard) et qui se rapprochent de la vision de la « *pensée systémique* » de Ludwig von Bertalanffy, Peter Checkland, Humberto Maturana, Edgar Morin et Leonardo Boff – qui me permettra à la fin de ce travail de proposer une « nouvelle forme » de représentation du paysage (complexe) à travers l'adaptation des « *dessins riches* » (*rich pictures*) de la *Soft Systems Methodology* de Peter Checkland.

¹² Et cela fait partie nécessairement au processus de transformation d'une ressource en actif, qui requiert l'identification et la valorisation de la ressource.

¹³ Schlindwein, 2005.

Ces contributions théoriques m'aident à justifier le choix de ce travail d'un point de vue méthodologique et analytique autour de l'étude de cas (*Chapitres 3, 4 et 5*), avec l'adoption de différentes approches du paysage : le « paysage donné à voir », le « paysage vécu » et le paysage « dans les actions collectives et publiques », tous représentés en même temps, à la fin, à travers la construction d'un « dessin riche ».

1.1 Les origines du paysage

Dès que l'homme est doué de la capacité de réfléchir et de se poser des questions, il n'y a point d'élément dans le monde qui reste intouché. Tout est mouvement, tout change, comme disait déjà le philosophe Héraclite à l'Antiquité : « *Rien dans le monde entier ne demeure un seul instant identique à soi-même : tout passe, tout change, tout meurt à chaque moment* ». On retrouve cette évolution dans la définition du paysage au cours de temps.

Le terme de paysage a été adopté initialement par les artistes et apparaît ensuite dans des différents domaines de la science, comme la biologie, l'écologie, la géographie, l'architecture et même la sociologie. Il est possible aujourd'hui de distinguer plusieurs définitions. Dans une approche holistique, ces définitions des différents domaines ont propension à se mélanger et à partager des idées. Elles sont en mouvement, articulées et formées par « *la migration et les symbioses d'idées* » venues de différentes disciplines (Morin, 1990).

Le paysage est d'abord une image statique, immortalisée dans une seule scène picturale, ou même écrite ou décrite verbalement, gravée dans les pensées, les toiles, les livres. En fait, encore aujourd'hui au quotidien, quand on pense ou quand on demande à quelqu'un de nous parler d'un paysage, la réponse est souvent liée à un ensemble d'éléments naturels : les montagnes, les arbres, la mer, le lac, le fleuve, le soleil, etc. La conception du paysage se résume ici à un ensemble d'objets, nous verrons plus loin que la science et particulièrement la géographie s'est attachée à compléter et enrichir cette vision statique.

Berque (1994, 1995, 2000), Donadieu et Périord (2007), entre autres, mentionnent l'émergence de la notion du paysage en Chine au IV^e siècle dans le premier « traité » du paysage : « *Introduction à la peinture du paysage* » de Zong Bing (375-443) qui concevait que le paysage, « *tout en possédant une forme matérielle, tend vers le spirituel* » (Berque, 1994, p.19).

En étudiant l'émergence de la notion en Occident, Donadieu et Périord (2007), montrent qu'en Europe du Nord, l'utilisation du mot paysage date de la fin du VIII^e siècle, avec *Landschaft*. « *Aussi loin qu'on remonte son étymologie, land désignait un espace défini, avec des*

frontières, mais pas nécessairement des clôtures ou des murs » (Jackson, 2003, p.53, in : Besse, 2003). Le suffixe *-schaf*, souligne l'auteur, renvoie à une famille de termes qui désignent « *des aspects collectifs de l'environnement* ». Ainsi, cette notion évoque déjà l'idée d'ensemble, de collection, de **systeme**.

C'est surtout à partir de la Renaissance, que le paysage comme tel se met à exister pour les européens. Après les artistes, notamment les peintres de la Renaissance, les géologues et les géographes s'approprient le terme pour décrire et caractériser l'ensemble d'éléments physiques (Martin, 1996 ; Lapointe, 2000). A partir l'intérêt des biologistes, ensuite, on commence à incorporer un peu d'éléments plus subjectifs, c'est-à-dire des notions d'échanges entre des éléments physiques existants dans ce milieu. C'est une nouvelle conception du paysage qui leur permet de comprendre le fonctionnement des écosystèmes, donc forcément les interrelations entre l'environnement naturel et les éléments biologiques qu'y habitent (Crumley, 1994 ; Lapointe, 2000).

Aujourd'hui, la polysémie du mot paysage prend place un peu partout, dans toutes les disciplines et dans notre quotidien, appartenant même au vocabulaire courant. Ainsi que le mot reçoit des qualificatifs pour parler de choses distinctes : paysage urbain, paysage rural, paysage politique, paysage sonore, paysage olfactif... Même en géographie, discipline dans laquelle le paysage a été le plus interrogé et étudié, la notion de paysage et les formes de l'étudier varient. Dans son article « *pour un paysage du paysage* », Yves Luginbühl (2007) trace les divers courants de pensée que le paysage a suscité en France dans les années 60. Dans ce travail, il montre comme les différents courants ont contribué « *à former des écoles de pensée plus ou moins antagonistes, avec des relations parfois conflictuelles mais parfois aussi avec des alliances qui révèlent les enjeux théoriques du domaine* » (Luginbühl, 2007, p.28). Il relève par ailleurs que la « *géographie physique* » et la « *géographie humaine* » s'attachent à la compréhension des paysages par des approches distinctes.

1.2 Le paysage en géographie

Pour Jean-Marc Besse (2006, p.65, *traduction de l'auteur*), l'étude des paysages comme une synthèse des relations entre l'homme et l'environnement dans le domaine de la géographie est présente dès ses origines :

Le point de départ de l'analyse géographique serait, sans doute, le suivant : même si le paysage est une dimension du visible, ce paysage est le résultat, l'effet, encore qu'indirect et complexe, d'une production. Le paysage est un

produit objectif, duquel la perception humaine capte seulement, dans un premier temps, l'aspect extérieur. [...] En même temps, l'intention et l'espérance scientifiques du géographe consistent à vouloir dépasser cette superficie, cette extériorité, pour capter la « vérité » du paysage.

Le paysage comme objet d'étude a contribué à pourvoir la géographie d'unité et d'identité, notamment dans son contexte initial. Cela dit, sa pertinence et son intérêt ont oscillé auprès des géographes, en passant même à une position secondaire sous l'influence de la géographie critique, du marxisme et des analyses économiques dans les champs de la géographie humaine des années 70. Les concepts de région, espace, territoire et lieu prennent place et passent à être priorités. La pensée marxiste « *a joué un grand rôle dans l'éviction du paysage des préoccupations des géographes humains à cette époque* » (Luginbühl, 2007, p.30). A cette même époque, divers courants de pensée en géographie physique contribuent pourtant à la « *rénovation du paysage comme concept opératoire pour penser l'aménagement du territoire et les relations société/nature* »¹⁴. Le géographe Georges Bertrand propose le paysage comme « *science diagonale* » pour penser les relations sociétés/nature (Bertrand, 1968). Ainsi, à partir de 1970, le concept du paysage est progressivement « repris » en géographie, apportant des nouvelles « notions » fondées dans d'autres matrices épistémologiques (Corrêa et Rosendahl, 2004 ; Luginbühl, 2007). Le paysage géographique présente alors plusieurs dimensions :

Il a une dimension morphologique, c'est-à-dire, il est un ensemble de formes créées par la nature et par l'action humaine, et une dimension fonctionnelle, car il présente des relations entre les diverses parties. Produit de l'action humaine au fil du temps, le paysage présente aussi une dimension historique. Dans la mesure qu'un même paysage a lieu dans une certaine aire de la superficie terrestre, il présente encore une dimension spatiale. Et comme le paysage est porteur de significations, de valeurs, croyances, mites et utopies, il a ainsi une dimension symbolique (Corrêa et Rosendahl, 2004, p.8, *traduction de l'auteur*).

1.2.1 Le paysage et la géographie de Vidal de La Blache

Depuis le début du XX^e siècle, les conceptions des géographes autour des paysages, de sa définition et des moyens de l'étudier se développent. Selon Besse (2006), pourtant, quelques éléments sont restés invariables avec le concept de physionomie. Le paysage était compris non pas comme une représentation, mais comme une « physionomie » ou une

¹⁴ Ibid.

expression. Pour Besse, le concept de « *physionomie* » est considéré fondateur pour la géographie de ce début du XX^e siècle. On le trouve dans des auteurs comme Paul Vidal de la Blache (1845-1918), créateur des bases de l'école française de géographie et dans Carl Ortwin Sauer (1889-1975) de l'école américaine. Ainsi, « *physionomie* » et « *caractéristiques* » sont définies comme « *réalités objectives, qui identifient véritablement un territoire. Et qu'il est donc nécessaire de reconnaître, localiser, délimiter, autant spatialement que qualitativement, afin de les 'reproduire'* » (Besse, 2006, p.66, traduction de l'auteur).

Pour Vidal de la Blache (Merlin, 2000), le géographe doit prendre en compte la caractéristique du territoire considéré, ce qui le spécifie et le distingue entre tous les autres et qui doit être compris. Jean Brunhes, son disciple, a fait de la « *physionomie* » (l'aspect visuel) le fondement objectif du savoir géographique : « [...] *L'homme n'est nulle part sans rien faire ; en tous lieux, pour le moins, il mange et il dort ; en tous lieux il inscrit son passage par des empreintes qui sont par excellence l'objet de nos études propres* » (Brunhes, 1925). Les objets du regard géographique sont donc souvent des traces et des empreintes de l'activité humaine, de la vie qui s'est passée sur le sol terrestre en lui laissant des marques. « *Le paysage, au regard du géographe, est une empreinte* » (Besse, 2006, p.67, traduction de l'auteur). Le paysage, dans ce contexte, est aussi comme un héritage dans tous les sens du mot (Ab'Saber, 2003, p.9, traduction de l'auteur) : « *héritage de processus physiographiques et biologiques, et patrimoine collectif des peuples qui les ont hérité comme territoire d'actuation de ses communautés* ». Le paysage est ainsi un produit d'actions et d'interventions dans la Nature et l'environnement par les diverses sociétés qui ont coexisté et qui coexistent dans un territoire.

1.2.2 Le paysage et la géographie sociale et culturelle

Le paysage peut être également lié à l'interprétation symbolique (et pourquoi pas poétique ?) que les groupes et les classes sociaux donnent à l'environnement, aux justifications esthétiques ou idéologiques qu'ils proposent et à « l'impact » des représentations sur les vies collectives (Claval, 1999). Dans ce sens, le mouvement de rénovation, dans la géographie culturelle, concerne donc les aspects immatériels de la culture, les représentations et le symbolique – le paysage devient ainsi porteur de sens. Selon Claval (1999), à partir des années 1970, il y a une émergence de nombreux travaux, surtout dans la littérature anglaise, sur les sens des lieux, en même temps qu'en France éclosent l'expression « *d'espace vécu* ».

La géographie culturelle française ne renonce pas à l'étude des aspects matériels de la culture, mais elle s'accroche aux paysages, elle questionne sur la spécificité des lieux. Elle prend en compte la dimension ethnographique des discours que les différentes cultures (et ses

conséquences) profèrent sur le monde, sur l'environnement et sur la Nature. Elle se pose la question sur les changements d'attitude par rapport à la culture, à la nature des identités et au lien territorial¹⁵.

Dans cette perspective, les paysages sont perçus comme des construits analysés en tant que représentations des rapports des hommes à leur environnement. Les travaux de Jean Robert Pitte, se situent dans cette perspective et donne la part belle à la subjectivité et l'évolution des perceptions¹⁶.

1.2.3 Le paysage et la géographie rurale

Et si les paysages sont pratiquement toujours façonnés par l'homme, produits de plusieurs interactions, leurs liens avec l'agriculture et les agriculteurs sont indubitablement très forts. C'est le cas notamment en zone rurale, où « *la création du paysage est d'abord le fait des agriculteurs et des forestiers qui structurent l'espace en réseau de parcelles et orientent les dynamiques végétales par leurs pratiques de gestion* » (Michelin, 2000, p.2). « *Paysages et paysans sont deux mots qui ont la même étymologie* » (Brossier, 2008, p.171). Les paysages actuels ont beaucoup évolué et il ne reste pas autant de paysans comme on pouvait en rencontrer encore à la fin de la Seconde Guerre mondiale. Cela dit, les pratiques des agriculteurs continuent de déterminer l'évolution des paysages. Cela ne signifie pas, pourtant, – surtout dans les nouvelles et complexes dynamiques territoriales où rural, urbain et périurbain se trouvent en constante « permutation » –, que le paysage est simplement l'affaire des agriculteurs, des éleveurs ou des forestiers ; le paysage est « *celui de tous les hommes, citadins et campagnards, qui en font leur territoire commun et nécessaire* » (Chiva, 1991, p.21). Ainsi, regards et approches de différentes disciplines : celles des géographes, des historiens, des agronomes, des ethnologues, des sociologues, etc. – où paysages agraires ou ruraux font objet d'études – se complètent.

Et si les regards portant sur l'agriculture ont été auparavant (renforcés particulièrement par la technologie des années 1950) dirigés primordialement vers la production, la productivité et la dimension économique, aujourd'hui la « *demande de nature et de paysages* » liée à l'agriculture « *ne cesse de croître* » (Luginbühl, 1991, p.27).

La demande en paysage, même si elle n'est pas nettement formulée, revêt plusieurs aspects. Elle intègre pour les ruraux et les néo-ruraux la notion de cadre de vie : un paysage à l'abandon devient rapidement inhospitalier et hostile, l'espace se colmate, la végétation non maîtrisée cerne habitations et

¹⁵ Ibid.

¹⁶ PITTE, J.-R. 1983. **Histoire du paysage français**, 2 tomes, Tallandier.

agglomérations, les vallées se comblent et les liaisons visuelles, si importantes dans les pays d'habitat dispersé, disparaissent (Sgard, 1991, p.207).

En termes de paysages et des pratiques agricoles, Jean-Pierre Deffontaines est devenu une référence incontournable. Son regard « *géoagronomique* » a beaucoup contribué à la connaissance de ces liens¹⁷. Pour lui, les paysages peuvent être mobilisés pour expliquer les pratiques agricoles, « *les paysage observés informent des systèmes de production agricole en place* » (Henry, 2012, p.41). Dans cette perspective, les paysages sont façonnés par l'agriculture à travers des « *opérations techniques* », ils sont les « *résultats concrets des pratiques agricoles* »¹⁸. L'agriculteur est donc protagoniste des paysages. La vision de Deffontaines reste cependant encore très liée aux systèmes de production et les pratiques agricoles. Les anthropologues complètent cette vision, avec un intérêt porté aux pratiques d'un individu ou d'un groupe social dans le contexte des paysages ruraux (Leroi-Gourhan, 1971, Bérard et Marchenay, 2005).

Dans ce contexte, au-delà de protagonistes qui utilisent des pratiques agricoles qui servent à façonner les paysages, les agriculteurs sont détenteurs de savoirs, ils ont des façons de vivre, ils ont des raisons à faire ce qu'ils font. Les paysages ruraux sont donc aussi questionnables à travers le regard de ces acteurs. Et ainsi l'envers se fait également véridique (et réciproque) : les agriculteurs, leurs pratiques et les systèmes de production peuvent être mobilisés pour mieux comprendre les paysages ruraux.

Lydie Ménadier (2012, p.76-77) applique cette observation dans sa thèse, en discriminant les relations produits-paysages entre différents systèmes de productions (particulièrement entre productions végétales et productions animales) : « *les relations entre produits issus de l'élevage et paysages semblent moins directes que les relations entre vin et paysage par exemple, puisque, au sein de la chaîne des liens, il est nécessaire de rajouter l'interface de l'animal* ». C'est pourtant et certainement aussi dans les dynamiques (qui font « vivre » les paysages) qui se révèlent ces différences.

Chaque type de production dépend tout d'abord en partie du milieu dans lequel il est réalisé : les caractéristiques physiques du paysage, la roche, le relief, le sol jouent un rôle indirect dans la constitution des paysages, qu'ils soient support de productions végétales ou animales. Chaque type de production fait par ailleurs l'objet d'une mise en culture qui a un impact

¹⁷ Jean-Pierre DEFFONTAINES. *Sentiers d'un géoagronome*. Paris : Éditions Arguments, 1998, 360 p.

¹⁸ Ibid.

direct sur la physionomie paysagère. C'est la signature humaine du paysage qui lui confère des caractéristiques bien particulières et qui permet, en fonction de facteurs historiques, culturels et relatifs aux savoir-faire de différencier des espaces et des produits d'un même type¹⁹.

La Figure 1.1 ci-dessous, construite par Brossier *et al.* (1977), montre un peu les relations entre le paysage et les pratiques agricoles.

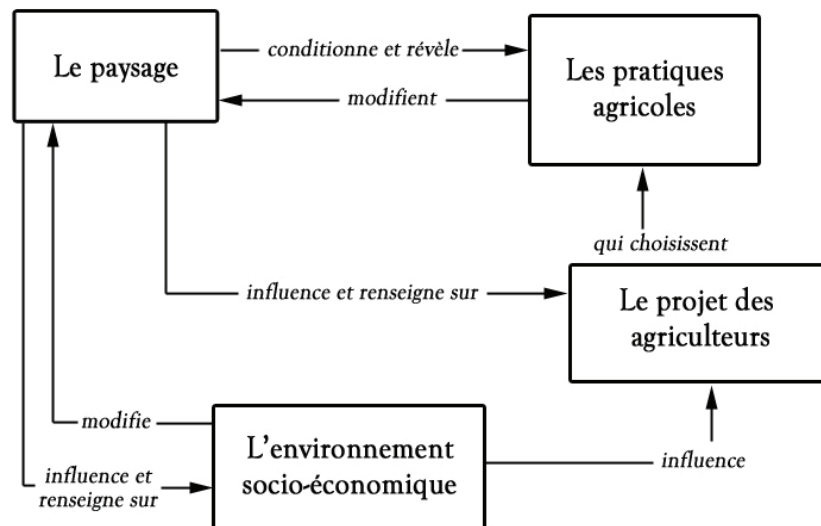


Fig. 1.1 – Les relations entre le paysage et les pratiques agricoles (ou « l'interprétation paysagique »)
(Brossier *et al.*, 1977).

La « géoagronomie » de Deffontaines s'intéresse donc particulièrement à la connaissance des pratiques agricoles et la manière dont elles ont fait et font évoluer les formes paysagères (ce qui reste tout à fait légitime et important à considérer). Je m'intéresse à un regard plus large, où les enjeux économiques se font présents, mais aussi sociaux, culturels et politiques. L'espace et le paysage rural ne sont pas simplement constitués de systèmes de production et pour saisir leur complexité il faut donc dépasser cette vision. Dans ce sens, comprendre les pratiques spatiales de l'agriculteur, au-delà de ses pratiques agricoles, est fondamental pour la connaissance de l'espace et du paysage (productif et non) et de ses représentations.

Les visions se complexifient et se complètent. Les différentes approches disciplinaires se croisent – comme c'est le cas déjà de Deffontaines qui se dit « géoagronome ». Ceci est aussi lié à l'émergence de nouvelles problématiques en milieux ruraux – au niveau environnemental, sanitaire, culturel, etc., mais aussi avec l'émergence de « nouveaux »

¹⁹ Ibid.

acteurs, comme les néo-ruraux, les non-agriculteurs, les collectivités territoriales, etc. (Sebillotte, 2002).

Il est, ainsi, nécessaire d'étudier l'interface entre « *processus et forme* » (Bonin, 2003 ; Poinot, 2008) : « *ce sont les formes qui composent le paysage tandis que les agriculteurs animent des processus productifs spatialisés* ». Dans ce contexte paysager et dynamique, nous avons un lien fort entre un « paysage vu » avec une dimension matérielle et concrète, et d'un autre côté un « paysage vécu » avec une dimension plus symbolique d'image et d'identité locale.

1.3 Le paysage vu et le paysage vécu

La notion de paysage a été – et l'est encore – objet d'étude et de débat dans les plus différentes disciplines qui en ont fait leur champ d'apprentissage. Toutes ces disciplines se réfèrent à la même chose, ou mobilisent les mêmes pensées et courants du paysage. Dans plusieurs cas, cependant – et notamment dans la géographie –, nous identifions au moins deux grandes problématiques (ou axes) intellectuelles différentes : le « *paysage vu* » et le « *paysage vécu* ».

Le **paysage vu** se distancie par rapport au **paysage vécu**, davantage référent aux pratiques quotidiennes de la nature et de l'espace. On pourrait dire, dans une première approximation, que le "vu" est davantage "paysage" et que le "vécu" est davantage "pays". Mais il y aurait un glissement de sens qui produit des rapprochements des deux termes et tend à provoquer leur superposition ; celle-ci pourrait peut-être expliquer l'absence de dominance de sens. Cette distanciation explique le rôle important du regard extérieur ou importé, qui tend à faire d'un territoire un paysage. D'où l'importance des pratiques de l'Etat, des institutions et des associations diverses, des touristes (Luginbühl, 1998, p.23).

1.3.1 Le paysage vu

Le paysage, que l'on parte de sa simple et brève définition par le dictionnaire ou des apports de la géographie culturelle de Augustin Berque, est toujours lié à la vue, à ce que l'on voit. Le paysage est en effet aperçu tout d'abord et surtout par la vue, même si l'ouïe et l'odorat peuvent renforcer les impressions. Chacun apprécie le paysage d'une manière différente, les perceptions sont variées (Berque, 1994). La propriété collective et individuelle de sites reconnus de tous ou d'images qui parlent à l'intime de chacun procure émotion, rêve, symbole sacré, images médiatiques pour vendre ou pour aménager, informations

scientifiques... (Berque, 1995). Dans cette première approche, pourtant, il est fondamentalement (voire uniquement) une image. Alain Roger (1995, p.121) qui partage de cette vision, par exemple, postule que le paysage est « *très précisément et tout simplement ce qui se voit* ». Il précise, encore, que ce qui se voit « *existe indépendamment de nous* ». Ce dernier prélude est cependant discutable.

Contrairement à ce que l'on pourrait y croire dans un premier temps, la matérialité des choses (les formes, les montagnes, les reliefs, les arbres, l'eau, etc.) et le visible se diffèrent. Une partie de l'immatérialité en interaction avec la matérialité des lieux peut devenir visible. La lumière, par exemple, bien qu'elle ne soit pas palpable, devient visible à partir de son reflet sur cette matérialité, ainsi que le vent qui mouvemente le champ de blé. Le visible, au-delà de cette réflexion, est cependant et encore inhérent à l'observateur. Ainsi, pour que quelque chose devienne effectivement visible, elle doit « traverser » l'œil, le récepteur visuel et le cerveau. Il y en a, certes, toute une matérialité en dehors de l'observateur, serait-elle, pourtant, telle quel l'œil, le récepteur visuel et le cerveau la distinguent ? « *C'est le point de vue lui-même qui fait la chose ; il s'agit donc de la connaissance d'une connaissance mais aussi d'une praxis dans la mesure où connaissance et praxis sont inséparables* » (Raffestin, 1978, p.2). Serge Schmitz (2004) renforce que la révélation et la sélection pour rendre visible, les images, est tout d'abord optique, et que « *les nouvelles techniques d'imagerie cérébrale montrent que [...] seule une minorité des informations serait acheminée par le nerf optique* ».

« *It's impossible to explain fully the fact that what is experienced is not a further series of biochemical events but an object* » (Roth, 1976).

Augustin Berque exprimait dès 1995 que les objets sont structurés en images et en signes par l'être humain, formant des « prises » sur lesquelles la cognition et les représentations viennent se caler. La matérialité devient visible dès lorsqu'elle se structure, prend forme et signification. On ne voit en effet que ce que l'on connaît, que ce que l'on a appris soi-même à identifier et ce que notre société a construit comme relevant du domaine de l'existant, défini comme objet. Dans ce sens, Berque (2008, p.28) souligne que « *la vision humaine n'est pas seulement affaire d'optique : c'est affaire aussi largement de construction sociale* ».

Dans cette perspective, ni visible ni paysage sont construits que de la matérialité ni ils sont dissociables de l'être humain. Dans l'approche du « paysage vu », il est cependant ainsi lié à des représentations. Pour Raffestin (1977, p.125), le paysage « *est institué, en quelque sorte, par la volonté de représenter. Dès lors, l'œil prend toutes choses à son piège car il pense pouvoir tout saisir, tout embrasser. De cette illusion de l'appréhension globale est né le paysage qui rend compte du*

spectacle ». Ainsi, cette conception s'attache surtout au visible, et parfois même exclusivement. Si l'ordre de cette conception n'est qu'apparent, ne serait-elle plutôt « fiction » que réalité, dans la mesure où toutes ses formes pourraient éventuellement masquer tout le désordre créé par des « *situations-problème* » qui puissent en exister ?

Le paysage est ici esthétique, mais il peut aussi être un point de vue, ou une forme de percevoir le monde. Il n'existe qu'à travers le regard et la pensée humaine. Il peut être donc considéré comme une sorte de grille ou de toile mentale que l'être humain place entre lui et le monde, mais il est plus souvent la représentation (graphique, verbale ou mentale) elle-même : des images. « *Le paysage est un spectacle, celui d'une portion d'espace offert à la vue. Sur une surface cartographiable du dessus, des objets divers sont disposés et composent des images que l'on voit du dedans* » (Brossard, Joly et Wieber, 1998, p.299). Le paysage, dans cette tradition, est une représentation élaborée à partir d'un système de signes qui ordonne (Foucault, 1966).

Dans les études et analyses des paysages, à partir de ce regard, la fin première est souvent de montrer ce qui est vu, en fréquence et en nature des objets. Cette « mise en vue » du paysage est une démarche presque « indispensable » pour servir comme une « *référence objective* » à toutes réflexions sur les perceptions des paysages : « *elle peut prélude à l'analyse des mécanismes qui les produisent, elle est une aide puissante à tout plan de gestion* » (Brossard, Joly et Wieber, 1998, p.299).

La représentation (soit par dessins, cartes, photographies, etc.) est une « *configuration idéelle* ». Elle fait le lien entre un représentant (signe) et un représenté (objet auquel il renvoie). Elle réfère à une entité autre, dont la nature est idéelle ou matérielle, ce, à des fins pratiques de communication, d'illustration ou d'action (Di Méo *in* Levy et Lussault, 2003). Toute représentation est ainsi un acte de création, ce qui souligne Antoine Bailly (Encyclopédie de la géographie, 1995). La représentation constitue « *une création sociale ou individuelle d'un schéma pertinent (mais partial) du réel* » (Guérin, 1989, p.4).

Les représentations sont, en outre, des formes pour « montrer » le paysage, pour le « donner à voir » : à la fois à l'égard des plans de gestion, d'aménagement, ou simplement de son étude morpho-géographique etc., ou alors de la « publicité du territoire ». Celle-ci est fréquemment liée au tourisme ou aux « produits » du territoire, qui portent des stratégies commerciales fondées sur l'utilisation du paysage comme « *faire-valoir du produit* » (Alcaraz, 2001, p.200). Les documents publicitaires se présentent sous diverses formes : affiches, dépliants, étiquettes, sites Internet, entre autres. La représentation du paysage dans ces moyens de publicité passe principalement par la photographie mais on rencontre de plus en

plus aussi de dessins, ainsi que des mots à l'appui de l'image. Ceux-ci constituent donc des exemples de « *paysages donnés à voir* ».

Notons que de plus en plus, les relations entre paysage et agriculture sont de forme croissante prises en compte dans différentes études, mais aussi par des acteurs locaux et par des différents organismes liés à l'agriculture, comme l'INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité) et les chambres d'agriculture – et notamment aussi par les offices de tourisme. D'un côté, alors, les acteurs publics et locaux produisent des outils de promotion (les offices de tourisme ou les agriculteurs eux-mêmes) et de sensibilisation (les chambres d'agriculture, l'INAO...) – comme des brochures, des affiches et des plaquettes – qui lient les pratiques agricoles, l'entretien des espaces, l'intégration paysagère des bâtiments ruraux et la qualité des paysages (Michelin et Candau, 2009 ; Ambroise et Brochot, 2009). De l'autre côté, les études essayent de renforcer et de montrer empiriquement les relations entre productions agricoles (spécialement celles liées à des stratégies de qualité) et paysages. Ceci à travers notamment les mesures réglementaires prescrites dans les cahiers des charges des dispositifs stratégiques de qualification de produits (comme les AOC, les labels rouge, les produits issus de l'agriculture biologique, etc.) qui puissent avoir des effets positifs sur la qualité des paysages (Gauttier, 2006 ; Trewin et Mason, 2006).

1.3.2 Le paysage vécu

« En somme, le paysage relève du visible, mais aussi de l'invisible. Du matériel, mais aussi du spirituel. C'est cette ambivalence qui est l'essentiel, et qui fait la réalité du paysage » (Berque, 2008, p.72).

Nous considérons que le paysage est plus qu'image et visible. Ceci rend donc nécessaire de compléter cette première approche par une seconde. Celle-ci est issue de « l'histoire des paysages » et s'appuie sur les réflexions de territoire et de territorialité. En étant toujours une relation entre l'homme et son environnement, le paysage ici se complexifie en essayant de prendre en compte aussi son côté immatériel, invisible et relationnel.

Bien avant qu'on commence à parler de « paysage vécu », la notion plutôt « d'espace vécu » est mise en avant par Frémont (1976) – et particulièrement aussi par di Méo (1991). Le concept « d'espace vécu » amène à considérer le territoire comme espace approprié par un sujet et à s'interroger sur la nature des relations qui relient les sociétés aux lieux. Ces relations, qui expriment aussi une préoccupation sociale par rapport à la nature, sont par ailleurs anciennes et variables comme le montre Luginbühl (1996) à travers l'analyse de la

succession de modèles paysagers dominants (artistique, pittoresque, écologique, identitaire) qui influent sur nos représentations au long du temps. C'est cette « condition iconographique » du paysage qui distingue notamment les notions « d'espace vécu » et de « paysage vécu ». « *Les territoires sont 'fluides' et le paysage les révèle* » (Sgard, 2011, p.59).

Dans cette approche, la géographie considère l'homme non pas comme un « objet neutre », mais comme un sujet actif qui « *perçoit inégalement l'espace qui l'entoure, porte des jugements sur les lieux, est retenu ou attiré, consciemment ou inconsciemment par les lieux* » (Frémont, 1976). Un sujet actif qui participe activement au « système de relations », à sa dynamique et sa transformation constante. L'homme vit et il fait vivre ce système. Derrière l'image de paysage, cette étendue de terre que l'on voit, il y a des hommes et des femmes, des sociétés qu'y habitent, vivent, travaillent en constante interaction avec l'environnement. Le « paysage vécu » est donc...

[...] celui de l'habitant permanent, le paysage quotidien, le cadre de vie et de travail, appréhendé par chacun en fonction de ses propres occupations et préoccupations. Appréhendé mais aussi façonné, jour après jour, siècle après siècle, il est le reflet de toute une culture (Becker, 1996, p.410).

En tant que produit de relations, où l'homme en est protagoniste, l'approche du paysage devient encore un peu plus subjective. « *Le vouloir-voir de la géographie, qui privilégie le signe 'espace', est fondamentalement différent de celui du paysage. On passe d'un vouloir-voir intégrateur et synthétique à un vouloir-voir désintégré et analytique* » (Raffestin, 1978, p.98). Ainsi, au-delà de la notion de paysage exprimée à travers « *le regard humain porté sur une étendue visible de territoire* », celui-ci est cependant en même temps une « *expérience sensible* » de l'être humain (Donadieu et Périgord, 2007). Les relations et « *l'expérience sensible* » sont tout simplement le vécu.

Au-delà et au-deçà de la dynamique du paysage, la sensibilité de cette expérience, de ce « vécu », n'est pas la même pour chaque habitant ou groupe de ce territoire et certainement pas la même du regard du chercheur. Pour chacun de ces habitants, « *chaque élément du paysage a une signification, une utilité, une valeur qu'un regard étranger ne peut soupçonner* » (Becker, 1996, p.410).

L'habitant aussi connaît tous les aspects saisonniers [du territoire], et le changement, même critiqué et à moins d'être excessif, est généralement perçu de façon positive dans un cadre quotidien, preuve de vie et de

dynamisme. **Plus qu'un joli décor, les habitants attendent de leur [territoire] des moyens de subsistance²⁰.**

Dans cette perspective, cette deuxième approche veut dépasser l'unique dimension visible du paysage, où la production du bien-être, par exemple, mérite d'être approfondie à travers les relations que les individus ou les groupes sociaux entretiennent avec la nature et sa matérialité par l'intermédiaire des autres sens humains : le toucher, l'ouïe, l'odorat, le goût (Luginbühl, 2007). C'est aussi l'une des voies que la recherche emprunte aujourd'hui dans l'analyse du paysage pour tenter d'entrer dans le monde sensible, à travers surtout de la perception.

La perception remplace souvent, dans cette approche (comparé à la première approche), la représentation. Elles se différencient, perception et représentation, dans le sens où cette première est strictement sensorielle. C'est « *une vision fonctionnelle du monde, qui permet à l'individu ou au groupe de donner un sens à ses conduites, et de comprendre la réalité, à travers son propre système de références, donc de s'y adapter, de s'y définir une place* » (Abric, 2001, p.13). La connaissance ainsi d'un « paysage vécu » passe par l'écoute des acteurs, par la prise en compte de leurs pratiques, de leurs représentations, de leurs perceptions et de leurs « *imaginaires spatiaux* » (di Méo, 1998).

Passer des territoires vécus aux paysages, c'est mettre en œuvre une relation visuelle exprimable par les images et les mots. Chaque société, chaque culture, même si elle ne dispose pas de mots pour le dire et parfois d'images pour le montrer, produit donc la « mise en paysage » de son environnement par des raisonnements collectifs et individuels (Donadieu et Périgord, 2007, p.7).

1.4 Le paysage une ressource pour le développement

1.4.1 Une demande sociale croissante de paysage et de nature en milieu rural

De nombreuses études récentes mettent en évidence une volonté croissante des acteurs locaux ruraux pour la prise en compte des problématiques paysagères dans leurs discours et dans leurs pratiques (Ménadier, 2012 ; Gauttier, 2006). Cependant, Luginbühl (1991, p.28-30) souligne que « *la demande sociale croissante de paysages et de nature* » vient d'un

²⁰ Ibid.

« *procès d'appropriation – symbolique puis matérielle – de l'espace instauré en paysage* » par une partie de la société qui n'est pas celle des milieux ruraux, mais qui correspond à une « *élite savante et artistique* », à une société « *urbaine* » et « *bourgeoise* » : « *Le paysage rural : la couleur de l'agricole, la saveur de l'agricole, mais que reste-t-il de l'agricole ?*²¹ ». De ce fait, la « *mise en paysage* » du monde rural, qui met en avant davantage sa dimension visuelle et son caractère esthétique à partir de cette demande sociale de paysages et de nature, tend à effacer d'autres caractères, ou même à « *désagricoliser* » ce milieu, comme le suggère l'auteur. La « *demande de paysages* », en fait, ainsi comme la qualité ou la beauté d'ailleurs, est définie par les attentes de ceux qui « *demandent* » : « *ici l'esthétisme se mêle à l'hygiénisme et à la salubrité morale, le propre et l'ordonné, qui suppose une société à son image* » (Luginbühl, 1991, p.29). Elle peut ainsi aboutir à une préservation et une protection des paysages, en éliminant tout usage de l'espace à la consommation économique (possiblement moins au niveau touristique), et/ou alors induisant à des évolutions paysagères basées sur ces attentes exogènes. Et si les politiques d'aménagement du territoire ont donné au paysage un statut délimitant des espaces remarquables ou exceptionnels, qu'en est-il aujourd'hui des espaces gérés et transformés par l'exercice quotidien des pratiques individuelles ou collectives de l'espace ?

Cela signifierait-il que nous assistons actuellement à une progressive « *muséification* » des paysages et, ainsi, « *la mort* » de ceux-ci ? Les différentes approches disciplinaires et le « *début* » d'une prise en compte de la problématique paysagère par les acteurs du territoire eux-mêmes, cependant – soient-ils publics ou privés, collectifs ou individuels –, sont pour nous le cheminement vers une appropriation plus complexe et utilitaire du paysage, au-delà des seules questions d'images (de la nature, de l'agriculture ou des produits), avec des liens entre les réalités complexes des systèmes de production et du milieu et l'environnement et avec une volonté d'intégration de l'ensemble des acteurs des filières et en particulier des agriculteurs, ces protagonistes des paysages. « *Finalement, enjeu politique, source d'un plaisir qui se partage sans qu'il diminue, opérateur psychique de rassemblement et de diversification, – le paysage multiforme s'enracine aussi bien au cœur de la société que dans l'âme humaine* » (Dagognet, 1982, p.13).

Ainsi, les paysages ruraux passent par un processus de « *socialisation* » (Luginbühl, 1991), où les préoccupations paysagères s'affirment. Ce « *mouvement social* » est possiblement aussi une réaction aux risques de déprise agricole et les « *problèmes d'entretien des paysages* » soulignés par « *les études prospectives faites en 1986 par le Ministère de l'Agriculture sur les prévisions de forte réduction [du nombre des exploitants agricoles] dans les années futures en raison notamment de la nouvelle PAC* » (Luginbühl, 1998, p.15).

²¹ Titre de l'article de Yves Luginbühl (1991).

[...] ce mouvement ne touche pas seulement la France. Les échanges de coopération scientifique et les actions des institutions européennes permettent des échanges ou des réflexions plus larges sur l'ensemble de l'Europe. Il reste que les recherches concernant le champ plus étroit des représentations sociales des paysages sont davantage l'œuvre des chercheurs français, sans doute en raison du poids des sciences sociales dans les réflexions sur l'espace rural. Un mouvement analogue s'est engagé également en Espagne, où le rôle des chercheurs français n'est pas négligeable²².

Dans ce cadre, il paraît évident que la prise en compte des paysages dans les discours politiques s'est amplement progressée à partir de cette « alerte » de perspective de diminution des agriculteurs et du « rumeur » de développement de la friche dans le territoire français²³. Pour Luginbühl (1998, p.27) c'est d'ailleurs à partir de ce moment que les organisations professionnelles agricoles, qui refusaient jusqu'à là « *d'attribuer aux agriculteurs le rôle de 'jardiniers du paysage'* » ont commencé à changer leurs regards. Selon cet auteur, l'un des arguments qu'elles ont utilisés pour faire valoir la nécessité des aides à l'agriculture était précisément « *le besoin d'entretenir l'espace rural* » : « *en fond de cette rumeur sur l'espace rural enrichi flottait l'image nostalgique d'une campagne soigneusement entretenue par les paysans, qui était sensée réactiver les aspirations de la population française à l'égard de ce paysage si longtemps dominant dans l'idée même de la France* ».

C'est-à-dire que ces organisations ont voulu « *faire revivre cet idéal de campagne* » que l'agriculture moderne a pourtant beaucoup contribué à modifier. « *C'était cependant présupposer que cette image continuait à avoir un sens pour la société française, alors que ses racines rurales sont de plus en plus lointaines et que l'image elle-même de l'agriculture s'est profondément modifiée* » (Luginbühl, 1998, p.27).

Aujourd'hui, les mouvements identitaires, la valorisation de la qualité des produits et de la qualité de vie, ou même les démarches économiques des territoires ruraux, montrent comme il est important de repenser la place de l'agriculteur, de ses produits et de ses pratiques pour répondre aux attentes et demandes sociales de paysages, de nature, de qualité des produits et de qualité de vie. Dans le sens où le paysage devient aussi sujet dans des projets d'aménagement de l'espace et de développement territorial (comme je montrerai dans la suite), les regards et les sensibilités des acteurs locaux (dont les agriculteurs) constituent un élément très important à prendre en compte. Pour Donadieu et Périgord (2007), la prise en

²² Ibid., p.15-16.

²³ Ibid.

compte du point de vue des acteurs locaux et leur participation active dans le processus de mise en place du projet sont essentiels pour comprendre, de l'intérieur, le territoire sur lequel le projet est mis en œuvre, ses caractéristiques et les valeurs qui leur sont attribués par ces acteurs. Ainsi, le « paysage vu » se croise et s'entremêle avec le « paysage vécu », où bien les pratiques comme les regards sont importants à prendre en compte : « *c'est dans l'évocation des pratiques, et par la liaison organique entre les 'pratiques locales de façonnement' et les 'formes de regard' que le rapport aux lieux se structure dans toute sa richesse et toute sa complexité* » (Dubost et Lizet, 1995 *apud* Henry, 2012, p.48).

Le lien apparent entre produits agroalimentaires et paysages, est souvent visible ailleurs, sur les rayons des supermarchés ou sur les annonces publicitaires. Ce sont notamment dans les campagnes publicitaires, dans les propositions des routes thématiques comme les routes des vins, les balades gourmandes..., dans des brochures, des sites Internet ou même dans les étiquettes qu'on témoigne la mise en avant des paysages comme caractéristiques intrinsèques et moyens d'ancrage visuels des produits. Les producteurs et les filières de production (ou même le territoire lui-même) « *utilisent les arguments paysagers pour communiquer auprès des consommateurs et caractériser les espaces de production sous le signe implicite de la qualité* » (Ménadier, 2012, p.73).

Cette « mise en valeur » d'images paysagères qu'on aperçoit sur les annonces publicitaires des acteurs économiques du territoire serait-elle cependant un indice effectif pour affirmer que la ressource est-elle en processus (intentionnel) d'activation ?

1.4.2 L'apport de l'économie territoriale

Après le renouvellement de la conception du paysage, au-delà d'un paysage « donné à voir » ou d'un « paysage vécu », il y en a eu certainement d'autres temps, qui glissent ces approches vers des évolutions et cadres majeurs : comme le politique, l'institutionnel et le légal.

Aujourd'hui, le paysage, qui appartient au vocabulaire de l'aménagement du territoire est écartelé entre divers courants de pensée : il est au cœur d'enjeux sociaux et politiques qui dépassent largement la sphère étroite des acteurs avertis de l'aménagement ou du milieu scientifique (Luginbühl, 2007, p.23).

Cela veut dire que la question paysagère fait l'objet aujourd'hui d'un intérêt croissant dans les problématiques de développement territorial voire durable. Dans ce contexte, les

attentes sociales à l'égard du paysage sont d'un côté liées à la préservation ou amélioration du cadre de vie – incluant une forte composante environnementale – et de l'autre côté à la valorisation d'activités économiques « à l'origine d'aménités dites positives » (Peyrache-Gadeau et Perron, 2010 ; Cauquelin, 2007 ; Michelin, 2006). L'économie territoriale récemment développée apporte un cadre d'analyse pertinent. Le paysage complexe, propre à un territoire, se révèle ainsi comme une ressource territoriale spécifique. Comme souligne Brunet (1995), « *une ressource est toujours un moyen pour créer de la richesse* ». C'est pourtant plus souvent certains des éléments du paysage (et non pas celui-ci dans sa complexité et dans sa globalité) qui sont vus et considérés comme tels et qui jouent donc ce rôle par rapport au territoire.

La notion de **ressource territoriale**, proposée par l'économie territoriale nous renvoie à ce qui fait la force des territoires. Et s'ils existent des différences conceptuelles entre ressources génériques et ressources spécifiques, celles-ci « doivent » encore se transformer en actifs pour être capables de développer le territoire. Pour que ce soit fait, cependant, des stratégies et des projets du territoire se sont nécessaires. Dans cette perspective, la participation et l'intérêt des acteurs est indispensable pour arriver à ses objectifs. Il faut que les acteurs mobilisent, s'approprient et utilisent différentes connaissances et s'appuient sur des valeurs également différenciées (Velloso, 2008).

Pour pouvoir agir, selon Gumuchian *et al.* (2003), il est nécessaire de connaître les ressources, les comprendre et savoir comment les mobiliser de la manière la plus efficace possible. Il faut, surtout poser les bonnes questions. Parce que c'est à partir de ces questions que surgissent des perspectives d'actions et que s'établissent les stratégies qui seront développées par les acteurs pour atteindre leurs objectifs. Paula (2004) rappelle que chaque territoire est différent et dispose de sa propre identité. Ce sont, dans ce sens, les ressources spécifiques qui fondent la différenciation des territoires. « *Elles constituent des ressources endogènes, construites sur le temps long* » (Landel et Senil, 2009, p.6).

Colletis et Pecqueur (2004) distinguent actifs de ressources, ainsi que son caractère générique ou spécifique. De manière générale, les actifs sont des facteurs « en activité », tandis que les ressources sont des facteurs à être explorées, organisées ou, encore, révélées. Cette première définition insiste dans le caractère « potentiel », « latent » ou « virtuel » des ressources territoriales qui ne sont pas forcément activés dans leur environnement.

Pour ces auteurs, les actifs ou les ressources génériques peuvent être totalement transférables, pendant que les ressources spécifiques « *résultent d'une histoire longue, d'une*

accumulation de mémoire, d'un apprentissage collectif cognitif». Dans aucune hypothèse ils sont transférables ou commensurables.

La construction et le renforcement des réseaux sociaux sont donc des points clés – ainsi comme les ressources territoriales – pour le développement du territoire et, bien avant, pour la construction des stratégies. La notion de stratégie, comme postule Samaganova (2007), implique dans l'intentionnalité des interactions entre les individus. Pour elle, le processus d'identification et de valorisation des ressources est toujours intentionnel, bien que la genèse des ressources puisse être soit intentionnelle soit non-intentionnelle.

[...] par ressource territoriale on comprend une caractéristique d'un territoire issue de l'activité humaine intentionnelle et non-intentionnelle et qui peut servir comme intrant dans le processus de production. Les actifs territoriaux au contraire proviennent uniquement de l'activité intentionnelle des hommes, ils sont le produit des stratégies des acteurs²⁴.

Pour Colletis et Pecqueur (2004, p.8), « *tout peut potentiellement faire ressource mais tout ne peut devenir mécaniquement un actif puisque les conditions de la métamorphose ne sont pas l'objet/ressource mais dans les stratégies d'acteurs au sein du processus de production* ». C'est-à-dire que pour qu'une ressource se transforme en actif il est nécessaire l'action humaine.

La ressource intentionnelle dérive d'une activité humaine intentionnelle à l'égard de la production de biens et de services. La transformation de la ressource en actif se fait à travers l'identification de cette ressource, sa construction et sa valorisation. Avant d'être identifiées, les ressources sont considérées comme virtuelles (ou latentes). Après les identifier il faut encore les « *construire* » et alors les utiliser quand disponibles (valorisation) (Samaganova, 2007).

De l'autre côté, les ressources non-intentionnelles résultent de processus non-intentionnels. Dans ce sens, celles-ci peuvent exister en tant que ressources latentes (et non-identifiées) pendant un temps indéterminé, jusqu'au moment de leur identification et ensuite de leur valorisation (*Fig. 1.2*).

Cette différenciation entre ressources intentionnelles et ressources non-intentionnelles permet une réflexion (ou une observation) par rapport au rôle des acteurs : ce sont eux qui participent intentionnellement ou pas « *à la genèse des ressources, à leur mise en œuvre et leur*

²⁴ Ibid., p.3.

renouveaulement »²⁵. Ceci est important notamment dans les politiques d'aménagement des territoires.

La mobilisation d'un ensemble de ressources territoriales a comme objectif soutenir l'action collective, mais aussi, par conséquence, construire des symboles territoriaux dont les acteurs s'identifient et à travers lesquels le territoire puisse être identifié.

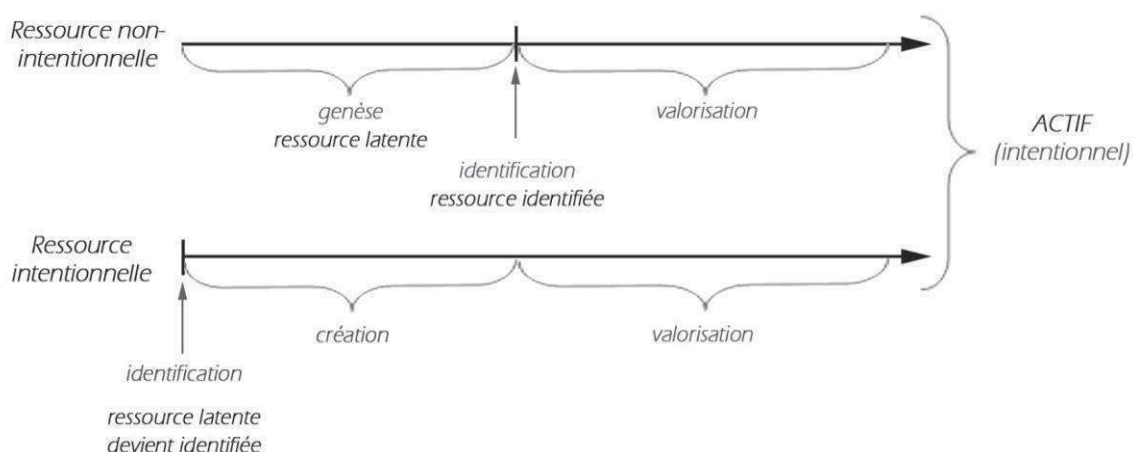


Fig. 1.2 – La transformation des ressources intentionnelles et des ressources non-intentionnelles en actif.

Source : adapté de Samaganova (2007).

1.4.3 Le paysage comme ressource territoriale

Les paysages (complexes) en tant que construits sociaux multidimensionnels – où dans les représentations collectives fusionnent environnement, cadre de vie et perceptions culturelles et patrimoniales (Fortin, 2007) – s'inscrivent dans la catégorie de ressources spécifiques (Peyrache-Gadeau et Perron, 2010) et sont donc propres du territoire et de ses protagonistes. Ainsi, particulièrement ceux-ci dépendent de la qualité de l'organisation sociale locale, parce que, en tant que ressources, doivent être révélés et valorisés ; ce qui suppose l'identification de son processus d'émergence (Andrieu, 2004).

En termes de l'intentionnalité des ressources, le paysage peut être les deux (intentionnelle et non-intentionnelle) à la fois. Il s'agit plutôt d'un mosaïque d'intentionnalités et non-intentionnalités individuelles et collectives, d'activités humaines, de phénomènes écologiques et des plus diverses interactions entre ses différents éléments, matériels et immatériels. A partir du moment où sa représentation est partagée, le paysage devient une ressource potentiellement aussi identitaire. Cela veut dire qu'il est une ressource

²⁵ Ibid., p.5.

en même temps « *territorialisante* » (Peyrache-Gadeau et Perron, 2010), une ressource spécifique distinctive, capable donc de seconder un outil de réflexion autour du développement territorial.

Travailler sur cette ressource n'est cependant pas si simple. Dans sa complexité, le paysage aussi il est mouvement. Quelques fois les activités qui s'étendent dans l'espace sont harmonieuses dans l'image du paysage, d'autres fois pas forcément. Il est en constante évolution et ainsi le « modèle paysager » peut ne pas être toujours stable et, quand les évolutions surviennent, trop nombreuses ou trop violentes, les représentations se reformulent, s'affrontent. Le défi est notamment de prendre en compte toute la complexité du paysage, ses relations et interactions, les différents intérêts des acteurs et de concilier cadre de vie, « qualité » paysagère et dynamique territoriale.

Nous voyons bien que les paysages sont donc d'un côté des construits sociaux, et en tant que ressources, sont également des porteurs d'opportunités pour renforcer des systèmes locaux de production. Leur valorisation et leur mobilisation de cette ressource passe souvent (voire toujours) par le tourisme. Mais avant tout; une prise en conscience du processus de construction sociale de la ressource paysagère est nécessaire, ainsi que des « faire valoir » l'originalité de sa dimension environnementale, patrimoniale et culturelle.

En effet, les paysages tendent à être des ressources importantes dans des projets et dans des actions aussi bien pour les élus, que pour les agriculteurs, les acteurs du tourisme ou même les habitants. Autant qu'il devient une question récurrente dans les démarches de projets territoriaux, particulièrement après la loi Paysages de 1993 (voir « *l'histoire du paysage dans le monde politique et législatif* », dans la séquence). Des chartes paysagères et des programmes de développement local et durable s'étalent progressivement dans plusieurs endroits en Europe, avec un étroit lien très souvent à la « *requalification touristique* » (Peyrache-Gadeau et al., 2011).

1.4.4 Le processus d'activation : de la ressource paysagère au développement territorial

Le paysage fait donc partie des potentialités endogènes susceptibles d'être révélées à travers « un processus de spécification ». Mais « *la particularité de la ressource paysagère tient dans le fait qu'elle permet – plus que d'autres de nature moins transversales – d'ouvrir sur une approche intégrée des spécificités territoriales, de leur cohérence, et de leurs liens avec les modalités de développement* » (Peyrache-Gadeau et Perron, 2010, p.3). Dans cette perspective, le paysage enchère un

support avantage pour la « construction territoriale » et pour le développement du territoire. Pour se faire, pourtant, il faut bien qu'il existe une représentation partagée du paysage.

Les caractéristiques et les qualités des paysages, aussi bien naturelles que culturelles, sont capables, tout d'abord, de nous informer sur d'éventuelles menaces qu'ils puissent y subir, aussi que sur les opportunités pour la (ré)affirmation de ses éléments identitaires. En bref, « *le paysage est un milieu à travers lequel on construit l'identité d'un lieu, il est aussi bien une représentation (un idéal qui révèle du sens), comme une existence matérielle (la réalité des conditions vécues)* » (Harner, 2001, p.660, *traduction de l'auteur*). Le fait (et le danger) c'est que ces caractéristiques uniques de chaque paysage, au lieu simplement d'être transformées et renouvelées par les interactions existantes, elles disparaissent au fur et à mesure lorsque les territoires et les régions sont affectés progressivement – culturel et économiquement – par les phénomènes de « *déterritorialisation* », de « *multiterritorialité* » (Barel, 1986), de « *reterritorialisation* » (Haesebaert, 1997) et de « *glocalisation* » (Benko, 2000), aussi bien que par « *l'anéantissement de l'espace par le temps* » (Harvey, 2003). En revanche, malgré les effets homogénéisateurs de la mondialisation (ou alors en réaction à ces phénomènes) marqués par des asymétries croissantes entre local et global au détriment de ce premier, les identités territoriales sont encore très importantes. Elles sont, en effet, des sources immédiates « *de confort, d'auto-reconnaissance, d'estime de soi et d'espérance d'un meilleur avenir* » (Castells, 2003, p.74). Tout ceci pas simplement pour les groupes sociaux ou économiques (ou autres) qui ont déjà « perdu » ou n'ont jamais participé dans la bataille du local versus global, mais aussi et notamment pour ceux qui croient que l'intégration globale et la reconnaissance et/ou revalorisation des spécificités naturelles et sociales locales sont vraiment nécessaires et désirables (Albino, 1997).

La ressource paysagère, telle qu'elle est susceptible d'émerger dans un cadre de concertation, peut être, pour les acteurs, opératoire pour penser leurs actions en matière de développement local, un moyen pertinent pour aider à l'expression d'un projet à partir de l'identification des vulnérabilités territoriales (Peyrache-Gadeau et Perron, 2010, p.4).

C'est notamment dans ce contexte, lorsque le paysage (en tant que composant d'identité territoriale et de la durabilité des territoires) et les préoccupations autour de la « disparition » de ses « caractéristiques uniques » et de ses qualités passent à obtenir plus de place dans les problématiques du développement et dans les « agendas politiques », que le paysage comme ressource gagne force pour devenir effectivement un actif pour le développement.

N'oublions pourtant pas le caractère dual, complexe et relationnel du paysage. Si celui-ci peut donc passer de ressource territoriale à actif, comme un « *sujet-support d'intentions associées au développement local* » (Peyrache-Gadeau et Perron, 2010, p.4), cette approche doit « sortir » simplement de théorie pour permettre d'inscrire les différentes conceptions, visions et intérêts des acteurs et d'offrir un cadre de réflexion pour la prise de conscience partagée des enjeux liés à l'évolution du paysage. Le vrai défi est ainsi de trouver les moyens et les chemins vers l'intégration fonctionnelle (*i.e.* en termes pratique et pas seulement conceptuel) des préoccupations liées à l'identité et aux paysages dans les initiatives et décisions de développement territorial.

En même temps, il faut reconnaître (sans simplement le critiquer) le caractère subjectif de ce discours. Néanmoins, il est question aussi de souligner que les objectifs du développement eux-mêmes et les moyens pour les atteindre sont également très subjectifs et, avant tout, que le « *développement est plus que croissance économique : il est la réalisation de tout le potentiel des ressources d'un lieu, où le plus important ce sont les gens. Pour que les gens atteignent tout ce potentiel, elles doivent reconnaître qui elles sont et envisager les possibilités pour le futur* » (Harner, 2001, p.678, *traduction de l'auteur*). Elles doivent avoir une forte identité avec leurs communautés et avec leurs lieux.

De manière générale, la capacité de satisfaction des critères (chaque fois plus sophistiqués) de qualité de vie – qui tendent d'ailleurs à favoriser l'authenticité des territoires –, et ainsi de construction d'une représentation partagée du paysage, dépendront du « magnétisme » du territoire en termes, par exemple, de : a) « *l'attractivité naturelle* » (espaces ouverts, air et eau purs, espaces verts, rivières, espaces de loisirs en plein air, etc.), b) « *l'attractivité structurelle* » (habitations de qualité, bons services d'éducation et de santé, commerce traditionnel, restaurants traditionnels, diversité culturelle, espaces communautaires, etc.), c) « *l'attractivité social* » (fort leadership de la politique locale, efficace et efficience des pratiques du pouvoir local et des institutions du troisième secteur, atmosphère de « paix sociale », sécurité et coopération, etc.) et d) « *l'attractivité économique* » (opportunités (et bons taux) d'emploi, incitation et aide aux activités économiques locales, à l'esprit entrepreneur et aux innovations sociales, etc.) (Roca et Oliveira, 2002).

Dans cette perspective, l'émergence de la démocratie participative en France (et ailleurs), incontestablement considérée comme un progrès, contribue en partie sur les procédures d'aménagement, bien que pas forcément sur une construction collective et partagée de la représentation du paysage. C'est cependant déjà un mi-chemin pour la transformation de la ressource en actif, même s'il n'est pas sans difficultés. « *Les modèles de*

démocratie peuvent, en effet, difficilement être projetés sur une société qui n'y est pas préparée et la concertation sans pédagogie peut avoir des conséquences plus néfastes que bénéfiques sur l'implication de la population dans la vie publique » (Couderchet et Ormaux, 2003, p.5).

Une construction collective de la représentation du paysage peut en tout cas contribuer à l'émergence d'une identité sociale qui se concrétise par une vision partagée de l'avenir, la prise en compte du paysage comme un identifiant culturel de la société et comme le vecteur de la transmission du patrimoine de la nature aux générations futures. Elle dévoile de plus « *les potentialités économiques supplémentaires liées à l'exploitation coopérative des ressources paysagères, à la connaissance de la biodiversité par les acteurs, et aux capacités d'inventivité liées au fait qu'il y a des marges de manœuvre pour construire et utiliser un paysage durable* » (Peyrache-Gadeau et al., 2011, p.10).

Almeida (2006, p.37-38) souligne pourtant le « danger » lié à la transformation du « *paysage-ressource* » en actif particulièrement à fins touristiques, dans le sens de la « *surfréquentation* » qu'il peut atteindre le territoire :

Le cas des plages très recherchées est encore plus flagrant, parce que le processus de dégradation du paysage peut devenir même irréversible. Le grand nombre de projets de 'développement', à dire plutôt de croissance, menés dans la tentative de donner une réponse à la recherche croissante par les touristes, conduit à une dépréciation progressive du site et, en conséquence, à une diminution de son attractivité, ce qui, règle générale, a des effets à long terme.

Cet exemple présenté par l'auteur, dans une problématique qui se pose certainement à tous les sites remarquables mais qui n'est sans doute pas la seule, est aussi un exemple de vision réductionniste autour des projets et du développement – et bien probablement aussi du paysage. Or, quand on cherche des solutions spécifiques à des problèmes spécifiques (notamment à résoudre dans le temps court), sans considérer la complexité des situations, les résultats finissent souvent pour créer des nouveaux problèmes (à chaque fois plus nombreux et à long terme !). C'est la raison pour laquelle nous défendons l'idée de conciliation entre les approches du paysage, la transformation du « *paysage-ressource* » en actif pour le développement territorial et la pensée et la pratique systémiques [telles que soutenues notamment par Checkland (1972, 1999, 2006), mais aussi par Maturana (1997), Morin (1999), Senge (1990), Schindwein (2004, 2005, 2007) et Boff (1977)].

1.5 Problématique, hypothèses et méthodologies : la construction du chemin

Les travaux en géographie et économie territoriale testent le postulat de la dynamique endogène des régions rurales et font l'hypothèse qu'elles sont capables de générer des ressources territoriales, susceptibles de promouvoir leur développement et leur capacité d'adaptation (Colletis et Pecqueur, 2004 ; Gumuchian et Pecqueur, 2007 ; Courlet, 2008). Dans cette perspective, le paysage est donné comme une ressource spécifique pour le développement du territoire. Cette vision apparemment simple et évidente cache en fait une réalité beaucoup plus complexe. Il ne suffit pas de situer une ressource pour qu'elle produise du développement (Lafarge *et al.*, 2012). De plus, qui dit activation de ressource spécifique, sous-entend qu'il ait un processus d'identification d'une ressource latente et d'activation. Il y a donc pour les acteurs d'un territoire, un long chemin à parcourir pour qu'une ressource latente devienne un actif spécifique mobilisé par tous ou partie des acteurs du territoire et contribue à son développement.

Cette thèse se propose d'étudier dans quelles mesures les paysages du piémont et des contreforts du Larzac – marqués par la vitiviniculture – peuvent être un élément moteur dans les processus de développement territorial (durable). Il s'agit à la fois de vérifier l'hypothèse des paysages, dans leur complexité, comme une ressource territoriale spécifique, et de présenter dans un deuxième temps des outils méthodologiques (à partir des analyses sur le terrain d'études) pour les processus d'activation et de mobilisation de cette ressource paysagère. Ainsi, à travers une étude de cas, je pose la question principale : **peut-il – et comment –, le paysage, devenir un actif pour le développement territorial du piémont et les contreforts « viticoles » du Larzac ?**

Pour répondre à ces questions je m'intéresse à une région viticole de la méditerranée délimitée par le piémont et les contreforts du Larzac, au cœur du département de l'Hérault et à une cinquantaine de kilomètres de Montpellier, ville reconnue pour sa forte croissance démographique et son attractivité touristique (*voir plus de détails sur le Chapitre 2 et dans les figures 2.1 et 2.2, p. 70*). Loin du brouhaha et des embouteillages urbains, notre zone abrite un nombre important de sites naturels et historiques remarquables, le plus connu étant Saint Guilhem le Désert. Ces sites ont de fortes protections environnementales et/ou patrimoniales (*voir Fig. 5.3*), sujets donc aux pressions touristiques.

Par ailleurs, notre zone d'étude se situe à proximité de grandes routes et de grandes villes (notamment de l'agglomération de Montpellier), étant ainsi aussi susceptibles à la

pression foncière et démographique. Caractérisée encore comme zone rural (pourtant à la lisière du périurbain), les principales activités économiques sont la vitiviniculture (surtout) et l'oléiculture, dont les vignes et les oliviers occupent la plupart des parcelles en « sol agricole ». Paysage, tourisme et activités viticoles et oléicoles représentent ainsi les plus forts atouts du territoire. Comment dorénavant les concilier ?

La vitiviniculture est le moteur économique du territoire et aussi identitaire, son développement (notamment dans les dernières années) vers des petites appellations d'origine contrôlées (Terrasses du Larzac, Montpeyroux et Saint Saturnin) renforce son importance dans la dynamique territoriale. Bien que les paysages de ce territoire soient très riches et diversifiés (dans le nombre de composants et des interrelations), le regard à partir de l'activité viticole – dès que l'on considère la complexité des paysages (qui ne sont pas uniquement ni essentiellement viticoles, puisqu'il s'agit d'un ensemble) – est ainsi très pertinent.

1.5.1 Hypothèses

Notre travail s'inscrit dans l'hypothèse que le paysage est une ressource pour le développement territorial, pourtant parfois encore latente ou « non-intentionnelle » auprès des acteurs du territoire (Peyrache Gadeau & Perron 2010). La problématique paysagère et la beauté des paysages du piémont et des contreforts « viticoles » du Larzac sont d'ailleurs déjà retenues et font l'objet de débats et de quelques actions sur le territoire, principalement après les nouvelles lois de la fin du XX^{ème} siècle et le début du XXI^{ème} siècle concernant les paysages – qui considèrent, par exemple, les ZPPAUP, les SCOT et les PLU (*voir Encadré 1.1*).

Pour conduire notre de recherche, j'ai été amené à poser deux hypothèses de travail.

Hypothèse 1 – Les processus de « mise en exergue » des paysages (comme ressource pour le développement du territoire), se passent surtout au niveau des acteurs publics du territoire, bien que quelques acteurs économiques s'emparent d'un « paysage donné à voir » pour mettre en valeur leurs produits sans pourtant se rendre vraiment compte de ce qui « signifie » les paysages et de leurs enjeux (ressource non-intentionnelle).

La signification du paysage elle-même (dans les connaissances scientifiques) est **complexe** et souvent difficile à saisir pour les acteurs du territoire, ce qui complexifie les processus de mobilisation, de valorisation et d'activation de la ressource paysagère pour le développement du territoire, spécialement si on le souhaite **durable**.

Ceci me conduit à poser une seconde hypothèse.

Hypothèse 2 – La pensée et la pratique systémiques (et particulièrement les « dessins riches » que je propose pour représenter les paysages dans leur complexité) s'avèrent des appuis et des outils efficaces dans ces processus, comme une forme aussi d'autoréflexion et d'auto-apprentissage, qui permettent la définition de stratégies et d'actions qui activent la ressource pour promouvoir un développement territorial durable et de maintenir des paysages non simplement « beaux », mais aussi « vivants », avec la participation et selon les regards des acteurs.

1.5.2 Différentes approches du paysage pour la construction d'un « paysage riche » : où les regards font plus que la somme des parties

Dans les études et recherches des paysages, même si l'on considère la définition du paysage telle qu'elle a été conçue par la *Convention européenne du paysage* en 2000 : « *une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels et/ou humains et de leurs interrelations* », nous distinguons particulièrement trois approches différentes. La première s'agit d'un regard on dirait un peu plus objectif²⁶ sur le paysage : « *l'espace façonné, imprimé, le 'vu'* » (Cloarec, 1984, p.268). Il s'agit de ce que je désigne « **le paysage donné à voir** ». La deuxième approche s'intéresse à un paysage plus « subjectif » : elle cherche à étudier les conditions et les formes de la perception du paysage. Il s'agit d'un « **paysage vécu** », « *celui de l'habitant permanent, le paysage quotidien, le cadre de vie et de travail* » (Becker, 1996, p.410)²⁷.

Ces deux premières approches rassemblées constituent la base de la conception complexe et relationnelle du paysage – telle que je conçois dans ce travail : « *une construction sociale, produit perceptible des interactions entre les processus sociaux et les processus biophysiques d'une part, et entre la dimension matérielle et la dimension immatérielle de la nature, d'autre part* » (Luginbühl, 2007, p.34). C'est la distinction que plusieurs auteurs font du paysage, en « *paysage vu* » et « *paysage vécu* »²⁸, mais qui ne sont qu'encore une dualité des paysages : le paysage est certainement les deux à la fois. La troisième approche dérive ainsi de cette base,

²⁶ Même s'il y en a indubitablement du subjectif comme nous avons vu antérieurement.

²⁷ La subjectivité est sans doute présente dans les deux approches, ainsi que « *paysage vu* » ne signifie pas forcément le même que « *paysage donné à voir* ». Celui-ci est une représentation du premier. Ainsi, il est aussi subjectif, comme nous l'avons déjà discuté, parce qu'il est inhérent à chaque observateur, parce que chacun va « donner à voir » ce que lui intéresse (par des motifs à lui) de montrer à l'autrui, etc. Cette petite distinction que je fais ici entre les deux approches (attention, pas exclusives !) sera plus claire lorsque nous passerons aux analyses sur le terrain d'études (*Chapitres 3 et 4*), où le « *paysage donné à voir* » est analysé de façon beaucoup plus « cartésienne » que le « *paysage vécu* ».

²⁸ Ibid.

mais porte son regard sur sa relation avec le milieu de l'action publique et de l'action collective. Ceci se rapproche de ce que Larrère (2004) distingue comme « *paysage initié* », celui des acteurs et de l'action publique. Ou alors celui qui se confond avec les « usages » dans le sens de gestion où l'on voit le paysage comme une ressource (naturelle, culturelle, économique...).

Cette troisième approche apparaît quand, comme le souligne Donadieu (1994 *apud* Luginbühl, 2007, p.34), la société passe à considérer le paysage « *comme moyen de gérer les relations à la nature avec la patrimonialisation des formes du paysage et une sensibilité mature aux espaces de qualité* ». A travers cette idée, Donadieu « *développe une démarche fondée sur l'analyse des projets des paysagistes qui constitue un moyen de produire de la connaissance sur les processus de production des paysages* »²⁹. Celle-ci renforce l'importance des rôles des acteurs dans l'élaboration, la formulation et la mise en œuvre des politiques publiques et sur la pertinence des représentations sociales et partagées des paysages.

La *Figure 1.3* ci-dessous montre cette composition « multi-approches » du paysage. Il est, en réalité, une combinaison et interaction de ces trois approches. Le « *paysage vu* » (ou « *donné à voir* ») représente tout ce qui est visible, l'image elle-même. Il est à la base du cercle non simplement car il est la première approche, mais aussi parce qu'il symbolise la base du paysage, qui est toujours et tout d'abord « *ce que l'on voit* ». Le « *paysage vécu* » vient à compléter ce pilier, avec les relations, les interactions, et surtout avec les regards (perceptions) des acteurs qui « *font vivre* » le paysage, qui est toujours « *inhérent au regard humain* ». Ensuite, à partir de ce grand pilier formé de l'interaction entre le « *vu* » et le « *vécu* », il y a l'aspect de l'action publique et de l'action collective qui essaye de gérer les « *usages* » du paysage, qui est une ressource (naturelle, culturelle et économique) pour le développement du territoire.

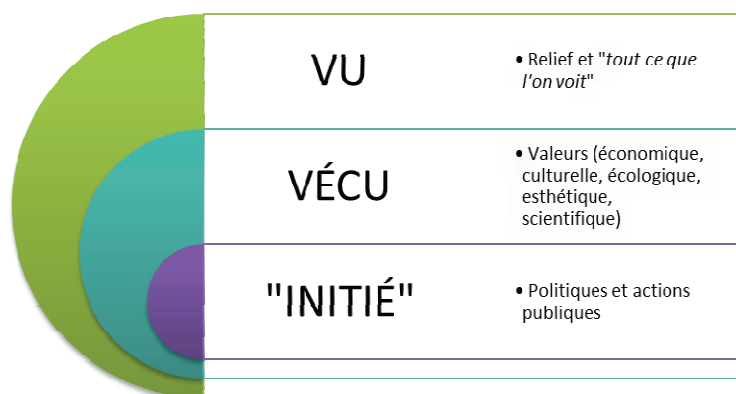


Fig. 1.3 – Le paysage et ses trois approches.

²⁹ Ibid.

Dans cette logique, pour la construction d'une représentation de ce paysage complexe, qui prend en compte les différentes dimensions du paysage, ses relations et ses interactions, je construis et je soutiens ma **méthodologie de travail** (qui s'appuie sur ces trois approches, en plus de l'approche systémique). Les langages, les outils et les méthodes d'analyse pour chaque approche ne sont pas les mêmes. Ils se réclament donc de problématiques différentes. Ainsi, je consacre trois étapes analytiques différentes sur la thèse (relatives à chaque approche et où les « *visions de monde* » des acteurs sont très importantes) pour ensuite les rassembler à travers une pratique systémique, qui n'est qu'une adaptation de la méthode des « dessins riches » pour la représentation de ce paysage complexe (Fig. 1.4).

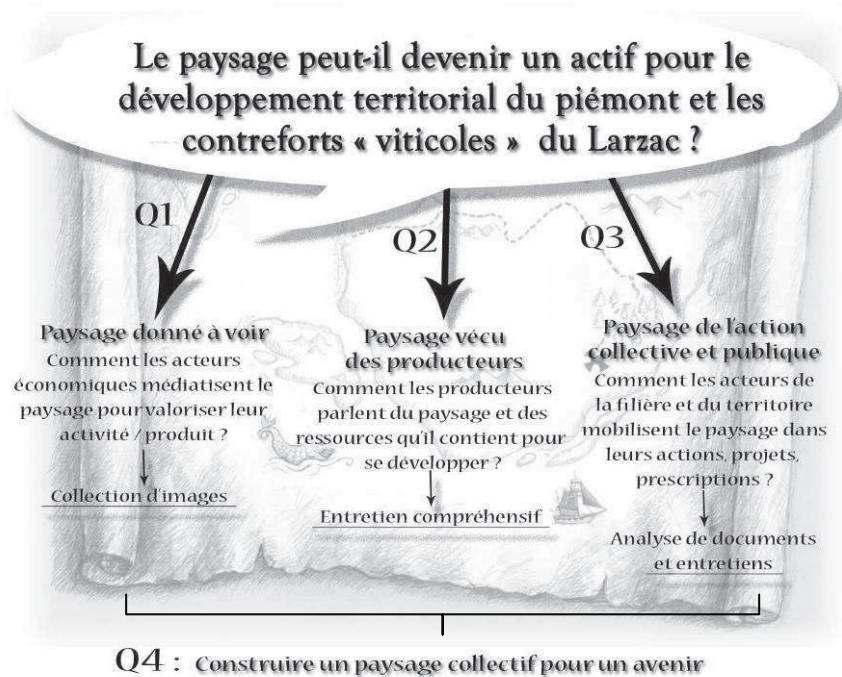


Fig. 1.4 – Les différentes approches dans la méthodologie de travail.

Les « dessins riches », ainsi comme la conception du paysage, ne sont pas simplement un regard, mais ils se confondent avec la propre réalité, avec le territoire. Et bien que ce territoire ou ce site soit visible, il ne se réduit pas à cette « visibilité », ainsi comme « *visible et réel différent* » (Paupert, 2011, p.5) : la totalité du réel sera toujours plus que ce qu'on voit. Les « dessins riches », dans ce sens, cherchent à appréhender la relation existante entre la dimension visible du paysage et celle qui ne l'est pas. Lire le paysage (selon Besse, 2006), c'est aussi extraire les formes d'organisation des espaces, extraire ses structures, ses formes, ses flux, ses tensions, les directions, les limitations et les limites, les centralités et les périphéries.

Les « dessins riches », surtout, sont un processus d'apprentissage à l'égard des acteurs du territoire qui permet le dialogue et la réflexion autour des paysages et ainsi la transformation de la ressource paysagère en actif pour le développement territorial à travers les différents intérêts des acteurs et les stratégies et actions qui en découleront.

1.5.3 La pensée et la pratique systémique : un outil pour penser l'action et le développement territorial à travers le paysage relationnel

Considéré comme un ensemble d'idées, la pensée systémique (et ses pratiques) est utile dans la compréhension de la complexité des relations entre les êtres humains et l'environnement, bien comme dans la construction d'un outil pour comprendre la complexité des processus impliqués dans l'apprentissage de ces interactions (Schlindwein, 2004). L'objectif de la pratique systémique est de rencontrer des formes d'utiliser les concepts systémiques (de la théorie de systèmes) pour affronter les « *situations-problème* » du monde réel : situations où l'on observe normalement des controverses, des conflits d'intérêts, des incertitudes et des perspectives multiples, et que l'on peut dénommer de « *situations de complexité* », avec l'intention de l'améliorer³⁰.

La pensée systémique et la pratique systémique (qui en découle) sont donc des ressources conceptuelles et méthodologiques mobilisées souvent dans des processus de prise de décision dans des « situations de complexité » où l'on veut améliorer la situation. Dans ces systèmes complexes (inhérents sans doute au regard de l'observateur), il n'existe jamais un problème isolé et ainsi non plus une solution précise. Ce que l'on voit souvent comme « problème isolé » n'est que l'expression (ou produit) de différentes et diverses interactions et relations dans le système et c'est pour cette raison que j'adopte l'expression « *situation-problème* » à la place de « problème ». Bien comme la problématique n'est pas de résoudre un problème, mais plutôt d'améliorer ces situations (qui peuvent ainsi toujours être améliorées dans ce système en constante transformation et évolution). La pensée et la pratique systémiques ne sont qu'une forme de chercher à mieux comprendre et connaître le monde et, ensuite, d'agir différemment sur lui à travers la réflexion autour d'un « *système d'intérêt* » (Open University, 2002). La pratique systémique résulte d'une forme d'engagement (systémique) de quelqu'un avec un système d'intérêt. Pensée systémique et pratique systémique sont, en effet, nécessairement indissociables : elles constituent une dualité. Et c'est de l'interaction entre elles qui émergent la connaissance et la compréhension systémique pour améliorer situations perçues comme problématiques et/ou complexes.

³⁰ Ibid.

Dans l'engagement avec une situation-problème de complexité, cependant, la pratique systémique dépend aussi de la modalité de l'approche systémique qu'on adopte. La Figure 1.4 ci-dessous résume graphiquement les choix que l'on peut faire.

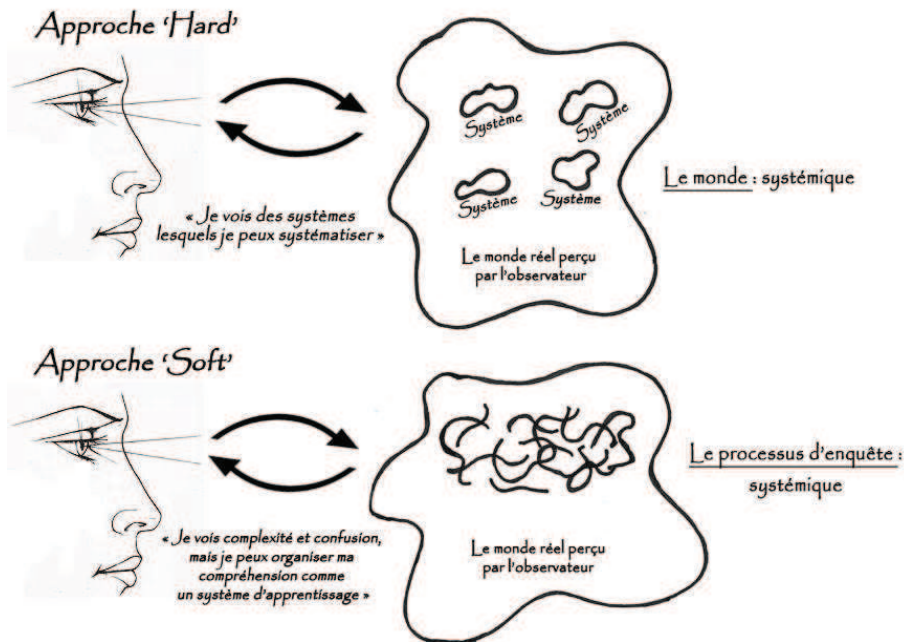


Fig. 1.5 – Les approches systémiques « hard » et « soft » : le monde, ou des parties du monde, comme un système et la vision systémique du monde (adapté de Checkland, 1999).

La Figure 1.5 présente ce qu'on connaît par des approches « hard » et « soft » de la pensée systémique, qui impliquent dans deux manières différentes de se voir le monde. Dans l'approche « hard » on assume que les systèmes existent comme tels dans le monde et que, en raison de cela, ils peuvent être manipulés (une vision très objectiviste et positiviste), tandis que dans l'approche « soft » des systèmes d'intérêts que l'on peut identifier résultent d'un acte de distinction pour être donc employés dans le processus de compréhension d'une situation de complexité (Checkland, 1999 ; Schlindwein, 2007). Pour Checkland (1999), c'est ce « changement de systémicité » du monde vers le processus d'enquête (*process of inquiry*) sur le monde, qui caractérise la différenciation épistémologique fondamentale entre les des formes de pensée systémique.

Dans cette perspective, il est question encore de souligner que la première vision (*hard*) met l'accent sur l'objectivité et la conviction de qu'il existe un monde réel, un monde fait d'entités discrètes qui ont une existence et un sens propre. Alors que dans la deuxième vision (*soft*) l'action pratique est basée sur un monde de l'expérience individuelle et dans l'acceptation de qu'il n'y a pas une seule réalité, un seul monde réel, et alors « l'argument de

l'objectivité cède place à celui de la responsabilité » (Schlindwein, 2004, p.121). La vision que j'adopte dans ce travail de la pensée systémique (et de ses pratiques) est celle de l'approche « *Soft* » (dont les auteurs qui l'adoptent ont été cités auparavant – voir p. 28), et c'est donc ce sens que je veux donner à chaque fois que je discute ou fais référence à la pensée systémique, à l'approche systémique et/ou à la pratique systémique tout au long du texte.

Si l'on regarde tout d'abord la notion qu'on retient du paysage, celle-ci est déjà en connexion avec la « pensée systémique ». La dualité (ne pas confondre avec le dualisme³¹), par exemple, est toujours présente dans la notion du paysage. Le paysage se situe à l'articulation de l'objectif et du subjectif. Il n'est ni matériel ni idéal. Ni visible, ni invisible. Il n'est ni seulement dans la matière, ni seulement dans le regard (Bertrand, 1978). C'est parce qu'il dépasse toutes ces oppositions, il n'est pas non plus entre les deux ; il est les deux à la fois. Il est, en même temps, une interaction entre sujet (ceux qui construisent, qui façonnent le paysage) et objet (ce qui fait paysage). C'est-à-dire qu'il est un processus dans lequel sujet et objet s'influencent réciproquement, créant finalement quelque chose d'autre, de nouveau : un paysage.

Cette interaction est ce que Berque (2000) désigne par le terme de « *trajection* » : un mouvement qui ne met pas uniquement en interaction, mais qui unit sujet et objet dans une même entité, où chacun participe de l'autre et réciproquement. Le point de vue de Berque est particulièrement intéressant (pour notre travail de recherche) dans la mesure où le paysage (ou plutôt la perception paysagère) est considéré comme un processus combinant et dépassant le physique et le phénoménal, en allant ainsi au-delà du dualisme des faits objectifs et des représentations subjectives. C'est le début et la racine d'une vision tout à fait systémique, en approche avec la « pensée systémique » (ou complexe).

Le paysage est relationnel, il est implicite dans la vie sociale et vice-versa, il est conditionné en permanence par les relations sociales. « *Le paysage est une entité relative et dynamique, où nature et société, regard et environnement sont en constante interaction* » (Berque, 1994, p.6). Il n'est ni une évidence matérielle et naturelle, ni une essence conceptuelle, mais il naît toujours d'un regard relatif – comme à travers une fenêtre – sur un milieu. Et les fenêtres

³¹ Les notions de « *dualité* » et de « *dualisme* » sont souvent (et avec beaucoup de tort) confondues. Le **dualisme** est ce que la science et la société occidentales modernes insistent à adopter, en distinguant et en séparant toutes les choses. Le dualisme, il voit les paires comme des réalités juxtaposées, sans relations entre elles. Il sépare ce qu'en concret viendrait toujours ensemble, *i.e.* il s'agit toujours d'une chose OU d'une autre : gauche ou droite, intérieur ou extérieur, masculin ou féminin. La **dualité**, au contraire, met « ET » au lieu de « OU ». Elle voit, dans le langage de Leonardo Boff (1977), « *les paires comme les deux côtés d'un même corps, comme dimensions d'une même complexité* ». C'est donc la « capacité » des corps, des choses, des situations... d'être deux choses à la fois. La complexité c'est l'articulation de plusieurs parties et constitue des réalités par les « *inter-retro-relations* » de tous ses éléments, donnant lieu à un système dynamique toujours ouvert à des nouvelles synthèses.

changent de forme, de cadre, de verre ou de perspective selon les cultures, les mémoires et les individus.

Dans la notion du paysage comme dans l'approche (*soft*) de la pensée systémique, il existe une idée de que « *le tout est plus que la simple somme des parties* » (Schlindwein, 2007). Chaque forme n'est pas la somme de plusieurs éléments mais un ensemble né du rapport entre les éléments qui la composent : le paysage est un tout indissociable (Fines, 1968). Même sa beauté n'est pas la somme de la qualité esthétique de ses éléments, mais émane de l'ensemble. L'émotion esthétique est donc issue d'une préférence plus que d'un jugement analytique. Elle est par essence subjective.

Le paysage comme un système complexe d'intérêt n'a pas en lui un sens universel. Son sens est révélé, construit, par un individu ou un groupe dans un certain contexte. Il est inhérent à l'observateur [« *tout est dit par un observateur* » (Maturana, 1997)] et celui-ci est une partie « inter-retro-relationnel » dans le système (et non pas extérieur à lui) :

Le paysage n'est pas un pur objet en face duquel le sujet pourrait se situer dans une relation d'extériorité; il se révèle dans une expérience où sujet et objet sont inséparables, non seulement parce que l'objet spatial est constitué par le sujet, mais aussi parce que le sujet à son tour s'y trouve englobé par l'espace. Il constitue un excellent exemple d'espace habité (Collot, 1986, p.212).

Ainsi, la perception du paysage et la pratique systémique doivent être conçues plutôt comme un processus de l'apprentissage (pour affronter les situations de complexité). La vision « *trajective* » de Berque (2000) se révèle alors pertinente dans cette approche : il considère la perception paysagère comme un processus qui combine et dépasse le physique et le phénoménal. Dans cette perspective, comme tous les processus (Bertrand, 1995), le paysage n'existe que dans le système dans lequel il fonctionne. La notion du paysage exprime le regard humain sur une étendue visible du territoire portée par l'expérience sensible de l'observateur.

Alors, défendre que les éléments d'identité territoriale se reflètent dans les paysages et dans les modes de vies tout simplement est partiellement cohérent, puisque l'autre dimension du paysage c'est son image. « *Le paysage est la fois représentation et réalité, il est à la fois symbole et forme, aussi bien qu'image et conditions actuelles vécues* » (Harner, 2001, p.663). Comment, alors, concilier toutes les dualités et la complexité des paysages dans les analyses, les études, les représentations et les « actions » des paysages ? Comment passer de la théorie aux pratiques

et être capable de transformer la ressource paysagère en actif pour le développement territorial ? Pour Flatrès-Mury (1982, p.343), « *les difficultés en ce domaine résident [...] dans l'analyse objective d'un phénomène en partie subjectif* ». Telle préoccupation est sans doute partagée par plusieurs autres scientifiques. Avocat (1982, p.335) se pose également la question, si l'on peut « *parler* » des paysages « *d'une façon satisfaisante et **mettre au point des pratiques opérationnelles** vis-à-vis du paysage, expérience quotidienne* », si celui-ci n'est ni « *seulement le produit d'une perception* », ni « *un objet scientifique, fragmenté d'espace en soi* ». Pour lui, bien que « *le paysage demeure l'objet privilégié de l'étude géographique puisqu'à lui seul il traduit **les relations complexes** des conditions naturelles et des activités des sociétés humaines* », il n'existait pas encore un « *langage scientifique pour décrire les paysages dans leur globalité et en apprécier la dynamique* ».

La problématique reste encore actuelle dans les difficultés de se passer d'un discours (théorie) complexe et subjectif à des actions (pratiques) objectives et, dans les études de paysage, de représenter graphiquement – puisque c'est encore la représentation son principal outil et produit – les paysages complexes et relationnels tels qu'ils sont (perçus par des individus et des groupes sociaux). Peut-on, à la fin, ne pas tenir compte dans une évaluation paysagère des éléments « intangibles », des effets d'harmonie, de variété, de voisinage, ou encore de l'effet global ?

Dans l'audace de représenter iconographiquement le paysage en unisson avec son sens complexe, dual et relationnel – pour que celui-ci soit utilisé comme outil pour que les acteurs concernés puissent transformer la ressource paysagère en actif pour le développement de leur territoire –, je propose l'adoption (et l'adaptation) de la pratique systémique [et spécialement le « dessin riche » (*rich picture*) de la *Soft Systems Methodology* proposée par Peter Checkland (1999)]. La pratique systémique, et le processus d'apprentissage qu'elle implique, nous montrent qu'il est possible d'adopter un ensemble différent de procédures pour affronter les situations de complexité. Il n'est plus question de réduire la complexité et de la simplifier – ce qui invariablement l'élimine –, puisqu'il est possible d'apprendre à vivre avec elle, en explorant les possibilités que la pensée systémique et la pratique systémique nous offrent. C'est-à-dire que nous sommes capables de nous engager dans des processus cognitifs médiés par des pratiques systémiques, pour apprendre à affronter et vivre avec des « situations-problèmes » – sur lesquelles nous ne devons pas avoir la naïveté de vouloir trouver des « solutions », mais pour lesquelles nous devons avoir la responsabilité de chercher à promouvoir des améliorations.

1.5.4. Les dessins riches de Peter Checkland

Les « dessins riches » ont particulièrement été développés par Peter Checkland comme une première partie de sa *Soft Systems Methodology* (SSM) pour rassembler les informations d'une situation complexe (Checkland, 1981 ; Checkland et Scholes, 1990). La nature et la forme de la SSM sont basées dans le concept de « vision de monde », ou *Weltanschauung* comme utilisé par Checkland (voir *Annexe 03*). Pour lui, la perception particulière des individus est ce qui crée la réalité comme une situation, en utilisant des modèles et des critères pour la juger. Ces différentes visions de monde permettent la construction de modèles conceptuelles de systèmes d'intérêt. Celles-ci ne devraient pas forcément représenter descriptions du monde-réel, mais plutôt des formes alternatives et innovatrices de voir et de réfléchir sur la « situation-problème » (Checkland, 1999).

Le « dessin riche » constitue donc un outil utilisé dans sa méthodologie pour exprimer notamment les interrelations impliquées dans la situation et il s'agit de la construction d'un dessin de la situation en question. Si d'un côté les dessins expriment mieux une situation de que les descriptions linéaires sur les relations et leurs interactions, le « dessin riche » est encore aussi capable de mieux représenter sa complexité, avec une perception plus complète de la « réalité ». De même, notre « *conscience intuitive se communique plus facilement à travers les imprimés et les symboles de que à travers les mots* » (Open University, 2002).

Il importe également de souligner ici le rôle que jouent les représentations dans la construction de notre vision de monde et dans les valeurs que nous attribuons aux paysages. Les représentations « *constituent la mémoire d'un groupe ou d'une civilisation. Sédimentées au fil du temps, plus ou moins répandues dans l'ensemble du corps social, elles peuvent parfois se faire oublier, jusqu'à passer pour naturelles. Mais la société d'aujourd'hui en produit aussi dont nous sommes les acteurs autant que les instruments* » (THEMA, 2005, p.2). Ainsi, les « dessins riches » peuvent être utilisés par l'observateur de la « situation-problème » et par les acteurs concernés pour les aider dans la réflexion et le débat autour des éléments clés et de leur « intérêt paysager », avec la finalité de mieux le comprendre (Andrade, 2006).

Pour Checkland et Scholes (1990), le « dessin riche » répond à un rôle très important particulièrement dans une phase initiale avec les personnes impliquées dans la situation. Il s'agit d'un outil important pour le questionnement de la façon dont l'on voit la réalité et de la débattre, pour arriver ainsi à une représentation la plus partagée possible. Sur la *Figure 1.6* ci-dessous on observe un exemple de « dessin riche ». Les éléments du « dessin riche » permettent reconnaître les relations existantes entre les diverses activités présentes dans la « situation-problème ». A travers ces perceptions il est possible d'apercevoir l'existence de

plusieurs « problèmes » (ainsi caractérisés par ses observateurs) à être donc travaillés et qui seront donc les ressources pour les prochaines étapes de la méthodologie SSM.



Fig. 1.6 – Exemple de « dessin riche ». Source : Velloso (2008).

Dans le cas des paysages, les « dessins riches » peuvent être une « nouvelle » forme de représentation, où la complexité perçue par les acteurs y est exprimée. Ce processus d'apprentissage permet de mieux éclairer les perceptions des acteurs, en amplifiant leurs dimensions de critique, d'inquiétude, et de nouveaux regards et transformation dans leurs modes d'agir. Le « dessin riche » part du principe de que toutes les personnes impliquées, indépendamment de leurs conditions professionnelles, sont responsables (plus ou moins) par les relations qui caractérisent la situation. Cette pratique, avec un regard subjectif, valorise les relations humaines, les aspects culturels et le vécu des habitants.

Encore une fois, cette approche ne propose pas vraiment des réponses ou actions définitives et précises pour les problèmes, mais elle éclaire les processus que construisent et façonnent les paysages ; elle augmente ainsi sa capacité d'interprétation ; elle permet la construction de réflexions pour améliorer la situation, en valorisant également toutes les formes de connaissance. Ce qui fait que la situation à être comprise (la qualité du paysage, la qualité de vie, etc.) n'ait pas nécessairement une seule vérité et encore moins une seule solution, un seul dénouement.

Conclusion

Les conceptions qui font du paysage une construction sociale tendent à comprendre en quoi le paysage et ses analyses éclairent le fonctionnement du cadre de vie et les relations que les acteurs entretiennent avec lui et avec la nature qui le compose. Dans cette connaissance scientifique autour des paysages que je m'approprie, il existe (dans des nombreuses recherches) en effet l'effort en comprendre les interactions entre le monde sensible et les transformations de l'espace et leurs dimensions écologiques. Dans les démarches du monde réel et dans les actions publiques (*i.e.* dans la pratique appliquée), cependant, les approches des paysages se réduisent souvent à une « *marchandisation de la mise en scène de la nature* »³². C'est le cas, par exemple, des espaces publics où l'action se limite souvent à des traitements de façades et non à des réflexions s'interrogeant sur les enjeux sociaux de leur remodelage, ou sur le « long terme » et les inégalités socio-spatiales.

Cela signifie, en outre, qu'il existe alors une distance entre la production de la connaissance scientifique et l'action publique, entre la théorie et la mise en pratique dans les enjeux sociétaux – malgré l'existence d'intentions de connaissance et/ou d'intervention à travers de projets de développement sur les territoires. Si l'être humain doit être au centre du débat (et non les formes) et la démocratie participative doit être largement envisagée et appliquée, les représentations et les images restent toujours des outils clés dans l'acquisition et la maîtrise de connaissances nouvelles. Le passage par l'image mentale favoriserait l'appropriation de raisonnements, certains individus étant plus sensibles d'ailleurs à cette stratégie. Les sujets en images disposent en outre d'une meilleure capacité de résolution de problèmes.

Cette efficacité est vraisemblablement attribuable, pour la plus grand part, au rôle de modèle que joue l'image dans le traitement du problème. On conçoit l'intérêt qu'il peut y avoir à encourager, par exemple dans des contextes éducatifs, l'utilisation de l'imagerie dans des situations de résolution où le sujet se trouve soumis à des contraintes cognitives limitant l'accès perceptif et manipulatoire aux objets (ou à leurs représentations graphiques) (Denis, 1989).

Dans ce contexte, bien que d'autres recherches aient déjà fait le travail de représenter un paysage complexe à cette fin, comme celle de Luginbühl (2000) à travers les blocs-diagramme, l'originalité de cette thèse se pose possiblement sur le rassemblement de différentes approches pour la construction aussi d'une représentation d'un paysage complexe

³² Luginbühl, 2007.

et relationnel, mais à travers l'appropriation et l'adaptation de l'approche (et notamment la pratique) *Soft* systémique. Je lance, en fait, comme hypothèse que le paysage est bien entendu une ressource pour le développement territorial, mais qu'elle ne devient actif pour le développement effectif du territoire que si l'on considère sa complexité, non pas simplement en théorie, mais aussi en pratique et pour les discussions et décisions dans les politiques et actions publiques et collectives.

Pour appréhender cette complexité, au-delà de l'approche systémique, les démarches développées par la géographie sociale et par la géographie culturelle se confirment singulièrement intéressantes dans le sens où elles lient l'étude des représentations et des perceptions à celle des pratiques. Partant du principe de rétroaction selon lequel « *les représentations se nourrissent des pratiques et inversement* », l'étude de ces derniers constitue « *une clé essentielle à l'explication des relations des hommes avec leurs lieux de vie* » (Bailly, 1990, p.10). Selon Berque (1994, p.17), « *les sociétés perçoivent leur environnement en fonction de l'aménagement qu'elles en font, et réciproquement, elles l'aménagent en fonction de la perception qu'elles en ont* ». Cette géographie sociale et culturelle qui s'intéresse aux paysages est ainsi en forte harmonie avec la pensée et la pratique systémiques, les deux ayant une approche holiste et dynamique.

Chapitre 2

La Connaissance du Paysage :

le Piémont et les Contreforts du Larzac

« Notre paysage actuel, nos coutumes, nos usages et notre langue occitane, ont été lentement ciselés par un peuple laborieux, obscur et souvent anonyme. Ce peuple mérite nos attentions ».

(Yvon Creissac, 2011, p.5)

Introduction

Le paysage que j'étudie est fortement marqué par l'activité viticole de la région du Piémont et des contreforts du Larzac. Il n'est ni simplement une image, ni seulement un bien économique aux nombreux attributs étudiés par les économistes, qui lui donnent une valeur utilitariste calculée à partir d'une décomposition de caractéristiques hédonistes reconnues (esthétiques, culturelles, récréatives, etc.). Il est considéré ici comme un construit social multidimensionnel, relevant de processus associant des représentations collectives où s'entremêlent environnement, cadre de vie, et perceptions culturelles et patrimoniales (Fortin, 2007) et lui donnant le statut de ressource locale spécifique.

Dans le précédent chapitre, il s'est agi de montrer comment la connaissance scientifique appréhende la notion du paysage et dans quelle mesure elle analyse et explique les processus d'activation de cette ressource territoriale. Il s'agit à présent de s'intéresser à des paysages concrets, à des réalités qui façonnent et qui marquent notre terrain d'études, c'est à

dire de repérer les éléments de ces paysages pour pouvoir ensuite les étudier. Promouvoir des changements d'une situation donnée du monde réel à partir d'une contribution théorique n'a que du sens que si cette dernière est adaptée et « remodelée » à partir de la réalité, unique, rarement transférable. Dans ce sens, savoir « entendre » ces paysages concrets et uniques, qui gardent ses spécificités et ses identités, est plus important que « vouloir » tout simplement les décrire à partir des connaissances et théories préexistantes.

Ce chapitre est consacré à la présentation et caractérisation de l'étude de cas, et à sa contextualisation dans notre problématique. Il s'agit de décrire et présenter les éléments et les relations qui nous aideront à comprendre la richesse et les enjeux de ce territoire et qui enrichiront la construction finale d'un « paysage collectif et complexe pour l'avenir » à travers le « dessin riche ».

Notre objet d'étude porte sur le paysage du piémont et des contreforts du Larzac. Ce sont des paysages ruraux mais situés dans une région frontière entre l'urbain et le périurbain, soumise aujourd'hui à un grand mouvement d'urbanisation. Dans la région Languedoc-Roussillon, au cœur du département de l'Hérault, ce territoire n'est pas épargné par la « *très forte croissance démographique* » que le département a connu « *depuis le début des années 1960* » (Laurens, 2003, p.271). Sur ces terres souvent arides et pierreuses (notamment aux contreforts), les vignes et les oliviers se démarquent dans les paysages et « rassurent » encore aujourd'hui l'économie locale. Ils sont des éléments omniprésents et donc quelque part « symboles » de ces paysages.

Rien à voir avec les paysages viticoles de Champagne – dira-t-on – où la pression des vignobles est plus forte que la pression foncière et offre à notre vue des grandes étendues homogènes de vignes ! Les paysages « viticoles » du piémont et des contreforts du Larzac (beaucoup plus complexes et diversifiés) subissent d'autres types de pressions et d'enjeux paysagers. Pour Ambroise (2004, p.43), les principaux enjeux paysagers au niveau évolutif, auquel les paysages marqués par la présence des vignobles peuvent être soumis, sont notamment :

[...] l'**abandon**, avec des risques de **fermeture du paysage** le rendant sensible aux incendies, à l'érosion et à la spéculation foncière ; la **simplification** des techniques agricoles avec des risques de **banalisation du paysage** ; et l'**urbanisation** au sens large avec des risques de **brouillage du paysage**.

Si, contrairement à la situation de la campagne champenoise, notre région d'étude est confrontée à des risques de fermeture ou de brouillage des paysages, les conditions économiques sont toujours déterminantes. Si « *les conditions économiques ne permettent plus aux viticulteurs de vivre de leur travail* » ou si « *l'opportunité de forte plus-value foncière* »³³ paraît plus attirante, les risques de brouillage et de la perte donc de sa spécificité paysagère sont en jeu.

Dans ce sens, ce chapitre présente les aspects socio-culturels, environnementaux et historiques du territoire, ainsi que le contexte et les enjeux actuels en rapport avec les paysages et l'activité viticole. Etant donné l'importance donnée à la voix et aux regards des acteurs dans cette thèse (*Chapitres 3, 4 et 5*) – il s'agit dans un troisième temps de présenter l'échantillon établi avec ces protagonistes du paysage.

2.1 Délimitation de la région d'étude

Notre terrain d'étude est situé au pied du Plateau du Larzac, et s'étend des contreforts jusqu'au piémont (côté sud). Le Plateau du Larzac est un haut et vaste plateau calcaire situé dans le sud du Massif Central qui s'étend entre Millau (dans l'Aveyron) et Lodève (dans l'Hérault) (Laur, 1929). Le nom « Larzac » est devenu célèbre surtout à partir de 1971 dû à la lutte des paysans contre le camp militaire – qui voulait élargir son extension sur le plateau –, comme le retrace le film documentaire « *Tous au Larzac* » de Christian Rouaud sorti en novembre 2011. Son altitude est comprise entre 600 mètres et 900 mètres environ et en raison de la richesse de son relief, de son architecture, de l'occupation du sol et de toute son histoire encore présente dans des anciennes constructions en pierres sèches, il est également inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO (OTI, 2010).

Bien qu'ils existent des liens entre le plateau et les contreforts du Larzac, leurs paysages présentent des spécificités bien distinctes, à commencer par les vignes, pratiquement inexistantes sur le plateau. Notre terrain d'étude s'inscrit également au sein du Pays Cœur de l'Hérault³⁴ (*Fig. 2.1*) en région Languedoc Roussillon et correspond également à la tranche sud de l'Appellation géographique pour les vins « Terrasses du Larzac », en zone méditerranéenne (*Fig. 2.2*).

³³ Ibid.

³⁴ Le Pays Cœur d'Hérault : La démarche de "Pays" s'inscrit dans le prolongement des lois d'aménagement et de développement du territoire de 1995 (dite loi Pasqua) et de 1999 (dite loi Voynet). C'est une instance de concertation qui permet aux acteurs locaux (responsables économiques, associatifs, syndicaux, culturels) d'élaborer ensemble un projet de développement durable pour leur territoire. Depuis 2006, l'observatoire territorial du Pays du Cœur d'Hérault conduit des études et des prospectives au niveau du territoire visant à faciliter les prises de décision par les acteurs locaux <http://www.coeur-herault.fr>

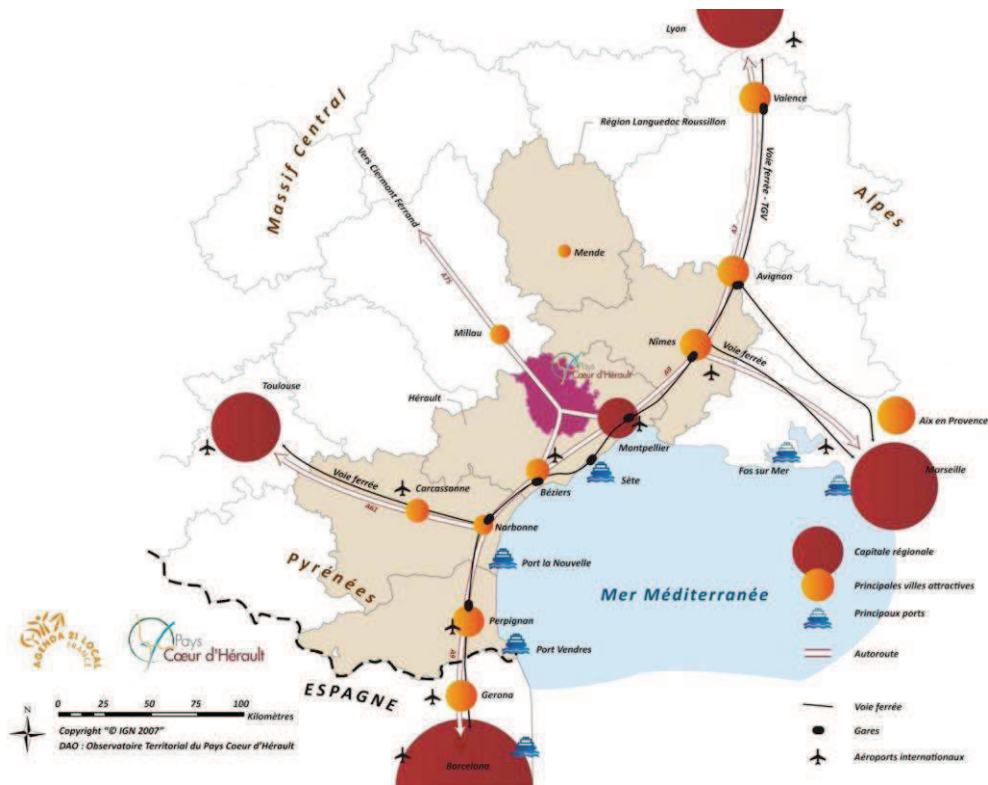


Fig. 2.1 – Localisation du Pays Cœur d’Hérault dans la région Languedoc-Roussillon.

Source : Observatoire Territorial du Pays Cœur d’Hérault, 2012.

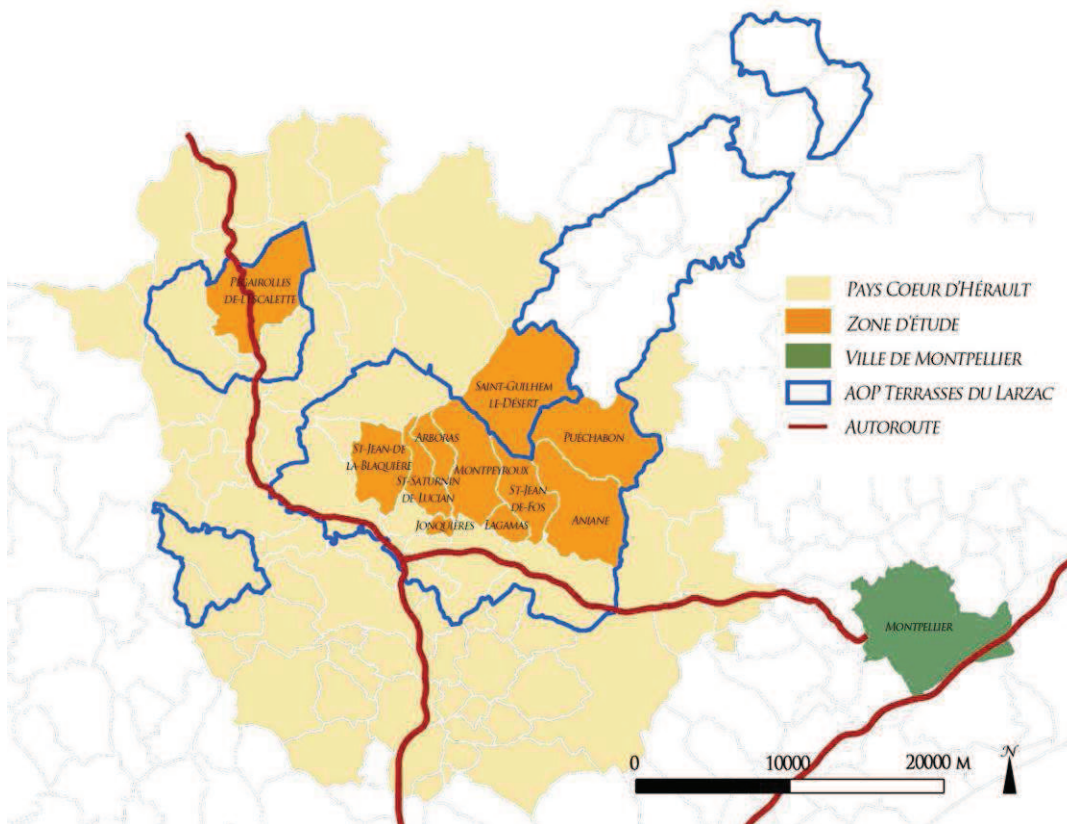


Fig. 2.2 – Le terrain d’étude dans le Pays Cœur d’Hérault et dans la zone d’appellation Terrasses du Larzac

(C. Velloso, 2012).

Les Terrasses du Larzac (soulignées en bleu dans la figure 2.2) ont été reconnues en 2004 comme une dénomination de l'AOC Coteaux du Languedoc. Comme pour toutes les indications géographiques, cette reconnaissance repose sur une délimitation géographique, une qualité et une typicité des produits reconnues. Cette typicité, malgré une grande diversité géologique (*i.e.* de types de sols), est justifiée (par les représentants de l'appellation) surtout par les conditions climatiques et la situation géographique : « *Zone climatique qui connaît les plus grandes amplitudes thermiques. L'éloignement de la mer et la proximité du Causse apportent une relative fraîcheur des nuits estivales. Celle-ci favorise une maturation lente et progressive, bénéfique pour la coloration des baies, le profil aromatique des vins et la sensation de fraîcheur* » (Terrasses du Larzac, 2004).

32 communes sont concernées par cette appellation des Terrasses du Larzac, qui s'étendent des contreforts du plateau du Larzac au Piémont (*Fig. 2.2*). Notre région d'étude regroupe 11 communes de cette appellation. Le choix des communes a été établi à partir d'un échantillonnage raisonné à partir de 4 critères :

- la présence actuelle d'activités viticoles et/ou oléicoles sur la commune ;
- la présence de stratégies de qualification de produits telles que les appellations d'origine protégée, l'agriculture biologique et la viticulture raisonnée (*Terra Vitis*) ;
- la localisation géographique des communes : situées entre les régions de contreforts et de piémont (en recouvrant ainsi la diversité paysagère de la zone viticole délimitée en AOC « Terrasses du Larzac ») et à proximité d'une zone urbaine importante et de grandes routes (en étant ainsi soumises à la pression d'urbanisation) ;
- la présence d'actions publiques pour la valorisation et la promotion du patrimoine et des paysages (proximité au Grand Site de France® Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault).

Dans un premier temps, j'ai retenu 8 communes : **Montpeyroux, Saint Saturnin de Lucian, Puéchabon, Aniane, Saint Jean de Fos, Saint Guilhem le Désert, Arboras, Saint Jean de la Blaquièrre.**

Ces choix se sont consolidés au fur et à mesure de nos entretiens, à partir de l'échange avec les acteurs et de mon propre vécu sur le territoire. La commune de Montpeyroux, où j'ai commencé mes recherches de terrain, se révèle déjà toute seule un

terrain particulièrement très intéressant. Elle contient tout d'abord une ancienne appellation (village) d'origine pour les vins (mention VDQS³⁵ en 1955 et AOC en 1985) ; elle contient une cave coopérative (fondée en 1950) qui valorise la qualité des vins, mais aussi la qualité des terroirs et des relations humaines, en étant très active dans les dynamiques du village ; elle concentre un grand nombre de caves particulières ; et tous ensemble (*i.e.* cave coopérative et caves particulières entre autres) s'engagent mutuellement dans un projet de valorisation de leurs vins, de leurs terroirs, leur territoire et leur appellation. Elle se révélait ainsi d'une richesse et complexité « exemplaires » pour étudier les relations entre l'homme et l'environnement à partir d'un regard de l'activité viticole !

La commune de Saint Jean de la Blaquière présente une différence visuelle paysagère par rapport aux autres communes. Je l'ai maintenu pour étudier plus particulièrement les liens entre paysage et activité viticole, où les similitudes et les différences m'ont aidé à mieux les comprendre.

La commune de Saint Guilhem le Désert, n'est pas viticole (tout au moins dans l'actualité) et ne fait-elle partie de l'appellation « Terrasses du Larzac », bien qu'il existe une IGP (Indication Géographique Protégée) portant le nom de « Saint Guilhem le Désert » pour les vins produits dans les communes avoisinantes. La commune est cependant particulièrement intéressante et pertinente dans l'étude de cas pour différentes raisons :

- il s'agit d'une zone protégée par son caractère architectural, historique et environnemental, dont le Pont du Diable et l'Abbaye sont classés comme patrimoine mondial par l'UNESCO ;
- elle possède des anciens terrasses oléicoles dont la commune essaye de restaurer et de valoriser depuis quelques années ;
- Saint Guilhem le Désert représente quelque part un symbole (paysager) pour cette zone, selon les propres acteurs enquêtés ;
- elle fait partie de la dynamique locale de développement, qui lie tourisme et activité viticole, spécialement en lien avec les communes d'Aniane, de Saint Jean de Fos, de Montpeyroux et de Puéchabon (qui composent le Grand Site de France® Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault).

³⁵ Vin Délimité de Qualité Supérieure (VDQS) correspond à une catégorie de vin créée en France en 1942, officialisée par une loi du 18 décembre 1949, avant que ce soient vraiment établies et développées les AOC (Appellation d'Origine Contrôlée).

Dès les premiers entretiens et des informations recueillies auprès des acteurs interviewés, j'ai donc en deuxième temps ensuite élargi notre région d'étude à trois autres communes. **Pégairolles de l'Escalette** est une commune plus éloignée et séparée des autres communes, presque sur le plateau du Larzac, qui appartient à l'appellation « Terrasses du Larzac » et qui présente une forte relation avec la préservation du patrimoine vernaculaire. Si la topographie (Fig. 2.3) et les enjeux territoriaux entre Pégairolles de l'Escalette et les autres communes puissent se distinguer légèrement, les paroles et les visions des personnes de cette commune ont enrichi notre recherche notamment dans la prise en compte de la dimension immatérielle et de certains éléments physiques comme les terrasses viticoles en pierre sèche.

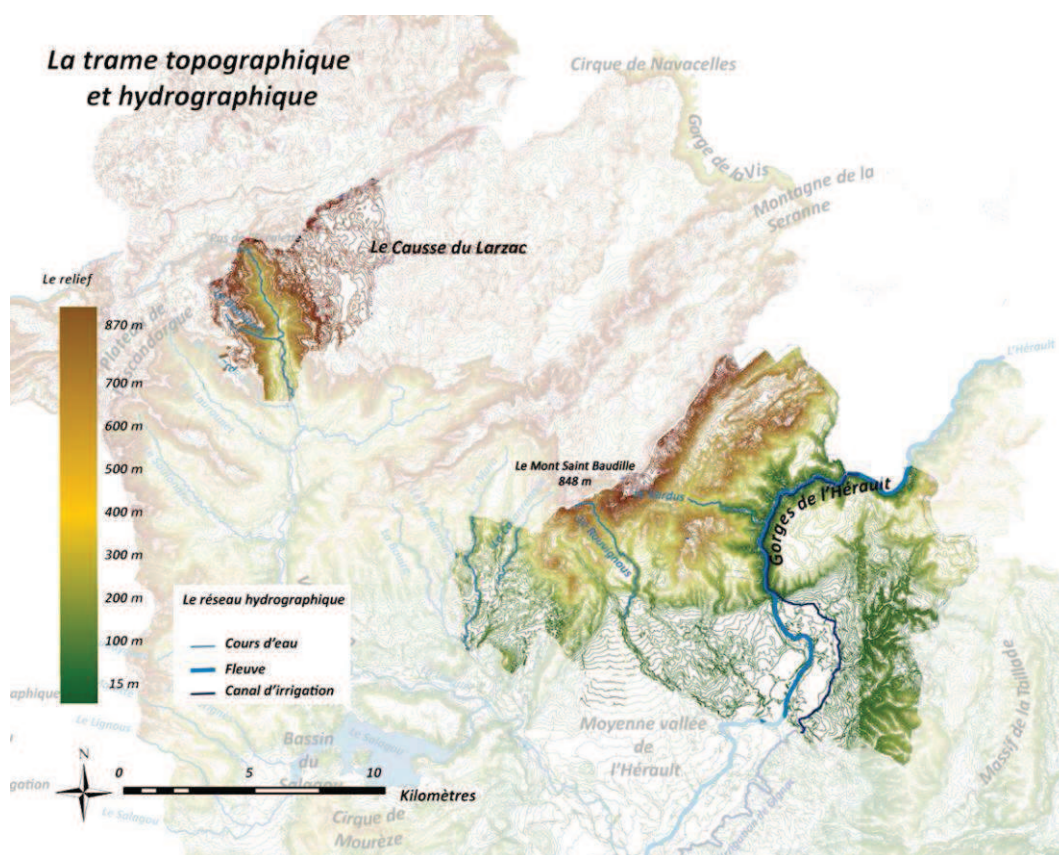


Fig. 2.3 – La trame topographique et hydrographique de la zone d'étude (C. Velloso, 2013).

Source : (*adapté de*) Observatoire Territorial du Pays Cœur d'Hérault, 2012.

Les petites communes de **Jonquières** et de **Lagamas**, en plaine viticole, intègrent les mêmes dynamiques en Appellation d'Origine et ont été mentionnées par les premiers acteurs enquêtés. Je les ai ainsi incorporées naturellement dans l'échantillon.

La méthode d'échantillonnage a ainsi permis d'enquêter les acteurs de communes ayant des conditions sociales économiques et environnementales variées. Elle a également permis d'avoir une diversité de paysages attachés à des caractéristiques physiques (paysage

de contreforts, de plaines agricoles, de terres rouges du Salagou) ou à des dynamiques économiques (phénomène d'urbanisation ou aménagements touristiques visibles dans le paysage). Elles se localisent dans des unités paysagères distinctes (*Fig. 2.6*). Parmi les communes retenues, cinq d'entre elles se situent dans les contreforts du plateau (prédominance des terrasses et culture des vignes sur des terrains pentus), trois communes se situent en zone de plaine (plus grandes parcelles viticoles) et trois sont à la frontière des contreforts et du piémont, paysage plus varié au sein de la commune (*Tableau 2.1*).

Tableau 2.1 – Caractéristiques et unités paysagères distinctives des communes de la zone d'étude.

	Commune	Caractéristiques distinctives					Unité(s) Paysagère(s) dominante(s) <i>(voir Fig. 2.6)</i>
		Relief Contreforts	Paysages de Piémont	Terres rouges	urbanisation	tourisme	
1	Pégairolles de l'Escalette	✓					Causse du Larzac Lodève
2	Saint Guilhem	✓				✓ ✓	Gorges de l'Hérault
3	Saint Jean de la Blaquièrre	✓		✓			Le creuset géologique du Salagou
4	Puéchabon	✓					Gorges de l'Hérault, bois et garrigues au sud du pic saint loup,
5	Arboras	✓					Lodève Gorges de l'Hérault, plaine viticole de l'Hérault
6	Saint Jean de Fos	✓	✓			✓	plaine viticole de l'Hérault
7	Montpeyroux	✓	✓				Gorges de l'Hérault, plaine viticole de l'Hérault
8	Saint Saturnin	✓	✓				plaine viticole de l'Hérault,
9	Aniane		✓		✓		plaine viticole de l'Hérault, bois et garrigues au sud du Pic Saint Loup
10	Lagamas		✓				plaine viticole de l'Hérault
11	Jonquières		✓		✓		plaine viticole de l'Hérault

2.2 Le pays Cœur d'Hérault : des paysages riches et divers

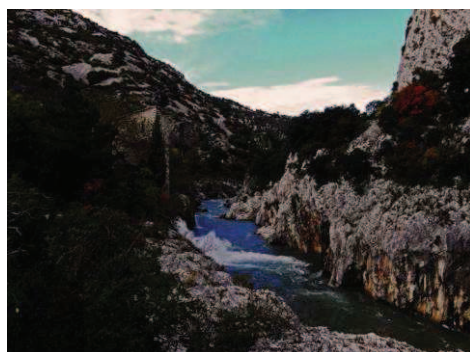
Les paysages de cette région (*Fig. 2.4*), ont été source d'inspiration pour des écrivains, poètes et artistes comme Max Rouquette et Jacques Mestre qui décrivent les différences frappantes entre les plaines, le plateau du Larzac et les montagnes dites des Ruffes. Sur les petits coteaux à l'Est, nous trouvons des terrasses « *revêtus de longues touffes d'oliviers toujours verdoyants* » au-dessus desquels règnent des monticules recouverts de chênes verts ou des dépaisances naturelles que l'on nomme garrigues (Mestre, 1988, p.23).

Dans ce vaste et diversifié terrain d'étude, nous trouvons des villages notamment viticoles (à l'exception de Saint Guilhem le Désert) en pleine proximité et interaction, encadrés « *dans un beau paysage borné par un splendide horizon ; et remarquable surtout par la variété des végétaux qui croissent sur son sol [...]* » (Mestre, 1988, p.23).

Vainement essayerions-nous d'en tracer un tableau fidèle, nous serions toujours en-dessous du vrai, tant ces lieux sont pittoresques et attrayants. Nous nous bornerons à dire qu'ils constituent par leur ensemble un panorama ravissant de poésie, où l'œil de l'observateur se repose avec charme³⁶.



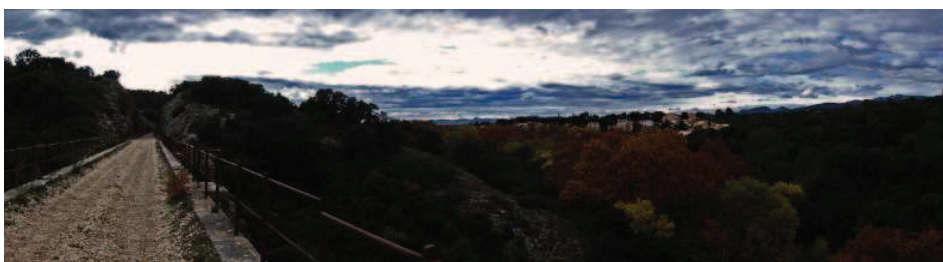
Vignes et vue panoramique depuis le calvaire à Gignac.



Les gorges de l'Hérault.



Canal d'irrigation à Aniane.



Vue panoramique de la végétation et d'une partie du village d'Aniane.

³⁶ Ibid.



*Vignes et vue panoramique
depuis Puéchabon.*



*Le Mont Baudille (tout au fond)
depuis le Calvaire à Gignac.*

Fig. 2.4 – Vues « paysagères » dans la zone d'études (C. Velloso, 2012).

La photographie de satellite ortho-aérienne (Fig. 2.5) et la cartographie avec les unités paysagères (Fig. 2.6 ; Observatoire Territorial du Pays Cœur d'Hérault, 2012) de la zone d'étude montrent la diversité et les différences paysagères que j'ai pu remarquer sur le terrain.

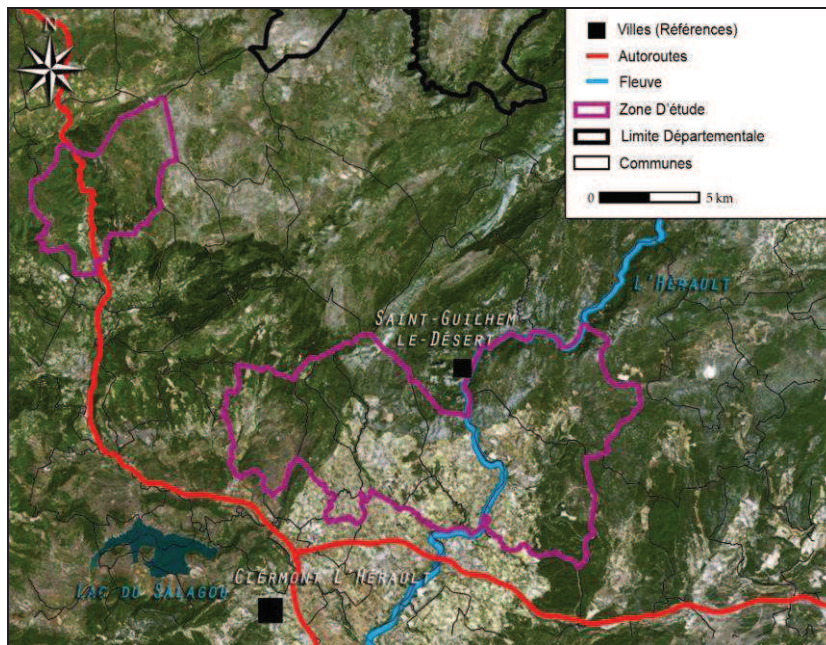


Fig. 2.5 – Photographie aérienne du terrain d'étude (C. Velloso, 2012). Source : GeoPortail, 2008.

Unités paysagères de la zone d'étude

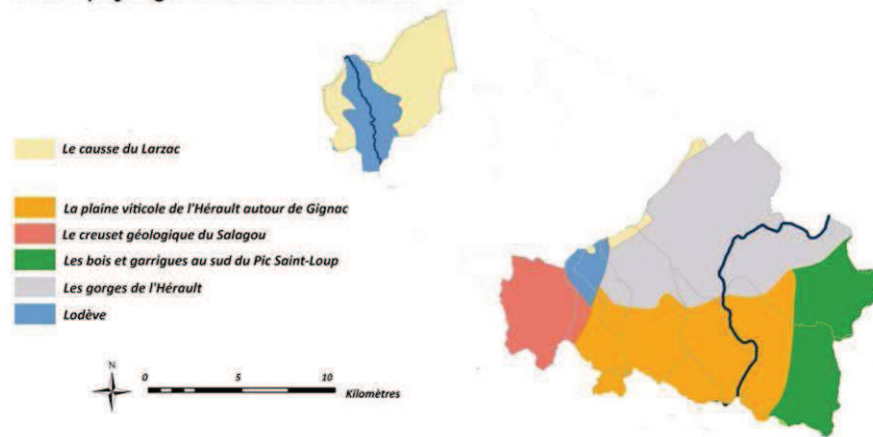


Fig. 2.6 – Unités paysagères de la zone d'étude (C. Velloso, 2013). Source : (adapté de) Observatoire Territorial du Pays Cœur d'Hérault, 2012.

L'Atlas 2012, édité par l'Observatoire Territorial du Pays Cœur d'Hérault, présente la diversité et la richesse paysagère du Pays. Y sont décrits brièvement les éléments naturels structurants : les causses, les gorges, les *puechs*, la plaine, les vallons... Cinq « ambiances paysagères » sont mises en évidence: « les grands causses », « la montagne et les contreforts », « les collines du Piscénois et de l'Hérault », « les plaines » et « les garrigues » (Fig. 2.7). Toutes ces « ambiances paysagères » concernent aussi notre zone d'étude, pourtant plus réduite que le Pays. Les causses, moins concernés dans la zone d'étude, sont caractérisées par un « paysage désertique » avec une « maigre couverture graminée ». Ces paysages ont été façonnés « par un pâturage séculaire d'ovins et le travail des bergers-agriculteurs. Celui-ci a contribué à ouvrir le manteau boisé et à forger l'identité du causse. Aujourd'hui, l'activité en perte de vitesse entraîne une fermeture progressive des paysages » (Ibid., p.5).



L'Hérault depuis Gignac



Le Salagou depuis Liausson



Plaine viticole à Nébian



Plateau agricole du Larzac



Ville de Lodève



Garrigues de Puéchabon

Fig. 2.7 – *Vues paysagères dans le Pays Cœur d’Hérault*
(Observatoire Territorial du Pays Cœur d’Hérault, 2012).

Sur les contreforts et notamment sur l’unité paysagère dénommée Lodève (voir Fig. 2.6), le paysage « est marqué par les vallées étroites et profondes qui convergent vers la Lergue, attaquant la bordure méridionale du causse du Larzac et de l’Escandorgue ». La variété des sols mis à nus par l’érosion, présente une végétation acidophile : châtaigniers, fougères aigle, mêlée étroitement à une végétation calcicole. Plus au sud, la région du Salagou, très rouge dans ses sols à nus, apporte une étonnante touche d’originalité, par la présence de Ruffes. Des vignes, des champs cultivés, des friches et quelques pâtures élargissent la diversité de l’occupation des sols³⁷.

Sur les collines de l’Hérault, « l’agriculture dessine des espaces soignés où la vigne domine. Toutefois, le jeu de la topographie favorise la diversité, avec çà et là des champs de céréales, des cultures en terrasses sur les flancs des puechs, composant un paysage jardiné ». Sur les plaines, la vigne occupe aussi l’essentiel des cultures et s’enchevêtre localement à des tâches de garrigues et à des oliveraies. « L’ensemble dessine alors des paysages particulièrement soignés, jardinés, de grande qualité, rehaussés par les tons chauds des terres rougies. Au sud, l’Hérault trace une plaine en couloir, bordée de coteaux et reliefs alentours. La plaine très largement occupée par la vigne, apparaît par endroit monotone faute de points d’accroche »³⁸.

Et finalement les garrigues, symbole aussi de ces paysages, avec sa végétation caractéristique qui s’entremêle avec pleines d’autres formes et éléments paysagers, complètent ce « regard paysager » du Pays Cœur d’Hérault :

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid.

Dans la partie sud du massif du Pic-St-Loup, les ruisseaux ont creusé les reliefs couverts de bois et de garrigues. Cadrées par ces reliefs, des petites plaines cultivées en clairières, se sont formées. Les montagnes de la Moure et d'Aumelas se composent d'une végétation patrimoniale riche à base de chênes kermès, de pelouses, de thym, piquées de genévriers épars, déroulant un vaste paysage âpre et sec. Des ruines de bergeries, d'enclos, de baraques, de murets, de capitelles, témoignent encore çà et là de l'activité passée de l'élevage³⁹.

2.3 L'occupation des sols : un territoire viticole et « naturel »

Dans les études des paysages (notamment dans les disciplines de la géographie, de l'agronomie et de l'écologie), l'occupation du sol est très souvent mobilisée et révélatrice. Elle est succinctement définie comme la couverture (bio)physique de la surface des terres émergées (FAO,1998) et donc modifiée selon divers processus naturels et anthropiques. La description de la couverture de la surface terrestre est alors utile pour la connaissance des différents états et dynamiques des écosystèmes, des agrosystèmes et des territoires, ainsi que pour la gestion des ressources naturelles et l'aménagement du territoire.

L'analyse de l'occupation du sol permet d'identifier les fondamentaux typologiques des sols caractérisant le territoire (*e.g.* la viticulture, la garrigue, l'urbain...), ainsi que les évolutions fonctionnelles qu'ils connaissent, voire subissent. L'observation de ces changements d'occupation du sol au cours du temps permet d'estimer la nature des processus naturels et anthropiques en jeu et d'évaluer les risques et les enjeux de gestion des ressources naturelles et des territoires.

Dans notre région d'étude (*Fig. 2.8*), les espaces viticoles et les espaces naturels marquent et structurent « *le paysage* » du territoire. Plus on est sur le piémont, plus on note la présence de vignes. Les espaces naturels sont composés essentiellement de forêts (de conifères, de feuillus et mélangées), de garrigues, maquis, pelouses et pâturages naturels (ces dernières notamment au nord de la zone d'études, sur les causses).

L'ensemble des 11 communes que j'ai retenu représente une surface totale de près de 21.000 ha dont 78% (soit 16.318 ha) correspond à des espaces naturels (60% de forêts)⁴⁰ ; 18% aux surfaces agricoles (dont 15% de vignobles, soit 3.138 ha) ; 3% aux espaces urbanisés (soit 627,6 ha) ; et 1% aux surfaces en eau (*Fig. 2.9*).

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Les communes de Pégairolles de l'Escalette et de Saint Guilhem le Désert sont celles qui concentrent le plus d'espaces naturels.

Ces données ne sont pas éloignées de ce que l'on trouve pour le Pays Cœur d'Hérault. Pour mémoire, les 11 communes représentent 16,42% de tout le territoire du Pays Cœur d'Hérault (*i.e.* 209,2 km² dans les 1.274 km² du Pays) et se situent plutôt au centre du Pays (comme l'on voit sur la *Figure 2.2*). A l'échelle du pays, l'espace agricole représente 26,6% dont 17,4% de vignobles.

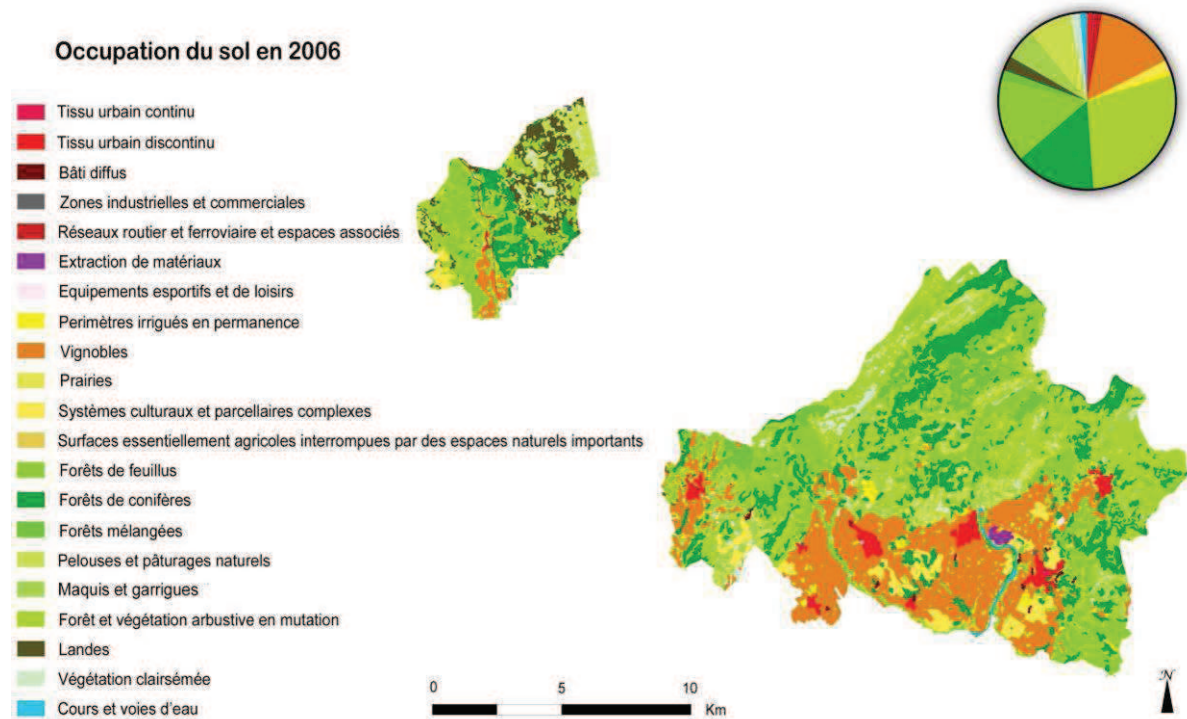


Fig. 2.8 – Occupation du sol dans la zone d'études en 2006 (C. Velloso, 2013).

Source : IFEN-2006.

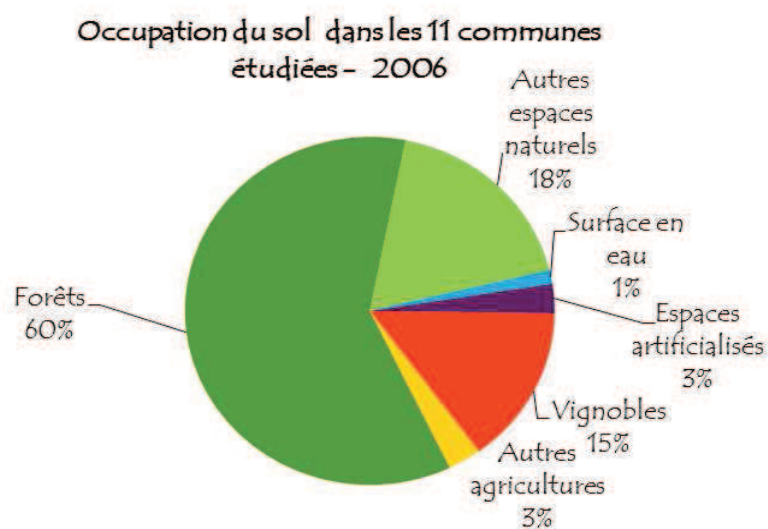


Fig. 2.9 – Occupation du sol dans la zone d'études en 2006 (C. Velloso, 2013).

Source : IFEN-2006.

Bien que les espaces urbanisés ne représentent pas beaucoup de la surface du territoire, l'Observatoire Territorial du Pays Cœur d'Hérault (2012, p.9) souligne le fait qu'ils évoluent rapidement, spécialement sur quelques secteurs précis, « *sous pression résidentielle, au détriment d'autres occupations du sol (ex. agriculture, maraîchage...) et des continuités écologiques* ».

Selon ces études, on remarque dans le Pays une artificialisation progressive du territoire qui a augmenté de 179 ha entre 1999 et 2007. Ce sont les vignobles qui ont été les plus touchés par l'urbanisation, avec 128,7 ha de vignes qui sont devenues des espaces à vocation industrielle et commerciale (31,5 ha) et à vocation résidentielle discontinue (58,9 ha).

Les espaces naturels forestier ont perdu 31,5 ha au profit du bâti diffus. Au regard de la surface totale du Pays, ces données peuvent paraître anecdotiques. Or ils traduisent une pression résidentielle forte sur certaines communes, au détriment d'autres fonctions environnementales, agricoles et du paysage, qui ont besoin de continuité et de lisibilité, afin d'être pérennisées. La présence d'une seule habitation disgracieuse altère durablement la qualité et la tenue paysagère d'un territoire. Or, la qualité du paysage pour le Cœur d'Hérault est synonyme de développement économique et touristique⁴¹.

2.4 Le Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault : un élément fédérateur pour les communes

La commune de Saint Guilhem le Désert est une « exception » dans ce territoire et par son caractère pittoresque et historique, elle est un atout pour le développement touristique et économique du Pays. C'est une référence importante pour l'ensemble des villages. Lorsque l'on évoque le paysage avec les acteurs locaux, le nom « Saint Guilhem le Désert » est souvent prononcé. Pourquoi évoquent-ils assez souvent ce village quand le sujet de discussion est « le paysage » et pourquoi représente-t-il – apparemment – un « site fédérateur » entre les différents villages de la zone d'études ? Ces questions seront sans doute mieux éclaircies (et mises à l'épreuve) au long de ce travail, quand « j'interroge » le terrain (*Chapitres 3, 4 et 5*), mais la connaissance de son contexte général nous donne une piste.

Comme je l'ai abordé dans le *Chapitre 1*, le paysage est souvent décrit à partir d'éléments ou de lieux naturels, splendides, remarquables et souvent « reconnus » comme

⁴¹ Observatoire Territorial du Pays Cœur d'Hérault, 2012, p.9.

« extra-ordinaires » si l'on suppose que l'on a des « paysages ordinaires ». Saint Guilhem le Désert est un site qui rassemble des qualités remarquables et reconnues. Le site dont l'abbaye de Gellone et le Pont du Diable sont classés au patrimoine mondial par l'UNESCO depuis 1998 « *au titre des chemins de Saint Jacques de Compostelle* » (OTI, 2010). C'est un endroit très fréquenté, d'un côté, et l'objet de préoccupations environnementales d'un autre côté. Ainsi, il compte avec des dispositifs de protection comme la Zone de Protection Spéciale Natura 2000, la ZNIEFF (Zone Naturelle d'Intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique) et la ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager). La *Figure 2.10* ci-dessous présente l'ensemble de labels ou autres signes distinctifs liés à la commune de Saint Guilhem le Désert.



Fig. 2.10 – Labels ou autres signes distinctifs pouvant être liés à la commune de Saint Guilhem le Désert.

Source : H. Borg, 2009.

Cette commune riche par son histoire et son environnement, « *s'attache à abriter des spécimens très rares dans un environnement méditerranéen, montagnard, dolomitique très typé* » (H. Borg, 2009). Max Rouquette (1993, p. 12), écrivain français et important protagoniste pour le maintien de ces paysages et de la culture et la littérature occitanes, nous fait aussi découvrir à travers sa poésie un peu de la beauté et de la complexité de ce lieu :

Saint-Guilhem, ce n'est déjà plus la plaine de l'Hérault. Ce n'est pas encore la montagne. C'est à mi-chemin, une garrigue montagnarde. Abrupte, rude, rocailleuse. Apre, et durement enchâssée dans la pierre. De ce fait, les saisons y sont plus nettement différenciées que dans la vallée de l'Hérault, soumise aux influences plus tempérées de la mer prochaine. Elles sont, pour cela, plus marquées dans leurs apparences. Plus sensibles. Le froid comme le chaud, et les infinies variations qui les séparent, jouent ainsi sur le clavier végétal et le miroir des pierres, domestiquées ou pas, une partition, une musique de couleurs en accord avec la majesté du paysage et l'austère beauté d'une architecture meurtrie.

La dénomination « désert » dans le nom du village n'est pas cohérente avec cette diversité et richesse de la faune et de la flore locales, mais fait plutôt allusion à « l'absence de l'homme », et son caractère rude et sauvage, où Guilhem, le fondateur du village, est « *venu l'élire comme son « désert », au sens spirituel du terme* » :

Il n'échappe pas à l'incontournable regard du 'Géant', ce coin du 'Désert'. Un désert aux reliefs abrupts et redoutables, mais qui sait se revêtir de grâce par ce beau matin de printemps. Où les feuilles tendres et de vives couleurs se chargent de fleurir les gorges de l'Infernet. Qui attendra l'été **pour mériter simplement son nom. C'est qu'ici, à la différence des étendues désertiques du Sahara, l'eau est souveraine et suscite une très généreuse végétation.** Qui enveloppera longtemps, de ses parfums et de ses murmures, la marche de ceux qui préfèrent emprunter, à l'inverse des inconditionnels du troupeau, les chemins de la solitude (Rouquette, 1993, p.30).



Fig. 2.11 – Vue panoramique des monts de Saint-Guilhem et de la vallée de l'Hérault. Au dernier plan, le roc de la Vigne, point culminant du massif (D. Caumont, 2009).

« *Vallée à la fois rude et attrayante. Sauvage et belle. Et riche d'un trésor incomparable, en ce Languedoc des terres sans eau : les sources, les fontaines, les ruissellements. Avec toute la richesse qu'ils peuvent apporter. Et au premier rang de toutes : le pouvoir de vivre au désert* » (Rouquette, 1993, p.38). Si l'eau est pourtant « *souveraine* » – le fleuve Hérault y a creusé son lit – le reste de la zone demeure dépourvu de circulation de surface, ce qui souligne son caractère « *rude* », notamment en été, et lui confère aussi cette attribution de « *désert* » géographique. L'une des principales menaces – voire la majeure – à cet environnement, identifiée par le ZNIEFF, demeure le risque d'incendie.

Sur ce dernier point, la combinaison des facteurs associant la végétation méditerranéenne et le manque d'entretien des zones naturelles peut inévitablement conduire à des situations catastrophiques. L'incendie d'août 1973 a marqué les esprits et a été souvent

mentionné dans nos entretiens. Il a détruit des hectares de pins de Salzmann « *dans les zones plus inaccessibles des hauteurs entre le Roc de la Vigne et le ravin des Vignes d'Arnault* » (AGS01, entretien 2011). « *Autrefois, les troupeaux de moutons et de chèvres [qui étaient très présents sur le territoire] préservaient naturellement le site* »⁴². Comme nous le décrit H. Borg (2009), les Monts de Saint Guilhem le Désert sont victimes d'impressionnants incendies « *depuis le début de l'exode rural massif, dont l'origine se situe dès la période de la Grande Guerre* », avec des feux de foudre occasionnés par des orages très violents, mais aussi à travers des « *mises à feux volontaires par des mains malveillantes* ».

Dans l'histoire de Saint Guilhem le Désert, au cours des douze siècles qui suivirent l'arrivée de Guilhem en 804, les activités humaines se sont fondées et multipliées, créant la dynamique locale et faisant évoluer les paysages. Avec patience, les habitants du « *val de Gellone* » (comme l'endroit était connu avant) ont domestiqué les flancs du cirque de l'Infernet et ont ouvert des voies pour accéder aux monts de Saint Guilhem le Désert. L'élevage, l'agriculture, l'utilisation du bois firent ainsi régresser la forêt et naître la garrigue, typique des zones méditerranéennes (Dezeuze, 1937). L'agriculture s'est fondée essentiellement dans des terrasses et par l'oléiculture :

A Saint-Guilhem, la terre est rare. Mais pas un pouce du sol n'était abandonné. Au flanc de la montagne et jusqu'à deux cents mètres de dénivellation, tout le versant sud, exposé au soleil, était cultivé en étroites terrasses. Des milliers d'oliviers y prospéraient. D'où les nombreux moulins dont il reste des traces. Moulins à huile, surtout : l'huile, monnaie d'échange pour se procurer du grain. Et donc, aussi, quelques moulins à grain (Rouquette, 1993, p.84).

Ainsi, les oliviers cultivés en terrasses, dans pratiquement toutes les pentes ensoleillées tournées vers le Sud, y prospéraient sans nombre. Il y en a encore. Les arbres, qui sont « *redevenus sauvages* » sont ainsi devenus une espèce de symbole du territoire. Aujourd'hui, « *la municipalité y veille, amoureuxment. Les murettes sont restaurées, consolidées*⁴³ » (comme nous verrons dans le *Chapitre 5*).

Le site compte pourtant avec d'autres symboles – beaucoup plus emblématiques d'ailleurs (tout au moins pour les acteurs enquêtés). Il s'agit évidemment de l'Abbaye de Gellone (construit en 812 par le fondateur du village) et du Pont du Diable (patrimoines classés), mais aussi de la Grotte de Clamouse et des gorges de l'Hérault. La création de

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

l'Abbaye de Gellone a contribué à « *l'humanisation de ces gorges sauvages* » et « *très rapidement* [le village est devenu à l'époque] *un centre spirituel qui attira les pèlerins parce que son sanctuaire avait le privilège de posséder une parcelle de la vraie Croix* » (Marres, 1974, p.15). Aujourd'hui les raisons pour lesquelles le site reçoit des milliers de touristes sont possiblement plus diverses. Elles sont en partie liées aux paysages.

Et c'est aussi parce qu'il est reconnu et fréquenté par de nombreux touristes, que le site est cible de dispositifs de protection. Les élus de Saint Guilhem le Désert ayant constaté la croissance de la fréquentation sur le village et ses alentours et sur les conseils de la Direction Régionale de l'environnement – entament une démarche de restauration et de valorisation du site : une « *Opération Grand Site* ». Il s'agit d'une initiative proposée par le Ministère de l'Ecologie et du Développement durable pour la gestion des sites classés. Les objectifs de la démarche sont la maîtrise des flux, l'amélioration de l'accueil, la préservation des paysages et la valorisation du patrimoine (CCVH, 2010). Ainsi, quelques projets de réhabilitation, d'aménagement de l'espace et des études-diagnostic ont été mis en place. A partir de 1998 – et particulièrement de 2002 quand la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault a assumé la gestion du Grand Site –, le projet de développement touristique lié à ces ressources s'étend à d'autres villages. Le Grand Site nommé « *Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault* » est ainsi délimité par les communes de Saint Guilhem le Désert, Puéchabon, Aniane, Saint Jean de Fos et Montpeyroux (Fig. 2.12). Cette initiative sera analysée dans le *Chapitre 5*.



Fig. 2.12 – Le Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault (CCVH, 2010).

2.5 L'histoire et développement de l'activité viticole en Languedoc et la zone d'étude : un espace agricole en mutation

Les vignes en Languedoc-Roussillon, bien que leur présence soit très ancienne – les colons grecs et étrusques y plantèrent au VI^e siècle avant J.-C. (Torres, 2005) –, ont beaucoup fait évoluer les paysages de la région. Dans la région d'étude, les habitants les plus anciens nous racontent qu'auparavant les vignes étaient rares et le pastoralisme y régnait. Tandis que les plus jeunes – entre 30 et 50 ans – nous affirment qu'ils ont toujours connu les vignes dans leur territoire.

L'histoire des vignes, dans ce territoire, est très liée au début à l'Eglise et aux abbayes. Au VIII^e siècle, ce fut Benoît d'Aniane, fils du Comte de Maguelonne, qui a exhorté la construction d'un réseau d'abbayes et de monastères avec leur vignoble, comme à Aniane, à Saint Guilhem le Désert et à Saint Saturnin de Lucian⁴⁴ :

Véritables pôles de développement, ces magnifiques bâtisses servent de centres culturels où la science de la vigne fait partie intégrante du patrimoine enseigné et où le vin représente une monnaie d'échange essentielle, source de richesse et de pouvoir (CIVL, 2003).

La qualité des vins a été un élément clé dans l'histoire des vignobles en Languedoc et explique en partie ces évolutions du paysage. A partir de l'an 900, le « *Cartulaire du chapitre cathédral de Nîmes* » établie déjà clairement une différence entre les vignes cultivées en plaine (« *vignes basses* ») et les vignes sur les coteaux (« *vignes hautes* ») (Laborieux, 1997). Les vignes en plaine perdurent, à l'époque, jusqu'au début du XIV^e siècle, quand les terres riches de la plaine passèrent à être priorisées pour d'autres cultures comme les céréales⁴⁵. Les vignes ont été donc poussées vers les coteaux, moins fertiles mais qui donnaient plus de qualité aux raisins et aux vins⁴⁶. Au XIII^e siècle, selon Lachiver (1988), les vins du Languedoc commencèrent à être exportés tant par le port de Villeneuve les Maguelonne, que par celui de Saint Gilles et celui d'Aigues Mortes, lorsque les marchands montpelliérains entretiennent des relations avec tous les pays de la Méditerranée.

Et si la région méditerranéenne fut en France le berceau des vignes et « *la première gagnée par la viticulture et le commerce du vin, la première à profiter de courants commerciaux et de civilisations venant de la Grèce et de Rome par la mer* » (Lachiver, 1988, p. 80), elle a été

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Ibid.

possiblement celle qui a le plus connu de changements paysagers sous l'effet des arrachages et des plantations des vignes au fil des années. Encore au Moyen Âge, où les transports se limitaient aux chevaux ou aux bateaux et l'islam gagnait de l'importance (notamment sur la rive sud de la Mer Méditerranée), la situation géographique de la région se révèle désavantageuse. C'est dans cette période que débuta ainsi la rivalité entre le Languedoc et le vignoble bordelais (Lachiver, 1988 ; CIVL, 2003 ; Torres, 2005).

Mais c'est surtout au cours de la période de la Guerre de Cent ans que la situation fut catastrophique pour le Languedoc (Lachiver, 1988, p.158) :

La chute brutale de la population aux environs de 1350 (peste noire) est fatale aux plantations et aux quelques exportations qui existaient encore avant cette date. [...] Pendant toute la crise des XIV^e-XV^e siècles les vignes abandonnées sont retournées à la friche, alors qu'à la belle époque de l'expansion (XI^e-XIII^e siècles) elles avaient colonisé les terres les plus ingrates, inaptés à produire des blés.

En revanche, à partir de la fin du XV^e siècle, quand les villages se repeuplent, l'expansion reprend. Selon Lachiver (1988), à cette époque le commerce d'exportation vers l'Italie par des marchands de Marseille ravive l'activité viticole et des petits ports de Frontignan, de Sérignan et d'Aigues Mortes. A partir du XVI^e siècle, quand la vitiviniculture est devenue plus rentable que la culture des céréales, les coteaux et les terrasses devinrent insuffisants (Laborieux, 1997). Dès 1520, donc, les vignobles de Frontignan, Mireval et Vic la Gardiole, par exemple, sont redescendus en plaine⁴⁷.

Les vignes sont pourtant beaucoup plus nombreuses autour des églises, abbayes et monastères, ainsi qu'à proximité de la mer. Dans des terres plus vers l'intérieur – comme c'est le cas de la zone d'étude – les vignes y sont, mais elles partagent l'espace avec bien d'autres éléments dont particulièrement les oliviers : « *certaines paroisses, proches de la mer, recommencent à spéculer sur la vigne, et la culture des grains recule. Mais dès qu'on gagne l'intérieur, le vignoble se cantonne sur de modestes surfaces et l'olivier lui fait concurrence. [...] Même dans les bons terroirs viticoles qui sont aujourd'hui submergés par les rangées de ceps, la vigne n'occupe encore qu'une place restreinte, et cependant elle est partout, mêlée aux autres cultures, mêlée aux arbres fruitiers* » (Lachiver, 1988, p.159 ; 177).

De 1600 à 1650-1660, garrigues et rocailles sont défrichées car, à cette époque, les ceps ne descendent pas la plaine trop indispensable à la

⁴⁷ Ibid.

production des blés ; ils se cantonnent aux sols secs, incapables de porter d'autres cultures [...]. Avec les moyens techniques de l'époque, la vigne ne prend jamais l'aspect d'une monoculture envahissante, et ne couvre jamais plus du quart ou du tiers des terroirs. La vigne monte vers les terres en friche où le vin est généreux et les rendements ridiculement bas. Elle est un moyen de valoriser des terres délaissées, elle ne prend pas la place des cultures vivrières⁴⁸.

Le XVIII^e siècle fut, en général, une belle époque pour les vins du Languedoc, qui produisait des vins fins et exportait beaucoup de vins de qualité et d'eau-de-vie aux Etats-Unis (Dupont, 2000). Si l'on regarde un extrait de la zone d'études de la carte de Cassini, qui date du XVIII^e siècle, nous observons la présence des vignes (Fig. 2.13).

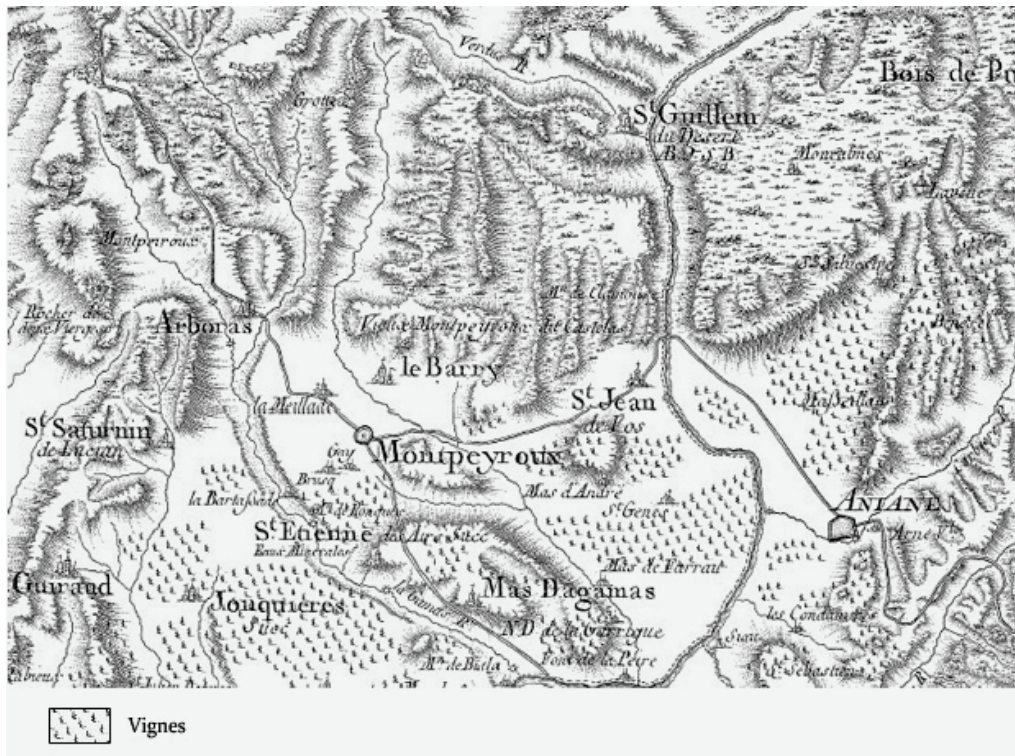


Fig. 2.13 – Extrait de la Carte de Cassini avec une partie de la zone d'études (Cassini de Thury, 1744, [2000]).

La grande notoriété et l'image des vins de la région se poursuivent jusqu'au milieu du XIX^e siècle avec la révolution industrielle. Mais « l'essor du train va bouleverser profondément les structures agricoles et le paysage languedocien » (Torres, 2005, p. 69), quand la région se convertit rapidement à une production de masse. A cette époque, les plantations se multiplièrent, avec l'introduction de nouveaux cépages, pour une production quasi industrielle d'un « vin bon

⁴⁸ Ibid., p. 290.

marché et énergétique » pour fournir les villes industrielles du nord de la France (Dupont, 2000). La région produisait donc essentiellement des vins de table et du vin en vrac de très faible qualité et à bas prix. « *Le Languedoc-Roussillon va devenir le plus grand vignoble du monde avec une superficie qui progressera jusqu'à 450.000 hectares dans les années soixante-dix* »⁴⁹ (Torres, 2005, p.69).

C'est à cette époque qu'apparaissent plusieurs caves coopératives, mais aussi « *la mise en place d'un système de gouvernance de type corporatiste où les luttes viticoles vont se succéder jusqu'à l'épisode tragique de la fusillade de Montredon en 1976 qui marquera la fin du Midi rouge* »⁵⁰. Cette partie de l'histoire du vignoble languedocien, avec la production en masse et de faible qualité, a profondément marqué sa réputation et son histoire ; même si dans quelques territoires là-dedans, où les terres étaient moins fertiles et les rendements plus faibles – comme c'est en partie le cas de la zone d'étude –, on a toujours produit des vins de qualité.

Si la création des caves coopératives a permis la mutualisation des investissements et l'accroissement de la production de vins, elle a également beaucoup contribué aux renforcements des organisations sociales, des actions politiques et collectives locales, à la solidarité entre viticulteurs et aux « *conditions explosives et massives de la mobilisation sociale* » dans la région (Mann, 1998). C'est un point fort pour celle-ci. La zone d'études est ainsi également théâtre de revendications d'identité locale, de mouvement de résistance de « *la mondialisation et les terroirs* ». Torres (2005), montre dans son ouvrage que le Midi a fréquemment été un territoire de résistances et de luttes contre « *les pouvoirs dominants* ». Il cite également un extrait du manifeste « *Mon País Escorjat* » (1978) par Emmanuel Maffre-Baugé :

Heureusement que notre pays n'est pas un lieu quelconque qu'un ennemi inconnu 'aménage et déménage', c'est l'Occitanie, pays de culture, de traditions démocratiques, de grandes luttes sociales et des combats pour la liberté de conscience des Cathares, des Camisards et des maquisards.

« *Au milieu du [XX^e] siècle, chaque village, bourg ou ville s'était doté de caves coopératives : 'un village, une cave', parfois plus : 'la coopé' s'impose comme lieu essentiel de l'activité villageoise* » (Gavignaud-Fontaine *et al.*, 2010, p.21). Dès cette époque, de ce fait, les caves coopératives constituent des acteurs collectifs très importants et influents sur les dynamiques (économiques et sociales, notamment) des villages. L'histoire bouleversera cependant la vie et l'existence de cette immensité de caves coopératives et, conséquemment, des viticulteurs, avec une crise

⁴⁹ La crise du phylloxera de la fin du XIX^e siècle a accéléré ce mouvement, avec la perte en surface de vignoble dans les autres régions de la France, tandis qu'en Languedoc elle accroissait (Lachiver, 1988).

⁵⁰ Ibid., p.70.

viticole : la production viticole se reconvertit en grande vitesse en faveur des vins de qualité, dotés d'une appellation d'origine ou d'un label de qualité (Déroudille, 2008).

Beaucoup de critiques adressées aux coopératives ont été axées sur le rôle de frein à la modernisation qu'elles auraient joué, principalement dans les zones de vin de table. Ce n'est pas totalement faux, surtout quand leurs présidents étaient des notables qui considéraient les coopératives comme leur fonds de commerce. C'est aussi un reproche injuste, puisque celles-ci ont été créées dans un but social plus qu'économique. Elles ont toujours tenté d'aider tous leurs adhérents, sans distinction. Il ne faut pas oublier par exemple que tous les sociétaires y sont sur un pied d'égalité : tous disposent d'une voix et d'une seule à l'assemblée générale, quel que soit leur poids économique, au contraire des sociétés anonymes où l'actionnaire a d'autant plus d'influence qu'il dispose d'une part plus importante du capital (Déroudille, 2008, p.68-69).

Quelques caves coopératives, notamment celles qui étaient dans une démarche de production en large échelle sans trop se soucier de la qualité, ont eu des difficultés pour se réadapter à cette nouvelle demande et sont ainsi fermées. Les phénomènes plus récents de spéculation immobilière sur des terres agricoles liés à l'explosion démographique dans la région et le vieillissement des viticulteurs sans héritiers intéressés à reprendre l'activité, ont aussi contribué à ce scénario. La surface viticole devenue plus faible sur quelques communes (voir Fig. 2.15), quelques autres caves coopératives se sont fusionnées. En plus, la « mauvaise réputation » qui était restée de ces années où le Languedoc, en générale, était une « vaste usine à vin » à produire des vins de faible qualité – les dites « *bibines* », « *pinards* » ou « *gros rouges* » – ne contribuait pas à l'affaire des vins de la région et, spécialement, à celle des caves coopératives.

Les craintes par rapport à l'avenir de la viticulture languedocienne – à travers notamment les mobilisations sociales des vigneronnes qui étaient fondées, comme les Fédérations des caves coopératives et la Confédération Générale des Vignerons du Midi (CGVM) – ont émergées et ont été donc renforcées auprès des « *premiers débats relatifs à la construction européenne* » (Gavignaud-Fontaine *et al.*, 2010, p.22). Dans ce cadre, les préoccupations et les efforts des caves coopératives se sont tournés vers leurs aptitudes (et adaptation) à produire de bons vins.

Partout, et pour tous les vins, les coopérateurs sont encouragés [...] à soigner la qualité de leurs vendanges. [...] Jusqu'alors, la cave coopérative

se bornait à répercuter les offres d'achat faites par les courtiers [...]. La création de l'Institut Coopératif des Vins (ICV) chargé de promouvoir l'amélioration de la vinification en vue d'une meilleure qualité, afin de satisfaire le goût des consommateurs, relance les espoirs d'une rénovation réussie. Les dirigeants et directeurs de caves coopératives sont invités à suivre des séances de recyclage et de formation technique⁵¹.

Bien que les efforts étaient nombreux et bien tenus, « changer la mentalité » d'un grand nombre de personnes n'est pas changer celle d'un seul homme ni, sans aucune doute, une tâche facile pour ceux habitués à simplement vendre leurs raisins et accepter un nouveau système de rémunération basé sur des critères de qualité. Leur convaincre à s'engager dans des investissements pour le renouvellement des vignobles et de la cave a été ainsi un véritable défi à plusieurs caves coopératives. « *En fait, l'hétérogénéité des adhérents liée à la complexité du processus de décision collective provoque des blocages. Le choix des grandes orientations de développement (politique effective de qualité) ne pouvant être clairement déterminée par l'ensemble des adhérents, plusieurs attitudes coexistent* » (Clavel et Baillaud, 1985, p.219). Dans ce sens, ce sont surtout les caves coopératives plus petites et/ou qui étaient déjà dans une démarche plus qualitative, qui ont survécu jusqu'à aujourd'hui.

Le système de un adhérent une voix a vécu, il a joué un rôle positif à une époque où les aspects sociaux étaient essentiels. Désormais, la compétition internationale est telle que le social est subordonné à l'efficacité économique qui, elle-même, réclame promptitude des décisions, responsabilité accrue des partenaires, rationalité des investissements (Clavel et Baillaud, 1985, p.222).

Dans notre zone d'étude, nous trouvons actuellement trois caves coopératives : celles de Montpeyroux, de Saint Saturnin et de Saint Jean de Fos (*Fig. 2.14*). Mais parmi les communes, nous trouvons des viticulteurs coopérateurs aussi dans les caves coopératives de Gignac (qui a fusionné avec celle d'Aniane et de Saint André de Sangonis) et de Saint Felix (qui a fusionné avec celle de Saint Jean de la Blaquièrre).

⁵¹ Ibid.



Cave coopérative (désactivée) d'Aniane



Cave coopérative (désactivée) de Saint Jean de la Blaquière



Cave coopérative de St Felix de Lodez



*Cave coopérative (désactivée)
de St André de Sangonis*



Cave coopérative de St Jean de Fos



Cave coopérative de Gignac



Cave coopérative de Saint Saturnin



Cave coopérative de Montpeyroux

Fig. 2.14 – Caves coopératives concernant la zone d'études (C. Velloso, 2011, 2012).

Parmi ces caves coopératives, celles de Montpeyroux et de Saint Saturnin, particulièrement, se remarquent. Si leur naissance a été plus tardive dans l'histoire des caves coopératives en Languedoc Roussillon (elles ont été fondées en 1951), elles ont été aussi responsables pour la bonne réputation de vins produits dans ces deux villages et, en conséquence, pour la création d'une « appellation d'origine ».

A la fin des années 1990 et début de ce siècle, surtout, plusieurs caves particulières ont été créées. Ils s'agissaient des coopérateurs qui décidaient de créer leur propre cave pour faire des vins de qualité (à « leurs goûts ») et essayer d'augmenter leur rente, ou parfois des fils et filles de ces viticulteurs qui ont voulu reprendre l'activité à la condition d'avoir leurs propres caves, où même (plus récemment) des néo-vignerons (*i.e.* des gens qui se lancent dans l'activité viticole mais qui à la base ne sont pas de ce 'milieu'). Si ces vignerons et la naissance de nouvelles caves particulières, qui normalement entament une très petite surface de vignes, contribuent en partie au maintien de l'activité viticole dans la région et beaucoup plus à la qualité des vins et à la notoriété du terroir, ils posent également des « pressions » sur les caves coopératives : l'accroissement de la concurrence les oblige à innover encore plus et la perte de coopérateurs et de surface de vignoble alourdissent les frais d'entretien du matériel, de fonctionnement et de personnel, ainsi que les investissements nécessaires pour faire face à cette concurrence.

Cette évolution qualitative de la production viticole s'est traduite par un phénomène d'arrachage des vignes important. Ce phénomène a des conséquences importantes du point de vue du paysage. La *Figure 2.15* montre cette évolution pour la région cœur d'Hérault. Ce sont surtout les zones de plaines qui ont été les plus touchées. Les communes de Gignac, de Saint André de Sangonis, de Saint Jean de la Blaquière et de Saint Jean de Fos, puis aussi d'Aniane, ont été les plus touchées avec des plus de 100 ha de vignes arrachées entre 2005 et 2009.

Sur les communes de Saint André de Sangonis et d’Aniane, les caves coopératives ne fonctionnent plus et ont donc fusionné avec celle de Gignac, où le phénomène d’urbanisation a été très intense. A Saint Jean de la Blaquière, la cave coopérative ne fonctionne plus non plus. Elle a fusionné avec celle de Saint Felix. Et à Saint Jean de Fos elle marche encore, malgré les nombreuses difficultés. Je reviendrai sur ces évolutions économiques et sociales et leurs effets sur les paysages dans le *Chapitre 4*. Considérant leur importance et rôle sociaux, économiques, paysager et culturels – tenu compte que la plupart des viticulteurs et de surface en vignoble du territoire y sont attachés –, les caves coopératives ont un rôle important à jouer dans les débats, les études, les politiques et les actions concernant les paysages et/ou l’avenir du territoire.

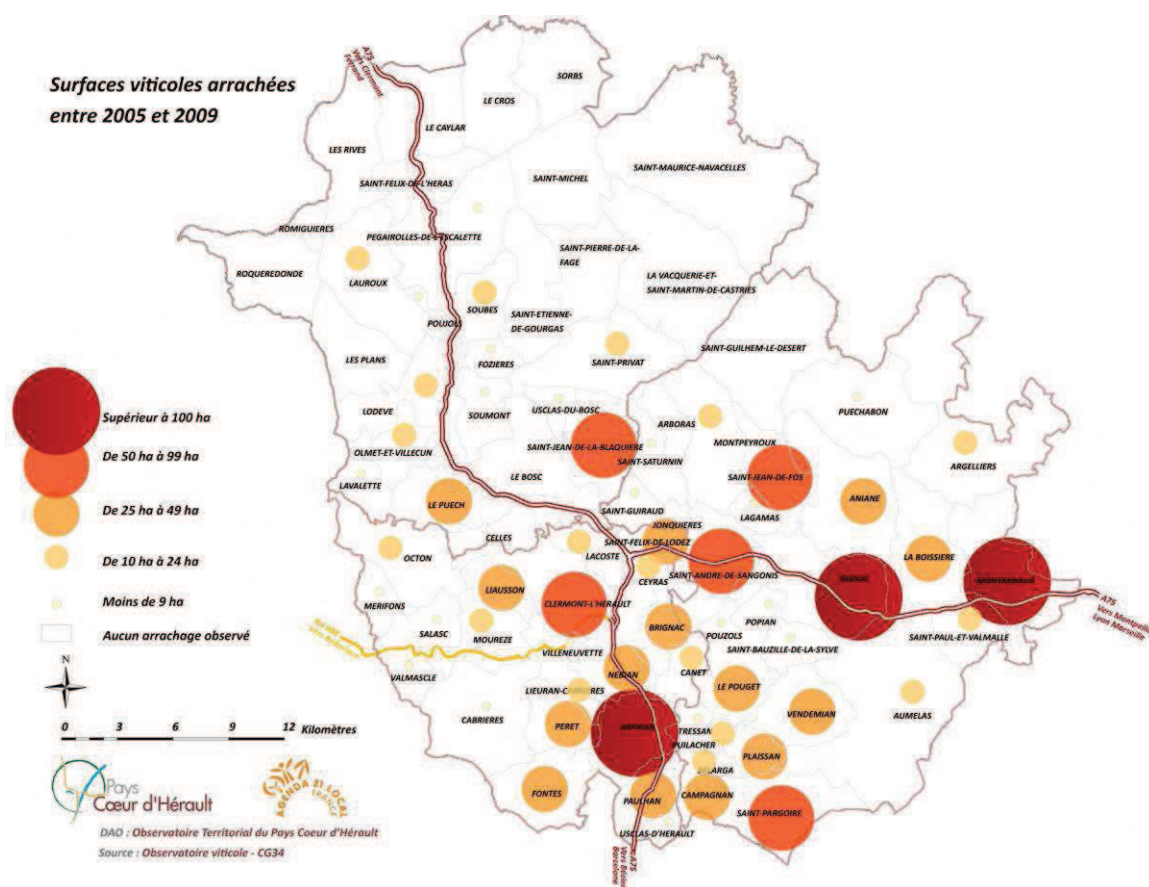


Fig. 2.15 – Surfaces viticoles arrachées entre les années 2005 et 2009 dans le Pays Cœur d’Hérault (Observatoire Territorial du Pays Cœur d’Hérault, 2012).

2.6 Nouveaux temps pour la viticulture du territoire : qualité, méthodes de travail et les néo-vignerons

Les crises, la mondialisation, les souhaits de meilleurs cadres de vie, la lutte contre les fraudes et contrefaçons, le souci de préserver des patrimoines viticoles et « naturels », etc.

demandent chaque fois plus de changements et d'adaptations. Aussi l'évolution des goûts et des habitudes des consommateurs, leurs exigences de qualité et d'authenticité se font de plus en plus marquantes. Le développement des sciences et des techniques du vin ont ainsi suivi cette évolution. L'art de faire du vin et son image ne sont plus attachés simplement au « petit vigneron » qui avait appris à cultiver les vignes et faire du vin avec ses ancêtres, des viticulteurs de père en fils. La vitiviniculture devient un art de passion plus qu'un métier, et c'est peut-être aussi l'un des motifs pour l'émergence d'autant de caves particulières, bien que cette passion ait été déjà identifiée bien avant, dans les « *cœurs des paysans* » :

Le paysan français aime trop son vin, d'un amour trop jaloux, c'est ce qui l'empêche de s'associer (Charles Gide, 1901 *apud* Gavignaud-Fontaine *et al.*, 2010, p.29).

« *Dans ce [nouveau] monde complexe* », même le fils de viticulteur qui souhaite continuer dans l'activité suivra des études supérieures, « *'bac + 2' étant évidemment un minimum* » (Déroudille, 2008, p.73). Mais nous trouvons chaque fois plus des « *vignerons modernes* », les « *néo-vignerons* », qui ont fait des études en pharmacie ou dans un domaine même bien divergeant qui se (re)convertissent, « *passionnés certes pour le vin, mais qui [ont] aussi compris que c'était le seul retour à la nature susceptible de [leurs] apporter un réel confort matériel* »⁵².

Le viticulteur d'aujourd'hui, tel qu'il ressort de l'imagerie contemporaine, a beaucoup rajeuni. Quadragénaire ou quinquagénaire, il est certes à la recherche de ses racines, mais il prévoit le temps qu'il fera en consultant l'Internet et a parfaitement assimilé la théorie de la plus-value dont il sait s'approprier la meilleure part en vendant son vin en bouteilles, et cher. Il représente une version idéalisée du cadre ou du travailleur indépendant de notre époque moderne, le contact direct avec la nature en prime⁵³.

Le « nouveau » vigneron s'attache à la terre volontairement, soit elle un héritage ou un terroir découvert soudain, histoire d'une passion. Ceux qui l'ont hérité de leurs parents, aussi pris par la passion, veulent mettre en valeur le terroir de leurs ancêtres – faire peut-être ce qu'ils n'avaient pu réaliser, faute de connaissances, d'audace et de capitaux – avec sa meilleure expression dans les bouteilles de vin. Les « néo » veulent également que leurs vins expriment le meilleur de leur terroir, avec aussi l'authenticité d'une véritable œuvre d'art. Les néo-vignerons sont donc venus à la recherche des « meilleurs » terroirs pour réaliser leurs œuvres d'art. Ceux qui font partie de notre étude de cas ont donc bien choisi le piémont ou

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

les contreforts du Larzac, dans le Languedoc-Roussillon, « *le eldorado du vin* » pour construire leur avenir.

Egalement des étrangers et des grands entrepreneurs y sont venus. Le cas peut-être le plus célèbre (et ambitieux), concernant la zone d'étude et qui a suscité un vrai et fort mouvement de résistance de la part des acteurs locaux, c'est le projet d'implantation du groupe californien Mondavi. Il s'est passé à Aniane et a abouti à un échec pour les Mondavi : le groupe ne s'y est finalement pas installé. Résistance à « l'américanisation », protection de l'environnement ou des vigneron locaux, les différentes raisons et qui ont provoqué beaucoup de débats réaffirment en tout cas le caractère « dynamique » et contestataire de ce territoire.

Le Languedoc est le plus grand vignoble du monde mais en pleine restructuration depuis vingt ans. Même si l'image de producteur de « vieille bibine » ou de « gros rouge qui tache » lui colle encore à la peau, le Languedoc-Roussillon poursuit sa montée en qualité, au prix d'une perte de 150.000 hectares de sa surface viticole en trente ans (Torres, 2005, p.12).

Dans ce contexte, certains soutiennent que l'installation de Mondavi dans la région aurait été fructueuse dans le sens du maintien de l'activité viticole, de la génération d'emplois et du développement économique de la région – dont les conséquences prospectives restent pourtant difficiles à mesurer. Ne pourrions-nous pas avoir d'autres impacts comme la perte de l'identité locale et la standardisation des vins ? Ou une concurrence « déloyale » pour les petits vigneron incapables de produire au même prix qu'une grosse entreprise ? « *Mais c'est le maillon le plus faible, l'échelon local, qui a stoppé le projet. L'affaire Mondavi est une belle leçon de démocratie de proximité et les élus locaux seraient avisés d'en tirer les enseignements* »⁵⁴. L'affaire (même si échoué, tout au moins pour les Mondavi), a suscité de nombreuses controverses et manifestations, a certainement laissé son impact dans l'histoire des vins de la région, et ce fut quelque part très positif. La répercussion de l'affaire attire l'attention de nouveau à ces terroirs prometteurs pour la production des vins fins de haute qualité, qui sera ensuite la cible d'implantation pour des nouveaux vigneron, voire même des investisseurs comme l'acteur Gérard Depardieu, avec des projet beaucoup moins ambitieux et « *moins pharaoniques* ». En fait, aussi des « anciens » vigneron s'encouragent à des nouveaux investissements et innovations dans le secteur. Et si, à Aniane, nous trouvons des parcelles de vigne abandonnées comme montre la *Figure 2.16*, il s'agit surtout des parcelles qui laissent la plaine, pour conquérir les coteaux (*Fig. 2.16*).

⁵⁴ Ibid.



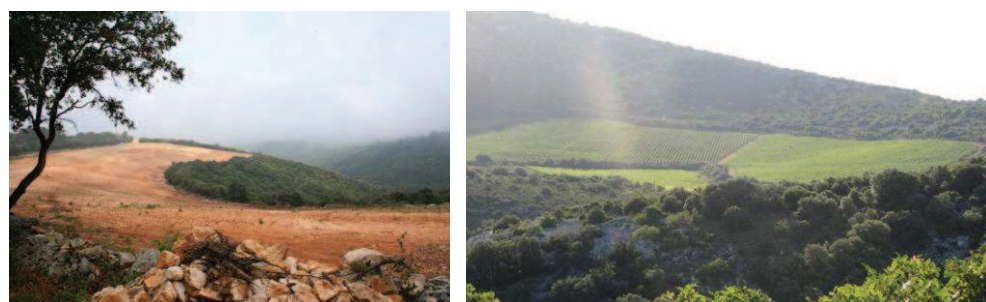
Vignes abandonnées à Aniane.



Vignes abandonnées à Aniane.



Vignes abandonnées à Puéchabon sur premier plan et vue panoramique.



Plantations de vignes sur les coteaux à Aniane et vers Montpeyroux.

Fig. 2.16 – *Abandon et plantation de vignes en plaine et en coteau, respectivement*
(C. Velloso, 2011, 2012).

Dans cette même période, la région connaît une vague d'installation des « néo-vignerons » – qui cherchent souvent aussi un rapprochement de la nature et un meilleur cadre de vie (voir *Chapitre 4*). Face à une « prise de conscience générale » pour la préservation de l'environnement et une demande croissante de la part des consommateurs chaque fois plus inquiets pour leur santé (Déroutille, 2008), l'agriculture biologique se développe

progressivement et de forme assez intense sur ce territoire et parmi les vignerons. Quelques caves coopératives, comme celle de Montpeyroux, s'intègrent lentement à ce mouvement.

Selon l'Agence Bio (2013), la région du Languedoc Roussillon possède, en 2012, 93.653 ha de surface bio (ou en conversion) (en étant ainsi troisième région française en surface bio) et 2.633 exploitations bio. « Avec 32% des terres bio en conversion en 2009, le Languedoc-Roussillon est la région où la dynamique de conversion a été la plus forte » au cours des années 2007, 2008 et 2009 (Agence Bio / OC, 2010, p. 46). Sur le dossier de presse de l'Agence Bio de 2013, nous pouvons observer que le nombre d'exploitations engagées en agriculture biologique en fin 2012 dans le département de l'Hérault est supérieur à 600 (Figure 2.17). En toute la France, l'évolution de l'agriculture biologique entre 2007 et 2012 est très positive et intense comme nous montre la Figure 2.18 : +104% pour le nombre d'exploitations et +85% pour la surface totale. La viticulture reste la principale production végétale en agriculture biologique, spécialement en Languedoc-Roussillon, bien qu'il existe souvent une certaine diversification dans les exploitations viticoles biologiques (Fig. 2.19).

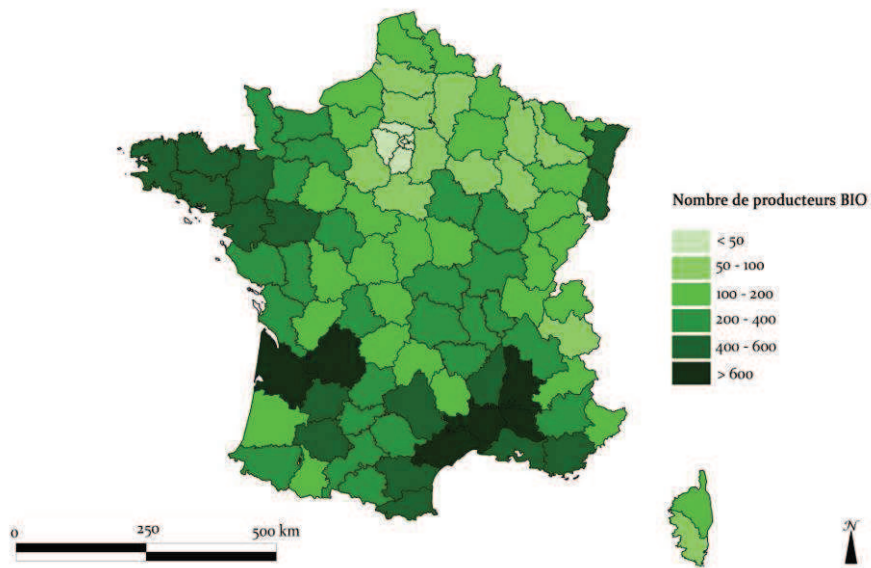


Fig. 2.17 – Nombre d'exploitations bio en France en 2012, par département (C. Velloso, 2013).

Source : Agence BIO, 2013.

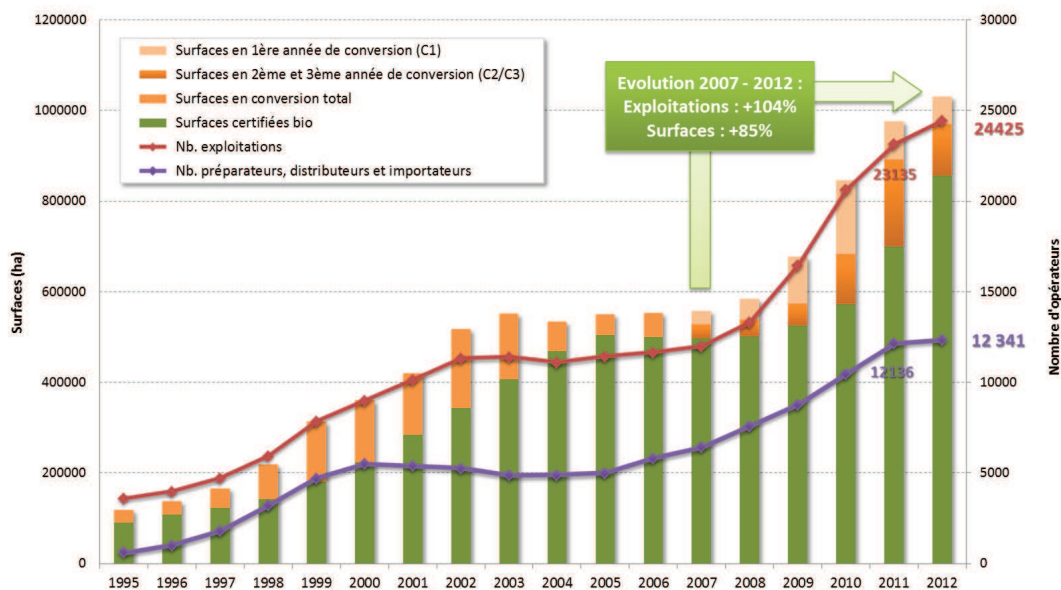


Fig. 2.18 – Evolution depuis 1995 du nombre de producteurs et autres opérateurs bio et des surfaces en mode de production biologique en France (Agence BIO, 2013).

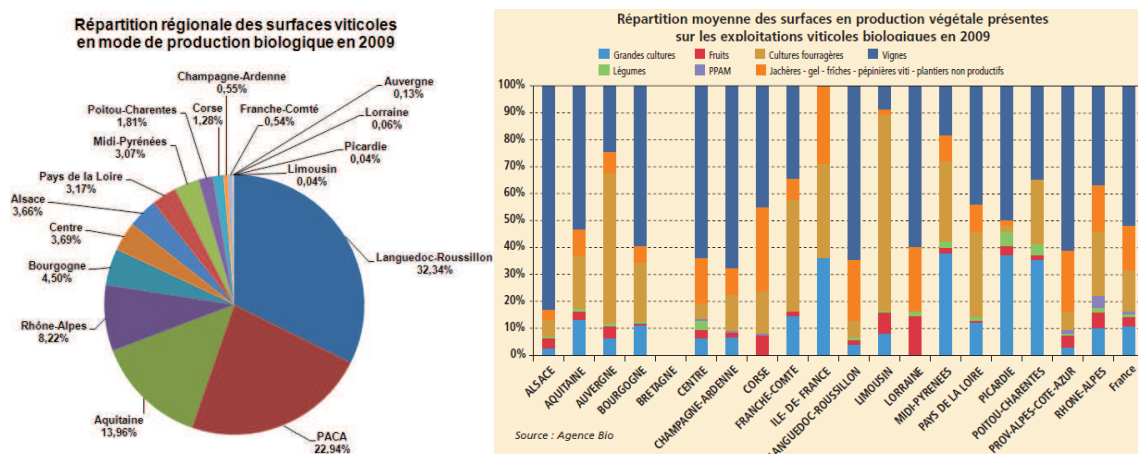


Fig. 2.19 – Répartition régionale des surfaces viticoles en mode de production biologique en 2009 et répartition moyenne des surfaces en production végétale présentes sur les exploitations viticoles biologiques en 2009 (Agence BIO, 2010).

Si, dans notre zone d'étude, tous les vignerons et viticulteurs ne s'engagent pas dans la certification de l'agriculture biologique et/ou la biodynamie, pratiquement tous ont conscience que l'excès de traitement doit désormais être évité, ne serait-ce qu'en raison des coûts et des analyses des plus en plus précises réalisées par les laboratoires de contrôle. L'agriculture biologique, la biodynamie ou sinon l'agriculture raisonnée sont pratiquement toujours présentes.

Ces formes beaucoup plus respectueuses de l'environnement (par rapport à l'agriculture dite « conventionnelle »), de plus en plus mises en valeur, ont tout de même une certaine compatibilité avec le système européen des appellations, dans ces « nouveaux temps » qui cheminent aussi (et/ou se réaffirment) vers la qualité et les respects de la nature et des droits de l'homme. A tel point qu'en 2001 un groupe de viticulteurs a fondé une association qui lie les appellations (ou la notion de terroir) et la biodynamie : « *La Renaissance des Appellations* », en créant une charte de qualité. Pour eux (La Renaissance de Appellations, 2013),

... pour qu'une vigne saisisse bien son terroir (minéralogie du sol et du sous-sol, orientation des pentes, ...) par ses racines, celui-ci doit être vivant et donc exempt de désherbants. Et pour bien capter le climat et ses multiples variantes (vents, ensoleillement, humidité, ...) la plante doit se développer de la manière la plus naturelle possible ; En particulier, les feuilles doivent être exemptes de produits chimiques de synthèse qui troublent la photosynthèse et l'ensemble du développement de la plante vivante.

Et ce n'est que seulement un exemple. La filière vitivinicole qui se réadapte et évolue constamment, suivie de ces mouvements dans le contexte actuel de la mondialisation, si d'un côté elle multiplie les échanges et les importations à d'autres pays, elle rapproche en même temps producteurs et consommateurs. Les circuits courts de commercialisation, à travers notamment la vente directe aux consommateurs, sont souvent la principale forme de vente de leurs produits (voir *Chapitre 4*). La concurrence (surtout au niveau international) est cependant en hausse tandis que la consommation de vins en France est en baisse. Si le « modèle » « *boire moins, boire mieux* » (Déroudille, 2008) est en vigueur dans ce cadre, ce qui peut être prometteur pour l'avenir ne se repose pas simplement sur les stratégies de qualification des produits comme les appellations d'origine, l'agriculture biologique et la biodynamie, il faut aussi « innover » autrement. Dans ce sens, plutôt que de se lancer au « *marketing de masse* »⁵⁵ que peuvent imposer les grandes industries, il serait plus important et alléchant la proposition d'un univers de découvertes : non seulement des vins et de leurs diversités et complexités, mais également de la culture viticole et vinicole, des savoir-faire, de tout un patrimoine lié à l'histoire, des paysages, des terroirs et de toute une histoire de passion.

⁵⁵ Ibid.

2.7 Trois appellations d'origine dans la zone d'étude, trois cas différents

Etant sur des terres viticoles en territoire français, il est pratiquement impossible de ne pas tomber sur des appellations d'origine contrôlées (AOC) ! Les AOC ont été créées en France en 1935 par un décret-loi relatif à la défense du marché du vin. Elles désignent des produits dont toutes les étapes de fabrication sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même zone géographique, qui donne ses caractéristiques au produit (MAAF, 2012). La politique française de valorisation des produits agricoles a inspiré l'élaboration d'une réglementation européenne avec l'objectif d'harmoniser les labels régionaux : à partir de là, les AOC ont pour équivalent européen les AOP (Appellations d'Origine Protégées). Ainsi, depuis le premier mai 2009, l'AOP figure sur tous les produits européens dont la production, la transformation et l'élaboration sont réalisées dans une zone géographique déterminée, selon un savoir-faire reconnu et un cahier des charges particulier⁵⁶. Les différences font encore confusion dans la tête des consommateurs, alors depuis janvier 2012, « *afin de clarifier l'offre au consommateur* », les produits concernés ne doivent porter que la mention AOP, seuls les vins sont autorisés à porter l'appellation d'origine contrôlée française (AOC).

Enfin, au-delà de l'AOC Languedoc, la zone d'étude s'insère également dans l'appellation beaucoup plus restreinte « Terrasses du Larzac », mais aussi deux autres petites appellations (village) sont présentes sur ce territoire : il s'agit des appellations « Montpeyroux » et « Saint Saturnin ». Ces deux appellations « village » sont assez anciennes dans l'histoire des appellations en Languedoc, liées à une bonne réputation et au travail remarquable de ses deux caves coopératives. Aujourd'hui, toutefois, l'histoire évolue, aussi bien des appellations en France et au monde que dans ces villages.

Dans le contexte national, les « petites appellations » comme celles du Languedoc sont devenues des dénominations géographiques dans le grand vignoble de l'AOC Languedoc (bien que, couramment, encore nommées appellations) On les considère comme des AOC communales. Dans d'autres régions viticoles (Bourgogne, Alsace...), le terme « grand cru » reconnaît des appellations sur des terroirs spécifiques (*e.g.* Montrachet en Bourgogne). La bataille au Sud de la France, consiste à faire reconnaître quelques de ces dénominations en « vraies » AOC (*i.e.* reconnues par l'INAO) et, même, de rentrer aussi dans la logique des « grands crus » en protégeant les meilleurs vins dans ces bons terroirs du Sud.

C'est pourquoi la structuration des syndicats de vignerons liés aux appellations dans les différents (petits) vignobles en Languedoc est récente (*voir Chapitre 5*). Cela ne veut pas dire qu'aucune organisation de vignerons n'était présente auparavant. Bien au contraire,

⁵⁶ Ibid.

mais celles-ci se sont plutôt structurées, et ont évolué au cours de ces dernières années, où toute l'adaptation et l'évolution de la qualité du vin est sans doute un élément nécessaire, mais insuffisant : cette qualité doit pouvoir être identifiée, reconnue, appréciée. Elle doit alors porter un nom, soit il le nom d'une appellation, de vin de pays ou même d'une marque. Dans ce sens, la reconnaissance de ces petites appellations en Languedoc – mais surtout de leur crédibilité et de leur qualité – est de plus en plus revendiquée par les vignerons. Il y a là un changement important dans plusieurs terroirs du Languedoc où l'on voit les coopérateurs (agissant parfois comme « porte-parole » d'une seule cave coopérative par appellation), au côté de vignerons indépendants (dont le nombre a beaucoup accru ces derniers temps) et de certaines caves coopératives communales qui consolident les syndicats.

Sur ce nouveau point de vue, dans notre terrain d'étude, la cave coopérative de Saint Saturnin a été la première en Languedoc à commercialiser directement ses vins aux consommateurs et à les « *personnaliser* ». Ainsi les vins d'appellation Saint Saturnin ont conquis depuis longtemps une notoriété méritée (Clavel et Baillaud, 1985). Aujourd'hui elle connaît un ralentissement que l'on peut expliquer par un manque de convergence et de dialogue entre la cave coopérative et les vignerons indépendants (encore peu nombreux sur ce terroir). Dans ce processus de « réaffirmation » d'une appellation, où les exigences, les réglementations et les contraintes tendent à augmenter, les conflits spécialement entre les caves coopératives et les caves particulières sont assez fréquents. Les caves coopératives, même si elles s'insèrent dans une démarche tournée vers la qualité, ne sont pas dans le même fonctionnement que les caves particulières. Celles-ci, déjà, ne dépendent pas de centaines de producteurs pour faire leurs vins, ni sont-elles cibles de discrédits liés à toute une histoire viticole en Languedoc. Les caves coopératives sont encore et toujours dans un processus de réadaptation lorsque les nombreux petits nouveaux domaines viticoles (mais aussi quelques anciens domaines) s'initient déjà dans une démarche bien ciblée, très qualitative, avec des bas rendements.

Oui, c'est notamment le rendement le principal motif de discussion et de discordance entre ces deux acteurs. Les caves coopératives peuvent évidemment travailler sur la différenciation de leurs produits, avec des produits personnalisés, haut de gamme de certains terroirs, dans la recherche d'une bonne valeur ajoutée, capable de bien rémunérer les producteurs et de payer les charges de structures forcément élevées. Elles en ont même besoin ! Plus les rendements sont réduits, pourtant, plus il faut rajouter de la valeur, plus il faut augmenter les prix de vente. Comment, soudainement, trop augmenter les prix de leurs bouteilles ? Trouveraient-ils facilement des acheteurs ? Et puis, il faut convaincre les viticulteurs – fiers de leurs rendements – qu'il faut produire moins de raisins par hectare et,

surtout, que trois, cinq ou huit hectolitres par hectare, tout simplement, peuvent faire une différence notable dans la qualité des raisins et des vins. Prémisse qu'une grande partie entre eux discorderont.

Dans les pays du Nouveau Monde, il n'est évidemment pas question de les limiter, chacun produit autant qu'il veut, et c'est à lui d'en prendre la responsabilité en termes commerciaux, avec le vin qu'il met sur le marché. En Europe, la notion est différente, puisque l'appellation postule que la qualité dépend des conditions de production. Le rendement en est une composante essentielle, comme cela se vérifie tous les ans ou presque, même si certaines années très abondantes (comme l'ont été 1989 et 1990 en Bordelais) sont de grandes années. Or l'appellation est une propriété collective (Déroutille, 2008, p.114).

Ce point de discussion est tout à fait pertinent si l'on regarde l'histoire de ce territoire et l'importance des AOC dans les paysages. Le regard sur les caves coopératives est déjà et tout d'abord très important sur ce territoire où leurs vignobles sont encore majoritaires dans l'ensemble des paysages viticoles et qu'elles sont, en même temps, les acteurs peut-être les plus touchés par cette dernière crise viticole, comme nous avons vu précédemment. Penser donc le maintien des paysages viticoles requiert sans doute aussi penser le maintien des caves coopératives. Dans ce sens, leur engagement dans des stratégies de qualification de produits et, spécialement, dans la démarche **collective** des appellations d'origine semble être important dans ces temps où l'on revendique et l'on réclame la « *sincérité* » des produits – *i.e.* des produits uniques (et aussi bons) qui révèlent toute une relation de l'homme (le producteur) avec son environnement, un terroir et un savoir-faire différenciés, etc.

Dans ce contexte, si nous trouvons trois petites appellations à l'intérieur de la zone d'étude, nous retrouvons peut-être aussi trois cas différents. L'appellation la plus élargie des trois, les *Terrasses du Larzac*, est la plus récente. Apparemment, dans ce cas, les acteurs les plus engagés sont les caves particulières (qui comptent au total 62), tandis que les caves coopératives paraissent être moins attachées à cette appellation. Dans les événements collectifs organisés par le Syndicat des Vignerons des Terrasses du Larzac, comme la « *circulade vigneronne en Terrasses du Larzac* », nous rencontrons normalement trois caves coopératives (les mêmes qui apparaissent sur leur site Internet) : *Les Vignerons de Pégairolles de l'Escalette*, *Tours et terroirs d'Aniane* (*i.e.* la cave coopérative de Gignac) et *Les Vignerons de Saint Félix – Saint Jean*. Les caves coopératives de Saint Jean de Fos, de Montpeyrroux et de Saint Saturnin, par exemple, n'y participent pas. Ces deux dernières vraisemblablement parce

qu'elles seraient davantage attachées aux deux autres petites appellations, tandis que celle de Saint Jean de Fos ne serait pas dans mesure de valoriser ses vins à travers les AOC.

Sur la commune de Montpeyroux, l'appellation de même nom était auparavant soutenue notamment par la cave coopérative. Ainsi comme les vigneron des *Terrasses du Larzac*, cependant, les vigneron de Montpeyroux ont voulu valoriser encore plus leurs vins et leurs terroirs, avec la reconnaissance de *Montpeyroux* comme une appellation indépendante (*i.e.* détachée de l'AOC Languedoc).

Pour l'instant, l'appellation Terrasses du Larzac est associée et indissociable de l'appellation Languedoc (sur les étiquettes). C'est d'ailleurs aussi le cas pour les appellations Pic Saint Loup, La Clape, Picpoul de Pinet, ... La « fiche d'identité » du terroir des Terrasses du Larzac n'est pas encore reconnue comme appellation (mais est sur le point de l'être). Cette reconnaissance viendrait saluer la qualité des vins produits par les vigneron qui participent au travail et à la réussite des Terrasses du Larzac (DPO20, entretien 2011).

Dans cette perspective, quelques caves particulières et la cave coopérative de Montpeyroux se sont réunies pour restructurer, renouveler et réactiver le Syndicat des Vignerons. Au-delà d'une organisation permettant la promotion et la valorisation collectives de l'appellation, l'objectif était également de réanimer les discussions et les démarches autour d'un cahier de charges et de l'appellation *Montpeyroux*. Ce qu'on aperçoit même sur le nom de leur syndicat : *Syndicat du Cru de Montpeyroux*. Cave coopérative et caves particulières (qui sont nombreuses sur cette commune) travaillent ensemble pour atteindre leurs objectifs. Autant l'une comme les autres semblent être particulièrement très engagés. La cave coopérative de Montpeyroux investit à fond vers la qualité et l'image, à point même de ne plus accepter des adhérents qui maintiennent à côté leurs propres caves particulières.

[...] parce qu'ils prennent les meilleurs raisins pour faire leur vin dans leur cave particulière, ou alors ils ne soignent pas pareil les vignes de leurs domaines et les vignes de la coopé, ils vont faire plus d'attention aux vignes pour leurs propres vins (ACM02, entretien 2011).

A Saint Saturnin, l'histoire est un peu différente. A l'entrée du village, pour ceux qui arrivent par Montpeyroux, la première chose que l'on remarque, au milieu des vignes, est cette grande construction (*voir Fig. 2.14*). A droite de la route, cette structure en forme de boîte qui se différencie de son architecture ancienne sur la gauche de la route, prouve le

succès de la cave coopérative auparavant, qui s'est agrandie pour optimiser leurs ventes et leur production. Elle est sans doute très importante dans la dynamique du village, voire même elle en est son moteur.

Rien que d'aller chercher sur le réseau Internet (*voir Chapitre 3*) pour constater que le principal site Internet sur Saint Saturnin de Lucian à présent, avec des informations du village (et non pas simplement de la cave coopérative), est justement celui de la cave coopérative. Une association liée à la culture et au patrimoine (et à la fois aussi au vin) est très active dans la vie du village : il s'agit de l'association *Pierre & Soleil* (*voir Chapitre 5*). Nous avons pourtant du mal à distinguer celle-ci de la cave coopérative elle-même. Même le logo de l'association apparaît sur les bouteilles de vin et le site Internet de la cave coopérative. Bref, toutes ces constatations affermissent peut-être la « force » et l'importance de la cave coopérative dans la dynamique du village, mais nous font quand même questionner sur les raisons pour lesquelles les caves particulières (qui sont peu) et la cave coopérative ne travaillent pas ensemble dans le sens de l'appellation ou de la dynamique même du village.

Actuellement, les discussions à ce sujet y existent sans doute, surtout après le décret n°2011-1508 du 10 novembre 2011 qui homologue le cahier des charges de l'AOC *Languedoc* (et de ses dénominations géographiques complémentaires), qui limite les rendements de base : 50 hectolitres par hectare pour les vins rouges et rosés de l'AOC *Languedoc*, 45 hl/ha pour les vins des *Terrasses du Larzac*, et 42 hl/ha pour les vins de *Montpeyroux* et de *Saint Saturnin*. Suivront les vignerons de Saint Saturnin pourtant les mêmes chemins que les Terrasses du Larzac et Montpeyroux, vers une AOC indépendante Saint Saturnin ou alors un « *cru de Saint Saturnin* » ? Jusqu'à la fin de nos enquêtes auprès des acteurs locaux, il n'existait pas vraiment encore un accord entre cave coopérative et caves particulières. Même les événements dans le village liés au vin, les plus connus, sont organisés par la cave coopérative (ou par « son » association *Pierre & Soleil*), sans avoir forcément la participation des caves particulières. Il y en a qui disent que la cave coopérative, qui a été responsable auparavant pour la bonne et « *méritée* » réputation des vins de Saint Saturnin, se sent quelque part « *propriétaire* » du nom Saint Saturnin lié aux vins, comme s'il était non pas une appellation, mais plutôt une marque. En tout cas, il s'agit du nom du village, d'une dénomination géographique, qui ne pourrait pas, donc, être enregistrée comme marque. Ainsi, tous vignerons sur la zone délimitée et respectant le cahier des charges auraient incontestablement droit à utiliser le nom et à vouloir participer de cette démarche collective. Dans ce cas, si ce n'est pas encore fait, bien probablement bientôt nous verrons avoir jour une nouvelle forme d'organisation des vignerons de Saint Saturnin, en espérant qu'il soit représentatif aussi bien des vignerons indépendants que des coopérateurs.

Les AOC ont un lien avec les paysages, comme nous montre le travail d'inventaire réalisé par le ministère de l'agriculture et l'INAO (Gauttier, 2006) qui recense les mesures réglementaires inscrites dans les cahiers des charges de certains produits ayant un impact positif sur la qualité des paysages. Si elles semblent donc porteuses d'un « *message paysager* » important, cette distinction entre les trois appellations dans le terrain d'étude se fait encore tout à fait appropriée pour notre étude.

2.8 Les espaces organisationnels des paysages au piémont et aux contreforts du Larzac : diversité et complexité dans l'ensemble, le paysage n'est pas que viticole

La richesse des paysages de la zone d'étude, tient au fait qu'ils ne sont pas simplement viticoles. On parle de « paysages viticoles » du piémont et des contreforts du Larzac alors que les vignes ne sont qu'un élément parmi pleins d'autres. « *Le terme paysage viticole pourrait paraître parfois abusif, tant la vigne n'a pas toujours constitué un paysage à elle toute seule* » (Luginbühl, 2004, p.15). De par son histoire, nous remarquons déjà un peu de sa complexité. Il y a aussi dans ces paysages une subtile combinaison les empreintes du passé et les marques du présent.

Sur le plan économique, l'agriculture est de loin la principale activité. La viticulture compose davantage ce milieu au côté d'autres cultures ou même des élevages. Les oliviers, symboles dans toute la méditerranée, sont également présents un peu partout, malgré la grande réduction de leur population depuis « *le grand gel de 1956* » (Minvielle, 2009). Parfois ces arbres se mélangent, en pleine harmonie, avec les vignobles. Ils en font partie ! Associés aux vignobles, nous trouvons un patrimoine vernaculaire, des anciennes constructions en pierre sèche, comme les terrasses, les murs, les capitelles, le mazets. Des éléments qui n'ont, aujourd'hui, presque aucune importance économique, mais qui mettent en valeur ces vignobles en les rendant originels et identitaires de tout un pays. Les pierres sont partout, sur le sol au pied des vignes ou empilées dans ces petits bâtisses. Les garrigues ou les forêts sont souvent à la proximité.

[...] Les capitelles des garrigues en témoignent. Et l'on aime aussi, à travers ses imperfections, deviner la main de l'ouvrier qui bâti ces formes (Rouquette, 1993, p.36).

Même sur un plan « purement » viticole, sur ces terres, nos yeux parcourent une diversité qui demeure, à elle toute seule, déjà une grande richesse de ce territoire. On dirait que chaque parcelle est unique, comme si chacune configurait un jardin bien soigné par les mains des viticulteurs – hormis les vignes abandonnées qui mènent à la fermeture du paysage et croisent parfois nos regards. La diversité des vignobles n'est pas seulement dans la présence ou l'absence des éléments, mais dans leur composition, dans l'âge des vignes, dans leurs cépages, dans leurs tailles ou leurs manières de conduction. Petites différences qui se manifestent aussi dans les couleurs des saisons, composant une mosaïque de vignes interposées et combinées par les autres éléments.





Fig. 2.20 – Différentes parcelles de vignes sur le terrain d'études, en automne et en été
(C. Velloso, 2012, 2013).

Sur le plan de l'espace cultivé, dit *ager* (Soulard et Dosso, 2008) – généralement principal espace dans les paysages ruraux –, des systèmes assez complexes et diversifiés de vignobles (au niveau de formes, de couleurs, mais aussi de composants) et, moins souvent, d'oliviers, caractérisent cet espace. D'autres cultures telles que le blé ou parfois (normalement à proximité de l'eau, où l'irrigation est possible) des potagers ou des pépinières sont également remarquables.

Sur les espaces « naturels », c'est-à-dire l'espace forestier (*silva*⁵⁷) et l'espace des parcours pastoraux comme les landes et les prairies (*saltus*⁴²), nous avons vu précédemment (*Fig. 2.8*) la diversité des végétations : prairies, forêts de feuillus, de conifères et mélangées, pelouse et pâturages naturels, maquis et garrigues, forêts et végétation arbustive en mutation, landes et végétation clairsemée. Ainsi comme ils existent également des surfaces essentiellement agricoles interrompues par des espaces naturels importants. Cette diversité qui nous est visible, garde aussi bien d'autres diversités et richesses. Au niveau de la faune, par exemple, en quantité et diversité à ressourcer et soucier l'esprit des « naturistes » et des écologistes. L'eau n'est pas très abondante, on dirait même qu'elle est rare notamment sur les contreforts. Les ruisseaux sont souvent à sec en été. A cette saison, dans cette région aride, la présence d'eau dans les gorges de l'Hérault et dans son canal d'irrigation n'en est que plus valorisée et l'endroit plus fréquenté par de nombreux touristes.

⁵⁷ Ibid.

Enfin, le *domus*⁴² (espace bâti) et le *hortus*⁴² (jardins) complètent ces paysages, tout du moins leurs organisations spatiales, qui est semblable pratiquement dans toutes les zones rurales européennes (Fig. 2.21). Ce sont ces espaces, souvent, les principaux inculpés par la « dénaturation » des paysages, que ce soit par son avancement vers les autres espaces, ou alors par des constructions mal intégrées et/ou « aberrantes » dans les paysages. Sur les communes du terrain d'étude (Fig. 2.22), ces espaces ne représentent pas qu'une faible proportion de la surface totale, bien que la pression foncière et démographique – et le maintien de la viticulture – puissent faire partie de leurs préoccupations actuelles.

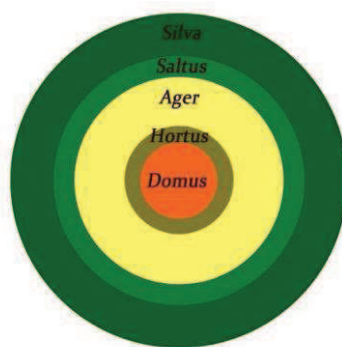


Fig. 2.21 – Organisation archétypique des paysages ruraux des campagnes européennes (adapté de Soulard et Dosso, 2008).



Saint Jean de Fos (V. Tournaire, 2008).



Saint Saturnin de Lucian (ECTM, 2007).



Arboras. Source : (<http://www.chateau-fort-manoir-chateau.eu>)



Puéchabon (V. Tournaire, 2008).



Saint Jean de la Blaquière. Source : (<http://climblanguedoc.wordpress.com/2011/05/11/orpierre-france/>)

Fig. 2.22 – Quelques villages de la zone d'étude et leurs espaces bâtis (Domus).

Si ce paysage n'est pas simplement « vu », mais également « vécu », n'oublions pas des acteurs locaux, de ses cultures et ses habitudes, des relations qu'ils engendrent entre eux et avec tous les autres éléments du paysage. Et ce sont notamment ces relations qui rendent les paysages si complexes. Puisqu'il ne s'agit pas d'un jeu de pièces, où l'on « compose le paysage » à travers la simple combinaison et position de ses éléments. Il s'agit d'une combinaison désordonnée, continue et souvent aussi involontaire des éléments matériels et immatériels.

La richesse de ce territoire va au-delà des aspects visuels, elle est l'expression des relations que l'homme établit avec son environnement et vice-versa. Rappelons que le territoire accueille progressivement des nouveaux habitants, soient-ils des « néo-agriculteurs » ou, plus souvent, des « citoyens urbains » en recherche de logements en milieu rural ou périurbain. Dans cette perspective et face aux multiples enjeux et caractères de ce territoire et à la diversité des acteurs, la complexité de ces paysages est aussi affaire de relations, de politiques ou de projets qui bouillonnent au cœur des villages. Si les paysages esthétiques (visuels) ne sont pas simplement viticoles, il faut bien alors aussi prendre en compte que ce qui les dessine ne sont pas seulement des viticulteurs.

2.9 Les acteurs du paysage viticole et leur art de vivre : « on aime ce qu'on fait »⁵⁸

Notre projet de recherche propose de caractériser la façon dont les acteurs d'une petite région viticole se saisissent du paysage pour en faire une ressource pour le développement de leur territoire. Pour mener nos enquêtes, je me suis donc intéressée principalement aux vigneron, aux viticulteurs. Les controverses autour de ces termes méritent que l'on s'y arrête. Les vigneron sont des viticulteurs qui font leur propre vin. Alors que les viticulteurs plantent et cultivent les vignes, mais confient la production du vin à une cave coopérative ou à un négociant viniculteur. Ils ne s'occupent pas de la vinification. Pourtant, certains viticulteurs adhérents en cave coopérative se considèrent des vigneron, car les vins produits en cave coopérative sont aussi leurs propres vins. Et ils ont bien raison, puisqu'ils sont aussi responsables pour les vins (au-delà de la simple qualité des raisins). Cette remarque n'est pas forcément valable pour l'ensemble des coopératives, mais l'est pour les membres de la coopérative de Montpeyroux qui valorisent le savoir-faire humain et la participation de ses associés au processus de production. Les uns s'affirment donc des

⁵⁸ DPM15, entretien 2011.

vignerons indépendants (*domaines particuliers*), alors que les autres sont des « vignerons coopérateurs » (*cave coopérative*).

Dans ce sens, la plupart des acteurs enquêtés pour ce travail (*i.e.* notre échantillon) sont des vignerons. Sur les communes proprement dites, du terrain d'étude, nous rencontrons encore quatre caves coopératives en activité : celles de Montpeyrroux, de Saint Saturnin de Lucian (les deux peut-être le plus couronnées de succès), de Saint Jean de Fos et de Pégairolles de l'Escalette. Je me suis pourtant davantage intéressée à celles de Montpeyrroux et de Saint Saturnin, étant donné leurs fortes implications dans les petites appellations des villages pour les vins, bien comme dans les dynamiques de ces communes. Ensuite, je me suis également rapprochée de celles de Saint Jean de Fos et de Gignac, puisque c'étaient les autres principales caves coopératives concernant l'ensemble du territoire. Celle de Saint Jean de Fos, petite, « seule » et en décroissance depuis plusieurs années est possiblement celle du territoire qui vit des enjeux et des difficultés des plus marquants. Celle de Gignac, bien que ce soit l'une de principales communes à perdre des surfaces viticoles (*Fig. 2.15*), a fusionné avec les caves d'Aniane et de Saint André de Sangonis en maintenant une taille assez importante et en adoptant quelques nouvelles stratégies de différenciation de leurs produits.

La plupart des caves particulières sur la zone d'étude sont de petite taille et familiale. Mais les exceptions y existent et nous pouvons rencontrer des grands « investisseurs » comme l'acteur Gérard Depardieu et l'ancien sportif et entrepreneur Gérard Bertrand, ou même des domaines familiaux plus grands et parfois de renommée internationale, comme le Mas de Daumas Gassac de la famille Guibert. Les profils des domaines et des vignerons sont présentés et étudiés plus en détail dans le *Chapitre 4*, mais il faut bien noter que j'ai bien essayé de composer mon échantillon en tenant compte de la diversité des acteurs présents sur le territoire.

Les vignerons du territoire ont été identifiés auprès des annuaires de l'Agence Bio, de l'Appellation d'Origine « Terrasses du Larzac », de l'Office de Tourisme Intercommunal Saint Guilhem le Désert – Vallée de l'Hérault, et des mairies de quelques communes. Les entretiens sur le terrain ont débuté avec trois enquêtes isolées avec des vignerons en cave particulière sur les communes d'Aniane et de Puéchabon. A partir des premiers contacts auprès de la cave coopérative artisanale de Montpeyrroux, j'ai élargi mes entretiens aux producteurs coopérateurs. Au total j'ai interrogé 75 personnes dont 55 sont des vignerons (un peu plus des deux tiers) (*Tableau 2.2*). Le nombre élevé de personnes interrogées à Montpeyrroux (31 personnes, soit la moitié de notre échantillon) tient à trois principales raisons :

1) le nombre de caves particulières présentes sur la commune de Montpeyrroux est supérieur aux autres communes ;

2) le dialogue et l'échange avec les acteurs a été facilité par l'implication des acteurs de cette commune à plusieurs projets de recherche ; et

3) Montpeyrroux présente toute une diversité, complexité, richesse et dynamique très intéressante liées aux vins et aux paysages, je l'ai quelque part adopté comme un modèle, un exemple.

Cet échantillonnage nous ouvre la possibilité de mettre en parallèle trois appellations d'origine : *Montpeyrroux*, *Saint Saturnin* et les autres communes des *Terrasses du Larzac*.

Au-delà des vigneron, j'ai aussi rencontré d'autres acteurs. Il s'agit de directeurs administratifs de caves coopératives, de mairies de communes, d'ingénieurs agronomes travaillant dans le secteur (comme à la cave coopérative de Montpeyrroux et à la Chambre d'Agriculture), des œnologues travaillant dans le secteur, des présidents des syndicats des appellations d'origine (*Languedoc*, *Terrasses du Larzac* et *Montpeyrroux*) et de l'interprofession AirSud (qui regroupe les différentes Indications Géographiques Protégées, IGP, en Languedoc-Roussillon), quelques membres du Conseil Administratif du Pays Cœur d'Hérault, l'Office Intercommunal Saint Guilhem le Désert – Vallée de l'Hérault, une représentante de la Coopérative Oléicole de Clermont l'Hérault, un caviste à Montpellier en contact avec plusieurs vigneron en Terrasses du Larzac, un historien habitant de Montpeyrroux, et quelques associations liées des fois au vin, aux oliviers ou alors au patrimoine, l'histoire ou le paysage. Ces acteurs collectifs sont présentés et étudiés plus en détails dans le *Chapitre 5*.

Tableau 2.2 – Acteurs enquêtés pour les études.

Acteur	Fonction ou activité		Montpeyrroux	Saint Saturnin	Autres communes en Terrasses du Larzac	Autres	Observations
Vigneron	Cave coopérative	Administration	4	1	2		St Jean de Fos, Gignac
		Adhérents Cave Coop.	7	3	2		
	Domaines particuliers		15	3	19		
	Total partiel		26	6	23	0	55
Autres acteurs	Appellation Languedoc					1	
	Appellation Terrasses du Larzac					1	
	AirSud					1	
	Chambre d'agriculture					1	

	<i>Caviste</i>				1	
	<i>Œnologue</i>	1			1	
	<i>« Historien » / habitant</i>	1				
	<i>Maire</i>	1		3		<i>Arboras, Jonquières, St André de Sangonis</i>
	<i>Coopérative Oléicole</i>				1	<i>Clermont l'Hérault</i>
	<i>Les Terrasses de Gellone</i>			1		<i>St Guilhem le Désert</i>
	<i>Les Amis des Vieux Oliviers</i>			1		<i>Puéchabon</i>
	<i>Syndicat Renaissance des Appellations</i>			1		<i>Arboras</i>
	<i>Vinifilles</i>	1		1		<i>Arboras</i>
	<i>Rébourdelis</i>	1				
	<i>Pays Cœur d'Hérault</i>				1	
	<i>Office Intercommunal de Tourisme Vallée de l'Hérault</i>			1		
	Total partiel	5	0	7	8	20
Total d'entretiens par endroit		31	6	30	8	
Total d'acteurs enquêtés		75				

Je suis consciente que la complexité et les dynamiques de ces paysages dépassent la dimension de ces quelques acteurs enquêtés, ceci n'est qu'un choix. Pourrions-nous, alors, parler de développement territorial si je restreins l'échantillon d'acteurs enquêtés à cette dimension ? Pourquoi ne pas enquêter d'autres habitants locaux ou des touristes ? L'objectif de ce travail, comme nous avons vu dans le chapitre précédent, bien qu'il veuille renforcer l'idée du paysage comme une ressource pour le développement territorial, est attaché à l'activité viticole. Le regard et l'analyse à partir de celle-ci est favorisée car c'est le maintien des vignes et des oliviers qui nous intéresse, dans ce territoire où ces éléments sont d'un côté donnés comme symboles et importants pour l'économie, et d'un autre côté sont « menacés » par des nouveaux enjeux et dynamiques locaux et globaux.

Cela ne signifie pas, pourtant, que les autres dimensions et la complexité des paysages ne soient pas considérées, bien au contraire. Même si l'on part de l'activité viticole, les relations et les interactions qu'on retrouve à partir des paysages donnés à voir, des paysages vécus et des paysages dans les actions collectives et publiques dépassent certainement cette dimension et mettent en accent leur complexité.

Ces acteurs, et notamment les vigneronnes, sont ceux qui modèlent les paysages, jour après l'autre, sur des grandes superficies de ce territoire. Bien qu'ils ne soient pas les seuls responsables, ils sont sans doute des acteurs très importants dans la dynamique des paysages.

Leur passion pour leur métier et pour le vin est une caractéristique qui m'a fortement marquée dans ma recherche sur ce territoire. De cette façon, bien qu'à un premier regard le thème « paysage » puisse ne pas leur attirer l'attention, ils y sont très attachés et chaque jour davantage ils prennent conscience de ce qui signifie leurs paysages et pourquoi il faut y penser.

Conclusion

Le fait d'être, le terrain d'étude, à environ trente minutes de route de Montpellier et d'être à côté d'un « nœud autoroutier » (voir *Figures 2.1 et 2.2, p.70*), renforce le risque d'urbanisation et de perte de surface viticole (voire agricole) auquel le territoire est soumis. La perte de surfaces viticoles entre 2005 et 2009 (comme montre la *Figure 2.15*) ne fait que confirmer cette tendance qui est en fait nationale, sur le déclin des exploitations agricoles. Les questions ainsi autour de la performance de la viticulture et de la suffisance du niveau de la valeur ajoutée qu'elle permet de dégager sur ses parcelles adjoignent ainsi une étude « complexe » (ou systémique) autour des paysages, autant qu'elles sont importantes dans le maintien des paysages et de leur qualité. Parce que, sans viabilité économique permettant de dégager un revenu suffisant, la propension à cesser l'activité viticole au gré des changements de générations (voire à spéculer sur le foncier), et donc à libérer des terres pour les urbaniser, est forte. Selon l'Observatoire Départemental de la Viticulture, l'ampleur des demandes d'arrachage dans les Communautés de Communes Clermontais et Vallée de l'Hérault, pour la période 2005 à 2007, est de 1.023 hectares (Pays Cœur d'Hérault, 2012). Cela représente la disparition d'un potentiel de production de 50 à 70 exploitations de 15 à 20 hectares en moyenne.

La situation de l'économie de la filière viticole sur la zone d'étude est pourtant complexe car les situations sont hétérogènes d'une exploitation à l'autre selon leur histoire. La qualité de certains vins actuellement produits permet d'affirmer que le territoire est à la fois doté de terroirs remarquables et de savoir-faire nécessaires permettant d'atteindre une certaine excellence œnologique. Mais aussi sûr qu'il devrait subsister une viticulture de qualité performante économiquement, on estime aussi que la surface viticole se réduira lors des prochaines années (à cause des pyramides des âges des exploitants, de la crise sectorielle structurelle avec des cycles récurrents de crise conjoncturelle classique de marché, etc.). Le problème économique générera ainsi des préoccupations en termes d'occupation de l'espace et de changements de vocation de certaines terres. En fait, on constate également que, plus nous nous situons sur des territoires viticoles, plus nous sommes proches de Montpellier et

plus la pression urbaine sera forte au cours des prochaines années vu les tendances migratoires et la croissance démographique.

Dans des zones dites « naturelles », qui sont aussi répandues et représentent beaucoup de la surface du territoire comme nous avons vu, les menaces ne sont pas forcément les mêmes. Les espaces naturels les plus remarquables ne sont pas les plus menacés par l'urbanisation croissante. L'enjeu est différent au regard de la relation espace agricole et urbanisme. Force est de constater que les constructions se font sur les territoires à forte SAU (Surface Agricole Utile) viticole en secteur de plaine. Ces mêmes territoires voient le nombre de leur exploitation diminuer chaque année au profit d'habitations et d'équipements divers pour des nouveaux résidents. Ils existent pourtant, sur les zones naturelles – et notamment sur des sites remarquables comme Saint Guilhem le Désert et les Gorges de l'Hérault –, au contraire, un « risque » de « muséification », de hyper protection.

Dans ce sens, les principaux risques sur la zone d'étude sont à la fois doubles et ambigus : l'une est la génération d'une urbanisation intensive, liée à la pression foncière et démographique comme s'est déjà passé dans quelques communes à toute proximité, et l'autre est la « muséification » des paysages, avec des sites remarquables, « cartes postales », mais hyper protégés (notamment dans le cas de Saint Guilhem le Désert et les Gorges de l'Hérault). Idée celle-ci qui – il est important de se rappeler – a été rejeté par les acteurs locaux lors déjà de la première élaboration de la charte de développement territorial du Pays Cœur d'Hérault en 2002-2003.

Si la qualité des paysages doit être préservée ou améliorée, il s'agit également de maintenir et améliorer les dynamiques territoriales. Les paysages ne doivent pas simplement « être donnés à voir », mais aussi « vécus », cohérents et vivants, permettant à ses habitants de vivre avec qualité de vie. Pour eux, la qualité des paysages dépend aussi de cela. « *A quoi ça sert d'avoir un très beau paysage si on ne peut pas y toucher ? Il faut bien préserver, je ne dis pas le contraire, mais il ne faut pas quand même exagérer...* » (ACM04, entretien 2011).

Dans un programme d'études beaucoup plus large, qui s'intéresse à plusieurs territoires différents dans la méditerranée concernant des terroirs et des paysages viticoles et oléicoles méditerranéens⁵⁹, cette étude de cas qui se limite à une portion des contreforts et le piémont du Larzac pourrait à première instance paraître moins « intéressante » que les territoires où l'évolution des paysages viticoles et oléicoles ont été beaucoup plus intenses et semblent ainsi être plus menacés par rapport au maintien de la qualité paysagère. Ce

⁵⁹ A savoir que ce travail fait partie du programme PATERMED, comme j'ai présenté sur l'introduction générale (pour plus d'information, voir aussi *Annexe I*).

territoire choisi, pourtant, au-delà de cette double et ambiguë menace qui dévoilent des impasses liés au développement territorial, possède une certaine complexité et diversité dans ses paysages qui enrichissent et justifient également l'étude proposée par la thèse – bien qu'il soit peut-être l'un des territoires qui ont moins souffert avec la crise viticole en Languedoc quand comparé à d'autres territoires. Cette complexité et diversité dans les paysages, si d'un côté elles révèlent une grande richesse et atout pour le territoire, d'autre côté elles exigent une conciliation des relations avec le tourisme de proximité dit de « loisirs », l'agriculture et l'environnement. Dans cette perspective, il n'est sans rappeler de l'importance de la prise en compte de toute sa complexité et diversité – qui est peut-être l'enjeu majeur – pour le développement du territoire.

Chapitre 3

Le Paysage donné à voir par les acteurs économiques

« La vérité, si nous sommes prêts à l'accepter dans toute sa crudité, c'est tout bonnement qu'il est impossible de décrire un paysage avec des mots. Ou plutôt, c'est possible, mais cela n'en vaut pas la peine. Je demande s'il vaut la peine d'écrire le mot montagne si nous ne savons pas quel nom la montagne se donnerait à elle-même. La peinture est déjà autre chose, elle est parfaitement capable de créer sur la palette vingt-sept tons de vert bien à elle qui se sont échappés de la nature, et quelques-uns de plus qui ne leur ressemblent pas, et c'est ce que nous appelons art, comme il convient. Les feuilles ne tombent pas des arbres peints ».

(José Saramago, *Le voyage de l'éléphant*)

Introduction

Ce chapitre correspond au seuil de l'analyse, avec un regard plus cartésien et quantitatif que nous ne verrons dans les autres parties de la thèse. En débutant par **l'approche du paysage « donné à voir »**, l'objet de ce chapitre porte sur les images et les représentations graphiques que les acteurs économiques du territoire mobilisent, « donnent à voir » pour la promotion de leurs activités ou de leurs produits. L'objectif ici est de saisir les images et les aspects des paysages et du territoire qu'ils mettent en valeur pour pouvoir ensuite croiser les résultats avec leurs discours et les actions collectives et publiques mises en place et pour construire la base (en partie) du « dessin riche ». Tout cet ensemble pour nous

permettre, à la fin, de vérifier l'hypothèse centrale de la thèse qui pose le paysage comme une ressource pour le développement territorial durable (Fig.3.1).

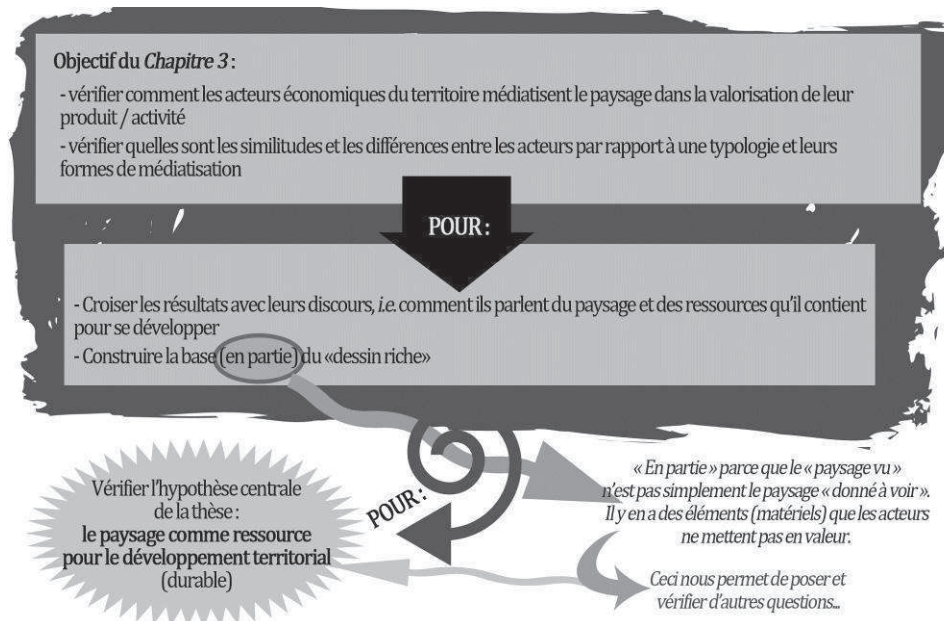


Fig. 3.1 – Objectifs du Chapitre 3.

L'image, cette prise en forme des lumières dans les rétines oculaires de chaque observateur qui représente une vision – souvent concertée – du monde réel, n'est pas seulement un ensemble de points qui convergent sur un plan, comme le définissent les physiciens. Les images existent sur deux perspectives : une matérielle et une autre immatérielle. Elle est d'abord une représentation « réelle » et visuelle d'un objet physique. Elle est aussi une représentation mentale dans l'esprit de chaque observateur (Santaella et Nöth, 2001). Au-delà des représentations, l'image agit sur l'émotionnel et transmet des sensations diverses au spectateur.

Chaque endroit ou chaque image possède ses caractères, son atmosphère, sa personnalité, ses qualités. La représentation visuelle (même si statique, comme une photographie par exemple) de cette image est capable de faire passer ces sensations et de permettre au spectateur d'accomplir un voyage immatériel. À son tour, chaque spectateur est différent : les yeux parcourent l'image et achèvent une mise au point sélective sur ce qui lui plaît. La citation de Régis Debray illustre formidablement cette allégation : « *On n'aime pas ce qu'on voit... on voit ce qu'on aime* ».

Du touchable et de l'intouchable d'une image, en conséquence, nous arrivons à deux discours qu'il faut prendre en compte : du « pouvoir » des images (il suffit de penser au cliché « *une image vaut plus que mille mots* » pour y comprendre) et de « l'ambiguïté » dans la

représentation des images. Etant capable de mobiliser d'autres sens que la vue, l'image (dans sa forme représentée du monde réel) est très souvent utilisée dans l'univers de la publicité et de la communication. Cet univers nous interpelle dans le monde actuel au quotidien : « *Qu'on le veuille ou non, elle envahit nos vies et manipule nos désirs et... nos habitudes de consommation* » (Abdelhamid et Berghout, 2008, p.65).

Cette forme de communication, pourtant, n'est pas toujours mise au service du commerce capitaliste, bien qu'elle y soit souvent indissociable. Certes, dans le contexte des territoires, la présentation d'images a souvent pour objectif d'attirer les touristes (pour le développement économique et la dynamisation du territoire). Mais les publicités et les images ont des buts aussi immatériels – qui passent par le bien-être des habitants jusqu'à la ré-interrogation et la réaffirmation des notions d'espace, de territoire et d'identité locale. Dans cette perspective, les acteurs d'un territoire présentent et valorisent leurs atouts paysagers, culturels et/ou historiques sur des supports multimédias (Internet, brochures, cartes postales entre autres...). Dans tous ces supports, l'image est toujours un outil efficace comme le montrent des nombreux travaux (Dann, 1996 ; Kossoy, 1999 ; Day *et al.*, 2002). « *Si l'image est un moyen efficace pour montrer un paysage elle offre également une vision particulière et embellie de la réalité* » (Litot, 2011, p.2).

Dans les représentations des images, il y a toujours au moins deux lectures : celle de l'auteur de l'image et celle du spectateur (d'où son ambigüité). Dans ce chapitre, je me place du côté de l'auteur. Celui-ci ne représente jamais exactement une image telle qu'elle est dans le monde réel. Son champ de vision embrasse une grande partie de la scène réelle (où le bruissement des feuillages, l'odeur de la terre et la caresse de la brise y contribuent), mais ses yeux et son cerveau sont capables de s'abstraire de tout ce qui est secondaire. Il choisit dans la scène ce qui lui plaît, ce qu'il veut mettre en valeur, ce qui attire son attention, ou simplement il agit par instinct (au moment de représenter une image, soit par photographie, dessin, peinture, etc.). De la même façon, l'utilisation de ces représentations dans des sites Internet, dans des affiches, brochures et cartes postales, passe obligatoirement par des choix. Si un vigneron, par exemple, crée un site Internet pour promouvoir son Domaine et ses produits, il choisira des représentations en fonction de ses intérêts ou d'autres raisons particulières.

Les choix et les raisons propres à chaque « auteur », pourtant, ne sont pas si simples à identifier et touchent le domaine complexe de la psychologie. Ils existent de nombreux travaux sur ce sujet où les chercheurs évoquent les liens entre perceptions et représentations, comme celui de Lipiansky (1993), celui de Livet (1988), ou l'œuvre de Gombrich (2002). « *C'est par et dans la communication que les êtres se construisent et se définissent* » (Lipiansky, 1993,

p.31). C'est aussi Capel (1975, p.74) qui cite Löwenthal et parle de la « *géographie personnelle* », c'est-à-dire, chaque observateur possède une vision personnelle du monde « *qui ne correspond pas au milieu géographique réel* » : il y a toujours une distorsion entre les représentations des images et le monde réel.

Il ne s'agit pas ici de décoder les processus affectifs, émotionnels, voire psychanalytiques des représentations des images (à travers la perception des auteurs et des spectateurs). Il importe de souligner ici, pourtant, le rôle qu'elles jouent dans la structuration de plusieurs visions de monde et dans les valeurs que celles-ci donnent aux paysages et à ses éléments. **Quel est le paysage « donné à voir » par les acteurs économiques du territoire ? Comment mobilisent-ils l'identité territoriale et médiatisent-ils le paysage pour leurs activités ou leurs produits ?**

La médiatisation des images et du paysage par les acteurs du territoire, en conséquence, est un important moyen de promotion des territoires et de l'affirmation et la construction de l'identité territoriale. Derioz (2004, p.155) souligne que « *le paysage fait incontestablement partie de l'identité de chaque territoire* ». Les images utilisées par différents types d'acteurs (qu'ils soient collectifs ou pas) pour mettre en valeur leurs « produits » (le vin par les vigneronnes et les caves coopératives, le territoire par les mairies et les offices de tourisme, etc.) révèlent une mémoire collective du paysage où différents regards construisent (ou renforcent) cette identité. Elles ont une dimension culturelle. L'image est, d'ailleurs, révélatrice et porteuse d'un message, de culture locale.

Comme vecteur de ces représentations, il est un dispositif d'échange très utilisé actuellement à l'échelle du monde.

Les sites Internet représentent une base de données et d'images riche et facilement accessible par les acteurs économiques d'un territoire. Par ce moyen de communication, les discours, les descriptions et d'autres formes d'écriture complètent les informations disponibles dans les images, et réduisent la subjectivité dans les analyses des chercheurs.

Mais si cette médiatisation est faite individuellement par différents acteurs du territoire, chacun ayant des intérêts économiques particuliers, **comment peut-on encore parler d'identité et de promotion territoriales ?** Chaque individu a bien entendu l'intention de vendre et de promouvoir son propre produit ou service. Ceux-ci pourtant s'insèrent dans un contexte systémique complexe (le territoire) duquel ils sont des éléments intégrants. Leurs produits et leurs histoires fleurissent de ce milieu et dans quelques points, ils se retrouvent

tous dans un seul environnement, avec des mêmes éléments, dans une histoire commune. Ils partagent une identité locale.

De ce fait, au moment où chaque acteur veut exprimer le contexte particulier de ses produits (leur histoire, leur qualité, leur identité) pour les présenter et les valoriser, ils se reportent à des éléments du territoire qui construisent en fait toute son identité : les savoir-faire, le patrimoine historique, la nature, le paysage panoramique, les vignes, les oliviers, etc. De cette manière, quand ils médiatisent individuellement ou collectivement leur paysage, ils évoquent et ils créent des symboles territoriaux, ils montrent d'une certaine manière les relations socio-spatiales qui se mettent en place. Indéniablement ils font la promotion de leurs produits mais aussi du territoire.

Tout cela pourtant est construit par différents types d'acteurs et ainsi certainement par différentes visions de monde. Alors, **est-ce que tous ces acteurs médiatisent le paysage et ses éléments de la même manière ? Cette médiatisation varie-t-elle selon les types d'acteurs ? Quels sont les éléments mis en valeur et par qui ? Quels sont les symboles qui se révèlent ?** Le paysage donné à voir par les acteurs est-il compatible avec leurs discours⁶⁰ ? Serait-il possible de trouver des points convergents aux acteurs à travers la médiatisation (individuelle) du paysage capables de les rassembler autour d'un projet collectif ?

3.1 Matériaux et méthodes

Le paysage donné à voir par les acteurs économiques du territoire, dans cette perspective, est fondamentalement basé sur les images et les représentations graphiques de leur territoire. Il s'agit, donc, de photographies, de dessins ou même de logotypes (quand ceux-ci incluent des éléments paysagers). Ce qui peut être écrit et apposé à côté d'une image peut renforcer quelques éléments spécifiques de l'image formée dans « l'imaginaire » (*i.e.* mentale) de chaque spectateur.

Le cœur de ce chapitre repose sur l'analyse **des sites Internet** élaborés ou mis en ligne par les acteurs économiques et institutionnels des territoires. Ce sont des construits d'acteurs. Le choix de ce média n'est pas sans importance. Les sites Internet occupent, depuis plusieurs années, une place croissante dans la vie non seulement scientifique, mais aussi publique, politique et culturelle. Il s'agit aujourd'hui d'un média amplement diffusé et consulté (facilement accessible et inconditionné à l'espace géographique dans lequel se trouve l'observateur – *i.e.* transnational). Il constitue ainsi un moyen de publicité auquel

⁶⁰ Cette question très pertinente au travail ne sera pourtant que traitée dans les chapitres suivants, lorsque que les discours seront analysés.

adhèrent de plus en plus les acteurs économiques et représente aujourd'hui l'un des supports publicitaires les plus appropriés pour s'adresser à un public très large, « global ». C'est également une forme moderne de valoriser, transmettre les éléments identitaires et culturels d'un territoire.

Notre analyse repose ici sur un échantillon de 35 sites Internet élaborés et mis en ligne par des acteurs économiques et/ou institutionnels des territoires. Il s'agit de vigneron indépendants, de caves coopératives, de gîtes et de mairies des communes étudiées. Sur la commune de Montpeyroux (où comme nous le savons, il y a une grande concentration de domaines viticoles particuliers), j'ai travaillé avec 13 vigneron indépendants, la cave coopérative, la mairie et 2 gîtes⁶¹. A Saint-Saturnin-de-Lucian, seulement quatre sites Internet ont été identifiés et analysés : celui de la cave coopérative et de trois domaines particuliers – en sachant qu'un seul parmi les trois est installé vraiment à Saint-Saturnin. Les deux autres ont des vignobles classés dans la dénomination géographique Saint Saturnin, mais leurs domaines se situent ailleurs (ils possèdent des vignobles aussi dans d'autres appellations). Finalement sur les autres communes des *Terrasses du Larzac*, j'ai analysé neuf domaines particuliers, deux caves coopératives et trois mairies (celles de Saint Jean de Fos, Aniane et Saint Jean de la Blaquière). J'ai ainsi analysé au total les sites de 25 vigneron indépendants (domaines particuliers), 4 caves coopératives, 4 mairies et 2 gîtes.

Les sites Internet des acteurs sont divers et construits différemment. Dans le cas des sites des vigneron, en général, nous trouvons souvent deux *links* : une présentation du domaine ou un historique et une présentation des vins. D'autres *links* peuvent être présentés et varient d'un site à l'autre. Nous trouvons parfois, par exemple, des titres comme « *les environs* », « *actualités* », « *références* », « *presse* », « *le terroir* », etc. Une galerie de photographies est souvent présente. Sur la page d'accueil et sur les *links* qui suivent, quelques photographies illustrent les textes ou embellissent simplement les pages, tandis que dans les galeries « les images parlent toutes seules », *i.e.* il n'y a pas des textes ou des légendes qui les décrivent. Toutes les photographies nous intéressent hormis celles de bouteilles ou de verres de vin⁶². Dans un seul cas, où le vigneron ajoute des éléments du paysage sur les photographies de ses vins, les images ont été incorporées à la collection. Pour l'analyse, pourtant, seulement les éléments adjoints (et non pas le vin) ont été considérés.

⁶¹ Dans deux cas entre les vigneron de Montpeyroux (DPM13 et DPM15) j'ai remarqué l'apparition de « personnages » économiques différents : les gîtes. Pour ceux-ci, en conséquent, à partir des liens consacrés aux gîtes, je les ai considéré comme un autre acteur et analysé les photographies séparément (*e.g.* DPM13 et Gîte DPM13), comme le montre le *Tableau 3.2*.

⁶² Les photographies de vins sont nombreuses sur les sites des domaines particuliers et des caves coopératives puisque l'objectif de leurs sites est justement pour divulguer et vendre les produits. J'ai considéré qu'elles ne sont donc pas discriminantes pour l'analyse et ne dévoilent pas vraiment les images et représentations des paysages du piémont et des contreforts du Larzac.

Trois types d'analyse ont été conduits sur ces sites Internet construits par les acteurs: une première repère et caractérise les photographies disponibles sur les sites (collection d'images), une deuxième décrit les pages d'accueil de chacun des sites et une troisième recense les mots-clés dans les textes qui viennent renforcer le sens des images.

3.1.1 La collection d'images

Pour commencer, puisque « *l'image est un moyen efficace pour montrer un paysage* » et pour faire de la publicité, la première analyse prend en compte seulement les photographies ou représentations graphiques qui se situent dans les pages virtuelles. Celles-ci sont placées partout sur les sites. On les retrouve dans la page d'accueil, en illustration de textes, en haut des pages et surtout et très souvent dans des galeries de photographies que les acteurs disposent sur leurs sites Web. J'ai tout d'abord procédé à un comptage d'images par site, sur les pages d'accueil et les pages secondaires. Certains sites Internet sont beaucoup plus illustrés que d'autres, le nombre total de photographies sur ces pages a été comptabilisé. Ce travail de recensement m'a permis ainsi de créer une collection de 923 images.

Chaque photographie a ensuite été analysée en fonction des éléments qu'elle regroupe et qu'elle met en valeur. Elle s'appuie sur une typologie d'images préalablement construite en fonction des éléments visuels – composants du paysage – présents dans chacune des images et/ou représentations. Cette typologie repose sur cinq axes thématiques qui regroupent les éléments identifiés. Ces axes partent d'une échelle spatiale du plus localisé et individualisé au plus large et collectif. Ils sont représentés dans la *Figure 3.2* ci-dessous, en partant du centre du cercle à son extérieur : **1) Maison, famille**. C'est le noyau familial, figuré par les images de l'homme, de l'histoire personnelle (*i.e.* de la famille ou du domaine) et du savoir-faire ; **2) Exploitation**. Ceci représente la propriété privée, avec des éléments qui sont propres à celle-ci, comme les équipements (les barriques, les cuves...), les bâtiments, mais aussi le travail, les techniques ; **3) Espace cultivé**. Il s'agit surtout du vignoble (sol, vignes et raisins), mais on y inclut aussi les oliviers ; **4) Environnement**. C'est la garrigue, les bois, d'autres espèces de la flore, la faune et encore le relief : les montagnes et les collines ; **5) Histoire, patrimoine**. Ici sont regroupés tout d'abord les éléments qui racontent l'histoire d'un village, d'un territoire, d'un peuple ou d'un mode de vie. Dans ce cas nous rencontrons dans les images des petits patrimoines (« ordinaires », non classés), des grands patrimoines classés (comme Saint Guilhem le Désert, le Pont du Diable, le château de Castellás, le château d'Arboras et le pic du Mont Saint Baudille – des sites quelque sorte emblématiques) ou des villages.

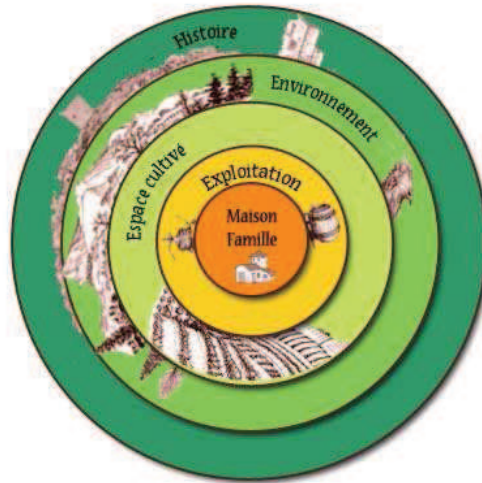


Fig. 3.2 – Les cinq grandes thématiques (axes) dans l’analyse de la médiatisation du paysage à travers les photographies des sites Internet par les acteurs économiques, dans une échelle spatiale.

Dans cette perspective, les éléments du paysage ont été regroupés par les cinq thématiques et ainsi définis :

1. Maison, famille	<ul style="list-style-type: none"> a) Histoire personnelle b) Homme c) Savoir-faire 	4. Environnement	<ul style="list-style-type: none"> k) Faune et flore l) Garrigue, bois m) Relief (montagnes, collines)
2. Exploitation	<ul style="list-style-type: none"> d) Equipement(s) e) Bâtiment(s) f) Travail 	5. Histoire	<ul style="list-style-type: none"> n) Petit patrimoine o) Grand patrimoine (classé UNESCO) p) Village
3. Espace cultivé	<ul style="list-style-type: none"> g) Oliviers, olives h) Vignes i) Raisin j) Sol 		

Le regroupement des éléments du paysage sous ces cinq axes thématiques nous permet tout d’abord d’identifier les thèmes mobilisés par les acteurs. Il s’agit ensuite de repérer les profils des acteurs qui sont derrière chaque axe thématique et d’observer si les groupes d’acteurs s’intéressent à des paysages collectifs ou plutôt individuels – l’enjeu ici de repérer la construction de **paysages collectifs pour le développement territorial**, *i.e.* la construction du « dessin riche ».

Une grille de lecture a été établie, de manière simple et cartésienne (*voir Tableau 3.2*). En ligne, sont placés les acteurs économiques et en colonne, les éléments du paysage présents dans chacune des représentations. Les éléments du paysage sont classés en fonction des cinq thématiques prédéfinies, en insérant les deux éléments emblématiques de ces paysages – à

savoir la vigne et l'olivier – et en incorporant les éléments physiques et banaux (comme les arbres, les montagnes, les bâtiments et les vignes), et les éléments moins matériels liés à l'existence de l'homme (comme le travail et le savoir-faire). La représentation graphique de cette grille peut être observée sur la *Figure 3.3*.

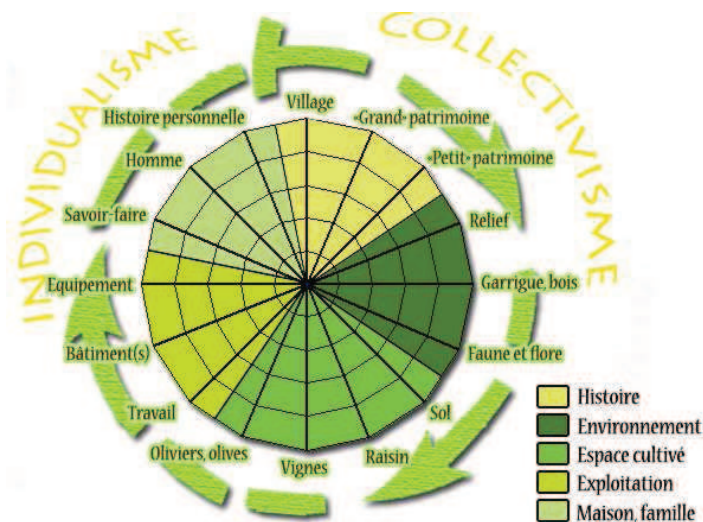


Fig. 3.3 – Grille de lecture organisée et regroupée dans un graphique du type radar. Du côté droit (à partir du patrimoine et de l'histoire en sens horaire) nous avons des éléments plutôt collectifs et de l'autre côté (nord-ouest) nous observons l'individualité.

Notre base de travail est constituée donc d'une collection de 923 images, d'un tableau de données établi sur le logiciel *Excel* (voir *Tableau 3.2*) qui présente le nombre d'images, le nombre d'éléments de paysage, le type d'acteur par site et une série de graphiques de type radar. Dans ces graphiques, chaque variable « élément du paysage » est associée à un rayon (16 variables = 16 rayons). La valeur de chaque variable est reportée sur les rayons et reliée par une courbe (*Fig. 3.3 et 3.4*). Prenons un exemple. Sur son site Internet, le domaine particulier DPM09 présente 12 images qui se distribuent de la manière suivante (*Tableau 3.1*) :

Tableau 3.1 – Comptage d'images et d'éléments du paysage sur les images du site Internet de l'acteur DPM09 sur le tableau de la grille de lecture (extrait du *Tableau 3.2*).

				Histoire			Environnement		
Identification	Acteur	Nombre total de photos	Galerie de photos ?	Village	"Grand" patrimoine	"Petit" patrimoine	Relief	Garrigue, bois	Faune et flore
DPM09	Domaine particulier	12	×	2	2	0	3	2	0
Espace Cultivé				Exploitation			Maison, famille		
Sol	Raisin	Vignes	Oliviers, olives	Travail	Bâtiment(s)	Equipement	Savoir-faire	Homme	Histoire personnelle
1	2	3	0	1	2	1	1	3	0

La mise en graphique (radar) permet d'obtenir la figure ci-dessous (Fig. 3.4). L'intérêt de cette méthode est de mettre en évidence la diversité des éléments mobilisée par acteur et de pouvoir ensuite les comparer plus facilement.

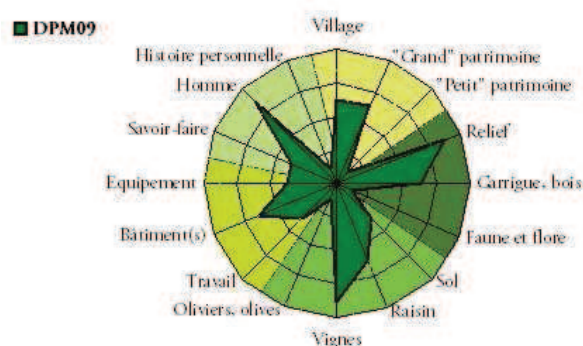


Fig. 3.4 – Graphique du type radar construit à partir des données du Tableau 3.1.

3.1.2 Les pages d'accueil

Sur les sites virtuels, la **page d'accueil**, tout comme la couverture d'un livre est une première invitation à découvrir leurs activités et leurs produits, et que les acteurs attachent à leur image. C'est en conséquence la principale base d'analyse, voire la plus pertinente, lorsque ce qu'on cherche c'est la médiatisation du paysage par les acteurs économiques et institutionnels (mairies). Nous supposons que c'est sur ces pages que les choix de « mise en valeur » ont été les plus soigneusement raisonnés par les acteurs. Si nous parlons des vignerons, quelles sont les images qu'ils donnent à voir pour faire d'une certaine manière la publicité de leurs produits ? Un beau paysage (dans son sens pur et dur) ? Des vignes ? Ses produits ? Le patrimoine historique ? Quels sont les éléments qui contribuent à cette mise en valeur ? Quels sont les mots-clés, les expressions et les discours qui l'accompagnent ?

L'analyse des pages d'accueil ne se base pas simplement sur des photographies et des représentations graphiques, mais aussi sur les informations et des mots-clés qui y sont associés. Dans cette perspective, notre grille de lecture a été complétée. Elle reprend les éléments graphiques présents (photographies ou vidéos) et leur fréquence (e.g. 1 vidéo et 3 photographies) et intègre quatre autres éléments qui représentent point éminent de mise en valeur sur ces pages : 1) label, certification ; 2) « passion » (pour l'activité et le vin) ; 3) appellation et 4) guides, médailles (voir Fig. 3.5).

Le choix de ces quatre éléments est compatible avec ce que nous avons observé sur toutes les pages d'accueil des sites Internet et complète l'analyse de la médiatisation du paysage. Il permet de mieux prendre en compte la complexité du paysage et les facteurs de

mise en valeur – subjectifs parfois mais au centre de la médiatisation. Le paysage mis en valeur par ces acteurs est-il plutôt matériel ou immatériel ? Est-il individuel plutôt que collectif ? Ou encore un paysage individuel qui se mélange et enrichit le paysage collectif ? L'analyse qualitative est primordiale si nous voulons saisir la complexité du paysage dans un cadre constructiviste, mais aussi les « atouts » pour la construction d'un paysage collectif pour l'avenir, le « dessin riche ».

Ces nouveaux éléments identifiés, permettent d'introduire l'idée d'individualité et de collectivité. Certains acteurs mettent en avant la présence ou la citation de leurs produits ou de leurs domaines dans des **guides**, dans des **revues**, dans des **restaurants** renommés. C'est-à-dire, ils valorisent leur bonne **réputation** dans cet univers. D'autres soulignent encore la conquête de **médailles** et de **prix** de leurs produits. Ainsi, ils valorisent ce qui est propre à leur domaine, leur produit, leur réputation. Nous sommes dans l'individualisme.

La valorisation d'une **AOC**, par contre, comme *Montpeyroux* (ou « Cru » Montpeyroux), *Saint Saturnin* ou *Terrasses du Larzac*, englobe d'autres acteurs et un espace qui dépasse ses vignobles et son domaine ou son activité. C'est un collectif. Nous pourrions nous demander si ceux qui valorisent une AOC ne sont pas ceux qui ne sont pas encore connus sur les marchés en tant que domaine particulier. Ou alors dans le sens inverse, nous pourrions attendre que tous valorisent l'AOC en tenant en compte l'histoire de ces territoires. Ce n'est pas pourtant ce que nous avons observé.

Un autre élément qui est quelques fois très valorisé c'est la **certification**, soit elle de l'Agriculture Biologique, de la Biodynamie ou de *Terra Vitis*⁶³. Avec cet élément, cependant, il est éventuellement plus compliqué de s'établir le lien avec collectivisme ou individualisme, parce que cela dépend de comment et pour quelles raisons elle est valorisée (ce qui est très subjectif et n'est pas toujours explicite sur le site Internet et que nous vérifierons donc plutôt dans leurs discours, analysés dans le *Chapitre 4*). Elle peut être un rapport entre l'homme et l'environnement mais elle peut aussi être tout simplement une forme de différenciation pour valoriser les produits (avec un but plutôt commercial). En tout cas il s'agit d'un élément entre l'exploitation et l'espace cultivé.

Finalement le dernier élément qui a été ajouté à la grille d'analyse, et qui est dans quelques cas spécifiques l'élément le plus mis en valeur, c'est la référence au **bonheur** et à la **passion** liés à l'activité que les acteurs présentent par des mots, des textes ou des images.

⁶³ *Terra Vitis* est une association et organisme certificateur qui regroupe des vignerons de toute la France qui traitent raisonnablement leurs vignes (*i.e.* en respectant un cahier des charges qui respecte « l'homme et l'environnement », qui « répond aux critères du développement durable » (TerraVitis, 2012).

Nous verrons plus loin que cette dimension est très présente et remarquée dans les entretiens auprès des acteurs mais que je ne m’attendais pas rencontrer sur les sites Internet. Alors voici la surprise ! Ainsi, s’il est un élément vraiment très valorisé pourquoi ne pas l’inclure à la grille de lecture ? A la fin, c’est aussi le bonheur et la passion qui construisent le paysage. Ce qui est sans doute très remarquable.

De ce fait, nous avons une nouvelle représentation pour la grille de lecture :

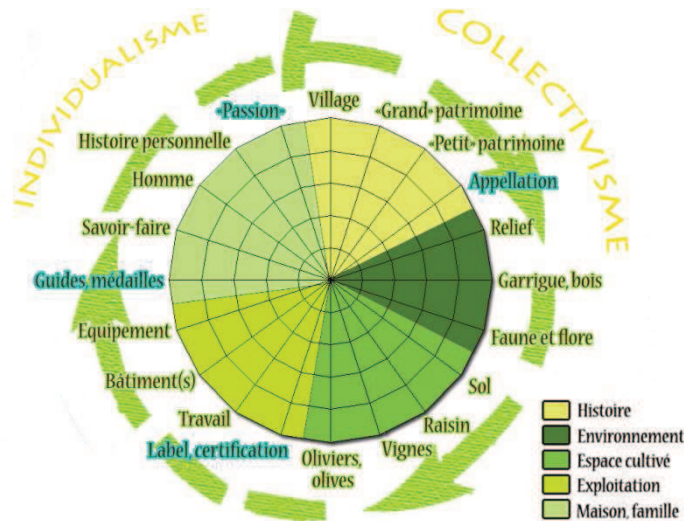


Fig. 3.5 – Grille de lecture pour l’analyse des pages d’accueil (et la construction des graphiques), organisée et regroupée dans un graphique du type radar, repris et adapté de l’analyse précédente (sur les photographies).

3.1.3 Les mots-clés et « une autre façon de montrer le paysage »

La troisième analyse porte sur les textes présentés dans les pages d’accueil et les pages secondaires. Elle est tout d’abord quantitative, puisqu’elle prend en compte le nombre de fois où les mots « paysage », « terroir », « Montpeyrroux », « Saint Saturnin » et « Terrasses du Larzac » figurent dans les textes. Ensuite elle est aussi qualitative parce qu’elle considère toutes les expressions et mots liés au paysage. Parfois le mot « paysage » n’est pas écrit dans les textes, pourtant nous sommes bien d’accord que pour parler du paysage nous ne sommes pas obligés de le citer. Le fait qu’il soit mentionné, cependant, peut invoquer une conscience ou un affermissement de la part de l’acteur de « l’importance » du paysage.

Le paysage et le terroir sont deux notions très proches. Le terroir, fait plus souvent partie du vocabulaire des vignerons. C’est aussi une forme de valoriser leur produit à travers une identité. Le mot « terroir » est-il plus utilisé que le mot « paysage » et que les appellations d’origine ? Par tous les acteurs ou quelques-uns plus précisément ? Qui sont alors les acteurs qui valorisent le plus le terroir ? Sont-ils les mêmes qui les valorisent sur les photographies ?

Les mots-clés « Montpeyroux », « Saint Saturnin » et « Terrasses du Larzac » finalement servent à faire la liaison avec l'appellation d'origine, puisque les études de cas ont été ainsi délimitées. Quelle est l'importance de la dénomination géographique dans la mise en valeur de leurs produits ? A-t-elle un attachement au paysage ?

3.2 La médiatisation du paysage à travers les images : l'analyse des photographies

En totalisant les photographies des 35 sites Internet des acteurs analysés, 923 font le corpus de la collection d'images (*Tableau 3.2*). Le nombre de photographies sur chaque site Internet varie de 2 à 111. Les trois quarts des sites (26) n'utilisent pas plus de 40 photos. Les trois autres sites présentent respectivement 72, 101 et 111 photographies qui sont en partie exposées dans une galerie de photos. Les acteurs qui disposent d'une galerie (11 sites), sont tous des vigneron indépendants (domaines particuliers), à l'exception de deux mairies. Mais à quoi finalement se réfèrent ces images, quels sont les **éléments des paysages** qu'y apparaissent et que les acteurs du territoire donnent à voir ?

3.2.1 Les éléments médiatisés dans les images

Les éléments qui ont été identifiés sur les images des sites Internet font partie des cinq axes thématiques définis auparavant (*voir Fig. 3.2*) et parfois se combinent dans les photographies. Je présente ainsi ces différents éléments à travers quelques images, à commencer du plus large vers le plus localisé selon la grille de lecture (*Fig. 3.2*).

- **L'Histoire :**

L'histoire est l'axe le plus large dans le temps et l'espace. Cet axe thématique regroupe les éléments visuels qui représentent le village, ainsi que les « grands » et les « petits » patrimoines. Il s'agit ainsi d'éléments « collectifs ». Cet axe thématique est présent dans 24% des photographies (222). Parmi elles, 68 portent sur les villages, 95 ont trait au grand patrimoine et 59 se réfèrent au petit patrimoine.

Village. Les bâtiments du village, anciens ou récents, les places et les espaces publics du village, les vues aériennes ou éloignées où nous observons l'agglomération des bâtiments du village.



Fig. 3.6 – Quelques exemples de photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le village.

« **Grand** » patrimoine. Il s'agit de patrimoines architecturaux ou naturels très connus, classés dans les monuments et les sites historiques, qui font objet de fréquentations touristiques et qui sont quelque part emblématiques de la région, comme Saint Guilhem le Désert et son abbaye, le Pont du Diable, le lac du Salagou, l'abbaye d'Aniane, le château de Castellas de Montpeyrroux, le château d'Arboras, le pic Mont Baudille et le Rocher des Vierges.

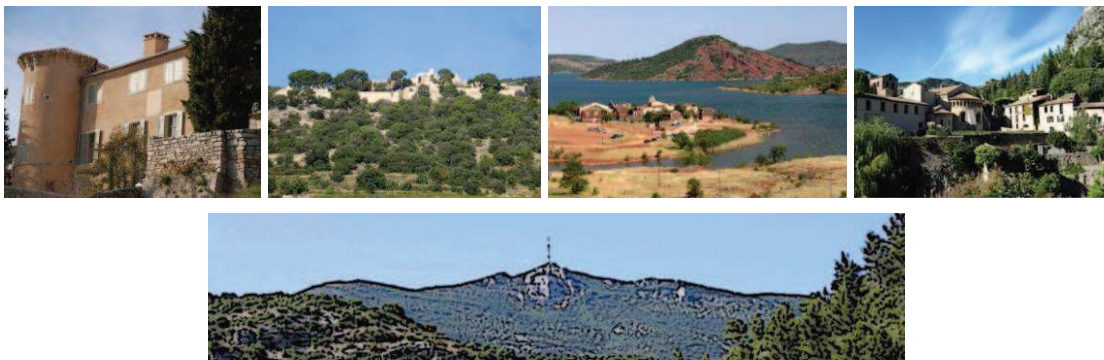


Fig. 3.7 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le « grand » patrimoine.

« **Petit** » patrimoine. C'est le patrimoine ordinaire, celui qui n'est pas classé dans les monuments et les sites historiques, mais qui sont d'une certaine manière abondants dans la région. Il s'agit, par exemple, des mazets⁶⁴, des capitelles⁶⁵ et des murs en pierres sèches, habituellement « perdus » entre les vignes et les oliviers du territoire.

⁶⁴ Un mazet est l'appellation en occitan d'une petite construction maçonnée du Midi de la France, enduite ou pas de mortier. Un mazet peut comporter une citerne maçonnée, souterraine ou pas, alimentée par les eaux de pluie collectées depuis la toiture. Sa vocation était l'habitat temporaire correspondant souvent aux travaux agricoles des alentours immédiats.

⁶⁵ Nom en occitan qui désigne les cabanes en pierres sèches.



Fig. 3.8 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le « petit » patrimoine.

- **L'Environnement :**

L'environnement est le deuxième axe le plus large spatialement et aussi « collectif ». Il englobe les images de relief (les montagnes et les collines) et des éléments plutôt « sauvages », c'est-à-dire, qui existent dans la Nature sans avoir forcément besoin de l'homme (même s'il est dû parfois à cette interaction). Ce thème est identifié dans 49 % des photographies. Ces éléments portent essentiellement sur le relief et dans une moindre mesure la garrigue, les bois ; la faune et la flore.

Relief. Ce sont dans les photographies « en paysage » que nous trouvons souvent cet élément. Fréquemment ces images apportent aussi d'autres éléments, comme j'irai présenter ultérieurement : « plusieurs éléments dans une seule image ». Les montagnes peuvent parfois être emblématiques, comme le Mont Baudille ou les Rochers des Vierges à Saint-Saturnin-de-Lucian. Dans ces cas, les images sont aussi classées dans l'élément « Grand patrimoine ». Ces photographies révèlent un angle de vision plus large du territoire, même si ce que nous voyons sur chaque image dépend souvent de la localisation géographique des vignobles de chaque producteur.



Fig. 3.9 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le relief.

Garrigue, bois. Nous rencontrons des acteurs économiques qui valorisent tout ce qui est végétation et environnement naturels. Fait que nous confirmons parfois par les discours présents sur les sites Internet. Dans ce moment, pourtant, je n'analyse que les images. Les bois, la garrigue et toutes sortes de végétation naturelle sont ici considérés.

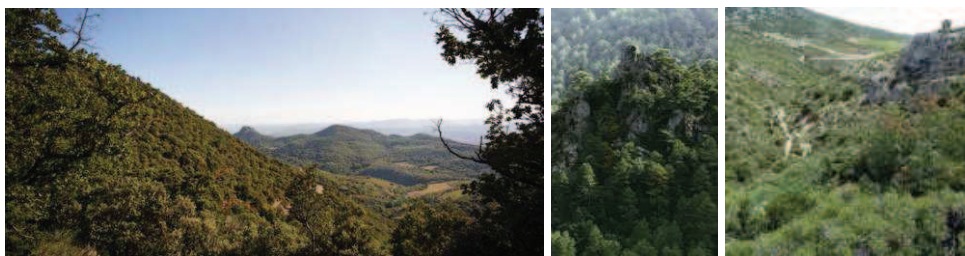


Fig. 3.10 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie la garrigue ou le bois.

Faune et flore. C'est un autre élément – qui rassemble en fait deux éléments – qui fait partie du thématique environnement sur la grille de lecture. Il s'agit d'une part des animaux ou des vestiges d'animaux non domestiqués, comme le montrent les exemples ci-dessous (oiseaux, vers de terre, lézard), et d'autre part des espèces végétales spontanées.



Fig. 3.11 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie la faune et/ou la flore.

- **L'Espace Cultivé :**

L'espace cultivé, aussi connu par « *ager* » dans l'organisation spatiale des territoires (Jouve, 2003 ; Soulard et Dosso, 2008), est l'espace occupé par des cultures de l'agriculture, dans ce cas surtout les vignes et les oliviers (qui sont les deux cultures qui apparaissent sur les photographies des sites Internet). Comme élément composant de cet axe, en plus de ces deux cultures, pourtant, nous avons aussi le sol, le raisin et les olives. Ces éléments de paysage sont les plus souvent représentés dans le site Internet (66% des photographies).

Sol. Le sol est un élément très valorisé quand les acteurs se réfèrent au terroir : un élément important pour la qualité finale du produit. Ainsi, plutôt présent dans les discours, il apparaît dans quelques photographies. Parfois le sol peut être couvert d'herbes et cela ne veut pas forcément dire que l'acteur ne valorise pas et ne donne pas de l'importance au sol, mais pour le moment j'investigue surtout l'image graphique qu'il donne à voir. Je considère, donc, seulement les images où le sol est vraiment en évidence, comme dans les exemples ci-dessous.



Fig. 3.12 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le sol.

Raisin. Est-ce qu'au lieu des vignes, les acteurs mettent en avant plutôt les raisins, matières premières des vins ? Le raisin est l'image aussi de la viticulture, les beaux grains colorent et produisent de nouveaux arômes au paysage. Ils apparaissent dans des images, pourtant, souvent sur un angle de vision plus réduit – zoomé sur les grains. Ce sont les petits détails qui font aussi le paysage !



Fig. 3.13 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le raisin.

Vignes. La vigne est l'un des éléments emblématiques des paysages de ces territoires, mais aussi la « source économique » de la plupart des acteurs analysés. Ainsi, il s'agit d'un élément que nous attendions dès le début de l'analyse trouver en nombre supérieur par rapport à d'autres éléments. Mais de combien ? Est-ce que tous les différents types d'acteurs les valorisent de la même façon ou est-ce qu'il existe une différence entre eux ? J'ai identifié toutes les photographies où les vignes sont présentes, même si elles ne sont pas le seul élément ni forcément toujours au premier plan. On les retrouve cependant à toutes les saisons : sans feuilles en hiver, jaunes, rouges en automne ou vertes en printemps et en été. Voici quatre exemples :



Fig. 3.14 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie les vignes.

Oliviers, olives. L'olivier est l'autre élément emblématique. Est-ce que les acteurs économiques du territoire, qu'il soit oléiculteur ou pas, valorisent-ils cet « élément symbole » de ces paysages ?



Fig. 3.15 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie les oliviers et/ou les olives.

- **L'Exploitation :**

L'exploitation est l'axe qui contient des éléments qui ne sont pas si spécifiques de la maison ou d'une famille, mais du domaine, de la propriété privée, de l'exploitation par elle-même. C'est plus restreint que l'espace cultivé, mais encore plus large que la maison. C'est aussi la cave viticole et le travail. Ce thème se retrouve dans 35% des images.

Travail. En passant à des éléments moins matériels, nous arrivons au travail. Le travail est une action réalisée par l'homme, immobilisée dans la photographie. Pour l'identifier dans une image j'ai considéré des cas où l'action était vraiment en évidence. Alors voici dessous des exemples où l'élément « travail » a été constaté :

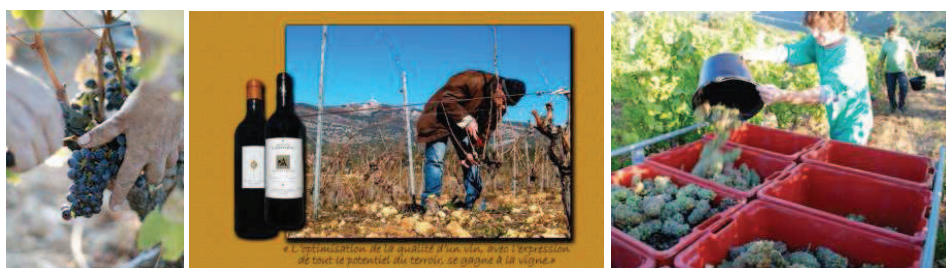


Fig. 3.16 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le travail.

Il y a eu un cas, pourtant, où l'élément a été identifié sans que le mouvement de l'action soit véritablement présent. C'est une image simple avec peu d'éléments matériels visuels, mais qui contient certainement d'autres informations. Ainsi, sur cette photo qui suit j'ai identifié trois éléments selon notre grille de lecture : le **travail**, l'homme et le savoir-faire. Ce sont les mains d'un travailleur, marquées aussi par le savoir-faire.



Fig. 3.17 – Photographie de la Cave Coopérative de Montpeyrroux où j'ai identifié les éléments travail, homme et savoir-faire. Source : Coopérative Artisanale de Montpeyrroux, 2011.

Bâtiment(s). Il s'agit des bâtiments (non pas considérés comme patrimoine bâti) qui font partie de la propriété privée des acteurs économiques.



Fig. 3.18 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie de(s) bâtiment(s).

Équipement. Il s'agit des équipements d'une propriété ou d'une cave, comme les barriques en fût de chênes, les pressoirs et les égrappoirs, les cuves et des machines.



Fig. 3.19 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie l'équipement.

- **La Maison, la famille :**

La maison, la famille est l'axe le plus restreint, avec des éléments plus spécifiques à une histoire personnelle, à des savoirs traditionnels et familiaux, à des hommes spécifiques et spéciaux. 362 images ont trait à cet axe thématique (39%) dans lequel l'homme tient une place centrale (309, soit 85 % des occurrences dans cet axe).

Savoir-faire. Subjectif et immatériel, cet élément tellement important et présent dans les paysages peut être un point de débat et de controverses dans l'analyse. Pas question pourtant de ne pas l'inclure sur la grille de lecture. Comment donc l'identifier dans une image ? Le savoir-faire est attaché aussi à l'homme et au travail, il est la connaissance spécifique pour arriver à un résultat spécifique. Il est donc lié à une tâche, à un travail. Il n'est pas le travail ou l'action (le faire), mais la façon dont on l'exécute. Il a besoin de l'attention, des pratiques, de l'expérience et du savoir de l'homme.

Pour l'identification du « travail » sur les photos, je me suis attachée plutôt à l'effort physique et au mouvement, tandis que pour identifier le savoir-faire je considère le soin et la concentration de l'homme au réaliser une tâche.



Fig. 3.20 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le savoir-faire.

Homme. L'homme est un élément très important dans les paysages que nous étudions, voire l'élément central. C'est lui qui le construit et qui le transforme, « *il est le peintre et l'architecte du paysage*⁶⁶ ». Pour identifier cet élément dans les photographies j'ai tout simplement compté celles où il était présent, ainsi comme l'image des propriétaires.



Fig. 3.21 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie l'homme.

Histoire personnelle. Les photographies historiques, anciennes ou avec des éléments de l'histoire ne racontent pas toujours l'histoire d'un peuple, d'un village ou d'une collectivité. Elles peuvent révéler plutôt une histoire personnelle, d'une famille ou d'un domaine spécifique, comme celle ci-dessous :

⁶⁶ Mots prononcés dans les discours d'inauguration du nouvel espace de la Coopérative Artisanale de Montpeyrroux, le 15 juin 2012.



Fig. 3.22 – Exemple de photographie où l'on identifie l'histoire personnelle.

- **Plusieurs éléments mis en valeur dans l'image :**

Dans la plupart des photographies nous identifions non pas un seul élément, mais plusieurs. Voici quelques exemples :



Fig. 3.23 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie plusieurs éléments dans une même image. A) Vignes et village. B) Raisin, homme et travail. C) Vignes, raisin et homme. D) Sol et vignes. E) Oliviers, vignes, « petit » patrimoine, « garrigue, bois » et relief.

En synthèse, les trois éléments qui apparaissent les plus parmi tous les acteurs sont les **vignes** (361 images), l'**homme** (309 images) et le **relief** (245 images). Les éléments les plus faibles sont l'histoire personnelle (4 images), le(s) bâtiment(s) (28 images) et la faune et la flore (33 images).

Par thématique, les acteurs valorisent plutôt l'espace cultivé (*i.e.* les vignes, le raisin, le sol et les oliviers) et ensuite l'environnement (notamment le relief et la garrigue). En général, l'histoire est l'élément thématique le moins valorisé par les acteurs si l'on considère l'ensemble des sites analysés.

Tableau 3.2 – Grille d'analyse des photographies sur les sites Internet, par acteur et par étude de cas.

Identification	Acteur	Nombre total de photos	Galerie de photos ?	Histoire			Environnement			Espace Cultivé				Exploitation			Maison, famille		
				Village	"Grand" patrimoine	"Petit" patrimoine	Relief	Garrigue, bois	Faune et flore	Sol	Raisin	Vignes	Oliviers, olives	Travail	Bâtiment(s)	Equipement	Savoir-faire	Homme	Histoire personnelle
DPM01	Domaine particulier	41	✓	0	0	1	4	3	0	2	7	6	0	19	0	19	17	32	0
DPM04	Domaine particulier	15	✗	1	8	0	8	6	0	0	1	4	0	1	0	1	5	1	0
DPM05	Domaine particulier	23	✗	0	8	0	15	6	0	2	0	15	0	2	0	0	0	0	1
DMP06	Domaine particulier	17	✗	0	2	3	5	6	0	1	0	5	4	0	1	0	0	0	0
DPM07	Domaine particulier	4	✗	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
DPM08	Domaine particulier	48	✓	1	5	4	9	4	3	9	2	20	1	6	1	11	0	16	0
DPM09	Domaine particulier	12	✗	2	2	0	3	2	0	1	2	3	0	1	2	1	1	3	0
DPM11	Domaine particulier	38	✓	0	3	1	9	6	1	2	12	20	0	29	0	11	0	34	0
DPM12	Domaine particulier	11	✗	1	4	1	3	3	3	1	1	5	1	0	0	0	0	0	0
DPM13	Domaine particulier	11	✗	3	2	0	2	1	1	0	1	6	1	0	1	1	0	2	0
DPM14	Domaine particulier	49	✓	0	2	6	11	6	4	10	8	31	2	29	0	8	0	32	0
DPM15	Domaine particulier	72	✓	2	5	4	26	18	1	20	4	36	4	12	0	5	2	18	0
DPM16	Domaine particulier	4	✗	0	0	1	1	2	0	0	1	3	2	0	0	0	0	0	0
Subtotal (vignerons)		345		10	41	21	96	64	13	48	39	155	15	97	9	58	21	142	3
Subtotal (vignerons) par thématique					72			173			257			164			166		
CCM01	Cave coopérative	11	✗	1	3	2	2	3	2	0	0	7	2	2	0	0	1	2	0
Mairie	Mairie	21	✗	14	5	2	6	4	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0
Gîte DPM13	Gîte	2	✗	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gîte DPM15	Gîte	8	✗	1	1	0	2	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0
Subtotal (gîtes)		10		3	2	0	3	2	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0
Subtotal (gîtes) par axe					5			5			4			0			0		
Total Montpeyroux		387		28	51	25	107	73	15	48	40	170	18	99	9	58	22	144	3
Total Montpeyroux par thématique					104			195			276			166			169		
		387			104			195			276			166			169		
DPM09	Domaine particulier	4	✗	3	1	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
DPO19	Domaine particulier	101	✓	6	3	1	15	9	0	1	7	21	1	27	3	26	14	51	0
DPO21	Domaine particulier	15	✗	0	5	2	9	4	2	4	0	8	3	0	2	1	0	0	0
Subtotal (vignerons)		120		9	9	3	26	15	2	5	7	30	4	27	5	27	14	51	0
Subtotal (vignerons) par thématique					21			43			46			59			65		
CCS01	Cave Coopérative	25	✗	3	8	1	11	7	3	2	3	10	2	1	0	0	0	2	0
Total Saint Saturnin		145		12	17	4	37	22	5	7	10	40	6	28	5	27	14	53	0
Total Saint Saturnin par thématique					33			64			63			60			67		
		145			33			64			63			60			67		
DPO01	Domaine particulier	11	✗	0	0	6	8	6	0	3	0	5	1	0	0	1	0	3	0
DPO07	Domaine particulier	59	✗	0	5	0	7	2	3	5	10	22	1	7	1	5	0	14	0
DPO09	Domaine particulier	9	✗	0	0	2	3	2	1	0	3	7	1	1	0	0	0	2	0
DPO12	Domaine particulier	2	✗	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
DPO15	Domaine particulier	111	✓	0	2	3	32	27	2	16	15	46	1	30	2	9	12	62	0
DPO16	Domaine particulier	3	✗	1	0	0	2	2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	1	0
DPO17	Domaine particulier	56	✓	1	0	5	10	11	3	7	5	19	9	6	3	7	1	9	0
DPO18	Domaine particulier	5	✗	0	0	2	2	3	0	1	1	5	0	1	1	0	0	3	0
DPO20	Domaine particulier	60	✓	0	0	4	12	4	2	4	13	26	5	8	2	8	0	16	0
Subtotal (vignerons)		316		2	7	22	76	57	12	37	47	132	19	53	9	30	13	110	1
Subtotal (vignerons) par thématique					31			145			235			92			124		
CCJ01	Cave Coopérative	7	✗	1	0	3	4	3	0	2	0	7	3	0	1	0	0	0	0
CCG01	Cave Coopérative	20	✗	1	10	1	9	7	0	2	2	3	2	0	0	0	0	2	0
Subtotal (caves coopératives TL)		27		2	10	4	13	10	0	4	2	10	5	0	1	0	0	2	0
Subtotal (coop TL) par thématique					16			23			21			1			2		
Mairie SJF	Mairie	2	✗	2	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Mairie AM	Mairie	23	✓	10	8	2	3	5	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0
Mairie SJB	Mairie	23	✓	12	2	2	8	7	0	3	0	6	5	0	4	0	0	0	0
Subtotal (mairies TL)		48		24	10	4	12	13	1	3	1	9	5	0	4	0	0	0	0
Subtotal (mairies TL) par thématique					38			26			18			4			0		
Total Autres communes		391		28	27	30	101	80	13	44	50	151	29	53	14	30	13	112	1
Total Autres communes par thématique					85			194			274			97			126		
					85			194			274			97			126		
Total Terrasses du Larzac		923		68	95	59	245	175	33	99	100	361	53	180	28	115	49	309	4
Total Terrasses du Larzac par thématique					222			453			613			323			362		
					222			453			613			323			362		

Si l'on regarde les résultats par groupe d'acteurs, nous remarquons une nette différence dans leurs médiatisations du paysage, c'est-à-dire, dans les éléments du paysage qu'ils mettent plus en avant sur leurs sites Internet (Fig. 3.24).

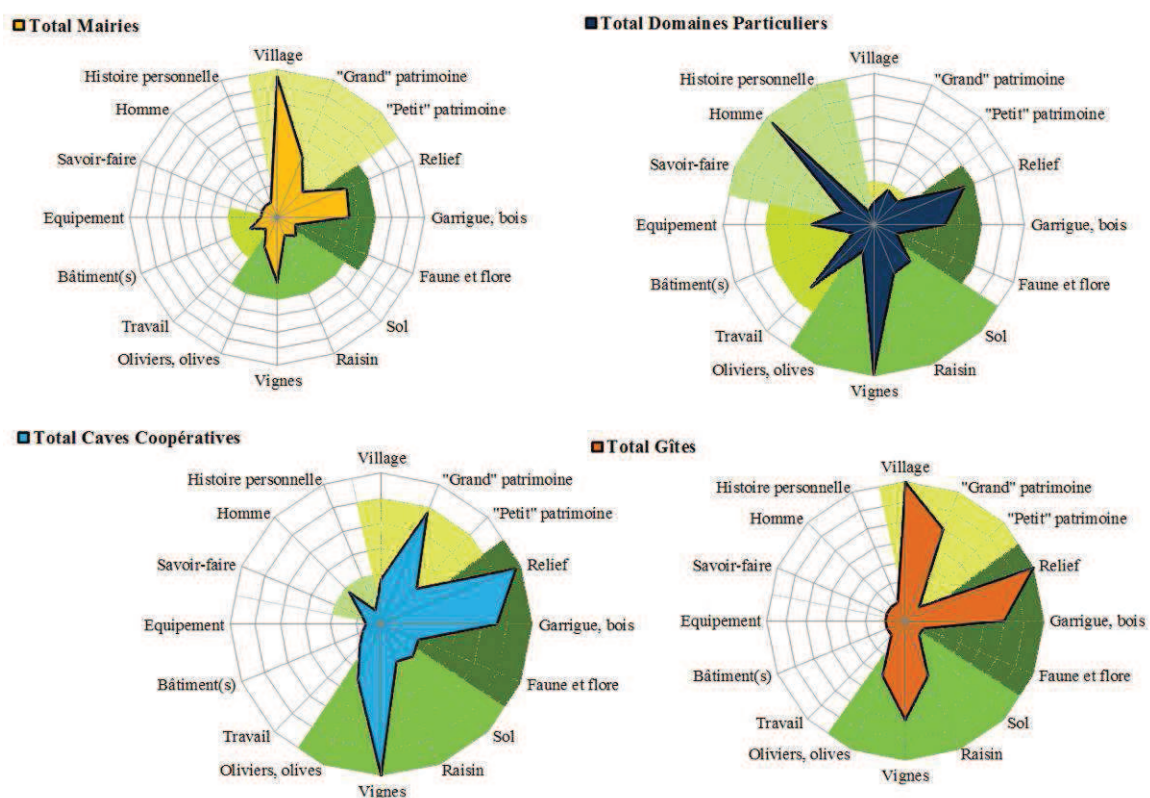


Fig. 3.24 – Éléments du paysage mis en valeurs sur les photographies des sites Internet par groupe d'acteurs.

Les **mairies**, par exemple, valorisent plutôt les images de leurs **villages**, avec les maisons, les bâtiments et le « tissu urbain ». Ensuite, elles valorisent aussi l'environnement et l'espace cultivé.

Les **gîtes**, qui sont à la fois lié au tourisme mais aussi gérés par des vignerons, valorisent aussi des éléments plus globaux liés à « l'histoire local », comme le **village** et le **grand patrimoine** (e.g. le château de Castellas à Montpeyroux) et liés à l'**environnement** (le relief et la garrigue, bois), mais également l'**espace cultivé** (les vignes, les raisins et les oliviers) – ce qui reste tout à fait cohérent, une fois que ces acteurs sont aussi des vignerons.

Les **domaines particuliers** (i.e. les vignerons) mettent en valeur, de manière générale, principalement l'**espace cultivé** (et particulièrement les vignes et le sol) et l'**homme** (représenté souvent par les photographies des propriétaires du domaine). Ensuite ils valorisent des éléments de l'environnement (notamment le relief et la garrigue et les bois) et des éléments de l'exploitation (comme l'équipement et le travail).

Les **caves coopératives**, finalement, mettent en avant surtout l'**espace cultivé** (les vignes notamment) et l'**environnement** (le relief et la végétation naturelle). Ensuite elles valorisent aussi des éléments de « l'histoire », dont particulièrement le grand patrimoine.

Cette première analyse générale par groupe d'acteurs nous suggère qu'il existe, d'un côté, une diversité dans la médiatisation des paysages, mais d'un autre côté qu'il n'existe pas une unanimité par rapport à la représentation des paysages du piémont et des contreforts du Larzac et donc d'une « identité territoriale » basée sur des images. Les éléments que l'on trouve le plus souvent sont liés à l'activité économique en question⁶⁷. A ce stade, je suis tentée de vérifier que la mobilisation de la ressource paysagère à travers cette médiatisation est plutôt « *non-intentionnelle* »⁶⁸. D'autre part, j'ai relevé une diversité relative à l'intérieur des groupes d'acteurs. Je propose d'approfondir mon analyse à partir d'une étude des graphiques du type radar par acteur pour ensuite les rassembler en fonction des profils de médiatisation du paysage et des éléments paysagers mobilisés. Il s'agit ici de comprendre le processus de mobilisation de la ressource paysagère à travers la « médiatisation des paysages ». C'est ce que je présente dans la suite. Chaque graphique radar correspond à un acteur individuel.

3.2.1.1 La mise en valeur de l'histoire et de l'environnement

Six acteurs portent la mise en valeur du paysage autour notamment de l'histoire et de l'environnement. Il s'agit de trois **mairies** (celles de Montpeyroux, d'Aniane et de Saint Jean de Fos), un **gîte**, la cave coopérative de Gignac et un vigneron de Saint Saturnin. Dans les cas des mairies et du gîte, l'élément de l'histoire le plus valorisé est le village et ensuite les patrimoines classés (« grand » patrimoine). Ce sont des acteurs, à la fin, qui ont leur **activité économique liée au tourisme**. Les mairies de Montpeyroux et de Saint Jean de Fos, ainsi comme le vigneron et la cave coopérative valorisent aussi les vignes.

⁶⁷ On pourrait considérer le tourisme dans les cas des mairies, bien que celles-ci représentent plutôt un acteur institutionnel que proprement économique.

⁶⁸ Les chapitres analytiques postérieurs (*Chapitre 4* et *Chapitre 5*) me permettront de confirmer (ou non) cette hypothèse.

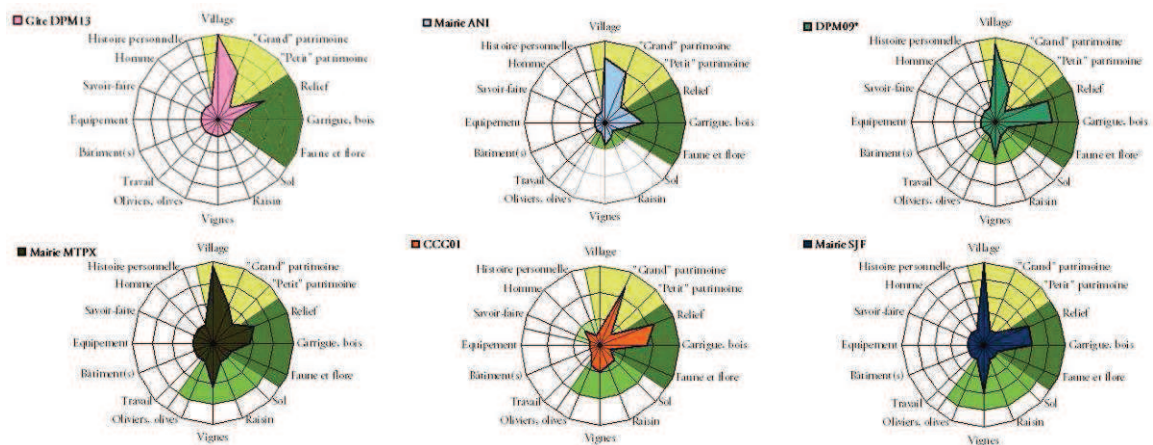


Fig. 3.25 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments de l’histoire et de l’environnement dans leur médiatisation du paysage.

La mairie de Saint Jean de la Blaquière quant à elle met en valeur l’histoire et l’environnement, mais elle valorise beaucoup plus des éléments de l’espace cultivé, surtout les vignes et les oliviers, mais aussi le sol. Dans cette commune, l’oléiculture est apparemment plus importante que dans les autres communes où les sites Internet des mairies ont été analysés.

3.2.1.2 La mise en valeur des éléments physiques du terroir

La plupart des acteurs portent la mise en valeur du paysage plutôt vers des éléments physiques du **terroir**, représentés par l’environnement et par l’espace cultivé. Ce sont 22 acteurs au total sur les 35. Il s’agit surtout des **vignerons indépendants** et des **caves coopératives**. Ce résultat renforce l’idée de que la médiatisation du paysage est attachée à l’activité économique et que donc la mobilisation de la ressource paysagère à travers celle-ci est peut-être « *non-intentionnelle* ». Tous ces acteurs, pourtant, bien qu’ils valorisent notamment les éléments physiques du territoire, ils mettent aussi en valeur parfois d’autres éléments et de façon différente. C’est pourquoi je les ai identifiés selon cinq groupes plus spécifiques, comme ce qui se suit.

1) Groupe 1 : des acteurs qui valorisent l’histoire, l’environnement, mais aussi l’espace cultivé

Avec la mairie de Saint Jean de la Blaquière, cinq autres acteurs valorisent plutôt l’environnement, l’espace cultivé et l’histoire. En plus de cette mairie il s’agit de l’autre gîte et de quatre vignerons (dont trois de Montpeyroux et l’autre de Pégairolles de l’Escalette) :

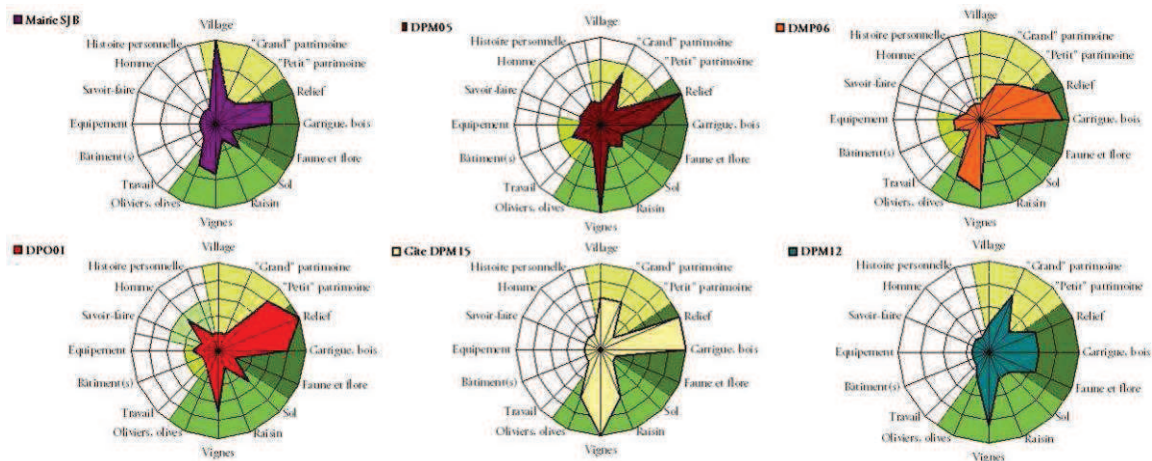


Fig. 3.26 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments de l’histoire, de l’environnement et de l’espace cultivé dans leur médiatisation du paysage.

2) Groupe 2 : Une valorisation des vignes et du relief

Au-delà de ces six acteurs, mais encore dans une mise en valeur proche, nous trouvons cinq acteurs qui valorisent beaucoup les vignes et le relief tout d’abord. Ce sont trois vignerons indépendants et les caves coopératives de Saint Saturnin et de Saint Jean de Fos :

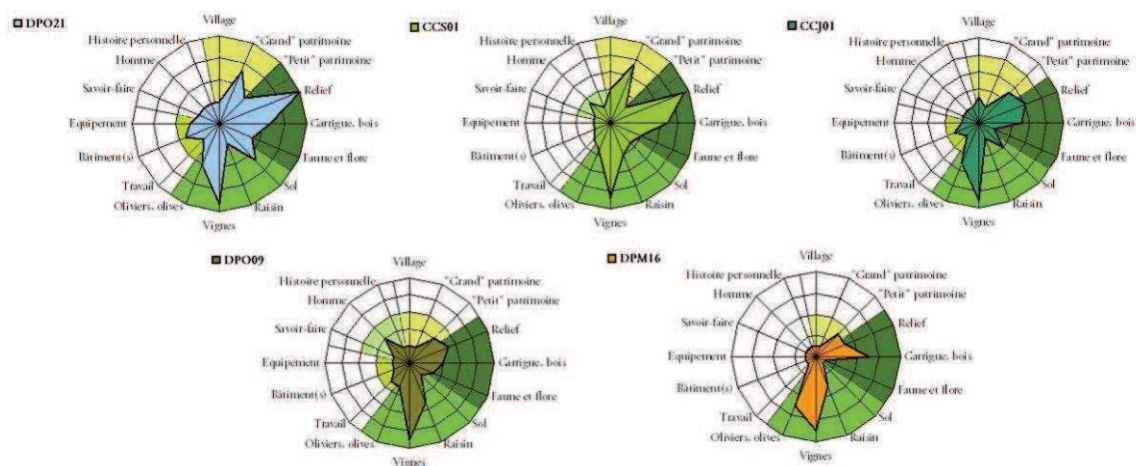


Fig. 3.27 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement les vignes et le relief dans leur médiatisation du paysage.

3) Groupe 3 : L’homme et le travail, mais encore les vignes, l’environnement et le patrimoine

Ensuite, nous trouvons encore six acteurs (dont un vigneron d’Aniane et quatre vignerons et la cave coopérative de Montpeyroux) qui valorisent également des éléments physiques du terroir, mais encore le patrimoine, l’homme et le travail.

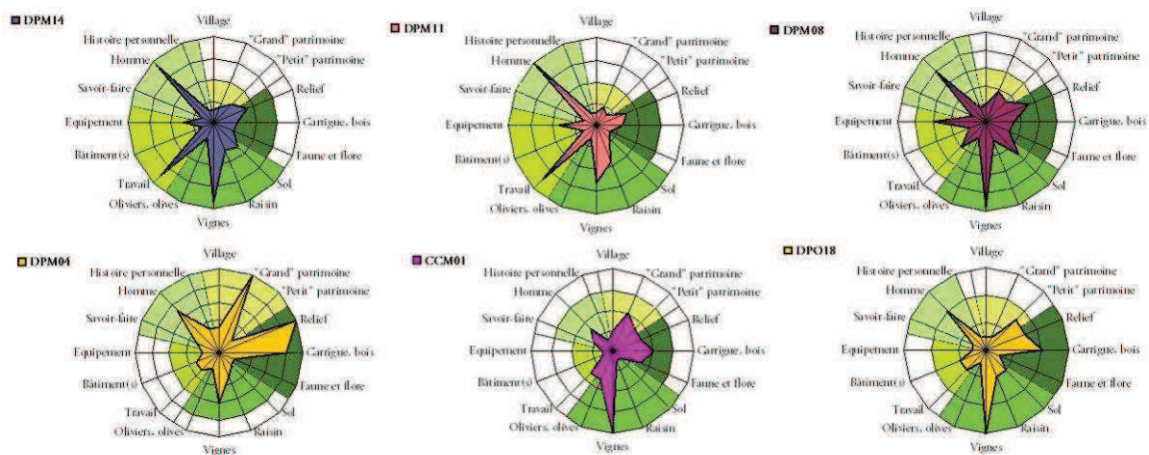


Fig. 3.28 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement l’homme et le travail, mais encore les vignes, l’environnement et le patrimoine dans leur médiatisation du paysage.

4) Groupe 4 : L’homme, le travail, les vignes et l’environnement

Encore deux autres vigneron valorisent l’homme et le travail, ainsi comme les éléments physiques du terroir, mais cette fois-ci non pas le patrimoine.

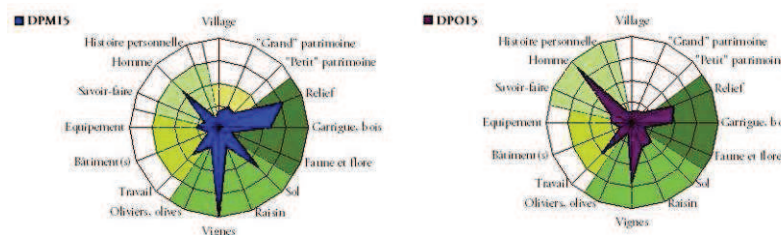


Fig. 3.29 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments de l’environnement et de l’espace cultivé, mais aussi l’homme et le travail dans leur médiatisation du paysage.

5) Groupe 5 : L’exploitation et la maison, mais encore l’espace cultivé et l’environnement

Pour finir avec ce groupe de 22 acteurs qui valorisent les éléments du terroir, nous rencontrons trois vigneron d’autres communes (en dehors de Montpeyroux et Saint Saturnin) des Terrasses du Larzac qui mettent en avant le terroir, mais qui valorisent aussi des éléments de l’exploitation (notamment le travail et l’équipement) et de la maison (notamment l’homme). C’est un petit groupe qui met en valeur pratiquement tous les éléments du paysage, encore que beaucoup moins l’histoire.

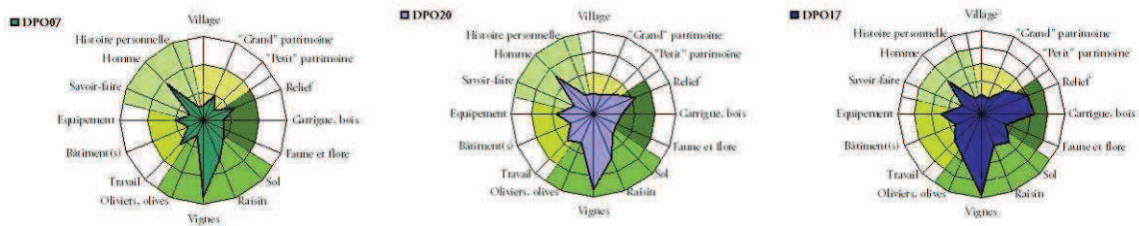


Fig. 3.30 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments physiques du terroir (l'espace cultivé et l'environnement), mais aussi des éléments de l'exploitation et de la maison dans leur médiatisation du paysage.

3.2.1.3 La mise en valeur d'un peu de tout

Ainsi comme ces derniers mais de façon plus équilibrée, nous trouvons un vigneron de Montpeyroux (avec des vignobles aussi à Saint Saturnin et à Faugères) qui met en valeur sur les photographies de son site Internet un peu de tous les éléments du paysage.

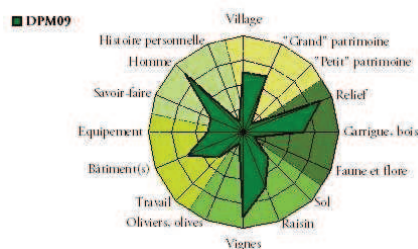


Fig. 3.31 – Acteur économique du territoire qui met en valeur un peu de tous les éléments dans sa médiatisation du paysage.

3.2.1.4 La mise en valeur de la maison et de l'exploitation

Deux vignerons indépendants, l'un de Montpeyroux et l'autre de Saint Saturnin, mettent très en avant des éléments plus spécifiques à leurs domaines, des éléments de l'exploitation et de la maison, de la famille, notamment l'homme, l'équipement, le travail et le savoir-faire dans la séquence. Il s'agit de deux domaines de renommée dont le nom du domaine est aussi le nom du propriétaire.

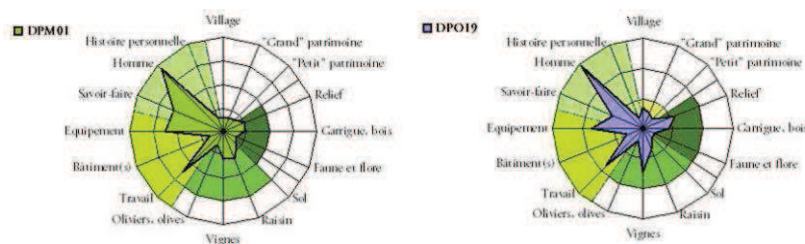


Fig. 3.32 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments de la maison et de l'exploitation dans leur médiatisation du paysage.

3.3 La médiatisation du paysage sur les pages d'accueil

Sur les pages d'accueil normalement nous ne trouvons pas beaucoup de photographies, sauf quand il y a des diapositives, si l'on compte celles qui en font partie. Sans considérer les diapositives, de manière générale nous rencontrons de zéro à huit photographies. Le nombre total d'images (photographies + autres images) disponibles sur toutes les pages d'accueil est de 234.

Trois vigneron indépendants présentent sur leur page d'accueil des vidéos sur les domaines. Chaque vigneron habite dans une commune différente (Montpeyroux, Saint Saturnin et Pégairolles de l'Escalette), mais tous les trois sont venus d'ailleurs pour s'installer et fonder leurs domaines (qui n'existaient pas avant). Ce qui est aussi commun à ces trois vigneron c'est qu'ils valorisent l'apparition de leurs vins et/ou de leurs domaines dans des revues et des guides. Encore, ils mettent en avant l'image de l'homme et des éléments de l'histoire (deux d'entre eux axés sur le « petit » patrimoine et l'autre sur le village et le « grand » patrimoine – celui de Saint Saturnin).

Par rapport à l'apparition des vins et du domaine dans des revues et des guides, il y a encore un autre vigneron, de Jonquières, qui le met en avant. Il s'agit aussi d'un vigneron venu d'ailleurs. Le *Tableau 3.3*, met en évidence un vigneron qui porte des valeurs sur l'élément marquant « guides, médailles ». Il s'agit, pourtant, de la mise en valeur de médailles et non pas d'une citation des guides et revues. Celui-ci est vigneron à Montpeyroux, originaire de cet endroit et d'une famille de vigneron et était jusqu'à peu de temps adhérent à la cave coopérative.

Les vignes et le relief sont encore les deux éléments du paysage les plus mis en valeur parmi tous les acteurs. La garrigue et les végétations naturelles, par contre, sont ici plus mis en valeur, avant et presque autant que l'homme (60 images pour la « garrigue, bois », contre 58 pour l'homme).

Au niveau des thématiques, l'espace cultivé reste toujours le plus valorisé (156 images) suivi de l'environnement (139 images). Cependant, sur les pages d'accueil l'histoire est la troisième thématique la plus valorisée – tandis qu'avant elle était la dernière (cinquième) – et la « maison, famille », que dans l'analyse de toutes les photographies disponibles sur les sites était troisième, est maintenant la dernière, après l'exploitation.

Tableau 3.3 – Grille d'analyse des pages d'accueil, par acteur et par étude de cas.

Identification	Acteur	Dans les images (photos, vidéos, autres images) :																	Éléments marquants :					
		Vidéos	Photos	Autres images	Village	"Grand" patrimoine	"Petit" patrimoine	Relief	Garrigue, bois	Faune et flore	Sol	Raisin	Vignes	Oliviers, olives	Travail	Bâtiment(s)	Équipement	Savoir-faire	Homme	Histoire personnelle	Label, certification	"Passion"	Appellation	Guides, médailles
DPM01	Domaine particulier	1	0	3	0	0	1	0	1	0	0	2	1	0	1	0	2	0	5	1	0	0	0	3
DPM04	Domaine particulier	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
DPM05	Domaine particulier	0	3	0	1	3	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DMP06	Domaine particulier (diapos-13)	2	0	1	4	0	3	3	0	1	0	5	4	0	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0
DPM07	Domaine particulier	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0
DPM08	Domaine particulier	0	6	0	0	0	2	1	0	1	0	1	0	1	0	1	3	0	2	0	0	0	0	0
DPM09	Domaine particulier (diapos-13)	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	2	0	0	1	8	2	2	1	0	0	3	0	
DPM11	Domaine particulier (diapos-31)	3	0	0	2	0	8	3	0	2	12	18	0	13	0	10	0	29	0	0	2	0	0	
DPM12	Domaine particulier (intro)	6	0	1	4	0	3	3	1	0	4	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	
DPM13	Domaine particulier	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	
DPM14	Domaine particulier	0	5	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2	0	
DPM15	Domaine particulier	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	2	0	0	0	
DPM16	Domaine particulier	0	3	0	0	0	1	1	2	0	0	1	3	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
Subtotal (vignerons)		0	32	4	5	14	7	20	17	2	4	17	37	6	15	5	26	2	41	2	3	3	9	5
Subtotal (vignerons) par thématique					26			39				64			46			45						
CCM01	Cave coopérative (intro)	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Mairie	Mairie	0	6	0	4	1	2	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gîte DPM13	Gîte	0	2	0	2	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gîte DPM15	Gîte (diapos-13)	0	0	0	1	2	0	2	3	0	0	2	3	1	0	5	3	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal (gîtes)		2	0	3	3	0	3	4	0	0	2	4	1	0	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal (gîtes) par axe					6			7				7			8			0						
Total Montpeyrroux		40	5	12	18	9	25	22	2	4	20	42	7	15	10	29	2	41	2	3	3	10	5	
Total Montpeyrroux par thématique					39			49				73			54			45						
DPM09	Domaine particulier (diapos-13)	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	2	0	0	1	0	2	2	1	0	0	3	0	
DPO19	Domaine particulier (1+diapos-9)	1	1	2	2	0	4	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	4	0	2	0	3	1	
DPO21	Domaine particulier (diapos-7)	8	0	0	3	10	5	3	3	0	8	2	0	2	1	0	0	0	3	0	2	0	0	
Subtotal (vignerons)		9	1	2	5	4	14	6	3	4	3	12	2	0	3	9	2	6	1	5	0	8	1	
Subtotal (vignerons) par thématique					11			23				21			12			9						
CCS01	Cave Coopérative	0	2	1	2	1	0	2	1	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
Total Saint Saturnin		11	2	4	6	4	16	7	4	4	3	15	2	0	3	9	2	6	1	5	0	9	1	
Total Saint Saturnin par thématique					14			27				24			12			9						
DPO01	Domaine particulier	1	6	0	0	0	5	6	6	0	1	0	5	1	0	0	0	1	3	0	0	0	1	1
DPO07	Domaine particulier	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	
DPO09	Domaine particulier	0	8	2	1	0	2	3	3	1	1	3	7	1	1	0	0	2	0	0	0	1	0	
DPO12	Domaine particulier	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
DPO15	Domaine particulier (entrée)	4	0	0	1	0	2	2	0	1	1	3	0	1	1	0	0	2	0	0	1	1	0	
DPO16	Domaine particulier	0	3	1	1	0	0	2	3	0	0	1	3	1	0	0	0	1	1	0	2	1	1	0
DPO17	Domaine particulier	0	7	1	0	1	1	2	2	0	1	1	4	1	0	2	2	0	1	1	0	0	0	0
DPO18	Domaine particulier	0	5	0	0	0	2	2	3	0	0	1	4	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	
DPO20	Domaine particulier (intro)	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	
Subtotal (vignerons)		35	5	2	2	10	18	20	1	4	9	28	5	3	4	2	2	11	2	4	3	7	2	
Subtotal (vignerons) par thématique					14			39				46			9			15						
CCJ01	Cave Coopérative	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
CCG01	Cave Coopérative (intro)	6	3	1	4	1	5	3	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	
Subtotal (caves coopératives TL)		7	3	1	5	1	6	4	1	1	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	
Subtotal (coop TL) par thématique					7			11				6			1			0						
Mairie SJF	Mairie	0	2	0	2	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mairie ANI	Mairie (diapos-19)	4	0	10	8	2	3	5	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mairie SJB	Mairie	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal (mairies TL)		7	1	13	8	2	5	7	1	0	2	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal (mairies TL) par thématique					23			13				7			0			0						
Total Autres communes		49	9	16	15	13	29	31	3	5	12	34	8	3	5	2	2	11	2	4	3	10	2	
Total Autres communes par thématique					44			63				59			10			15						
Total Terrasses du Larzac		100	16	32	39	26	70	60	9	13	35	91	17	18	18	40	6	58	5	12	6	29	8	
Total Terrasses du Larzac par thématique					97			139				156			76			69						

Si l'on considère les vigneron·ne·s par étude de cas (*i.e.* Montpeyrroux, Saint Saturnin et autres communes des *Terrasses du Larzac*), nous observons que ceux de Saint Saturnin mettent en valeur l'environnement avant ou presque au même niveau que l'espace cultivé (23 contre 21 images respectivement), suivis de l'exploitation (12 images).

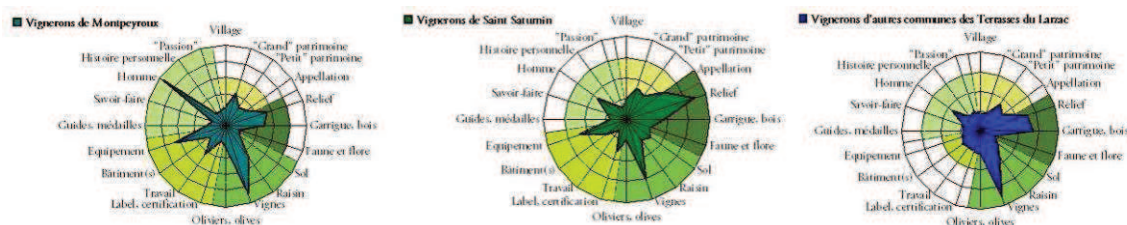


Fig. 3.33 – Comparaison entre les vigneron·ne·s des différentes appellations d'origine par rapport à la mise en valeur d'éléments sur les pages d'accueil de leurs sites Internet.

A Montpeyrroux, au-delà de l'espace cultivé, ils mettent aussi très en avant l'exploitation et la « maison, famille ». Tandis que dans les autres communes des *Terrasses du Larzac* c'est surtout l'espace cultivé et l'environnement qu'ils valorisent dans les images des pages d'accueil. Nous observons aussi que le « **petit patrimoine** » est plus valorisé parmi les vigneron·ne·s des autres communes des *Terrasses du Larzac*.

La présentation de photographies par diapositives est utilisée par sept acteurs (dont cinq vigneron·ne·s indépendants, un gîte et la mairie d'Aniane). C'est là que nous trouvons le plus d'images sur la page d'accueil (entre eux, ce nombre varie de 11 à 34). Il n'y a pas pourtant de particularité entre eux.

Les mairies des communes, comme dans les analyses précédentes, valorisent surtout l'**histoire** (village et « grand » patrimoine) et l'**environnement**. Le gîte « DPM13 » de Montpeyrroux et la cave coopérative de Gignac ont aussi encore suivi les mêmes mises en valeur. Dans cette perspective, néanmoins, nous trouvons aussi d'autres acteurs et quelques spécificités. Ce groupe concerne les caves coopératives de Saint Saturnin et de Saint Jean de Fos, trois vigneron·ne·s indépendants de Montpeyrroux et un vigneron indépendant de Pégairolles de l'Escalette.

Dans ce groupe de 12 acteurs (*Fig. 3.34*), la valorisation des vignes et parfois d'autres éléments de l'espace cultivé est importante. C'est surtout le cas de la mairie de Saint Jean de la Blaquière et de la cave coopérative de Saint Jean de Fos, qui mettent en avant aussi l'image de l'olivier. Le seul vigneron en dehors de Montpeyrroux, au-delà de l'histoire et de l'environnement, porte la mise en valeur sur les éléments physiques du terroir, ainsi comme sur l'homme et le savoir-faire.

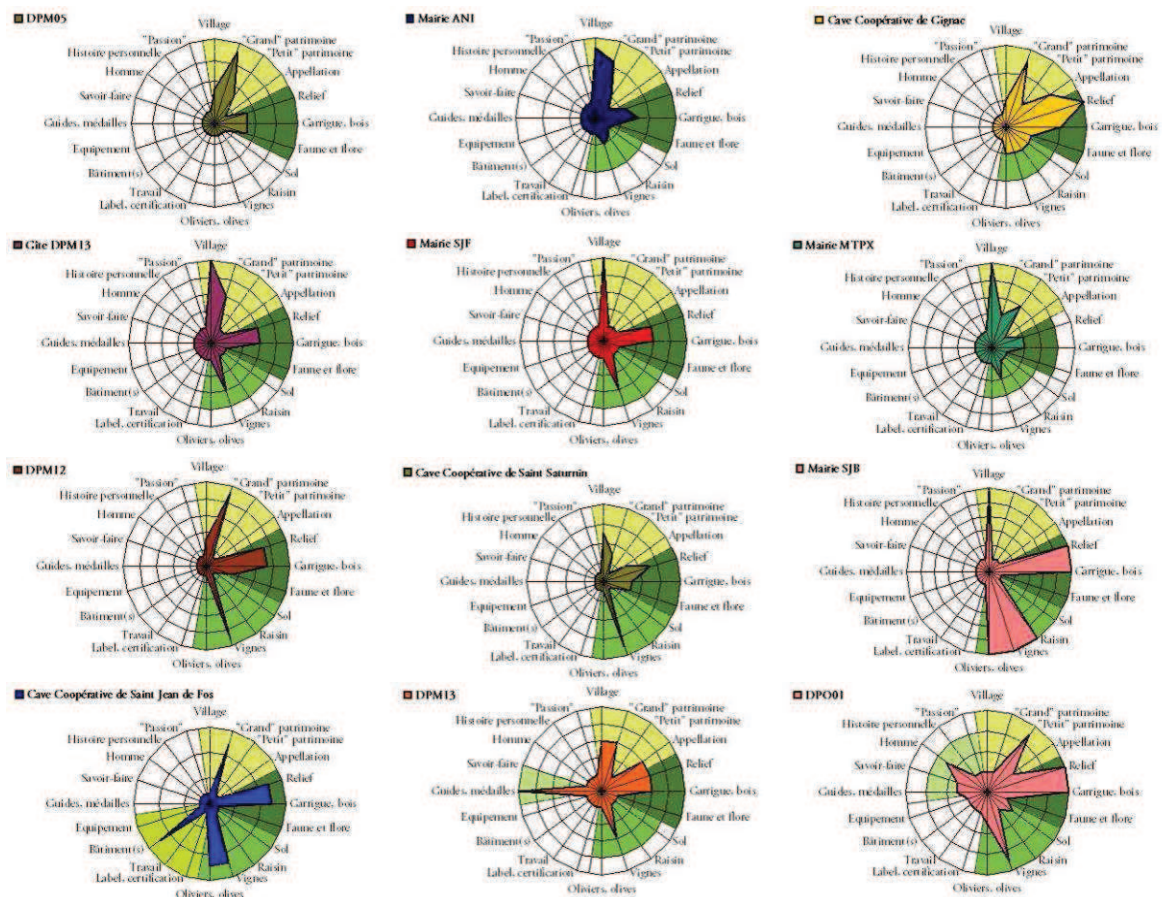
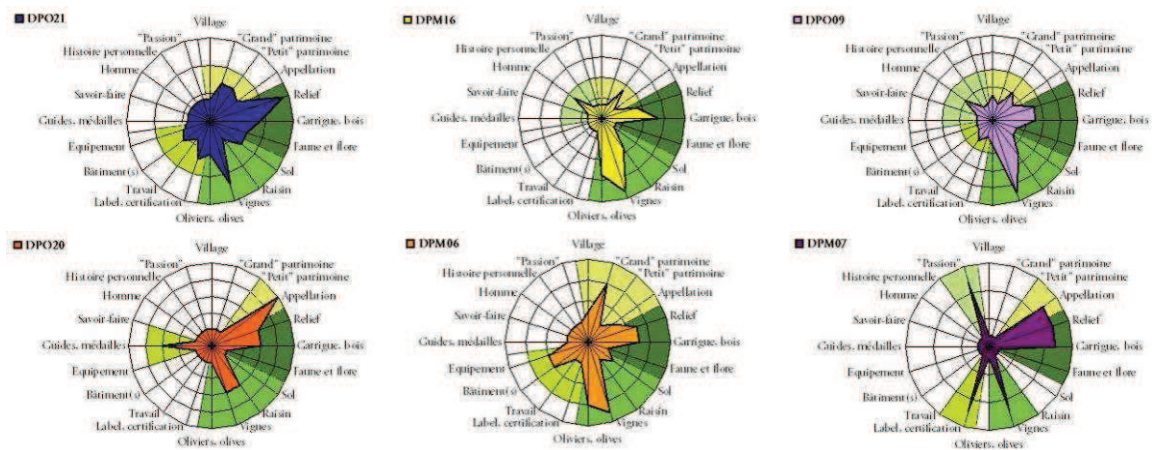


Fig. 3.34 – Acteurs qui valorisent surtout l’histoire, l’environnement et l’espace cultivé dans la mise en valeur du paysage sur les pages d’accueil de leurs sites Internet.

Ensuite, dans cette logique, nous identifions les acteurs qui tiennent la médiatisation du paysage sur les pages d’accueil autour spécialement des éléments physiques liés au **terroir** (*i.e.* l’environnement, l’espace cultivé et l’appellation). Il s’agit de dix vigneronns indépendants.



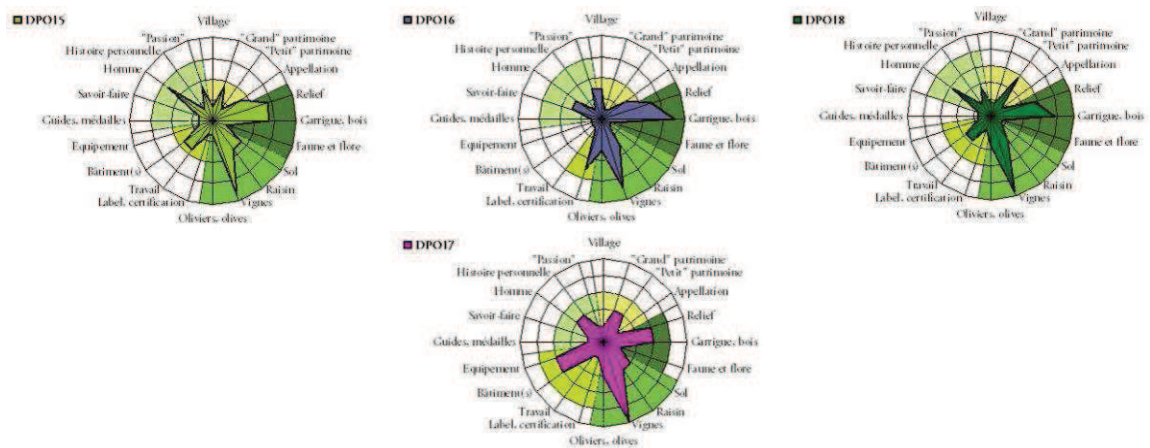


Fig. 3.35 – Acteurs qui tiennent la médiatisation du paysage sur les pages d'accueil autour spécialement des éléments physiques liés au terroir.

Finalement il y a aussi des vigneron indépendants qu'au-delà des éléments physiques du terroir portent aussi des mises en valeur vers l'exploitation et la maison, famille. Ce sont sept vigneron (six de Montpeyrroux et un de Saint Saturnin) :

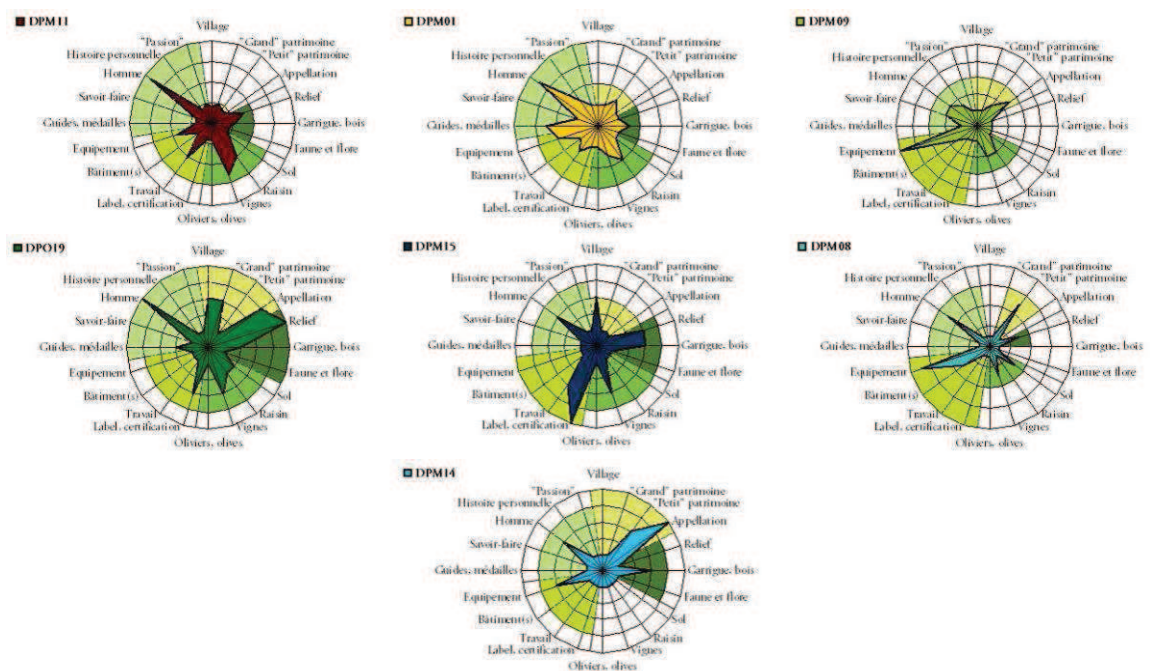


Fig. 3.36 – Acteurs qu'au-delà des éléments physiques du terroir portent aussi des mises en valeur vers l'exploitation et la maison, famille sur les pages d'accueil.

3.4 Analyse de mots-clés sur les sites Internet

Le mot « paysage », littéralement, est peu présent dans les textes sur les sites Internet. Il apparaît au total 18 fois, entre tous les acteurs. Ce sont onze acteurs au total qui l'utilisent

(approximativement un tiers des acteurs analysés). Il s'agit de cinq vigneron indépendants, des caves coopératives de Montpeyrroux, de Saint Saturnin et de Saint Jean de Fos et des mairies de Montpeyrroux, d'Aniane et de Saint Jean de la Blaquière.

Ces vigneron, en particulier, exerçaient un autre métier auparavant et on fait des études supérieures (pas forcément en viticulture et en œnologie) avant de s'installer dans la région et devenir vigneron par passion et par un choix de vie. Ils ne sont sûrement pas les seuls, mais cette caractéristique leur est commune. Dans la plupart des cas, quand ils parlent (et qu'ils citent le mot) du paysage, ils font référence au relief et à l'environnement, comme par exemple dans la phrase : « *12 hectares de vignes au cœur d'un paysage façonné par des collines odorantes de thym, romarin, cade et oliviers* ».

L'un des vigneron, pourtant, arrive à s'identifier comme acteur de la construction du paysage au travers de son « nouveau » métier, quand il décrit ce qui signifie pour lui être vigneron : [...] « *c'est être dans un lien étroit avec la nature, en sculpter les paysages par mon travail, être acteur du territoire dans lequel je vis et que j'aime faire découvrir à travers mes vins* ».

Le site qui évoque le plus le mot paysage est celui de la mairie de Montpeyrroux, en nous renvoyant aussi à des différents éléments et territoires. Dans un seul texte – écrit par Michèle Cros-Villar, sculptrice et écrivain –, qui parle de sites naturels, le mot apparaît trois fois. Un texte qui mérite d'être présenté, il s'agit d'une véritable lecture du paysage.

Encadré 3.1 – Montpeyrroux se prélasser confortablement au pied du Larzac, entre vignes et oliviers

Au centre de notre département, entre garrigue et soleil, mer et montagne, Montpeyrroux : village languedocien entouré d'un environnement naturel, est privilégié de part son étalement, aux interminables rues qui se dispersent aux quatre coins de notre contrée. Le village se prélasser confortablement au pied du Larzac, entre vignes et oliviers.

De pierres blanches, vêtues les jours de Tarral, grises les soirs d'hiver, la Seranne (massif montagneux) prend son envol, et garde jalousement dans son antre des trésors millénaires. Au nord de notre village, dominé par la chapelle romane de Saint-Fulcran, le rocher des vierges porte encore les vestiges des tours et des remparts d'un ancien château.

Continue...

Encadré 3.1 – Continuation...

De ce belvédère naturel on devine les dolmens de la Croix de l'Yeuse, du canyon de Rouvignou, puis le regard se perd sur le pic Baudille : imperturbable horloge solaire située à une hauteur dominant la région. De là, un parterre verdoyant l'été, rouge et or à l'automne s'agrippe à nos yeux et garde en mémoire l'identité d'un lieu séculaire. Tout près, au petit matin, le col du Vent qui se taille un passage entre les colonnes dolomites, ouvre son rideau de brume sur la magnifique forêt domaniale de Notre Dame de Partages, et lentement poursuit sa route dans l'aridité majestueuse du Larzac.

En contrebas, les lacets de la route des Lavagnes nous invitent sur les chemins des mégalithes, plus haut, vers le ciel, les aigles et les vautours se nichent dans les plis du Cirque de Navacelles : véritable sculpture taillée par l'eau et le vent. Des Lavagnes, quelques sentiers millénaires nous transportent au cœur d'un **paysage** caressé par le soleil, ombragé par les pins de Salzman et les arbousiers aux fruits rouges. Furtivement au travers d'un **paysage** heureux, sans âge, le village de Saint-Guilhem le Désert accroche nos regards à ses pierres gorgées de lumière, laissant apparaître son abbaye, ses ruelles et sa beauté d'antan.

Les pieds vissés sur la terrasse du Pic Saint-Baudille, quelques petits nuages sur fond bleu méditerranéen s'émiettent sur les terres environnantes, au-dessus d'un parterre de vignes, où les saisons jouent avec les couleurs du temps. Peintres de la terre, les vigneron tissent, à chaque nouvelle lune, un morceau de nos vies, sur la nappe pierreuse de nos garrigues, où l'olivier millénaire raconte inlassablement l'histoire de nos ancêtres.

A quelques regards de là, le Lodévois et sa terre rouillée, son chemin de Compostelle, sa Cathédrale, font face aux falaises de l'Escalette. Tout près, le Clermontois dont le cœur de ville protège la Collégiale Saint-Paul, le château du XVIII^{ème}, qui dans le passé a donné naissance à Villeneuve : cité drapière conçue sous Louis XIV. Entre ces deux bourgs, rayonne le lac du Salagou entouré de ruffes, de capitelles, où le règne des blocs de basalte domine un **paysage** de terre rouge. A deux pas, le cirque de Mourèze, rongé par les eaux de ruissellement, déploie ses formes dolomitiques, telles des sculptures colossales et totémiques.

Toujours du Pic Saint-Baudille : Montpellier au loin, les jours de brume, s'approche de la mer, qui effleure ses contours, et de Sète à l'Espiguette les voiliers tels de petits points blancs se jouent des vagues. Légèrement sur la droite, le Biterrois s'enorgueillit du pic de Vissou et de l'Estabel.

D'où que l'on regarde, les merveilles de notre contrée offrent généreusement à nos regards une sérénité aux couleurs de la vie.

Texte de Michèle Cros-Villar.

Disponible sur le site de la mairie de Montpeyroux : http://www.montpeyroux34.fr/rubrique.php?id_rubrique=15

Tableau 3.4 – Grille d’analyse des mots-clés sur les sites Internet des acteurs économiques.

Identification	Acteur	Paysage	Terroir	Montpeyroux	Saint Saturnin	Terrasses du Larzac
DPM01	Domaine particulier	0	4	2	0	0
DPM04	Domaine particulier	1	8	6	0	0
DPM05	Domaine particulier	0	8	6	0	0
DPM07	Domaine particulier	0	3	3	0	0
DPM08	Domaine particulier	0	2	7	0	0
DPM11	Domaine particulier	0	6	2	0	0
DPM12	Domaine particulier	0	2	2	0	0
DPM13	Domaine particulier	1	0	6	0	0
DPM14	Domaine particulier	2	8	8	0	1
DPM15	Domaine particulier	0	6	5	0	0
Subtotal (vignerons)		4	47	47	0	1
CCM01	Cave coopérative	1	4	7	0	0
Mairie	Mairie	4	1	20	0	0
Gîte DPM13	Gîte	0	0	2	0	0
Gîte DPM15	Gîte	0	4	7	0	0
Subtotal (gîtes)		0	4	9	0	0
Total Montpeyroux		9	56	83	0	1
DPO19	Domaine particulier	0	8	2	8	1
DPO21	Domaine particulier	0	1	7	9	1
Subtotal (vignerons)		0	9	9	17	2
CCS01	Cave Coopérative	1	5	0	12	0
Total Saint Saturnin		1	14	9	29	2
DPO01	Domaine particulier	1	4	0	0	1
DPO07	Domaine particulier	0	2	0	0	4
DPO09	Domaine particulier	0	0	0	0	1
DPO12	Domaine particulier	0	2	0	0	1
DPO15	Domaine particulier	2	7	0	0	6
DPO16	Domaine particulier	0	4	0	0	6
DPO17	Domaine particulier	0	0	0	0	3
DPO18	Domaine particulier	0	1	0	0	1
DPO20	Domaine particulier	0	14	1	1	6
Subtotal (vignerons)		3	34	1	1	29
CCJ01	Cave Coopérative	1	0	0	0	0
CCG01	Cave Coopérative	0	8	0	0	0
Subtotal (caves coopératives TL)		1	8	0	0	0
Mairie SJF	Mairie	0	2	1	0	0
Mairie ANI	Mairie	2	12	2	0	3
Mairie SJB	Mairie	2	1	0	1	0
Subtotal (mairies TL)		4	15	3	1	3
Total Autres communes		8	57	4	2	32
Total Terrasses du Larzac		18	127	96	31	35

Le mot « terroir », au contraire, comme nous pouvons observer sur le *Tableau 3.4*, est très présent sur les sites Internet, surtout dans ceux des vignerons. Sur chaque site Internet le nombre de fois que le mot apparaît varie de zéro à quatorze, en sommant au total 127. Seulement cinq acteurs ne citent pas le mot sur leurs sites Internet : trois vignerons, un gîte et la cave coopérative de Saint Jean de Fos. Ces acteurs présentent des sites virtuels très simples, peu travaillés au niveau du « design » et avec peu de textes.

Celui qui utilise le plus le mot terroir est un vigneron à Jonquières, actuel président du syndicat des vignerons des *Terrasses du Larzac*. Sur son site Internet, il fait référence à d’autres vignerons et d’autres communes, il valorise de manière générale toute l’appellation (*Terrasses du Larzac*) et non pas seulement son domaine. C’est aussi le seul vigneron en dehors de Montpeyroux et de Saint Saturnin à citer ces deux communes.

Le deuxième acteur à signaler le plus le mot « terroir » n'est pas vigneron, mais il s'agit de la mairie d'Aniane. Ce village des *Terrasses du Larzac* est très lié à viticulture depuis très longtemps. Sur la carte de Cassini (*Fig. 3.37*) – du XVIII^{ème} siècle –, par exemple, on voit bien la présence des vignes. Cette commune a été aussi le théâtre des conflits entre la famille américaine et entrepreneuriale Mondavi⁶⁹ et les vignerons et politiciens de la région (Torres, 2004). Cet événement (qui s'est passé entre 2000 et 2001), malgré l'échec de l'installation de l'entreprise familiale, a également renforcé l'idée de terroir et de vins de qualité liée à la commune – puisque elle a été, grosso modo, « le terroir » choisi par l'entrepreneur. La commune a aussi été sélectionnée pour être le théâtre de la « circulade vigneronne des Terrasses du Larzac » en 2012.

Presque toutes les citations du mot sur son site, ainsi, étaient présentes sur la page où la mairie côtoie la viticulture et dévoile les domaines viticoles de la commune (10 citations sur 12). Les deux autres citations s'agissaient en fait de notes de l'actualité : des appels pour le « marché nocturne 'Arts et **terroirs**' » et pour la circulade vigneronne : « *Circulade vigneronne, une promenade gourmande sur le **terroir** des Terrasses du Larzac au départ d'Aniane, Samedi 7 juillet* ».



Fig. 3.37 – Extrait de la Carte de Cassini du terrain d'étude. Source : Cassini de Thury, 1744, [2000].

3.4.1 Les Appellations d'Origine

Les mots-clés « Montpeyroux », « Saint Saturnin » et « Terrasses du Larzac » font référence aux « appellations d'origine » de ce terrain. Cela ne veut pas pourtant dire qu'à chaque fois que le mot soit mentionné il fera un rapport direct avec l'appellation (surtout dans les cas de Montpeyroux et de Saint Saturnin, qui sont aussi les noms des villages). Ainsi, nous observons, comme nous le montre le *Tableau 3.4*, que l'Appellation « *Terrasses du*

⁶⁹ L'entreprise Mondavi a cherché à s'installer dans la commune pour la production de vins.

Larzac » à Montpeyrroux, notamment, n'est pas valorisée, tandis que le nom et l'appellation « *Montpeyrroux* » sont très mis en valeur.

A Saint Saturnin, par contre, les vigneron valorisent à la fois l'appellation village « *Saint Saturnin* », mais ils valorisent aussi *Montpeyrroux* et *Terrasses du Larzac*. Ils valorisent Montpeyrroux cependant à un moindre degré parce qu'il s'agit de vigneron qui possèdent également quelques vignes sur cette appellation. Le fait qu'ils valorisent aussi les *Terrasses du Larzac*, pourtant, contrairement aux vigneron de Montpeyrroux, c'est possiblement dû à l'inexistence ou « l'immaturation » d'un processus collectif de valorisation de l'appellation (Saint Saturnin) – comme se passe avec les « crus » de Montpeyrroux et les « crus » des *Terrasses du Larzac*.

Sur les autres communes des *Terrasses du Larzac*, en dehors de Montpeyrroux et de Saint Saturnin, qui ne possèdent pas des « appellations village » pour les vins, ce n'est pas vraiment surprenant que l'appellation « *Terrasses du Larzac* » soit plus valorisée.

Les caves coopératives de Montpeyrroux et de Saint Saturnin valorisent aussi beaucoup les appellations « village » (de même nom). Cela parce qu'elles sont vraiment très impliquées à la notoriété du nom et au processus de valorisation de ces appellations. Ce qui n'est pas le cas, pourtant, pour l'appellation « *Terrasses du Larzac* », dont elles ne valorisent pas de tout. Les deux autres coopératives en dehors de ces deux communes, à l'inverse, ne valorisent pas l'appellation. C'est possiblement parce qu'elles sont dans une logique de production différente, plus dirigée vers la grande production et distribution, en commercialisant surtout en vrac, où il n'y a pas des gains économiques intéressants à travers les appellations (qui selon les cahiers de charges exigent des rendements de production plus faibles).

Conclusion

Les paysages « visuels », les représentations graphiques, sont un argument majeur pour la promotion des produits ou d'une activité économique. Ils sont donc souvent mis en avant affichés par la diffusion d'images photographiques et valorisés par les discours de communication. Dans une société très médiatisée comme le devient la nôtre, la valeur et la notoriété d'un produit sont essentiellement soutenues par leur qualité visuelle et donc, entre autres, par la richesse de leur arrière-plan paysager.

Les terroirs deviennent de plus en plus un support d'image, un support de la communication. Les vignes sont aussi reconnues comme un spectacle du paysage, mises en

scène par l'art et les savoirs des vignerons. Le paysage donné à voir par les acteurs économiques propose un « arrière-plan » aussi dans l'imaginaire des spectateurs qui stimule les sensations et permet de développer émotionnellement les plaisirs et ainsi les choix de consommation. Le paysage est donc un atout mis en valeur par les acteurs économiques d'un territoire pour son développement et pour le développement de son activité.

La mise en valeur de ce paysage, par son tour, est directement liée à l'activité économique de l'acteur : les acteurs plus liés directement au tourisme portent la mise en valeur notamment sur des éléments plus collectifs, sur l'histoire, sur les patrimoines classés, les sites touristiques et sur l'environnement, tandis que les vignerons et les caves coopératives, de manière générale, donnent à voir plutôt les aspects physiques du terroir. Cela signifie que les acteurs économiques et institutionnels du territoire ne médiatisent pas de la même manière le paysage, qu'il n'existe pas vraiment une unanimité par rapport à leur médiatisation, en générale, ce qui confirme d'un côté la diversité de ces paysages, mais que nous rallument en même temps le questionnement à propos de la mobilisation de la ressource paysagère : serait-elle donc plutôt « *non-intentionnelle* » ? Cette question, centrale dans la thèse, reviendra dans les chapitres analytiques suivants, où je croise ses résultats pour répondre la question.

Souvent et parmi tous les acteurs, le paysage donné à voir est **plutôt collectif**, bien que la place de l'homme et du travail soit bien valorisée. C'est-à-dire que la médiatisation que les acteurs font du territoire pour promouvoir leurs produits et activités se porte spécialement sur des éléments aussi « plus larges » du paysage, représentés par l'espace cultivé, « l'environnement », le relief et des sites emblématiques (comme Saint Guilhem le Désert, le Mont Saint Baudille, le château de Castellas, etc.). Ces convergences de mises en valeur du paysage suggèrent l'affirmation d'une identité locale et d'un lien fort entre le paysage et les activités économiques viticoles, oléicoles et touristiques.

Les images données à voir par les acteurs économiques du territoire révèlent que le paysage est encore un atout économique immatériel et d'une sorte abstrait, qu'il est capable d'ajouter des valeurs aux produits, aux domaines particuliers, aux caves coopératives et aux villages, ainsi comme aux appellations d'origine. Il a une valeur certainement difficile de mesurer, mais au-delà d'être bien soigné et embelli, la mise en valeur du paysage fait apparemment fructifier les activités économiques du territoire.

La diversité et la quantité des images montrent cependant qu'il n'existe pas vraiment un cliché qui représente le paysage du piémont et des contreforts du Larzac, mais que celui-ci est complexe, riche et diversifié, avec quelques éléments emblématiques. Les éléments

emblématiques, qui ressortent dans cette analyse (comme les vignes, le château du Castellas, Saint Guilhem le Désert, etc.) seront mis en exergue sur la représentation du paysage à travers le « dessin riche ». L'apparition d'autres éléments souvent moins symboliques, même s'ils sont parfois peu nombreux sur les images des sites Internet analysés, révèle également qu'il existe une certaine mise en valeur de ceux-ci et qu'ils sont donc aussi représentatifs des paysages dans leur complexité. Tous ces autres éléments seront donc aussi représentés sur le « dessin riche ». Ils démontrent, en outre, la complexité et la diversité de ces paysages.

Chapitre 4

Le Paysage Vécu des Producteurs

« Le paysage est bien ce que l'on voit, mais on ne le voit jamais directement, on ne le voit jamais isolément et on ne le voit jamais pour la première fois. Le paysage est dans le miroir de la société. Les géographes, parmi d'autres, doivent le réfléchir ».

(Bertrand, 1984, p. 227)

Introduction

Si les images ou les photographies sont plus captivantes et montrent mieux le « paysage que l'on voit » que les discours, il faut bien prendre en compte que ce paysage perçu est également un « espace vécu » par des hommes. Un paysage peut simultanément être perçu à la fois comme exceptionnel par certains (des touristes par exemple), mais aussi comme ordinaire pour ceux qui le vivent au quotidien.

Depuis longtemps le paysage est considéré comme un « objet » esthétique, mais l'approche de paysage ou d'espace vécu prend place aujourd'hui davantage dans les études paysagères interdisciplinaires. Considéré comme perçu (ou paysage-objet) ou comme vécu (ou paysage-sujet), il « *se trouve pris dans un mouvement interdisciplinaire porteur d'innovation* » (Frémont, 1974, p.231). Cette approche complète celle du paysage vu et donné à voir.

Le paysage vécu, donc, compte tout ce que l'on voit, mais il est finalement beaucoup plus complexe, car perçu et ressenti par les acteurs, ces peintres d'un paysage réel, auquel ils ajoutent un ensemble de valeurs. Sans même s'en rendre compte, ils modulent et ils donnent vie au paysage à travers les relations qu'ils établissent entre tous et chacun de ses éléments,

soient-ils matériels ou immatériels. En d'autres termes, le paysage, est une image complexe et « vivante ».

Le paysage vécu est celui de l'habitant permanent, le paysage quotidien, le cadre de vie et de travail, appréhendé par chacun en fonction de ses propres occupations et préoccupations. Appréhendé mais aussi façonné, jour après jour, siècle après siècle, il est le reflet de toute une culture.

Pour un Bellilois, chaque élément du paysage a une signification, une utilité, une valeur qu'un regard étranger ne peut soupçonner. L'habitant aussi connaît tous les aspects saisonniers de l'île, et le changement, même critique et à moins d'être excessif, est généralement perçu de façon positive dans un cadre quotidien, preuve de vie et de dynamisme. **Plus qu'un joli décor, les habitants attendent de leur île des moyens de subsistance.**

Le « paysage perçu » peut être considéré comme vu de l'extérieur par une population qui n'a pas participé à son élaboration. Touristes fidèles, résidents secondaires, propriétaires fonciers, ont toutefois une vision plus complète que les excursionnistes qui ne passent que quelques heures sur l'île (Becker, 1996).

« *Sans le regard et la présence des hommes qui le façonnent, le vivent, le voient, le paysage n'existerait pas* » (Becker, 1995, p. 408). Dans ce chemin et en sachant que le paysage n'existe qu'en fonction de l'observateur, pour l'étude d'un paysage vécu (et dans la perspective de construction d'un « paysage collectif pour l'avenir » – *Chapitre 6*), je propose dans ce chapitre de caractériser les visions de ces acteurs qui vivent et qui façonnent le paysage, à travers l'analyse de leurs discours.

Je considère que le discours des producteurs sur le paysage est marqué par plusieurs éléments. Parmi eux, l'origine, leurs activités, leurs pratiques agricoles, leurs choix, leurs difficultés d'adaptation face aux transformations climatiques mais aussi des marchés. L'économie joue en effet un rôle très important dans la construction du paysage.

Comprendre et décrire les stratégies suivies par les acteurs économiques, leurs pratiques et leurs visions de monde est ainsi très pertinent dans les études de paysage et figure le point central de ce chapitre. Ceci sort justement de leurs mots, de **comment ils parlent du paysage**, sans forcément prononcer le mot.

Dans cette perspective, le chapitre se déroule en deux temps : la première partie nous invite à mieux connaître les producteurs que j'ai rencontré et enquêté⁷⁰. Il s'agit de caractériser leurs origines, leur mode de vie et de travail. D'abord je reviens sur le profil des acteurs interviewés pour montrer qui sont les producteurs (de qui et avec qui nous parlons) qui font vivre le paysage. Ces vigneronns présentent des points communs entre eux et d'autres très divergents. Leurs trajectoires, leurs modes de vie et de travail et leurs stratégies de qualité de produit – qui caractérisent leurs profils dans cette première partie – contribuent à mettre en évidence ce paysage vécu, qui tout compte fait est aussi construit par des histoires personnelles. Les citations de leurs discours illustrent et renforcent cela. L'objectif principal de cette partie, cependant, est de croiser toutes ces informations avec leurs discours, notamment sur leur « vision de monde » (deuxième temps de ce chapitre). La présentation de chaque producteur est détaillée dans l'*Annexe 04*.

Dans la séquence du chapitre, c'est l'analyse des discours qui prend place. Je mets en valeur un paysage vécu qui se « définit » à travers des mots et non plus des images. C'est l'expérience des acteurs et leurs visions de monde qui comptent. Il a d'abord été question d'introduire le terme de paysage dans la conversation et d'observer les perceptions et les visions des acteurs autour de lui. L'idée a été de repérer l'importance donnée au paysage et quels types de discours ceux-ci accrochent au mot. **Voient-ils le paysage plutôt avec romantisme et poésie, ou apportent-ils des discours plus structurés, politiques et collectifs ? Qui sont finalement les acteurs qui mobilisent chaque type de vision ? Quels sont les symboles de ce paysage ?**

Ensuite, le paysage vécu des producteurs prend forme. Il est alors discuté à travers des fragments de leur réalité qui construisent le paysage et qui révèlent en même temps des interrelations, des pratiques et des dynamiques, inhérentes au propre paysage. Ceux-ci pour nous permettre de mieux comprendre la construction et l'évolution du paysage, en discutant même sur les perspectives pour l'avenir. Ce sont, par exemple, l'attachement sentimental ou patrimonial à des éléments du paysage, la situation des caves coopératives (responsables actuellement pour la plupart des vignes du paysage), les constructions intégrées au paysage, les circuits courts et le tourisme et « la crise ».

Les objectifs du chapitre et ses liens avec les autres chapitres analytiques sont résumés dans la *Figure 4.1* ci-dessous.

⁷⁰ Pour une présentation détaillée de la méthodologie et de l'échantillon, voir le *Chapitre 2 (section 2.9)* et l'*Annexe 4*.

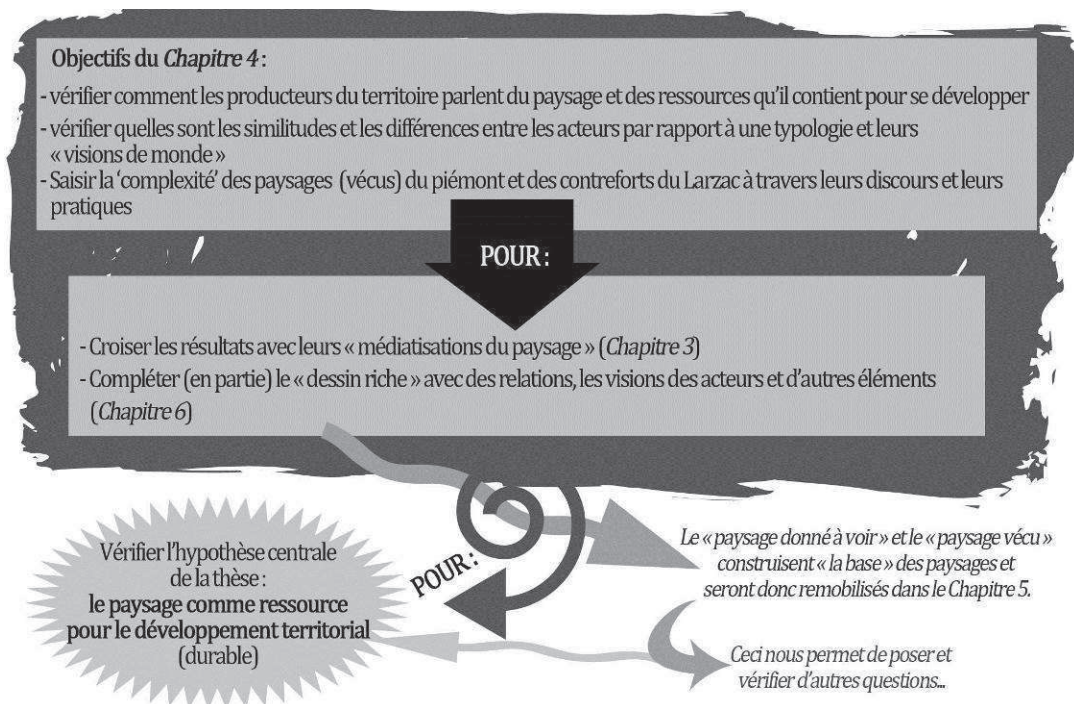


Fig. 4.1 – Objectifs du Chapitre 4.

4.1 Profil des vigneron·n·s enquêtés

4.1.1 Des hommes et des femmes : l'activité est aujourd'hui menée et assumée par les deux sexes

Dans le métier du vin et de la viticulture, nous trouvons des femmes, des hommes ou encore des couples qui assument une égale responsabilité dans un domaine particulier. Ces domaines sont toujours, dans les cas étudiés, des entreprises familiales, mais pas forcément gérées par des couples. Même si nous trouvons souvent des conjoints qui aident dans l'activité viticole et dans l'exploitation, le travail et la gestion dans l'entreprise sont parfois dominés par un seul membre de la famille. Cela peut être une femme, un homme ou un couple qui assume les responsabilités du domaine.

Ainsi, parmi les 34 domaines particuliers que j'ai interviewés, 6 sont gérés par des femmes (*Fig. 4.2*), 18 par des hommes et 10 par le couple, où autant l'homme que la femme assument des responsabilités et des heures de travail équivalentes.

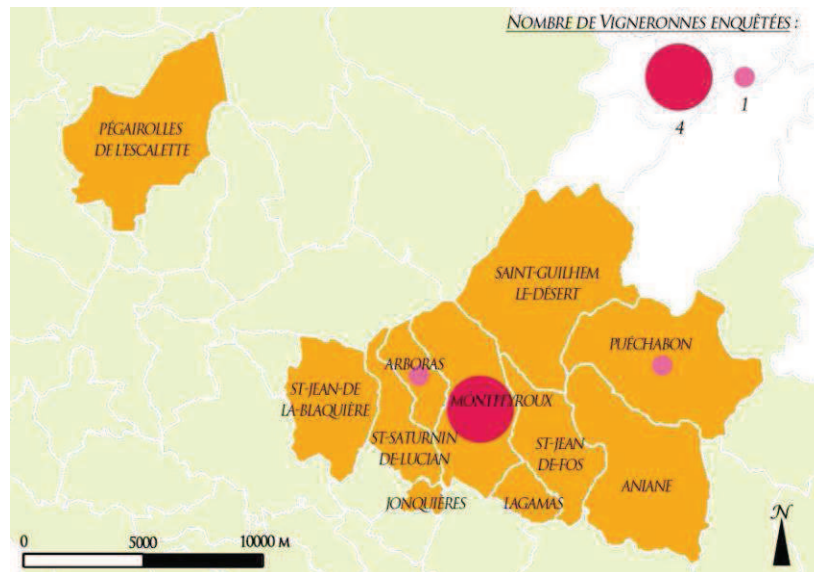


Fig. 4.2 – Distribution spatiale et nombre de vigneronnes (autonomes) enquêtées, par commune.
(C. Velloso et A. Bouchier, 2011).

En Occident, l'agriculture et notamment la viticulture a été pour longtemps (et encore) vue comme une activité de force et particulièrement masculine, malgré la participation de la femme et l'histoire de l'agriculture (qu'au début était exercée par des femmes). Une vigneronne indépendante interviewée relate que les gens (clients) cherchent souvent une référence masculine dans un domaine viticole : « *quand je faisais un salon et que les gens venaient déguster, ils mettaient en doute le fait que ce soit moi qui faisait le vin. Ils cherchaient toujours où était le mari* » (DPM14, entretien 2011).

Si je suis toute seule dans un salon, j'explique mon travail, il n'y a pas de problème. Mais si je vais avec mon mari, jamais, mais vraiment jamais, quelqu'un vient demander à moi comment je fais le vin, ils vont directement demander à mon mari... C'est incroyable ! (DPO07, entretien 2011).

Aujourd'hui, pourtant, nous trouvons d'avantage des femmes qui assument plusieurs responsabilités dans un domaine viticole (comme la gestion, la vinification, les travaux dans les vignes, la commercialisation, l'accueil, etc.) ou qui sont même la seule responsable. Des vins faits par des femmes et des domaines gérés par les mêmes. Dans quelques cas nous trouvons des couples mariés où l'homme s'occupe des vignes et la femme de la vinification. Dans d'autres, des travaux sont également partagés par le couple marié. Dans tous les cas, pourtant, indépendamment que ce soit un homme ou une femme, la référence du domaine, les hommes et les femmes se rassemblent dans l'activité pendant les vendanges, la vinification et parfois dans la commercialisation et la communication.

L'âge des vignerons et des viticulteurs de notre échantillon varie de 25 à 76 ans, avec une moyenne de 46 ans. Dans plusieurs cas nous trouvons des jeunes vignerons qui ont repris l'exploitation familiale, avec des vignes qui étaient en cave coopérative, et ont créé leurs propres domaines particuliers. Dans des caves coopératives nous rencontrons pourtant encore aussi quelques jeunes, bien que la majorité soit plus âgée. A Montpeyroux, par exemple, j'ai rencontré trois jeunes viticulteurs passionnés (des 7 adhérents interviewés) de l'âge entre 34 et 37 ans, engagés dans le conseil d'administration de la cave coopérative.

4.1.2 Origine et trajectoire

Les trajectoires de vie de ces vignerons nous permettent dans un premier moment de mieux connaître leurs relations avec leur environnement et dans un deuxième temps de connaître leurs profils et de leurs activités, leurs particularités, qui nous aideront à comprendre les différentes pratiques et discours liés au paysage.

4.1.2.1 Des fils et filles de vignerons et les néo-vignerons

Fils de vignerons, nés en terre viticole, ou visionnaires hédonistes, cet univers aux *Terrasses du Larzac* est aménagé par des gens passionnés qui façonnent le paysage à l'aide non pas seulement de leurs rêves comme, bien entendu, de l'économie. Si d'un côté nous observons un phénomène de fermeture et de fusion des caves coopératives en Languedoc-Roussillon, de l'autre nous avons aussi l'arrivée et l'installation croissante des néo-vignerons.

Des vignerons interviewés, une moitié a des origines dans une famille vigneronne et l'autre moitié n'est pas fils de vignerons : 17 et 17 exactement.

La plupart de ces fils de vignerons (11) ont hérité une partie ou la totalité de leurs exploitations. Les six autres ont eu certainement une influence et apprentissage familiales liées à la viticulture et à la passion du métier, mais ont construit leurs domaines indépendamment de l'exploitation familiale. En même temps, la plupart d'entre eux ont suivi des formations et des parcours professionnels liés à l'activité viticole, soit dans le propre domaine familial, soit dans d'autres domaines viticoles. Deux d'entre eux, par contre, ont suivi des formations et des parcours professionnels différents : l'un en arts plastiques et l'autre en électrotechnique.

Ceux qui ne proviennent pas d'une famille de vignerons mais qui ont choisi ce métier présentent différentes trajectoires et sont assez diversifiés. Quatre d'entre eux ne sont pas fils de vignerons mais ont choisi depuis leurs études ou carrière professionnelle un métier lié à

l'activité viticole. Douze ont eu des parcours dans d'autres domaines professionnels, souvent pas de tout liés à l'activité viticole : juriste, agent immobilier, médecin... Ce sont les « vrais » néo-vignerons, les nouveaux convertis. Certains d'entre eux ont choisi la terre pour s'offrir une tranche de vie opposée à celle qu'ils avaient connu auparavant, d'autres réalisent un vieux rêve longtemps caressé.

Les néo-vignerons en Languedoc-Roussillon ne sont sûrement pas les mêmes de la Bourgogne, Champagne ou Bordeaux, où le prix des vignes arrivent à mille fois le prix des vignes au Sud de la France.

[...] on avait clairement décidé de s'installer dans le Languedoc. D'une part pour des raisons personnelles, puisque c'est un endroit où il fait bon vivre. [...] Mais le critère le plus important c'était la dimension professionnelle. Le Languedoc est le dernier endroit en France où vous avez des très grands terroirs, à prix accessible, ce qui est quand même important... (DPO20, entretien 2011).

Beaucoup plus modestes, donc, et souvent vus comme des « fous » ou des « rêveurs », ces personnes achètent à des prix raisonnables des petites parcelles pour se lancer dans l'activité. L'installation de ces acteurs dans la région est apparemment croissante. Ces acteurs tous seuls, pourtant, ne seraient pas capables de maintenir toutes les vignes arrachées ou abandonnées par des anciens viticulteurs adhérents des caves coopératives, vu la différence entre les surfaces viticoles exploitées.

De plus, pour une grande partie de ces nouveaux vignerons, la motivation patrimoniale et successorale d'un investissement conçu pour être transmis à la génération suivante n'est pas forcément dans leurs projets. Ceux-ci s'inscrivent désormais sur des perspectives plus courtes, avec une recherche hédoniste de plaisir. Celle de vivre une tranche de vie de vigneron. Une quête d'authenticité, de convivialité et de qualité de vie certes, mais en famille, tout en bénéficiant de la jouissance d'un repos de vacances.

La surface de leurs vignobles arrive parfois à un ou deux hectares. Un « potager viticole » en quelque sorte. « *Un coup de foudre mais aussi un excellent investissement* », dit un des néo-vignerons interviewés. Si dans les régions viticoles françaises renommées de longue date les néo-vignerons sont pour une large part issus du monde de l'entreprise, en *Terrasses du Larzac*, par l'instant, on trouve aussi et souvent des gens portés par la seule passion du vin.

Ces néo-vignerons cachent donc une pluralité de situations. Je les distinguerai de la façon suivante : les néo-vignerons originaires de la région ; les néo-vignerons non originaires

de la région, mais connaisseurs du monde viti-vinicole ; les néo-vignerons « étrangers » : non originaires de la région, n'ayant aucune expérience ou relation avec le secteur viti-vinicole avant leur installation.

Dans ce groupe de vignerons, quelques-uns avaient un lien antérieur soit avec l'activité, soit avec l'endroit choisi pour s'installer et commencer à cultiver les vignes et faire du vin. D'autres n'avaient aucun lien. Ainsi, j'ai identifié entre eux, les liens suivants :

4.1.2.1.1 Lien avec l'activité viticole et/ou à la région (avant de commencer l'activité)

- **Familial (terres / héritage) :**

Si l'on considère seulement les « néo-vignerons », nous trouvons deux cas de figure, ceux qui malgré qu'ils ne soient pas fils de vignerons, avaient un lien familial avec la région avant de commencer l'activité : ils ont « hérité » de terres et que c'est aussi l'un des principaux motifs de leur installation. C'est le cas du propriétaire d'un des domaines dont les beaux parents étaient des viticulteurs dans la région. Lui et sa femme vivaient à l'autre bout du pays, engagés dans des activités très différentes à la viticulture. Avec le décès de leurs parents, ils décidèrent de vendre leur maison au nord, pour continuer l'activité du domaine viticole et s'y installer. Le souhait de rester dans le sud de la France a aussi fait partie de leur choix de changement de vie.

Dans le deuxième cas, le propriétaire habitait dans une autre région de la France, mais qui avait ses arrières grands-parents de la région qui avaient quelques « bouts de terres », malgré qu'elles ne fussent plus vraiment productives. Ces terres ont failli d'être vendues et remplacées par des immeubles. Après ses études, n'ayant pas trouvé « *un travail intéressant* », il décida s'installer dans les terres de ses ancêtres et de cultiver la vigne, avant qu'elles ne soient vendues :

Comme quoi le hasard fait bien les choses. J'aurais pu trouver du travail de suite et mener une autre vie (DPO08, entretien 2011).

Belle conquête et avenir pour ces terres et le paysage de ce pays ! Un homme dynamique et pluriactif qui a agrandi la surface du domaine, qui l'a diversifié avec des oliviers, des vignes et du maraîchage, tout en agriculture biologique, qui s'est lancé dans une activité artistique et qui participe et dirige aujourd'hui quelques associations locales.

L'histoire et la trajectoire individuelle de ces hommes et femmes qui construisent le paysage n'est pas vraiment et purement le but de ce chapitre. Il faut, pourtant, bien prendre en compte qu'il s'agit de « **leur** paysage vécu ». Ainsi, leurs trajectoires nous permettent dans un premier moment de mieux connaître leurs relations avec leur environnement et dans un deuxième temps de connaître leurs profils et de leurs activités, leurs particularités, qui nous aiderons à comprendre les différentes pratiques et discours liés au paysage.

- **Professionnel :**

La plupart des « néo-vignerons » qui est ici classé, a un lien professionnel avec l'activité, mais non pas forcément avec la région (4 vignerons). L'un des autres néo-vignerons avait un lien professionnel avec la région et aussi avec l'activité, il avait déjà travaillé dans la région dans ce secteur viticole. Le dernier, finalement, avait un lien professionnel avec la région mais pas dans le secteur vitivinicole.

Cela veut dire que les quatre premiers sont des étrangers à cette terre, mais qui ont des liens avec l'activité viticole. Ils ont donc choisi ces terres pour accomplir leurs rêves. La raison qu'ils donnent souvent pour le choix de l'endroit c'est le terroir, comme nous le verrons plus tard.

Celui qui a des liens professionnels avec l'activité et l'endroit c'est le mieux intégré dans le milieu. Il n'est pas vu par les résidents locaux et par les vignerons depuis plusieurs générations comme un « étranger ». Le dernier, finalement, représenté par un couple, travaillait dans la région mais pas de tout dans le domaine du vin. Voici en bas une phrase prononcée par eux qui montre comme ils ont été « observés » par les habitants locaux :

Les gens du village pensaient qu'on était incompétents, et regardaient comme des hurluberlus nous faire du vin. Aujourd'hui, ils disent qu'on a le meilleur terroir de la région, c'est une autre manière de dire que l'on fait du bon vin (DPM12, entretien 2011).

- **Aucun :**

Finalement, dans l'univers des « néo-vignerons », nous trouvons des personnes qui n'avaient aucun lien avec la région ni même avec l'activité viticole avant de s'y installer. Un des ceux-ci se dit, pour ces raisons, « *doublement étranger* » :

[...] Je suis doublement étranger. [...] Je n'étais à la fois pas du métier et pas du pays, puisque je n'étais pas du Languedoc. Je suis né à Paris, en plus. Mais j'étais passionné du vin et mon épouse aussi. Et on s'était toujours dit qu'on avait envie un jour de franchir le pas et de devenir vigneron (DPO20, entretien 2011).

Ce même acteur dit aussi que, pour ces discernements, il présente un « *profil un petit peu particulier dans la région* ». Pourtant parmi 34 vigneron que j'ai rencontré, 6 autres sont comme lui dans ce sens. Cela représente environ 18% des vigneron interviewés.

4.1.2.2 Formation / Niveau d'études

Tous les vigneron rencontrés ont un bon niveau d'études. C'est-à-dire que tous ont au moins un Niveau IV⁷¹, *i.e.* un baccalauréat, un brevet de technicien, un brevet de maîtrise ou un brevet professionnel. Ce sont 14 vigneron avec un Niveau d'étude IV. Ce sont souvent les fils des vigneron, qui suivent en majorité un brevet de technicien ou professionnel agricole.

Ensuite nous trouvons 4 vigneron avec un Niveau d'étude III. Ce sont ceux qui ont fait un Brevet de Technicien Supérieur (BTS) en viticulture-œnologie et qui ne sont pas allés au-delà. Il s'agit aussi des fils de vigneron.

Et finalement 14 autres vigneron ont un Niveau d'études II ou I. Ce sont les personnes qui ont fait plusieurs années d'études, qui ont un BAC+4, BAC+5, BAC+8 ou même BAC+10, comme c'est le cas d'un « néo-vigneron ». La plupart d'entre eux ne sont pas fils de vigneron.

4.1.2.3 Parcours professionnel

Le parcours professionnel des actuels vigneron que nous trouvons sur les *Terrasses du Larzac*, soient-ils nouveaux ou fils de vigneron depuis plusieurs générations, sont à la fois dans la propre activité viticole (notamment parmi les fils de vigneron), à la fois indirectement lié à l'activité viticole ou alors pas de tout lié à l'activité viticole.

Plus de la moitié d'entre eux eurent un parcours dans l'activité viticole, dont 4 « néo-vigneron » et 14 fils de vigneron. Quatre travaillèrent dans une activité indirectement lié à

⁷¹ Les niveaux de formation utilisés ici sont ceux utilisés et définis par l'INSEE <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/niveaux-formation.htm>

la viticulture, à savoir : dans la recherche scientifique (lié au vin), dans l'agronomie, dans le commerce (lié au vin) ou dans la fabrication de matériel pour la production de vin. Dans ce groupe, un seul parmi 4 est fils de vigneron.

Ensuite, nous trouvons aussi onze vigneron qui eurent une activité professionnelle dans un domaine pas de tout lié à l'activité viticole, comme le droit, la médecine, l'informatique et le commerce. Il s'agit, dans ce cas, de 9 « néo-vignerons », mais aussi de 2 fils de vigneron.

Ainsi, même si l'expectative était d'avoir des vigneron fils de vigneron avec un parcours dans l'activité viticole et des néo-vignerons avec un parcours ne pas lié à la viticulture et que les données confirment cette tendance, nous trouvons bien des exceptions : deux fils de vigneron avec un parcours professionnel pas de tout lié au vin et quatre « nouveaux vigneron » qui firent un chemin professionnel dans l'activité viticole.

4.1.2.4 Le choix pour l'activité et/ou pour l'endroit

Pour ceux qui sont nés dans un milieu viticole dans les *Terrasses du Larzac*, le choix de résider et de travailler dans ces terres n'est pas vraiment en question, puisque souvent ils héritent des terres et/ou continuent une activité familiale. Cela ne veut pourtant pas dire qu'ils ne se trouvent pas heureux et reconnaissant d'y vivre :

Je n'ai pas choisi cet endroit. Je suis né ici. J'ai repris l'exploitation et l'activité de mes parents. Mais je suis très heureux, je ne m'imagine pas ailleurs... On peut comme même dire qu'on a de la chance d'être né ici... (DPO16, entretien 2011).

Je suis né ici. Je pense que j'ai su assez tôt ce que j'avais en moi, les choses nécessaires et suffisantes pour faire ce qui avait à faire ici. A partir de là je me suis demandé où était l'aventure, si elle était d'aller voir ailleurs ou si l'aventure était au bout de mon nez. **A tort ou à raison j'ai cru qu'elle était là, parce que de toute façon je savais que j'y reviendrai un jour**, donc autant commencer par là. [...] Cette région était en crise... Il y a dans mes raisons d'un côté un ensemble de choses positives comme l'amour de cette région, de vivre ici, l'envie de m'inscrire dans des actes, mais aussi les choses négatives qui c'est plutôt une réaction : un peu de colère parce que c'est une région qui a été humiliée. Chaque personne qui a parlé du vin du Languedoc en a dit du mal. Quand on humilie un produit on humilie les gens qui sont derrière. Ça c'était une profonde injustice. Je ressens très fort

le fait qu'on a été colonisé par l'affairisme, la compétition venue du Nord. J'ai toujours avancé avec ces deux bâtons : **l'amour de cette région et une certaine colère** (DPO11, entretien 2011).

DPO11, même s'il était fils de vigneron, s'est posé la question « *d'aller voir ailleurs* », de construire peut-être sa vie et son domaine dans un autre endroit. Il a eu donc le choix, par amour à la région et aussi par « *une certaine colère* » et « *injustice* » lié à la réputation des vins de la région il décida la construire dans les *Terrasses du Larzac*.

Dans les autres cas, j'ai identifié également cinq autres raisons des choix de ces vigneron pour commencer une activité viticole et/ou pour installer son domaine dans cette région :

- **Mode de vie :**

Le choix lié au mode de vie pour suivre une activité économique et l'endroit d'installation et d'existence est souvent très pris en compte dans les discours des acteurs. Ceci notamment parmi les néo-vignerons qui avaient d'autres activités professionnelles et qui décidèrent tout changer pour « *commencer une nouvelle vie* », sans patron, autonome et, pour cette raison, beaucoup plus tranquille et apaisante.

J'avais envie de me rapprocher de la terre et d'un **rythme de vie décroissant** (DPM11, entretien 2011).

J'avais un patron, je travaillais du mardi matin au dimanche soir. Et puis, au bout d'un moment... Un dimanche je suis rentré et j'ai vu ma fille de 13 mois qui marchait et j'ai dit « elle marche » ! Ma femme m'a dit : « mais ça fait un mois qu'elle marche ». Je ne voyais pas ma fille, je partais le matin à 6h30 et je rentrais le soir à 9h30. Donc un jour j'ai décidé de me mettre à la viticulture, quand mon beau-père m'a dit de reprendre la propriété, sinon il la vendrait. Alors je fais beaucoup des heures, je travaille énormément, mais quand il faut que je m'arrête, que je veux rester avec ma fille ou que j'ai envie de prendre une journée, une demi-journée, je la prends. C'est à moi de faire mon planning. Quand vous êtes employé, vous avez des heures à faire, **je gagnais plus d'argent en étant employé que maintenant, mais je gère mon temps comme je veux** (ACS01, entretien 2011).

- **Proximité de la nature :**

L'envie d'être proche de la nature est une raison parfois mentionnée entre les paroles des vignerons. C'est une raison également liée à l'activité et à l'endroit, puisque la plupart des terroirs viticoles français n'offrent pas toute cette biodiversité qu'on trouve aux Terrasses de le *Larzac* en coexistence avec la viticulture.

Ici il y a aussi le fait qu'on est proche d'une nature hyper sauvage et puissante avec le Pic Baudille. [...] Le seul endroit où je me sens vraiment bien c'est quand je suis dans la nature (DPM11, entretien 2011).

- **Terroir :**

Le terroir est un « trésor » souvent cherché par ceux qui rêvent de faire un « grand vin ». Ainsi, il est déclaré comme une des principales raisons d'installation dans la région pour la production de vin par 10 vignerons parmi 34, même s'elle est aussi souvent lié « au hasard » ou à la « *chance de rencontrer des vignes en vente ici* ». En tout cas, il s'agit « *du coin* » où ils ont cherché un petit morceau de sol pour cultiver des vignes et faire des bons vins.

Je pense que c'est une terre de qualité extrême ici et on peut faire des plus grands vins du monde ! (DPM08, entretien 2011).

- **Bonne localisation (proximité des loisirs) :**

En venant d'ailleurs, l'image du Languedoc-Roussillon est souvent liée au soleil, aux plages et à « *la bonne vie* ». Dans cette étude j'aborde particulièrement les *Terrasses du Larzac*, qui sont d'un côté proches de la garrigue, de la « nature » et d'un autre côté proche de Montpellier – centre urbain qui offre une belle vie culturelle (cinéma, théâtre, musique, restaurants...) – et des plages. Ceci est donc un bon motif pour venir s'installer dans cette région, ou même pour se mettre dans l'activité viticole... au lieu de « *l'élevage des vaches* », par exemple.

Au départ je voulais élever des vaches et en fait je me suis retrouvé à élever du vin... J'avais des parents culturellement d'un niveau élevé, j'aimais le cinéma, le théâtre, le restaurant, les sorties... Et quand vous élevez des vaches en Haute Lozère à 1000 mètres d'altitude vous ne pouvez pas sortir, vous ne pouvez pas aller au restaurant, au théâtre ou au cinéma. **Donc j'ai**

choisi de faire du vin et près de Montpellier, à un endroit où on peut facilement sortir d'ici (DPM01, entretien 2011).

J'ai préféré de venir au soleil. [...] Ici on est à la proximité de tout, il y a la mer, il y a la montagne... On est quand même dans un métier très difficile, on travaille vraiment beaucoup de temps sur les vignes, donc quand on sort le nez des vignes c'est quand même plus agréable qu'il fasse beau. C'est donc bien, très bien de vivre ici (DPO17, entretien 2011).

DPO17 était déjà vigneron dans une famille de vignerons depuis plusieurs générations, pourtant au Nord de la France. Il ne s'agit pas, alors, d'un néo-vigneron, mais d'un nouveau résident, bien que cela fasse déjà presque une bonne trentaine d'années. Son choix pour l'installation du domaine dans cet endroit donc, a bien été influencé par sa « *bonne* » localisation.

▪ **Une « passion » pour l'activité :**

La passion est vraiment un état d'âme particulièrement trouvé chez presque tous les vignerons des *Terrasses du Larzac* que j'ai rencontré. On peut la voir ou plutôt la ressentir dans le pétilllement des yeux, dans la ferveur des mots, dans l'adoration des saveurs... C'est une énergie tout de suite transmise qui nous donne envie de faire pareil, de suivre leur même chemin. Ce sentiment plutôt abstrait est sans doute un atout de ce territoire qui donne couleur au paysage, qui attire les visiteurs et qui donne des goûts inoubliables aux vins.

« Rien de grand n'a jamais été accompli et ne saurait s'accomplir sans passion » (Jean Clavel, 1991).

De ce fait, 14 des 34 vignerons reconnaissent la passion pour l'activité l'un des principaux motifs qui expliquent qu'ils soient là aujourd'hui. Ils la considèrent comme une des principales raisons qui justifie et a motivé leur entrée dans l'activité. Cette passion déclarée me paraît être un élément intéressant au moment où j'irai comparer les discours et les pratiques des acteurs liés au paysage, vu qu'ils doivent, en hypothèse, se ressembler.

▪ **La beauté ou « le coup de cœur absolu » :**

Parmi ceux qui ne sont pas originaires de la région, « *le coup de cœur* » pour celle-ci et pour toute sa beauté a été souvent mentionné comme une des raisons pour leur installation.

Ceci nous révèlent déjà et tout d'abord un attachement et l'importance donnée au paysage, ainsi que celui-ci comme un atout territorial.

Je suis venu d'ailleurs pour visiter donc l'Hérault. Ça a été le **coup de cœur absolu** ! Je ne sais pas quelle a été votre sensation quand vous êtes venu, moi je trouve cela **magnifique** ! On a... c'est un terrain... c'est **superbe** ! (DPM08, entretien 2011).

[...] A un moment on a cherché à s'installer quelque part. [...] et puis en découvrant, à un moment **on a vraiment eu un coup de foudre** pour Montpeyroux, parce que c'est **magnifique** et cela présente pour nous un avantage impressionnant : il y a un terroir pour le vin qui est très beau, on est proche de la nature et on est à 30 minutes de la civilisation de Montpellier (DPM11, entretien 2011).

J'ai eu un coup de cœur pour la région (DPO17, entretien 2011).

DPM11 affirme avoir eu un « *coup de foudre* » pour l'endroit où il s'est installé, mais présente en même temps d'autres raisons : la proximité de la nature et la bonne localisation. Ces discours, étant les entretiens libres et ouverts, apparaissent principalement entre les acteurs qui sont venus d'ailleurs. Cela dit, le sentiment d'appartenance et d'identité locale est, aussi, très fort parmi les vignerons originaires de cet endroit :

Il y a des gens qui viennent vous demander des conseils, vous apporter des conseils, on se prêt du petit matériel, on se dépanne... Et cela me plaît beaucoup, parce que c'est vraiment **l'esprit paysan**, il y a le côté entraide. [...] Moi je n'ai pas trop aimé le changement de la réglementation, parce que je préférerais « vin de pays » de que « IGP ». Dans « vin de pays » il y a le « **mon pays** », donc ça me plaisait, sentimentalement ça me faisait, bon... Indication Géographique Protégée ça ne me sonne pas bien, ça ne me donne pas envie de boire un verre de vin. « Vin de pays » je vois déjà un paysage, je vois... [...] Entre les appellations Languedoc et Montpeyroux je mettrais Montpeyroux, parce que c'est le nom **du mon village**, parce que c'est, on va dire, le « **mon-peyoux** », le « **mien-peyroux** », le « **mien terroir** »... (DPM05, entretien 2011).

4.1.2.5 Facteur déterminant – déclenchant de rentrée dans l'activité

Le début d'entrée dans l'activité viticole peut parfois se passer plus passivement. La personne s'initie dans celle-ci de petit à petit, à travers l'aide dans l'exploitation familiale, normalement. Ainsi, avec le temps, elle reprend l'exploitation et donne de continuité à l'activité. Dans d'autres cas, pourtant, cela peut avoir un commencement plus marqué, dû à certain événement, opportunité ou souhait, parfois même soudainement.

Dans ce sens, au-delà de « l'aide et continuité dans l'exploitation familiale », j'ai identifié entre les vigneronns quatre autres facteurs déterminants/ déclenchants de rentrée dans l'activité :

- **Conseil de quelqu'un :**

L'influence de quelqu'un au moment de faire le choix et commencer définitivement l'activité a été le cas pour trois vigneronns. Il s'agissait des amis spécialistes, le premier en sommellerie, le deuxième en agronomie et œnologie, et le troisième en pédologie. Dans le premier cas, la décision a été spécialement pour la production de vin en cave particulière. C'est aussi l'un des rares vigneronns qui n'est pas (apparemment) vraiment heureux avec ce « mode de vie ». Il s'agit d'un ancien adhérent de la cave coopérative. Selon lui, son histoire pour commencer à faire du vin « a été décidé très vite », « quasiment du jour au lendemain » :

J'ai une amie qui avait fait des études en sommellerie. On discutait et c'est un peu grâce à elle que j'ai commencé à faire du vin. J'avais envie de le faire et jamais je me décidais. C'est elle qui m'a déclenché de le faire. J'aurais peut-être pas connu, je ne l'aurais peut-être pas fait. Voilà, des fois les choses se font... C'est vrai qui ce n'est pas évident, c'est dur de vendre le vin, faut faire bon et essayer de le vendre, pour pouvoir le vendre... (DPM03, entretien 2011).

Dans la globalité, en fait, tous ces trois cas ne se ressemblent pratiquement pas. Le troisième cas est possiblement celui qui marche le mieux actuellement. Sauf sur ce point, où la décision initiale pour commencer l'activité de production de vin est partie de l'influence d'une troisième personne.

- **Décès ou retraite dans la famille :**

L'opportunité de suivre une carrière de vigneron est parfois due à un décès ou à une retraite de travail dans la famille. Non que l'un et l'autre signifient la même chose dans la vie de quelqu'un, mais dans les deux cas il s'agit d'un futur incertain à des vignes, à priori, qui étaient cultivées par la personne en question. Quelques fois inattendu, d'autres pas autant, c'est un événement qui a été déterminant dans la vie de sept vignerons. En général, ceux-ci ont repris l'exploitation et l'activité de leurs parents suite à leur décès ou retraite et avaient fait des études liés à l'activité viticole et/ou le vin, même si leur but initial n'était pas vraiment de reprendre l'exploitation. Il y en a, pourtant, deux exceptions, celles-ci aussi différentes entre elles.

L'un travaillait dans une entreprise, il était juriste et suite au décès de ses beaux-parents il décida tout changé, son métier, son lieu et son mode de vie pour « *ne laisser pas périr* » leur domaine et leurs vignes. Il se lança au monde du vin, il commença une nouvelle vie.

L'autre est fils de vignerons, mais avait décidé de suivre un autre métier, avec des études dans un autre domaine. Le décès de ses parents, pourtant, l'ont propulsé à devenir vigneron comme eux. Pour la nouvelle génération de vignerons, où la plupart de leurs enfants suivent des études dans des domaines très divergentes, c'est un peu la question qu'on se pose : reviendront-ils, ces enfants des vignerons, un jour à la terre ? Quels seront les destins de celles-ci ?

- **Vignes en vente disponibles :**

Quelques autres vignerons se sont mis dans l'activité et aussi dans la région parce qu'ils ont trouvé des vignes en vente disponibles. C'est vrai qu'ils avaient déjà antérieurement un souhait et voulaient s'insérer dans cet univers. Mais cela a été possible et s'est déclenché grâce à cette disponibilité qu'ils ont trouvé dans un moment donné.

- **Souhait de changement du mode de vie :**

Finalement, quelques vignerons se sont mis dans l'activité dû à un souhait de changement du mode de vie.

4.1.2.6 « Sources de connaissances » pour commencer l'activité

Pour commencer une activité il faut bien avoir un peu de connaissance ou aller chercher les informations et les conseils quelque part, ou alors bien être un autodidacte et apprendre avec la pratique. Pour des vignerons en début de carrière, se limiter à la pratique pour faire du bon vin est insuffisant. Il faut connaître au moins les bases pour pouvoir commencer. Il est vrai, en revanche, que l'apprentissage passe par de la pratique et de l'expérimentation (souvent en petite quantité) et sont fréquentes entre ces vignerons qui, au-delà de faire simplement du (bon) vin souhaitent souvent arriver à un vin d'exception fruit de leur propre création.

Moi, chaque année je fais des petites expériences. J'ai des cuves à part et j'essaie d'améliorer, de faire des choses chaque année (DPM10, entretien 2011).

Il y a une œnologue qui passe aux vendanges deux fois par semaine, mais honnêtement je ne lui demande rien. Mais dès le début je lui ai dit : « ne t'inquiète pas, ne t'offusque pas, mais je ne vais pas te demander des conseils. Ce n'est pas que j'en ai pas besoin, c'est que je n'en veux pas ». **Je veux faire à mon idée et non pas à son idée à elle** (DPM01, entretien 2011).

La plupart des vignerons a fait une formation en viticulture et œnologie (28/34)⁷² d'une part pour acquérir des connaissances et suivre les études et d'autre part aussi pour pouvoir avoir des aides de l'Etat pour s'installer comme « jeunes vignerons ». La plupart d'entre eux, cependant, ont aussi cherché des conseils de spécialistes, comme un œnologue, un agronome ou alors un vigneron plus expérimenté – à l'exception de trois vignerons, qui se sont formés et ensuite ont décidé de continuer à apprendre à travers la pratique et de sept vignerons qui ont appris le métier avec la famille. Sept autres vignerons ont aussi appris le métier avec la famille, mais en même temps sont allés chercher des conseils.

Dans la globalité, donc, les conseils le plus cherchés sont d'abord auprès d'œnologues (16/34), d'autres vignerons (11/34) et ensuite autres d'agronomes (7/34).

⁷² (28 cas sur les 34 interviewés)

4.1.3 Profil de l'activité

4.1.3.1 Surface du vignoble et de l'exploitation : quelle diversification ?

La réalité vigneronne des *Terrasses du Larzac* comprend aujourd'hui surtout des petits producteurs, *i.e.* les vigneronns cultivent les vignes dans des espaces considérablement petits. La surface des vignobles des vigneronns rencontrés varie de un à cent hectares, mais la plupart est entre 7 et 30 hectares. La surface moyenne des vignobles est **19,5** hectares. Un seul vigneron possède 100 hectares en vignes et ensuite les deux autres les plus grands ont 50 et 40 hectares. Tous les autres ont 30 ou moins d'hectares en vignoble.

Le niveau de spécialisation des exploitations peut être perçu dans un premier temps par la taille totale de celle-ci et des vignobles. La taille de l'exploitation varie aussi de un à cent hectares, pourtant la surface moyenne est **27,5** hectares.

Ensuite, l'occupation du sol complète cette information. Dans 8 cas les exploitations sont spécialisées vraiment dans les vignes, sans avoir d'autres éléments qui diversifient le domaine. Six autres vigneronns sont aussi très spécialisés dans les vignes, mais ont encore quelques arbres d'oliviers, souvent en bordure des vignes et à proximité de la maison. Huit ont des vignes et aussi des surfaces en zone naturelle ; cinq ont des vignes, des oliviers et de la surface en zone naturelle ; deux ont des vignes, des oliviers et d'autres cultures, et un seul a des vignes, des oliviers, d'autres cultures et de la surface en zone naturelle. Les exploitations les plus diversifiées se trouvent non pas à Saint Saturnin ou à Montpeyroux, mais dans d'autres communes des *Terrasses du Larzac*. La zone naturelle dans l'exploitation, par contre, est présente dans toutes les communes.

4.1.3.2 Activité du conjoint ou double actif

La viticulture est-elle la seule source de rente dans les familles des vigneronns ? Pour 15 vigneronns parmi les 34, oui. Dans 15 cas (pas forcément les mêmes) il y a le conjoint qui aide dans l'exploitation, notamment dans l'activité viticole. Parmi ceux-ci, dans 6 cas le conjoint exerce en même temps une autre activité (dont 5 autonomes et 1 employé ailleurs) et dans un de ces cas, au-delà du conjoint, aussi le vigneron lui-même exerce une autre activité autonome. Ils sont artisans. Dans sept autres cas le conjoint n'aide pas forcément dans l'exploitation, mais a sa propre activité ailleurs (3 sont des autonomes et 4 sont des employés). Dans un cas le vigneron est double actif employé, et dans 3 cas il est retraité.

Ainsi, nous observons que dans les cas où la rente ne provient pas seulement de la viticulture, c'est souvent le travail du conjoint (14/34) qui la complète. La retraite (3/34) et la double activité (3/34) parmi les vigneronns est donc moins fréquente.

4.1.3.3 Activité touristique

Le tourisme entre ces vigneronns est assez présent singulièrement au niveau de la vente directe à la ferme (ou au caveau) (27/34, *i.e.* presque 80%). Un peu moins nombreux (15/34) ce sont ceux qui organisent l'accueil et la dégustation. La plupart de ceux-ci le font, par contre, uniquement par rendez-vous. Ce sont cinq domaines parmi tous qui ont une structure bien consolidée pour l'accueil et la dégustation aux touristes.

En plus, trois vigneronns gèrent aussi des gîtes. Ils sont, donc, très en contact avec les touristes et le tourisme lui-même. Auraient-ils une vision donc plus « consciente » de leur paysage vécu ?

4.1.3.4 Rendement moyen

Le rendement des vignobles a un rapport direct, selon les experts, avec la qualité des vins. C'est pourquoi il est limité dans les cahiers des charges des appellations d'origine et des indications géographiques protégées. La qualité des produits est aujourd'hui également un grand atout territorial (et vice-versa !). Est-ce que ces gens qui font très attention au rendement et à la qualité de leurs produits ce sont les mêmes qui font le plus d'attention par rapport à leur paysage et qui le prononcent dans leurs discours ?

Dans les *Terrasses du Larzac* (mais non pas forcément en utilisant cette appellation), le rendement moyen parmi les vigneronns interviewés est de **32** hectolitres par hectare, au-dessous même des appellations les plus rigoureuses de cette zone (« *Terrasses du Larzac* » et « Montpeyroux »), en variant de 12 à 90 hectolitres par hectare.

Normalement ceux qui font les plus de rendement sont les mêmes qui au-delà du domaine particulier sont aussi et encore adhérents dans une cave coopérative (que non pas celle de Montpeyroux). Dans des caves coopératives qui sont dans une logique spécialement de vente en vrac, ce qui est le plus rentable pour les coopérateurs est de produire plus, même si les raisins ne peuvent pas être classifiés dans les appellations.

4.1.3.5 Lien avec la cave coopérative

Un peu plus de la moitié des vignerons interviewés (18/34) ont ou ont déjà eu un lien avec une cave coopérative : cinq entre eux **avaient des vignes en cave coopérative au moment où ils les ont acquis** :

[...] J'ai décidé de m'installer et j'ai mis une petite annonce dans un journal : « cherche des vignes ». Il y a des gens d'ici qui avaient 55 ans à l'époque et qui avaient un peu d'argent et qui se sont dit : « tiens, il y a quelqu'un qui cherche à acheter des vignes, nous on a un peu assez travaillé, on a de l'argent pour vivre tranquillement », donc ils m'ont écrit en disant qu'ils avaient des vignes à vendre. Mais les vignes étaient à la cave coopérative. Et autrefois il était très difficile de sortir de la cave coopérative. Il fallait respecter des accords. Mais dans trois ans, en sortant de petit à petit les vignes, j'ai réussi à tout sortir et donc j'ai grossi de petit à petit dans la cave particulière (DPM01, entretien 2011).

Huit ont été **coopérateurs jusque ou avant 2000**. Cette période – vers les années 2000 – a été « *le boom des caves particulières* » (DPO12, entretien 2011). C'est-à-dire que plusieurs coopérateurs sont sortis des caves coopératives pour essayer de créer leurs propres domaines, puisque « *l'activité comme ça devenait pas assez rentable* ».

Un seul vigneron est sorti définitivement de la cave coopérative seulement après les années 2000. En fait, il s'agit de quelqu'un qui avait déjà en sorti quelques parcelles. Il était coopérateur à la cave coopérative de Montpeyroux, qui en 2003 décida de ne plus accepter des coopérateurs qui avaient en même temps des caves particulières en vue de mieux assurer la qualité de leurs raisins. C'est ainsi que ce vigneron partit de la cave coopérative.

Dans la séquence, il y a encore quatre vignerons avec des domaines particuliers qui restent aussi adhérents d'une cave coopérative.

4.1.3.5.1 Les principales raisons de sortie de la cave coopérative

Pour les vignerons qui ont un jour été coopérateurs, voici les principales raisons pour lesquelles ils sont partie de la cave coopérative :

- **Augmenter ses revenus**

Quatre ont décidé de sortir surtout pour pouvoir augmenter leur revenu ou leur chiffre d'affaire.

On était tout le temps entre deux caves coopératives, c'était très difficile de tirer un salaire, c'est très dur. [...] Surtout le gros problème avec les caves coopératives c'est qu'on vend la plupart au négociant. Ce sont les négociants qui font le prix. A partir de là, on amène le raisin mais on ne s'occupe plus de rien. Une fois qu'on fait notre vin, on le vend à qui on veut et au prix qu'on veut. Et ça c'est toute la différence (DPO05, entretien 2011).

On a passé une période où la cave coopérative ne marchait pas très bien. C'était en 2002, il y a eu des hauts et des bas. Le coopérateur était des fois pas très bien payé (DPM03, entretien 2011).

- **Envie de faire son propre vin**

Six sont sortis parce qu'ils avaient envie de faire leur propre vin, avec tout le soin et la qualité qu'ils aimeraient. Ils souhaitaient avoir leur propre création, leur propre œuvre d'art, de suivre leur produit du début à la fin.

- **Conflits/ différentes stratégies**

D'autres présentent des conflits liés aux stratégies de travail et de valorisation des produits. Ce sont surtout trois vignerons qui l'identifient comme la principale raison pour laquelle ils se sont retirés de la cave coopérative.

[...] et puis j'ai porté mon vin à la cave coopérative en espérant qu'ils donneraient des primes pour les cépages améliorateurs, mais ils ne donnaient rien. Alors un jour j'ai demandé au président de la cave coopérative pourquoi il ne donnait rien pour améliorer la qualité, etc., il m'a répondu assez évasivement. Et ce jour-là je me suis dit que je me mettrai en cave particulière. J'ai continué un peu comme ça en cave coopérative et dans les années 75 j'ai décidé de faire de la culture biologique. [...] Alors j'ai posé la question à la cave coopérative : « est-ce que vous pouvez mettre mon raisin à part pour le vinifier en BIO ? », on m'a répondu : « non, il n'en est pas question (DPO08, entretien 2011).

4.1.3.6 Commercialisation

La majorité des vignerons (31/34) travaillent sur des systèmes de circuits courts, c'est-à-dire, ils commercialisent leurs produits localement et ont une certaine proximité avec leurs clients. Il s'agit notamment de la vente directe à la cave, mais aussi de la vente dans des petits marchés et restaurants locaux et, moins fréquemment, dans des marchés de rue.

Les boutiques spécialisées (comme les cavistes) et les restaurants régionaux (*i.e.* en dehors du territoire, par toute la France) sont également les canaux de commercialisation les plus envisagés par ces vignerons (27/34 et 24/34 respectivement).

Ensuite, nous trouvons la moitié des vignerons qui exportent une partie significative de leur production. Encore, quelques-uns commercialisent en négoce (6/34), avec des intermédiaires qui vont mettre leurs vins en bouteilles et les commercialiser dans des marchés des grandes surfaces, par exemple, ou alors les commercialiser directement à ces marchés. Et, finalement, nous trouvons aussi un grand vigneron qui vend directement ses vins aux marchés de grande surface.

Ces données nous montrent que ces vignerons des *Terrasses du Larzac* se trouvent dans une dynamique territoriale très riche et importante, avec un ancrage hypothétiquement très fort au paysage, même s'ils ne se rendent pas vraiment compte. Les circuits courts renforcent le réseau social, le tourisme, l'identité locale et ainsi le paysage et le développement territorial, comme j'en discuterai plus tard.

4.1.3.7 Stratégies de qualité des produits

De manière générale nous observons que la qualité semble être aujourd'hui entre les vignerons des *Terrasses du Larzac* une évidence pour réussir face à la « crise » (ou mieux, aux changements de marché) et donc l'une de leurs principales préoccupations. Leurs choix stratégiques, cependant, ne sont pas toujours pondérés (par eux-mêmes) tout d'abord en raison de la « réussite » ou de la « qualité » du produit. Même s'ils arrivent à ces points, leurs motivations et leurs discours parcourent parfois un autre sens.

Les stratégies que j'ai analysé, en conséquence, sont tout d'abord celles qui ont un lien à la qualité du produit, mais aussi à la qualité de l'environnement, comme : l'agriculture biologique, la biodynamie et l'agriculture raisonnée. Dans cette perspective, au-delà de la simple présence ou absence de la certification, le discours autour de celles-ci complète une première analyse de caractérisation de leurs profils. Ceci parce que ces facteurs peuvent

ensuite être accrochés aux différentes pratiques et visions du paysage : sont-ils les vigneron·s BIO plus « éveillés » autour de ceux-ci ? Notamment ceux qui cherchent le respect de la nature et/ou une meilleure qualité de vie ?

▪ **BIO (Agriculture Biologique) :**

Parmi les vigneron·s qui pratiquent l'agriculture biologique, j'ai identifié différentes situations : 1) ceux qui sont certifiés depuis longtemps, 2) ceux qui sont certifiés depuis récemment ou qui sont encore en conversion et 3) ceux qui se disent « BIO », qui pratiquent l'agriculture biologique mais qui ne sont pas certifiés.

Neuf sont les vigneron·s qui sont en agriculture biologique et certifiés depuis plus de temps. Quatre sont certifiés depuis récemment, sept sont en conversion et trois autres sont dans ce même mode de production mais ne sont pas certifiés. Le discours de ceux qui la pratiquent mais qui n'ont pas demandé la certification se justifient à la fois par un choix de qualité de vie et le respect à la nature (un choix personnel qu'un simple label ne serait pas vraiment capable d'exprimer) et à la fois aux « difficultés » liées à la « *lourde bureaucratie de la certification* », comme nous observons dans les deux discours qui suivent :

L'idée du domaine dès le départ à une époque où organique, biologique, biodynamie, tout le monde s'en foutait, ma mère et mon père ont dit dès le début : « on est tombé amoureux de cette vallée, nous vivons dans cette vallée, nous buvons l'eau qui coule dans cette rivière, donc **nous allons garder la vie qui existe dans cette vallée**. Aujourd'hui c'est devenu pour certains quelque chose que tout le monde embrasse et c'est très bien, parce que ça va dans le bon sens. Mais **nous ne l'avons jamais fait pour dire sur l'étiquette**, d'ailleurs on ne marque pas, mais on la toujours fait. Et nous continuons à boire l'eau de la rivière, ce qu'on ne pourrait pas faire si on utilisait la chimie et nos enfants et petits-enfants continuent à vivre dans cette vallée (DPO10, entretien 2011).

Moi je fais 3000 bouteilles par an, **je vais pas avoir la contrainte d'avoir trois fois de personnes qui viennent contrôler les choses, d'envoyer tous les mois, de payer...** J'ai plein de contraintes à faire, j'ai réfléchi, je me suis dit : « **les gens savent comment je travaille**, tous les traitements qu'on fait, je suis à 100% BIO dans tous mes traitements. [...] Jamais j'ai déclaré BIO, je disais aux gens « si vous voulez bien me croire je suis BIO, j'ai pas

un seul intrant ». Si vous allez dans les vignes vous voyez bien que c'est pas traité (DPM08, entretien 2011).

❖ « Discours du BIO »

Dans tous les discours de ces vigneron·ne·s qui s'identifient dans la logique de l'agriculture biologique, autour de leurs motivations, j'ai repéré notamment quatre grands discours :

• Le respect de la nature :

J'ai foi à la terre, il faut qu'on la respecte. On a fait trop de cochonneries, l'humain a détruit trop de choses par avidité, par cupidité. Et donc on peut pas faire une œuvre en faisant des cochonneries, en polluant la terre... (DPM11, entretien 2011).

Nous rentrons maintenant en 3^{ème} année de conversion BIO, l'idée étant que ça me choque beaucoup qu'on puisse laisser à nos enfants les eaux polluées (DPM04, entretien 2011).

• La valorisation du produit (ajout de la valeur) :

C'est quand même un plus de l'avoir [le label de certification AB] sur la bouteille. C'est plus valorisé déjà et en ce moment c'est à la mode aussi. Normalement ça marche un peu mieux. La clientèle elle nous le demande (DPO05, entretien 2011).

• Choix et qualité de vie :

Vivre bien, en santé, est un choix personnel qui justifie parfois le « pourquoi » du BIO.

Je fais en BIO tout simplement parce que je n'ai pas envie d'attraper un cancer, moi je n'ai pas envie de traiter mes vignes avec des produits qui vont me donner une maladie. Aujourd'hui on sait très bien que le désherbant et les pesticides sont des belles saloperies et tant mieux qu'on arrête (DPM14, entretien 2011).

- **Qualité du produit (goût, salubrité, arômes...) :**

Pour quelques vigneronns la qualité du produit est vraiment très liée au mode de production. Pour eux, les produits qui sont cultivés et traités avec pleins de pesticides et de désherbants n'ont même pas de goûts, ils perdent en saveurs et en arômes, ils deviennent « *stériles, pasteurisés* ». Ils ne sont même plus capables d'exprimer leur terroir.

Et c'est justement dans ce sens qu'il a été fondée l'association « La Renaissance des Appellations » (bien qu'elle soit plus liée à la biodynamie). Selon eux, pour que la plante puisse bien capter le climat, la chaleur, la luminosité, l'humidité et tout ce qui est important pour la qualité et la typicité des raisins, la plante doit se développer de la manière la plus naturelle possible.

Quand on fait du vin on a une lourde responsabilité : on doit donner ce que la nature donne de meilleur (DPO11, entretien 2011).

Avant, quand tout était en BIO, quand on mangeait des salades, des légumes, des poules, des lapins... tout il y avait un goût, et maintenant on trouve que ce qu'on achète et qu'on mange n'a plus de goût, n'a même pas d'arômes. Alors c'est aussi pour cela que nous avons opté pour le BIO (DPO04, entretien 2011).

- **Biodynamie :**

Au-delà de l'agriculture biologique, quelques vigneronns cultivent encore en biodynamie. Pour quelques-uns c'est une façon d'aller plus loin dans le respect et l'équilibre avec la nature. Souvent ils ne rentrent pas trop dans la philosophie et le mode de vie compatible à la pensée de Rudolf Steiner, dont les enseignements ont engendré l'agriculture biodynamique. Ils prennent seulement la biodynamie comme une forme de cultiver les vignes et faire du vin, peut-être une forme plus « efficace » et plus valorisée que le simple « BIO ».

[...] Rudolf Steiner a été un peu illuminé. Moi je le fais pas de la manière illuminé. Je le fais de manière très pratique. Je fais même des parcelles non traitées en biodynamie pour voir si ce que j'ai fait a un effet ou pas (DPO07, entretien 2011).

Le BIO c'est respecter, c'est être limité dans un cahier des charges, c'est-à-dire on n'a pas le droit de faire ci, de faire ça... Ce qui sous-tend

généralement une baisse de rendement et des problèmes. La biodynamie c'est l'inverse quelque part, parce que – bien sûr il faut être BIO, mais on peut faire des infusions, on peut appliquer une préparation... C'est comme être avec sa vigne comme on peut l'être avec un enfant, on ne veut pas qu'il soit malade, on veut qu'il soit en bonne santé, qu'il soit intelligent... La biodynamie c'est ça pour moi, il faut qu'il y ait une interaction positive et une osmose positive vis-à-vis de sa vigne. Pour moi c'est ça la biodynamie, c'est aller plus loin. D'ailleurs, on le voit depuis le temps que les gens qui font de la biodynamie, ils n'ont plus leur rendement qui baisse, mais qui augmente. Ils n'ont plus des vignes qui sont malades, ils ont des vignes qui sont en meilleure santé. C'est sûr, c'est beaucoup plus de travail, mais d'un autre côté on a quelque chose d'autre. Dans la mesure où on veut créer une œuvre, dans la mesure où on veut aller au bout, c'est sûr que ce n'est pas la même démarche (DPM11, entretien 2011).

▪ **Agriculture raisonnée :**

Apparemment, selon les plusieurs discours que j'ai pu entendre, les produits chimiques et les pesticides ne sont pas trop utilisés dans les *Terrasses du Larzac*. Selon une grande partie de l'échantillon, c'est « *assez facile de produire en BIO* » (ou presque) dans cette région, puisque le climat est sec et il y a beaucoup de vent, ce qui empêche un grand nombre de maladies de s'y installer. C'est vrai, en même temps, que certaines pratiques (notamment les mauvaises) se cachent et peuvent être détournées dans les discours :

Vous connaissez un agriculteur qui vous raconte qu'il n'est pas en BIO, qui vous dit « oh, non, moi j'emploie plein de désherbants, plein de pesticides... » ? Non, tout le monde est en BIO ! Tout le monde peint tout en vert !... (DPO11, entretien 2011).

Ainsi, tous ces vigneron qui ne sont pas en Agriculture Biologique ou en Biodynamie se disent être en Agriculture Raisonnée, malgré qu'ils ne soient pas certifiés. En remarquant toutes leurs difficultés et les travaux administratifs que se chartes demandent de plus, qu'ils se plaignent souvent – et à côté de leurs autres discours –, c'est quelque part crédible et compréhensif qu'ils soient dans cette logique.

J'ai été affilié à une charte de culture raisonnée « Terra Vitis » jusqu'à ce que mon assistante accouche. C'est tellement de travail administratif la culture raisonnée, il fallait parcelle par parcelle tenir une comptabilité de ce qu'on y mettait, moi j'étais pas capable de tenir, donc j'ai arrêté

l'inscription à la charte, mais j'ai continué en culture raisonnée et avec des contraintes plus strictes que ce qu'on imposait. Aujourd'hui je suis en conversion BIO (DPM04, entretien 2011).

▪ AOC

La valorisation des produits par les appellations d'origine est un facteur très important dans l'analyse, dans la mesure où je veux établir une relation entre celle-ci et le paysage vécu. C'est bien possible que ceux qui valorisent plutôt une appellation locale, comme Montpeyroux, Saint Saturnin ou même les *Terrasses du Larzac*, soient plus attachés et attentionnés au paysage.

Dans ce sens et par l'instant, quatre catégories dans la forme de valorisation des produits à ce niveau ont été identifiées :

- **Principalement AOC Village ou Terrasses :**

La plupart des vignerons valorisent justement plutôt l'appellation locale, soit elle le nom du Village ou les *Terrasses du Larzac* (en rappelant que pour la plupart des communes du terrain d'étude il n'existe pas une « appellation village »).

- **Principalement IGP ou vin de Pays :**

Ici nous avons surtout les vins faits avec des cépages qui ne font pas partie des appellations. Ainsi, c'est parfois une option de faire un vin avec d'autres cépages, mais aussi avec de la qualité. Des fois, c'est un choix, dans ces cas, lié aux rendements.

Nous sommes au milieu de l'appellation Languedoc mais les cépages plantés au Domaine ne font pas partie des assemblages, des cépages acceptés. Donc l'appellation ne nous est pas ouverte. Nous, nous avons donc fait notre chemin, notre propre appellation c'est notre nom aujourd'hui. [...] On peut réussir avec ou sans l'appellation. Il n'y a pas une seule voie qui mène à Rome... (DPO10, entretien 2011).

Deux vignerons valorisent autant la « petite appellation » (village ou Terrasses) que les IGP ou vin de pays (pratiquement 50 et 50%).

- **Principalement AOC Languedoc :**

Il n'y a pas de vigneron, dans notre échantillonnage, qui valorise surtout et seulement l'appellation Languedoc, mais il y en a trois qui valorisent autant celle-ci que l'appellation locale.

- **Un peu de tout :**

Un seul vigneron valorise un peu de tout. Pour lui, c'est plus important d'avoir une bonne réputation lié au nom du domaine, avec des bons vins, que proprement d'avoir une appellation, malgré qu'il soit un « défenseur » de celle-ci.

Les caves coopératives et les appellations :

Les deux caves coopératives dans les communes qui possèdent une « appellation village » (à savoir Montpeyroux et Saint Saturnin), valorisent notamment ces petites appellations. Elles portent le nom et l'histoire du village et pour cette raison sont très liées et attachées à ces appellations. Il convient remarquer, pourtant, que ces deux petites appellations ne sont pas encore reconnues à l'INAO comme telles, mais comme une dénomination qui peut être ajoutée à l'appellation Languedoc. Par l'instant, donc, ils n'existent pas vraiment des cahiers de charges très « stricts » qui sont appliqués aux dénominations. Ce processus est en cours, notamment et dans un état plus avancé sur Montpeyroux. Le rendement devra être limité à peu près à 45 hectolitres par hectares (je rentrerai dans une discussion plus développée plus tard dans le chapitre). Ainsi, est-ce que ces caves coopératives continueront toujours à prioriser ces appellations ?

Les deux autres coopératives que j'ai rencontré en dehors de ces communes travaillent principalement avec le grand volume et la vente de vin en vrac, au négoce. En raison notamment des rendements, ils valorisent plutôt les IGP et les vins de pays. La cave coopérative de Gignac valorise aussi un peu l'appellation Languedoc (dont le rendement est un peu plus élevé que la petite appellation).

4.2 Le paysage à travers les mots : des paysages « invisibles » ?

Intouchables, imaginaires ou réels, bien qu'ils ne puissent possiblement pas être racontés de manière précise et interchangeable pour tous, les paysages font partie des mémoires, des vies, des émotions, des quotidiens... de « l'invisible », justement ! Le paysage, ainsi

comme ses études, quand parlé ou écrit, est souvent proféré par les descriptions, les caractérisations, les aspects surtout physiques. Mais est-ce que si on se limitait à ceux-ci, serait-on capable de révéler la vraie essence de ce paysage ?

Dans cette perspective, il y a tout d'abord une difficulté qui se pose au niveau de l'abordage du paysage avec les acteurs interviewés : comment les faire parler du paysage, ce paysage si complexe qui est beaucoup plus qu'image ? Comment capter son essence ? Comment il se distingue et se rapproche dans leurs différentes visions ? Ainsi, il est aussi intéressant dans un premier temps de savoir qu'est-ce que c'est pour ces acteurs le paysage. Associent-ils le paysage à leur vie quotidienne, à leurs travaux ou à leur vie collective ? Ou est-il accroché aux loisirs, à la solitude et à la Nature ? Parlent-ils d'émotions, de souvenirs ou de l'imaginaire ? Ou ont-ils des discours plus politiques où on voit une vraie préoccupation et mobilisation du paysage ?

Ensuite, loin de vouloir se limiter aux perceptions et aux descriptions, le paysage vécu des producteurs ressort de manière plus subtile et complexe à travers leurs discours, d'un côté par leurs pratiques et de l'autre par leur dynamisme ou alors celui de l'exploitation, du village, du territoire ou de la région. Des histoires et des vies racontées par ces acteurs qui donnent forme et essence au paysage, par son passé, son présent et son avenir, même quand il n'est que l'invisible. Dans ce chapitre, le paysage est sans doute un vécu, mais il est aussi une mosaïque de réalités, des morceaux d'un paysage qui sera complété à la fin (dans le *Chapitre 6* avec la construction du « dessin riche ») par les autres approches, avec les images et les actions collectives et publiques.

Ces fractions de la réalité nous aident en même temps à comprendre les dynamiques et la construction du paysage. Et peut-être donc son essence ? Celle-ci est la raison et la subtilité de son existence. C'est beaucoup plus que des arbres, des rochers, des murs et toute cette composition d'éléments visuels. Ceux-ci sont apparemment ce qu'ils le sont, mais, muets et interchangeable, ils y sont pour des raisons et des relations spécifiques, à la fois de fond économique, d'autres de fond sentimental, ou encore même légal.

4.2.1 Le paysage dans la vision des acteurs

Les acteurs du terrain, ainsi comme n'importe quel être humain, ont des différentes visions de monde, qui se rapprochent (ou pas) entre elles. La vision de monde est une fenêtre où chaque individu aperçoit et interprète le monde, autant pour le comprendre que pour le transformer. C'est comme si c'était une lentille culturelle dont la construction inclut des valeurs, des conventions, des concepts et des approches. C'est-à-dire que nous n'avons pas

tous la même forme de voir le monde, ou un sujet, une réalité, une situation-problème. Les différentes visions de monde modèlent donc nos perceptions de la réalité et, ainsi, nos décisions, nos actions et nos interactions et tous les aspects de l'existence humaine dans l'univers.

Elle représente, en conséquence, d'un côté un outil culturel très puissant et riche, puisque c'est ce qu'un individu, un groupe social, une communauté ou une société dispose pour (re)signifier son passé, comprendre son présent et faire des prévisions pour construire son futur. Quand nous comprenons que la réalité est ce que notre « méthode d'observation » nous permet d'apercevoir, nous commençons à reconnaître que notre vision de monde formate nos « modèles mentaux », au travers lesquelles nous observons, systématisons, interprétons et apportons de sens à nos propres expériences dans le monde.

D'un autre côté, pourtant, dû à la diversité et aux conflits souvent gérés par différentes et divergentes visions de monde, plusieurs nouvelles idées ne sont pas implémentées parce qu'elles sont, par exemple, conflictuelles avec des modèles mentaux profondément enracinés que limitent la façon dont les personnes pensent, agissent et interagissent. Ceci fait partie des discours autour du paysage qui ont une portée plus politique, comme nous distinguerons dans la séquence de ce chapitre et du *Chapitre 5*. Ne serait-elle pas, celle-ci, une des responsables par la grande (si elle existe) crise d'aujourd'hui : une crise de perception ?

Cette crise dériverait du fait de que nous, et spécialement nos leaders, conduisons l'exécution de nos actions et interactions orientés par des concepts d'une vision de monde obsolète, d'une perception de réalité inadéquate pour « aborder » notre monde, qui est chaque fois plus complexe. Nous faillons non pas seulement de reconnaître comment différents problèmes sont inter-liés, mais nous négligeons également à reconnaître comment « nos solutions » ont un impact sur les autres et sur les générations futures.

Dans ce fil, l'identification des différentes visions de monde des acteurs autour du paysage est importante dans un premier temps pour mieux comprendre leur « attachement » au paysage, les symboles, les sentiments, etc. et comment ils s'approprient du paysage. Et ensuite pour connaître le niveau de sensibilisation et de conscientisation autour du paysage par ces mêmes acteurs.

C'est dans cette perspective que j'ai identifié quatre types de vision différents, englobés dans deux grands discours : un premier plus poétique et habituel, et un deuxième plus politique et structuré, où la mobilisation du paysage prend un caractère très important

dans l'avenir et l'économie du territoire. Cela ne veut pas dire que chaque acteur possède un seul type de vision, souvent ils présentent des discours qui réunissent deux ou (moins souvent) trois visions différentes (Fig. 4.3).

Les quatre visions de monde autour du paysage sont : A) le paysage domestique / du quotidien, B) le paysage des loisirs, C) le paysage comme ressource commerciale (liée à l'activité) qu'il faut préserver, et D) le paysage patrimoine. L'explication, l'analyse et les discussions pour chaque vision viennent dans la séquence. La distribution d'acteurs pour chaque ou plusieurs vision(s), pourtant, est présentée ci-dessous. L'analyse des entretiens a permis de répartir les producteurs interviewés en fonction de leur vision du paysage. Plusieurs d'entre eux combinent différentes visions.

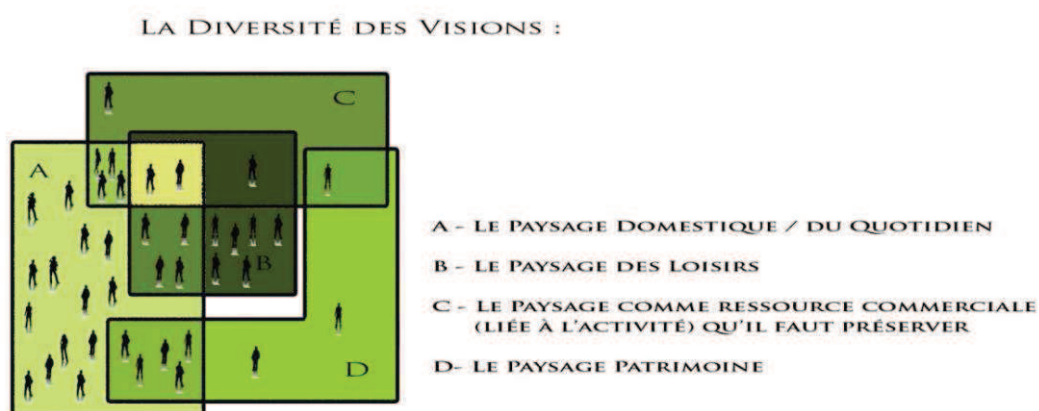


Fig. 4.3 – La diversité des visions de monde autour du paysage par les producteurs.

4.2.1.1 Le paysage domestique / du quotidien

Le premier type de vision identifié, dans une perception plus lyrique et délicate, pourtant lié à une vie quotidienne et souvent aussi à leur activité, s'agit du « paysage domestique », celui de chez eux, de leur quotidien, sans rentrer précisément dans des sujets comme le patrimoine ou le tourisme, par exemple. Ce paysage domestique concerne 26 personnes. Il s'agit d'un paysage lié donc souvent au bien-être, mais quelques fois aussi ils se voient comme un acteur important dans la construction de ce paysage qui n'est que leur quotidien : « *Le paysage c'est d'ouvrir sa fenêtre le matin et être fier de ce qu'on voit, de ce qu'on fait, de ce qu'on apporte aux gens* » (DPM06, entretien 2011).

Ah, le paysage c'est déjà le plaisir des yeux le matin quand on part au travail... Mais le paysage c'est un endroit qui est façonné par notre travail, je pense qu'il faut le façonner avec beaucoup d'intelligence... (DPM05, entretien 2011).

Nous pourrions partir de l'hypothèse que notamment les néo-vignerons auraient ce type de vision, puisque ceux-ci ont bien choisi ce « paysage » comme leur endroit de vie et de travail. Ainsi, ils seraient particulièrement plus reconnaissants et conscients de ce paysage domestique :

Pour moi c'est important de vivre ici, de voir cette montagne, le mont Baudille. Je me lève, je regarde si elle est là, elle est toujours là, ça me rassure... je suis bien ici, cette région me plaît, le climat est bon aussi (DPM07, entretien 2011).

D'un côté c'est vrai, puisque la plupart des néo-vignerons a cette vision. D'un autre côté, pourtant, autant un peu plus de la moitié des vignerons issus de familles vigneronnes et originaires de l'endroit a une idée de paysage aussi lié à ce lieu de vie : « *Le paysage c'est notre vie de tous les jours, c'est quelque chose qu'on apprécie, il faut en prendre soin* » (ACM02, entretien 2011).

Cela signifie que ces acteurs, « fils de la terre », sont quelque part conscients, reconnaissants et fiers de leur paysage, ce système qui fait partie de l'endroit où ils sont nés, ont vécu et exercent leur activité, celle qu'ils ont appris avec ses parents. Leurs discours s'attachent souvent à la beauté, mais aussi à des sensations ou émotions, comme j'irai en discuter plus loin (*section 4.3.2*) : Le paysage et ses symboles. C'est-à-dire que quand ils parlent de leur paysage domestique ils en parlent souvent avec joie et admiration. Ce n'est pas, pourtant, un sujet apparemment très facile à parler et familier à ces acteurs, qui ont souvent mal à en parler : « *Le paysage ? Ah, ben... Moi le paysage... j'y suis né, je l'apprécie énormément, je le découvre tous les jours, mais, hum... Vous voulez dire l'environnement ?...* » (ACM03, entretien 2011).

Même si leurs discours sont donc souvent liés à leur paysage domestique, à leur quotidien, le mot ou la notion du paysage ne semblent pas, par contre, faire partie de leur quotidien. Cela veut dire que possiblement ils n'y pensent même pas, mais c'est en même temps surprenant de voir que ce que leur vient à l'esprit, au moment, c'est leur vie habituelle, et non pas des moments des balades ou des loisirs (ce qui serait probablement l'inverse s'il s'agissait des habitants urbains).

Ce qui est frappant, c'est la vision au regard des femmes. Concrètement j'ai rencontré au total 11 femmes vigneronnes, dont 6 indépendantes et 5 qui travaillent avec leurs conjoints. Dans ce groupe, à l'exception d'une femme et d'un couple, quasiment la totalité met en valeur un paysage du quotidien. Serait celle-ci une vision de caractère plutôt féminin ?

Serait-il vrai que les femmes (ou plutôt la personnalité féminine) sont plus sensibles, contemplatives, affectives et valorisent plus les émotions et les qualités globales (Poeschl *et al.*, 2003) ?

Ensuite, moins bouleversant mais aussi remarquable sur les types d'acteurs qui ont cette vision, ce sont les raisons de leurs choix pour l'activité et/ou l'endroit d'installation, ainsi que pour le BIO quand c'est le cas. Parmi les néo-vignerons, ceux qui présentent une vision du paysage domestique ce sont les mêmes qui recherchaient surtout un autre mode de vie, un terroir, la proximité de la Nature et/ou une bonne localisation (par rapport au climat, à la proximité à des grandes villes, aux plages et aux montagnes). En même temps, quand nous observons leurs discours autour du BIO, quand c'est le cas, nous remarquons que leurs choix pour ce type d'agriculture sont soutenus particulièrement pour la « qualité de vie » et pour « le respect à la Nature ». En conclusion, ces acteurs mettent en valeur un paysage quotidien et domestique dans leurs discours puisque ceci est un composant justement précieux et très présent dans leurs propres choix de vie.

Dans la *Figure 4.4* ci-dessous nous observons les vignerons, par commune, qui ont ce type de vision.

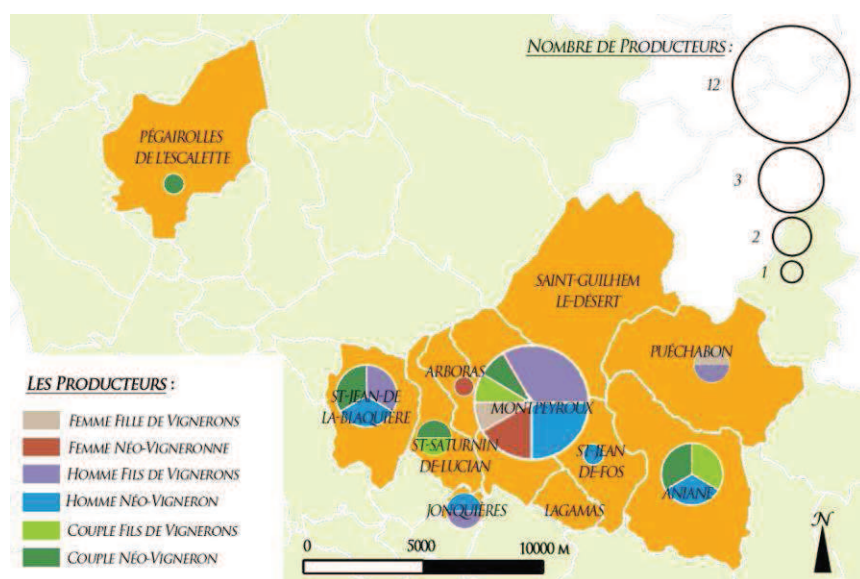


Fig. 4.4 – Nombre de producteurs par commune, qui mettent en valeur le « paysage domestique / du quotidien » dans leurs discours (C. Velloso et A. Bouchier, 2012).

4.2.1.2 Le paysage des loisirs

Dans la même ligne de perception, *i.e.* encore dans une dimension poétique et lyrique du paysage, j'ai identifié une vision du paysage un peu différente de celle du quotidien,

puisqu'elle est liée à des moments de loisir, de balade, de chasse, de randonnée, etc. C'est-à-dire que le paysage n'est pas attaché à leur travail ou leur vie journalière, mais à des moments où ils se trouvent « libres » du travail et des préoccupations quotidiennes. Le paysage est lié à la contemplation et c'est comme si son existence était dépendante d'un regard insoucieux et reposé. Parfois ils peuvent même imaginer ce même paysage qui fait partie de leur vie quotidienne, mais qui n'est donc aperçu que dans des moments de loisir, de repos, de balade. D'un coup, c'est comme si les personnes contemplaient et se rendaient compte du paysage qui leurs entoure en dehors de leur activité. Se verraient-ils donc moins responsables de ce paysage ? Ne se voient-ils pas comme des acteurs qui façonnent le paysage ?

Moi j'aime faire des randonnées. Là où je me sens bien, c'est dans les chemins de randonnées au-dessus de Saint Jean de Fos, de Montpeyroux, parce que ce sont des chemins où on voit à la fois la zone sèche, la garrigue, les bois des pins, les petits ravins avec des ruisseaux, c'est l'écosystème languedocien. Je vais très rarement me promener vers la mer... (DPO08, entretien 2011).

Si la première vision (du paysage quotidien) est la plus mise en valeur par les producteurs, celle-ci vient en deuxième, avec 13 acteurs, dont 11 hommes et 2 couples. Dans ce groupe nous trouvons également les seuls chasseurs identifiés. Le paysage est, pour ceux-ci, attaché aux moments de chasse :

Je vais très peu à la chasse, mais j'y vais un peu. Des fois je contemple plus le paysage, que je regarde mes chiens chasser. Parce que des fois, le soleil, les reliefs avec le soleil et l'ombre derrière certaines collines, c'est magnifique ! (DPM03, entretien 2011).

Le paysage c'est quand on sort et qu'on voit... Et puis on aime la Nature. Je suis chasseur de sangliers... (DPM10, entretien 2011).

De même, ce sont notamment des vigneron et des viticulteurs de plusieurs générations qui parlent du paysage de cette manière. Des vigneron qui se sont mis dans l'activité parce qu'ils ont repris l'exploitation de leurs parents. La moitié d'entre eux, pourtant, ne possède pas celle-ci comme seule vision. Ceux-ci ont aussi notamment des discours qui parlent de leur quotidien. Trois d'entre eux ont aussi un discours un peu plus politique, en voyant le paysage comme une ressource commerciale liée à leur activité qu'il faut préserver. Pourrions-nous penser ou affirmer que les autres acteurs, qui ont une vision

du paysage reliée simplement à des moments de loisirs, sont ainsi moins conscients de l'importance et du rôle du paysage, ainsi comme de leur responsabilité ?

Tous les acteurs interviewés qui parlent de ce paysage sont présentés symboliquement dans la figure ci-dessous, où l'on voit également leur localisation par commune. Nous observons que ceux-ci se concentrent notamment dans le secteur Puéchabon, Aniane, Saint Jean de Fos et Montpeyroux.

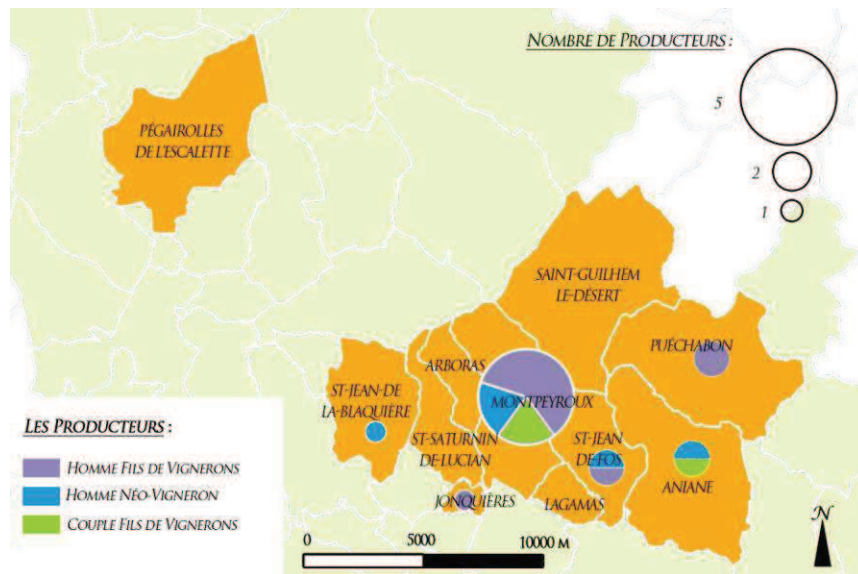


Fig. 4.5 – Nombre de producteurs par commune, qui mettent en valeur le « paysage des loisirs » dans leurs discours (C. Velloso et A. Bouchier, 2012).

4.2.1.3 Le paysage comme ressource commerciale (liée à l'activité) qu'il faut préserver

Bien moins nombreux ce sont les acteurs qui présentent un discours plus politique, en reconnaissant d'abord le paysage comme une ressource qui est très liée et qui fait aussi marcher leur activité économique, souvent lié au tourisme. Ils voient donc le paysage comme une ressource commerciale pour leur activité et qu'il faut alors préserver.

[...] Tout le monde peut dire en France que la beauté, la laideur, c'est tellement subjectif... oui, mais l'emploi, le commerce, l'activité, **ils n'ont pas compris que le paysage c'est notre fonds de commerce!** Et les politiques disent qu'ils font seulement une 'augmentation modérée' !?! La politique... On ne vote pas pour celui qu'on croit, on vote pour celui qui est moins pire que l'autre... Alors, imaginez-vous si au Louvre, par exemple,

on vous dit : « on va faire une petite intervention mesurée dans le tableau de Joconde, on va lui mettre des moustaches ». Je ne sais pas si on aurait du monde qui viendrait voir la Joconde si elle avait une moustache... Voilà le paysage ! (DPO11, entretien 2011).

Pour eux, pour faire vivre et pour préserver l'activité viticole (ainsi comme l'inverse est aussi vrai), il est indispensable que l'activité viticole et l'œnotourisme continuent à se construire et soient liés. En fait, la plupart des vigneronns, autant que les caves coopératives renommées, vivent notamment de la vente directe à la cave et des circuits courts. Cela veut dire que, pour eux, c'est très important que leur paysage soit attractif et protégée pour que les gens viennent, leurs achètent des vins et qui aient envie d'y retourner et le plaisir (lié à l'image) à déguster leurs vins.

[...] de ma terrasse on voit la beauté du paysage, et les gens qui viennent sont marqués par ça. Quand ils vont ouvrir une de nos bouteilles chez eux, après, ils verront la qualité du vin, ils se souviendront de la conversation qu'on a eu, mais ça sera surtout cette vision-là qu'ils l'auront. Là, leur attachement au terroir il est immédiat ! C'est presque physique. Si demain on construit une usine là, ça ne sera plus de tout pareil, les gens n'auront plus le même ressenti (DPO20, entretien 2011).

La plupart des acteurs avec cette vision, au-delà de la vente directe travaille avec l'accueil et la dégustation au caveau. Ils ont souvent une bonne infrastructure et une organisation pour le faire. Ils sont habitués à recevoir des visiteurs et connaissent donc bien l'importance de ceux-ci, qui viennent souvent pour visiter des sites touristiques ou pour se balader, pour leur économie. Ce n'est pas surprenant, en conséquence, que ce soient ceux-ci les acteurs plus inquiets et conscients par rapport à la qualité du paysage.

Cela ne veut pas dire, pourtant, qu'ils n'aient pas d'autres discours ou visions par rapport au paysage. Ils reconnaissent souvent ce paysage comme ressource commerciale aussi comme leur paysage domestique du quotidien. Quelques fois ils le reconnaissent aussi comme un paysage de (leurs) loisirs, et un seul acteur le voit aussi en termes de patrimoine.

Une autre caractéristique commune à ce groupe d'acteurs est que tous sont des producteurs qui travaillent en Agriculture Biologique. Sans doute c'est dans ce groupe que nous trouvons les personnes les plus éveillées et préoccupées de l'importance du paysage, mais pourrions-nous établir un lien entre ceci et l'agriculture biologique ? Si l'on analyse les données de manière plus approfondie et que l'on voit les raisons pour lesquelles ils ont choisi

d'un côté d'être dans l'activité et dans cet endroit et d'un autre côté de cultiver en BIO, nous pouvons quelque part établir cette relation.

Il s'agit, en fait, des gens qui sont là et qui font ce qu'ils font pour des raisons liées à un mode de vie et également à la Nature. D'une part, ils ont opté pour ce mode de vie et avec en même temps de la qualité de vie, et d'autre part ils ont cherché être à proximité de la Nature, en la respectant, de la même manière, à travers la production BIO. Or, s'ils ont cherché dès le début ces raisons pour vivre, travailler et « gagner la vie » dans cet endroit, c'est naturel qu'ils soient aussi mobilisés pour continuer à avoir cette qualité de vie, la proximité et le respect de la nature que, selon eux, c'est lié au paysage.

Ils parlent généralement des sites touristiques à proximité, comme le Pont du Diable, la grotte de Clamouse, Saint Guilhem le Désert, le Lac du Salagou et le Cirque de Navacelles. L'un d'entre eux a un grand caveau très visible dans une route qui amène au Pont du Diable et à Saint Guilhem le Désert :

C'est surtout pour nous, on fait de la vente directe, parce qu'on a un joli paysage et qu'on a beaucoup de monde qui vient l'été. Qui viennent justement pour le paysage, donc le paysage, il faut l'entretenir. **C'est une clé pour nous.** En généralité c'est quand même le paysage qui fait tout. Et encore plus pour nous, parce qu'on a Saint Guilhem le Désert, parce qu'on a l'UNESCO. Et ça il faut toujours le garder, c'est ce qui nous apporte, parce qu'en Languedoc, à part la vigne et le tourisme, on n'a pas d'économie. Et ici le paysage est entretenu. Au moins pour le moment. Faut vraiment le préserver (DPO05, entretien 2011).

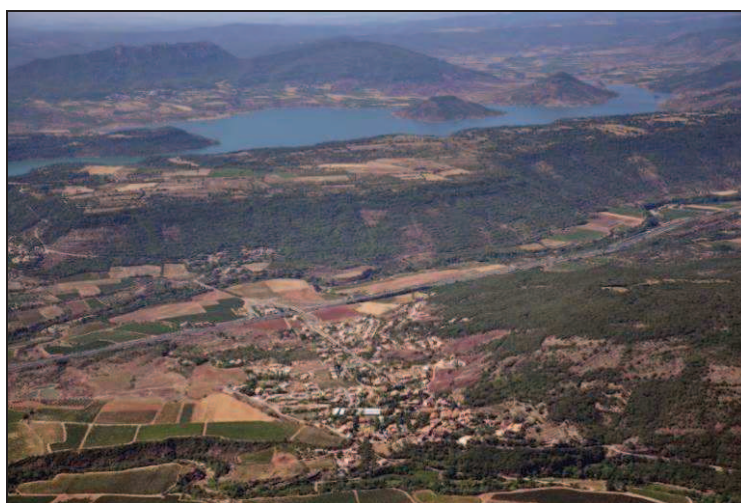


Fig. 4.6 – Le lac du Salagou et ses alentours, vue aérienne à partir de Salelles du Bosc.

Source : CERPA, C. Renard et A. Humbert, août 2010.

Un autre vigneron parle aussi des sites touristiques, mais dit qu'au-delà de les protéger, il faut finalement développer plus le tourisme et les infrastructures pour accueillir les touristes, « *pour que les gens puissent manger, dormir, de manière qualitative* » :

On a la chance d'avoir des paysages superbes, des grands vins, et une vraie richesse de sites. On a Saint Guilhem le Désert, le Lac du Salagou, etc., il y a des tas de choses à voir et des tas de choses à faire dans des domaines très différents. Mais pour faire venir des gens il faut pouvoir les accueillir, donc il faut être conscient qu'il faut construire des choses autour (DPO20, entretien 2011).

Au-delà de ce discours et d'une perception générale du paysage, qui identifie une vision de paysage comme une ressource économique, il y en a certainement plus de discours que nous montrent non pas forcément cette vision du paysage, mais des précisions par rapport aux inquiétudes liées aux mutations dans celui-ci, qui ne laissent pas d'avoir un caractère aussi un peu plus politique. Il ne s'agit pas, pourtant, d'un type de vision du paysage, mais plutôt de processus d'évolution du paysage, que complètent certainement les diverses visions et qui sera abordé postérieurement dans le chapitre.

La carte géographique (Fig. 4.7) ci-dessous nous montre que les acteurs avec cette vision se situent entre Montpeyroux, Aniane et Jonquières, avec un acteur aussi sur Saint Saturnin de Lucian.

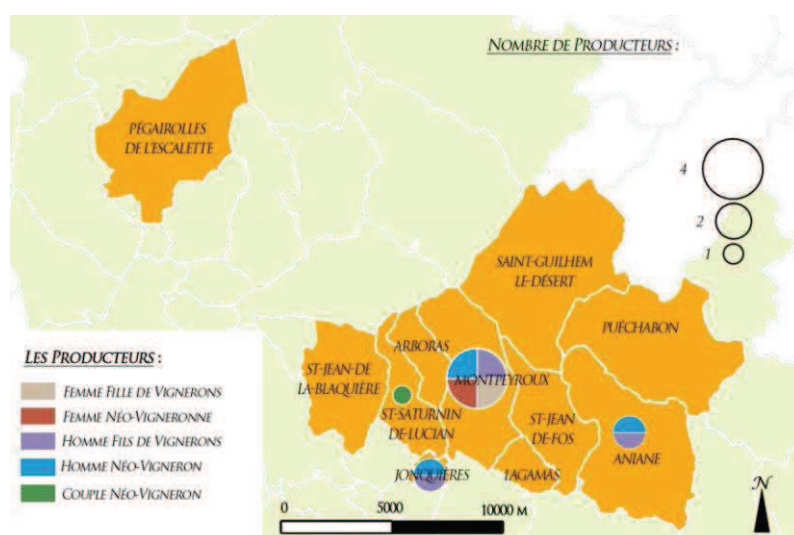


Fig. 4.7 – Nombre de producteurs par commune, qui mettent en valeur le « paysage comme ressource commerciale (liée à leur activité), qu'il faut préserver » dans leurs discours (C. Velloso et A. Bouchier, 2012).

Parmi les neuf acteurs qui présentent ce type de discours, nous trouvons quatre personnes qui sont actuellement ou qui ont été dans un moment de leur vie des acteurs « politiques » assez importants, comme présidents de syndicats d'appellation d'origine ou directeur d'une cave coopérative. Voici le motif de leurs discours plutôt politique ? Si cela ne passe pas que des discours, c'est tout de même très positif de rencontrer tels types d'acteurs avec une vision plus sensible aux changements et à la préservation du paysage. Pouvons-nous, donc, attendre des actions collectives et politiques favorables au paysage⁷³ ?

4.2.1.4 Le paysage patrimoine

La dernière vision identifiée est celle du paysage comme un patrimoine, ou alors d'un paysage conteneur de patrimoine. Dans cette vision (sans vouloir démesurément rentrer dans la grande discussion de ce qui peut être patrimoine ou pas), le paysage est patrimoine quand il est un « héritage » façonné par l'homme, ou alors quand il est typique avec des éléments (souvent construits par l'homme) qui font de lui unique. Il est donc « conteneur de patrimoine » quand il est identifié ou rapporté à des éléments comme des murs en pierre sèche, des vieux oliviers, des mazets, etc., considérés comme patrimoine. C'est alors dans ce cadre que j'ai identifié la vision que j'ai nommé « Le paysage patrimoine ».

[...] les gens voulaient arracher les oliviers, pour mettre de la vigne. Il y a des gens qui ont dit « non, ça fait partie du vin ». Les oliviers ils font partie du paysage et ce paysage il fait partie de notre vin. [...] Ici c'est tout à fait différent de Bordeaux et d'autres paysages viticoles, nous, c'est spécifique, des petites parcelles qui sont là, des morceaux que vous allez planter avec des façons très différentes, du gobelet, on a des systèmes de taille qui sont typiquement languedociens... (DPM08, entretien 2011).

Ici c'est un paysage qui est le fruit de son histoire (DPM11, entretien 2011).

[...] et encore nos grands-parents faisaient beaucoup mieux, parce qu'on avait toutes les vignes sur le coteau, c'était que des étagères. Les étagères c'est que des pierres pour bloquer les unes sur les autres, ce qu'on appelait les « faïsses ». Et les « faïsses » en fait, le dimanche après-midi nos ancêtres, quand ils ne travaillaient pas dans les champs, c'était leur journée, aller monter les murs. Maintenant c'est fini. C'est pour ça, nous on préserve (DPO05, entretien 2011).

⁷³ Ceci est le thème et la discussion du prochain chapitre (*Chapitre 5*).

Le paysage, c'est l'héritage des générations passées, c'est à nous à l'entretenir pour le futur (ACM02, entretien 2011).

Des huit acteurs avec cette vision du paysage, sept sont des producteurs en Agriculture Biologique et six sont des néo-vignerons. Aurait-il donc un rapport entre cette forme de voir le paysage, le BIO et les néo-vignerons ? Pourrions-nous affirmer que la valorisation du paysage comme un patrimoine ou d'un paysage « gardien du patrimoine » est une vision particulière à des gens qui sont venus d'ailleurs et qui ont un regard plutôt « extérieur » et que les habitants locaux ne reconnaissent pas toute la richesse (historique, de la biodiversité et culturelle) de leur paysage ?

Dans cette perspective et à partir d'elle, nous commençons à remarquer la complémentarité qu'il peut avoir de l'arrivée de ces nouveaux vignerons, qui est chaque fois plus présente dans les *Terrasses du Larzac* et qui permet quelque part le maintien de l'activité (et ainsi du paysage) dans la région. Des différentes visions de monde apportées à une collectivité. Seraient-elles, ces visions, plutôt motif de conflits, ou d'enrichissement d'un regard collectif ?

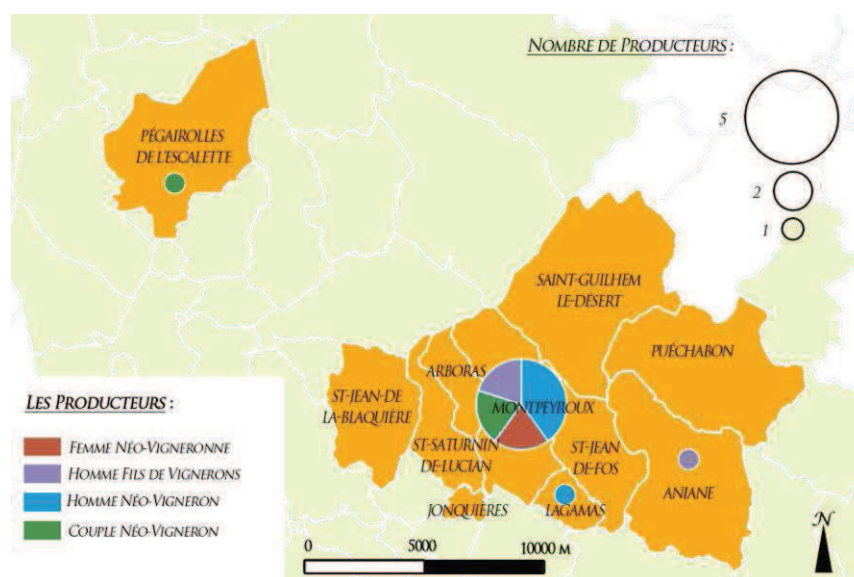


Fig. 4.8 – Nombre de producteurs par commune, qui mettent en valeur le « paysage patrimoine » dans leurs discours (A. Bouchier et C. Velloso, 2012).

Les acteurs qui parlent du « paysage patrimoine » se situent notamment sur la commune de Montpeyroux (*Fig. 4.8*). Dans ce village, riche en termes de vie sociale avec un grand nombre d'associations, nous trouvons au moins une association que s'occupe de l'entretien et de la valorisation du patrimoine et de l'histoire. Il s'agit de l'Association « Les

Chemins de l'Histoire ». L'acteur le plus éloigné géographiquement, qui se situe à Pégairolles de l'Escalette, est très attaché et soigneux aux terrasses, aux murs en pierre sèche et aux capitelles de son exploitation. Il participe avec d'autres vigneron·nes d'un groupe qui reconstitue ces patrimoines, à l'aide d'anciens habitants qui gardent encore précieusement ce savoir-faire.

4.2.2 Le paysage et ses symboles

Je pouvais moi-même identifier et définir les symboles de ce paysage : le Mont Baudille qu'on voit dès qu'on arrive sur le terrain – et qui figure dans de nombreuses images sur les sites Internet et les prospectus de ces acteurs économiques comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent – ; ou alors le château Castellas, le clocher de Saint Saturnin, le rocher des Vierges, le château d'Arboras, ou même les vignes et les oliviers. Un regard « extérieur » qu'aperçoit notamment ce qui est visible et souvent remarquable. C'est bien un point de vue. Mais est-ce que seraient ceux-ci des « vrais » symboles du paysage ?

Une chose c'est de parler des symboles à partir d'images, comme nous avons identifié dans le chapitre précédent. Autre chose tout à fait différente c'est de parler de symboles dans des discours. Dans un premier moment, déjà, nous présumons que les symboles que les acteurs mettent en valeur dans la médiatisation du paysage ne sont pas les mêmes de ceux de leurs discours. Ici l'analyse parcourt les mots à la recherche de signifiants, ou peut-être de l'essence du paysage. Quels sont, en fin de compte, les symboles qui donnent l'essence au paysage, ou qui lui donnent du sens, justement ? Après tout, aurait-il une valeur réelle ou des raisons légitimes d'étudier le paysage dans le domaine de la géographie et l'aménagement de l'espace si les principaux concernés de ce paysage ne voient même pas de sens dans celui-ci ?

Ainsi, même si nous rencontrons des acteurs qui ne soient pas tellement conscients de son importance, ils expriment d'une certaine manière les symboles et ce qu'ils représentent. Nous ne voulons pas parler des simples éléments perdus dans cet immense paysage comme des symboles. Ceux-ci sont d'un côté des « images » d'un paysage qui restent dans la mémoire des gens, et d'un autre côté des sensations qui peuvent être liées à ces images. Puisque celui qui voit des images dans un prospectus en pleine ville ne les verra pas de la même façon que celui qu'y est dedans.

[...] Pour moi le paysage c'est autant me régaler de voir passer un aigle depuis peu de temps... (DPM05, entretien 2011).

Les arômes de la garrigue peuvent être un souvenir beaucoup plus fort et présent dans la mémoire d'un vigneron quand celui-ci pense au paysage,

Ce qui marque nos paysages ce sont aussi les arômes de la garrigue... (DPM12, entretien 2011).

Il faut savoir que les gens viennent nous voir parce que quand ils sortent de la ville, ils veulent sentir le thym, le laurier, la garrigue, voir la Nature naturelle (DPM15, entretien 2011).

... tandis que pour un autre le vent qui lui frappe le visage presque tous les jours, qui lui rafraîchi l'été sec et chaud, et qui lui gèle les mains pendant l'hiver quand il taille les vignes, peut être son plus grand rappel à ce paysage.

Le **vent** fait partie du paysage, parce que c'est très important ici, il est très présent (DPO07, entretien 2011).

Un autre dira peut-être que c'est le soleil, la chaleur et le ciel bleu,

Nous on est tellement habitués à nos ciels bleus, à nos paysages un peu arides. On voyage beaucoup, mais, viscéralement je crois qu'on ne peut pas vivre ailleurs. Ce n'est pas possible (DPM13, entretien 2011).

... et il y en aura certainement ceux qui mentionneront le Mont Baudille, le château de Castellás ou Saint Guilhem le Désert, comme nous l'avons espéré.

Ce qui va représenter le plus le paysage de la région ici, à côté, c'est Saint Guilhem le Désert. C'est vrai que c'est un lieu qui est quand même assez magique, on a un peu tout. On a l'histoire, on a la géographie, on a le sous-sol, les grottes de Clamouse qui sont magnifiques... (CCM02, entretien 2011).

Mais parfois il peut même être imaginaire, ne plus existant, comme une sensation de nostalgie liée au passé. Un paysage nostalgique ? :

[...] quand je suis quelque part, n'importe où, c'est avoir envie de retrouver ou de deviner la paysage qu'il y avait il y a 100 ans par exemple, et ça on le retrouve en faisant l'abstraction de ce qui est récent, tout ce qui est neuf, les routes... Imaginer les chemins... Qu'est-ce qu'il y avait autrefois, comment

c'était le village, qu'est-ce qu'y avait avant les terres cultivées... (DPO08, entretien 2011).

Les symboles sont parfois intouchables et même invisibles. L'humeur, en plus, peut bien jouer un rôle important dans ces histoires de sensation :

Le paysage est quelque chose que change beaucoup. Cela dépend du temps, du jour, de moi. Si je suis dans une bonne journée je dirai : « c'est bon, c'est beau, le temps est très bon, le vent est très agréable ». Mais si je ne suis pas dans une bonne journée je dirai : « ah, quel vent ! » (DPO07, entretien 2011).

Le fait c'est que si nous parlions des voyageurs et des visiteurs, même ceux-ci partiraient peut-être avec des souvenirs bien distincts. Nos interviewés sont pourtant des vigneron, des gens qui vivent et qui font partie de ce paysage. C'est bien probable qu'ils ne remarquent pas quelques détails comme les visiteurs le feraient, mais ils en ont des perceptions particulières. Celles qui ne sont peut-être jamais sorties de leurs pensées, dans leurs imaginaires, mais qui sont ici incitées à prendre forme à travers leurs discours. Et ce sera probablement ce qui se répète entre les différentes mémoires des gens qui deviendra symbole ou qui donnera une « identité symbolique » au paysage.

« *Le paysage c'est la partie visuelle de ce que les gens vont déguster. C'est ce qui fait qu'on ait envie effectivement d'en découvrir plus* » (CCM02, entretien 2011). Même si des émotions, des sensations et de l'immatériel font partie du paysage et de ses symboles, l'image lui est quand même inhérent. Quels sont donc les éléments visuels qui accompagnent ou qui sont reconnus comme symboles par ces acteurs ?

La « *diversité* » et la « *beauté* » sont des éléments les plus présents dans leurs discours et qui parlent probablement le plus, malgré leur subjectivisme, puisque ces mots décrivent la complexité et la globalité du paysage.

Pour moi, la beauté du paysage c'est la garrigue, la vigne et les petites montagnes, voilà, pour moi c'est l'arrière-pays, ce n'est pas le plat pays (DPM07, entretien 2011).

La beauté sauvera le monde ! Un être humain sur la planète ne mérite pas qu'on lui mette une laideur devant les yeux (DPO11, entretien 2011).

Le paysage c'est la diversité de cultures, de végétation... L'intégration aussi des villages. Ici c'est assez riche, il y a beaucoup d'oliviers, des vignes, des garrigues... (DPO09, entretien 2011).

Trouver un seul élément pour représenter ce paysage, définitivement, n'était pas évident. Même si, en faisant rapport au passé il y en ait qui ont mis seulement la vigne comme élément (en se référant peut-être aux activités agricoles et d'élevage ?) :

[...] Après la vigne est un des éléments, mais bon... la vigne là aussi... Vous auriez demandé à un gars au XVIII^{ème} siècle, la vigne il y en avait un peu. Après la vigne est devenue une monoculture et aujourd'hui elle rétrécit largement, donc c'est un retour un peu à ce qu'il y avait... Autrefois on était en polyculture ici. Le gens même de mémoire d'homme, il y avait des troupeaux de moutons à Montpeyroux, il y avait quelques vaches. **Aujourd'hui il n'y a plus rien, que de la vigne et puis plus rien à côté** (DPM01, entretien 2011).

Oui, sans doute il parle d'activité agricole et d'élevage, ce qui construit sans doute aussi le paysage, mais il parle aussi de diversité, sans que nous sachions exactement, pourtant, s'il s'agit d'un souhait (d'un imaginaire) ou d'une réalité : « [...] *à partir du moment où il n'y a pas de friches (ce qui ne représente pas bien le paysage)... comment dire... la diversité me va bien* ».

Si nous prenons, cependant, tous le discours et le paysage dans sa globalité et complexité, cette diversité englobe indubitablement d'autres éléments, dont également les sensations, les arômes, etc. Elle révèle, dans un premier moment, « l'ampleur du regard ». C'est-à-dire, nous avons souvent des vues très amples et « profondes » (*i.e.* qu'on voit très loin) :

Pour moi c'est très important d'avoir une vue, un visuel... Si vous avez quelque chose enfermée dedans... Le paysage est important d'être large. J'aime les montagnes, mais quand vous êtes en haut. En bas vous êtes obstrué. C'est pour cela que j'aime cet endroit et que je suis bien ici (DPO07, entretien 2011).

Ensuite, elle dévoile les collines, les petites montagnes un peu partout, en dépendant du point d'observation. « *On est quand même dans une belle région. C'est vallonné, ce n'est pas comme si on était dans la plaine, on a des reliefs* » (DPM03, entretien 2011). Et puis la garrigue,

avec ses arômes et sa biodiversité dans un microclimat assez aride. Parfois on y trouve même quelques vieux oliviers et des amandiers, ainsi comme des « restes » des constructions faits par l'homme il y a bien longtemps. Ce sont les terrasses, les murs en pierre sèche, les capitelles, les mazets, qui se trouvent aussi en mieux des vignes et des oliveraies. Des petits patrimoines qu'enrichissent la diversité et la beauté du paysage. Les vignes, pourtant, comme met l'accent un vigneron (DPM08, entretien 2011), « ne sont pas de tout comme à Bordeaux », mais « en petites parcelles », des « morceaux » intégrés dans toute cette diversité de sensations et d'éléments. Elles sont cultivés « en gobelet, des systèmes de taille qui sont typiquement languedociens ». Quelques fois aussi avec « des oliviers à côté ou aux abords des vignes » (ACM02, entretien 2011).



Fig. 4.9 – Vue aérienne, Montpeyroux, Mont Baudille.

Source : CERPA, C. Renard et A. Humbert, août 2010.

Il y a des petits vallons, avec des fois encore des bois, des arbres... Il n'y a pas que de la vigne, tout n'a pas été saccagé, on a eu de la chance. Ici ce n'est pas comme dans certains secteurs où tout est plat avec des grandes parcelles (ACM12, entretien 2011).

Pour compléter, au-delà du soleil, du ciel bleu et du climat, nous avons encore les pierres (l'un des éléments beaucoup mis en valeur par les producteurs),

La pierre c'est peut-être un symbole. Montpeyroux ça veut dire ce que ça veut dire. Ça veut dire Mont pierreux (ACM14, entretien 2011).

Ce qui représente le mieux le paysage ce sont les pierres sèches, les vignes et l'olivier (DPO05, entretien 2011).

... et un peu de bois : « *les bois de pin* », « *des chênes verts* » et « *des chênes kermès* ».

De plus, quelques vigneron·s citent aussi des « noms propres », des endroits particuliers, qui pourraient, pour eux, être des symboles de la région, reconnus même ailleurs ou utilisés pour le « marketing territorial », comme Saint Guilhem le Désert, le Mont Baudille et le Rocher des Vierges.

4.2.3 Le paysage avec un fond sentimental ou patrimonial

Oliviers et pierres dessinent le « petit » patrimoine de ce paysage. Ils sont aussi vieux et parfois se cachent dans la végétation de la garrigue et dans ses propres feuilles et branches et si nombreux qu'il est impossible de les compter. C'est sans doute une de ses richesses, pourtant pas toujours mise en valeur comme l'on peut remarquer. Quand ceux-ci sont bien entretenus, par contre, c'est bien cette beauté du paysage dont les acteurs parlent. Le fait c'est qu'ils existent bien des raisons pour qu'ils y se trouvent toujours et, surtout, pour qu'ils soient bien soignés. C'est celle-ci l'histoire que les acteurs nous racontent et que nous voulons en discuter ici.

Dans les histoires personnelles on y trouve bien des éléments répandus. Il s'agit notamment de la relation de ces hommes avec ces éléments qu'à la première vue peuvent sembler si banaux, qui ne servent pas ou plus à leur donner à manger ou de l'argent, mais qui font partie de leur fierté.

C'est un héritage, c'est donc un patrimoine que nos ancêtres nous ont laissé et qu'on doit préserver. On y est très attaché, ce sont nos ancêtres qui ont planté les arbres et ce sont eux qui ont construit le mazet, même les murs, et c'est pourquoi on essaye toujours de les entretenir. En plus c'est beaucoup plus joli quand ils sont entretenus. On se sent mieux quand c'est joli (DPO18, entretien 2011).

On a le mur en pierre sèche le plus long du village. En état ! Donc on l'a rétabli, cela ne rapporte rien, sauf que c'est le plaisir d'avoir un mur authentique, qui borde une parcelle de vigne, c'est le respect avec l'environnement et... Le mazet aussi, qui est typiquement de notre habitat et c'est important de les maintenir comme ça pour garder les traditions de notre région (DPO18, entretien 2011).

La plupart des vigneron·s a au moins quelques arbres d'oliviers dans son exploitation, et qu'ils soient deux, une vingtaine ou une centaine, bien souvent ils ne sont pas cultivés

économiquement. Par contre, ils sont souvent entretenus et quelques fois les vigneronns récoltent les olives pour sa propre consommation. Ces arbres quelque part ornementales comme l'on voit – puisque souvent elles ne sont que décoratives, bien qu'il existe également des attachements ou des sentiments vers eux :

[...] je ne sais pas pourquoi, mais on n'arrive pas à vivre de l'huile d'olive, il y a un truc qui n'est pas en phase avec la réalité... **Les gens qui ont des oliviers ils le font pour le plaisir, pour l'amour à l'arbre, du lieu**, mais ça leur paye à peine les frais... (DPO11, entretien 2011).

... quand entretenues, se trouvent aux bordures des vignes, à proximité de la maison ou en oliveraies, dans des parcelles souvent petites et en contiguïté avec les parcelles de vignes. « *Nous avons bien 60 à 70 arbres qui bordent les vignes, parfois* ». (DPM13, entretien 2011). Cela montre qu'il existe bien d'un côté une relation entre les vigneronns et ces arbres, mais aussi une attention spéciale à l'esthétique du domaine, de l'exploitation ou des parcelles.

Nous on ramasse toutes nos olives, on les apporte au moulin et on récupère l'huile. Et puis après, on n'en vend pas beaucoup, ce n'est pas notre gagne-pain principal. **C'est plus pour valoriser le paysage. Ce n'est pas de tout un but économique**. Il ne faut pas chercher la rentabilité. C'étaient des vieux oliviers qui avaient gelé, mon grand-père les avait greffés et puis mon père ne s'en est jamais occupé, parce qu'à un moment donné les oliviers, cela ne rapportait rien. Mais nous **c'est plus pour le plaisir qu'autre chose** (DPO09, entretien 2011).

On a une centaine d'oliviers, **on les taille pour qu'ils soient jolis**, ensuite il y a des olives, donc on les récupère. L'année passée on a eu de l'huile pour notre propre consommation, cette année on a eu un peu plus donc on va essayer de le mettre en bouteille pour la vente au caveau. Mais **c'est tout d'abord avec l'objectif de qualité paysagère** (DPO18, entretien 2011).

Quand on est arrivé il y avait des oliviers au milieu des parcelles qui étaient gênants, car on voulait faire des belles parcelles de vigne en ligne droite et pouvoir passer avec le tracteur. Alors on les a arraché et **on les a mis ici à côté de la maison, car on aime bien ces arbres et on aime les avoir en vue**. Ici on peut les arroser et on récolte les olives, mais pour nous-mêmes (DPO17, entretien 2011).

C'est aussi le cas, pourtant possiblement moins fréquent, pour les Clapas, les murets, les capitelles et toutes ces constructions bâties au fil des ans en pierre sèche par des anciennes générations de paysans. Dans ce cas, encore plus que des arbres, les raisons sont nettement liées à la beauté du paysage, voire aussi à la préservation d'un patrimoine.

Ici on est dans une carte postale du sud. On est venu d'ailleurs, mais on est vraiment tombé amoureux de ce paysage. Chaque parcelle est entourée de murets et d'amas de pierre, les Clapas. Mais ils sont aussi en menace, parce que quelques Clapas se sont effondrés et d'autres ont été rasés, dans un moment, par des vigneron qui voulaient agrandir des parcelles. Nous, on fait une opération de reconstruction de ces murets. C'est ce qui fait la beauté de cet endroit, avec nos toutes petites parcelles, mais il faut bien les entretenir, sinon tout devient des friches. Le Clapas servent aussi à délimiter et à protéger du vent les vignes. C'est un gros travail de plus, mais on est content de le faire, de petit à petit... (DPO01, entretien 2011).

Même les oliviers, par contre, peuvent assumer un caractère patrimonial dans leurs visions. Souvent ce patrimoine est aussi lié à des attachements « sentimentaux », puisque les arbres ont été plantés par leurs familles, leurs parents ou leurs grands-parents :

Mes parents ont planté ces arbres et ils les aimaient beaucoup. Moi, je n'ai pas le temps pour m'en occuper, je suis tout le temps dans les vignes ou le vin. Mais je veux les garder, ce sont mes parents qui les ont planté. Il y a une association qui s'occupe de les entretenir (DPO16, entretien 2011).

[...] Après il y a tous ceux qui sont attachés à leur patrimoine, qui gardent ce patrimoine et qui ne veulent pas le vendre. Parce que c'est leur vie, parce que c'est leurs grands-parents qui l'ont fait, parce que c'est affectif... (CCM02, entretien 2011).

... mais aussi et simplement pour le patrimoine tout court, lié bien sûr à la complexité et à la beauté du paysage, comme c'est le cas de ce que nous raconte le vigneron ci-dessous :

Je vous ai dit qu'on a créé le Domaine dans la garrigue, mais c'est faux. C'est vrai et c'est faux. Il y a un siècle c'est des terres qui ont été abandonnées, mais à l'origine c'était cultivé, donc on retrouve ces murs, ces vieux oliviers, des amandiers, des figuiers et tous ces arbres que l'on plantait autour des vignes, on trouve des truffes, etc. C'est sûr, il y a une

diversité importante, mais on n'a pas encore bien exploité, et je ne sais pas si moi j'aurais le temps de le faire, mes successeurs verront. Mais au point de vue des oliviers simplement, un jour des gens de l'AGRO de Montpellier sont venus, des généticiens qui s'occupent beaucoup de tournesols, et je leurs disais, je voudrais greffer mes oliviers pour avoir des olives bonnes à manger ou faire de l'huile. Et ils m'ont dit, « mais malheureux, ne faites surtout pas ça. **Vous avez un patrimoine végétal, ce sont des espèces que l'on ne voit plus** ». Donc au moins garder ces oliviers, cultiver les, et ça je n'ai pas eu le temps d'aborder ce volet de l'exploitation, mais il y a des traces dans les végétaux de plusieurs siècles (DPM12, entretien 2011).

Dans tous ces cas, nous observons dans leurs discours, que ce sont souvent les néo-vignerons qui parlent en patrimoine et qui préservent et entretiennent ces éléments pour cette raison, tandis que les vigneron locaux, nés et grandis dans cet endroit, parlent plutôt d'attachements sentimentaux comme raison que nous remarquons pour les maintenir dans le paysage. Ce sont les deux, pourtant, qui contribuent à la beauté, à la complexité et à la richesse du paysage, quoique les raisons et la conscientisation de celles-là ne soient pas les mêmes.

4.2.4 Le paysage et les caves coopératives : quels problèmes et quelles perspectives ?

Les caves coopératives sont bien un thème central si l'on veut discuter du paysage en Languedoc-Roussillon, comme nous avons vu dans le *Chapitre 2* de ce travail. A présent elles sont sûrement très importantes pour la compréhension et l'étude d'évolution du paysage. L'idée n'est pas de revenir sur la même discussion, mais finalement que nous parlent les producteurs de ce contexte, de cette évolution et de ses perspectives ? Après tout, c'est aussi leurs discours sans prétention et de sujets apparemment généraux qui nous parlent du paysage. Non pas d'un paysage statique et purement esthétique, mais d'un paysage fonctionnel et dynamique, où les plusieurs éléments interagissent. C'est notamment cette dynamique qui nous permet de comprendre un peu de la construction du paysage et d'alléguer, donc, quelques perspectives. Comme dans tout ce chapitre, c'est la parole des producteurs notre objet d'analyse.

Si l'on parle de crise dans le Languedoc-Roussillon et dans le monde du vin, on parle notamment de changement, et non pas forcément du sens négatif du mot. Les principaux changements et difficultés ont certainement été du côté des caves coopératives. « *Plus grand et*

plus nombreux on est, plus du mal on a à changer et à faire bouger les choses » (DPM01, entretien 2011).

S'il est bien vrai que l'homme, selon sa propre nature, soit mesquin et sordide et qu'il agisse selon ses passions, traduites par ses désirs ou ses répudiations, comme nous le suggère Thomas Hobbes (1651) ; il serait possiblement correct affirmer que ce qui le mobilise c'est rien de plus ou de moins que ses propres intérêts. Rien de plus naturel, donc, que le système de production capitaliste (et ainsi le capitalisme) ait surgi et que, dans ce système, l'homme se rende souvent aux commodités, en ayant quand même le but d'« *accumulation du capital* ». Dans ce sens, la première difficulté rencontrée par les caves coopératives, où les hommes sont les principaux « ressources », touche éventuellement cet aspect.

[...] Il y a eu un moment où les caves coopératives pouvaient sortir des hectos, des hectos et des hectos, ça partait. Et à un moment donné tout cela ne partait plus. Mais **les vignerons coopérateurs voulaient continuer à sortir des hectos et continuer à gagner la même chose en faisant très peu de travail et en ayant très peu d'implication** (DPM11, entretien 2011).

Au début, les caves coopératives étaient peut-être plus « collectives », c'est-à-dire, une grande partie des vignerons coopérateurs –voire la totalité – était impliquée dans la gestion ou les activités de la cave. Ensuite, plusieurs caves se sont agrandies, sont devenues comme des grandes entreprises, où plusieurs coopérateurs se contentaient à rendre leurs raisins et à recevoir leur argent. Ceci jusqu'à aujourd'hui dans quelques cas. Avec tous les changements vers une viticulture et des vins de qualité, plusieurs caves coopératives se sont fermées ou parfois fusionnées, puisqu'elles « *n'ont pas su ou réussi à se remettre en question* ». D'autres « *se remettent en question et sont là encore, parce qu'elles ont réussi à changer* » (DPO12, entretien 2011).

Le fait de se remettre en question par rapport aux nouveaux défis qui surgissent face à une crise est indubitablement l'un des facteurs les plus importants pour la réussite. Dans les cas des coopératives, pourtant, il ne suffit pas que la direction et l'équipe d'administration le fassent, mais que tous les coopérateurs le suivent. Mais quels sont finalement les intérêts personnels qui guident leurs actions ? Comme nous avons vu dans la première partie de ce chapitre, il y a eu un moment dans l'histoire des caves coopératives où elles ne marchaient apparemment pas bien et les coopérateurs recevaient peu. Cela a été certainement le moment le plus douteux, le plus difficile et le plus décisif pour les coopératives. Des vignerons qui avaient des parcelles dans des lieux constructibles ont voulu « *faire de l'argent* » face à la spéculation immobilière et changer de vie, d'autres l'ont vendu à des investisseurs qui voulaient faire du vin, par exemple, et d'autres encore ont décidé de sortir de la cave

coopérative pour faire leur propre vin et essayer un métier beaucoup plus complexe et ambitieux. En résumé, même les caves coopératives qui ont réussi à dépasser cette période ont perdu en surface de vignoble et en nombre de coopérateurs.

« *Les caves coopératives sont indispensables pour l'équilibre social d'un village...* » (DPM01, entretien 2011). C'est vrai aussi, par contre, que les exploitations des coopérateurs ont augmenté de surface, surtout de ceux qui ne vivent que de la viticulture. Ainsi, la perte a été surtout dans le nombre de coopérateurs et moins dans la surface (CCM02, entretien 2011), dans les cas où elles ont réussi à s'adapter aux nouvelles démarches. Ainsi, elles assurent jusqu'à présent, d'un côté, le maintien des vignobles, si importants dans le paysage. Est-ce qu'il s'agit, pourtant, d'un même paysage ? Dans le cas de Montpeyroux, par exemple, 30% des viticulteurs sont spécialisés, c'est-à-dire, ils ont la viticulture comme seul revenu. Ceux-ci, en surface et en volume de production représentent ensemble 80% de la cave coopérative. Cela veut dire que dans le côté des viticulteurs adhérents en cave coopérative nous avons des exploitations beaucoup plus spécialisées et « adaptées aux machines ». C'est possiblement dans ces cas où nous rencontrons une « perte » en relation avec la complexité et la diversité paysagère dont nous avons discuté. Ces mêmes acteurs, cependant, assument ainsi (et contradictoirement) une grande responsabilité vis-à-vis des autres nombreux et petits viticulteurs adhérents (donc sociale) et aussi vis-à-vis du paysage : que deviendraient-elles, à la fin, ces exploitations s'ils n'étaient pas là ?

La principale préoccupation actuelle par rapport aux caves coopératives se base surtout sur ces deux points. En même temps que les caves multiplient les efforts qualitatifs et commerciaux, le vieillissement des adhérents sans des descendants potentiels pour reprendre l'activité est inquiétant. Les caves coopératives ont toujours travaillé avec des grands volumes et souvent avec des grands rendements également. En d'autres termes, elles ont une réputation pour vendre des vins courants et moins chers – et là on rentre dans un autre point de débat. Au niveau qualitatif et ajout de la valeur, déjà, on passe par des adaptations (ou changements) aux rendements, mais aussi un peu aux pratiques (notamment la conversion en agriculture biologique). Dans ce point, au moins deux contraintes : ce n'est pas facile, d'un côté, de faire changer des pratiques aux viticulteurs que depuis des années travaillent de telles manières, avec tels rendements. Ensuite, ce n'est pas facile non plus de « déconstruire » la vision des consommateurs par rapport aux caves coopératives. Ainsi, elles essayent de mettre en place d'autres stratégies, notamment la création de plusieurs gammes de vin et des marques, qui donnent d'autres images que la cave coopérative. Le fait c'est qu'ils sont obligés d'avoir du volume, même dans des petites caves.

Si tout le monde s’amuse à arracher et à vendre des vignes, la cave n’existera plus. S’il n’y a plus cette solidarité intergénérationnelle, demain les perspectives seront bouchées. La cave n’ira pas acheter du vin ailleurs (CCM02, entretien 2011).

« *Tout dépend du maintien ou pas des superficies* ». Dans cette région, bien qu’on ne parle pas de la Bourgogne ou de Bordeaux, il y en a pas mal d’investisseurs qui s’intéresse à acheter des vignes, comme une la plupart des néo-vignerons que j’ai interviewé. Cela nous fait penser que le maintien des vignobles **pour le paysage** ne se trouve pas « vraiment » menacé (bien que la complexité du système nous amènerait à des impacts graves sur le paysage dans le cas d’une faillite d’une cave coopérative ; parce qu’il y aurait assez d’investisseurs pour reprendre tout le vignoble ? Que serait-il des autres vigneron coopérateurs ?). Jusqu’à l’instant, la majorité des viticulteurs (sur la zone d’étude) qui était dans des caves coopératives qui se sont fermées, a simplement migré pour une autre coopérative. Alors que l’impact n’a pas encore été trop évident (à l’exception de quelques communes aux alentours qui se sont largement urbanisées). La menace qui se pose par rapport au « *maintien ou pas des superficies* », donc, est **pour la vie des caves coopératives** (et ainsi pour la vie des nombreux petits viticulteurs adhérents), puisque la plupart des investisseurs est intéressée à produire son propre vin en cave particulière.



Fig. 4.10 – *L’arrachage et l’abandon des vignes à Lodève, envahies par les friches est évident dans cette photo.*

Source : CERPA, C. Renard et A. Humbert, août 2010.

La cave coopérative de Montpeyrroux est un bel exemple qui réfléchit déjà à ce sujet, en cherchant des alternatives. Ils parlent d’un programme qui permettrait mettre en place des « *super régisseurs* », qui sera abordé dans le Chapitre suivant. La dynamique des communes selon la présence ou l’absence des caves coopératives, ainsi que les petites appellations

d'origine est très marquante. Le paysage, en étant lui même aussi dynamique, est donc très sensible à ce facteur.

Une autre grande difficulté à présent pour les caves coopératives, particulièrement celles qui investissent pour s'adapter aux changements, c'est qu'« *il faut penser et agir à moyen terme* » (CCM01, entretien 2011). C'est-à-dire que dans les premières années ils ne verront pas forcément les résultats de leurs investissements et, dans ce sens, les viticulteurs qui ne sont surtout pas impliqués aux activités de la cave ne seront pas de tout contents...

C'est compliqué une cave. Un des inconvénients c'est qu'il y a beaucoup de gens. Tout le monde n'a pas la même perception des choses au même moment. Il y a des gens qui comprennent vite, d'autres moins vite. Peut-être que l'année prochaine sur un autre sujet ce sera le contraire. Mais voilà, on a une technicienne dans la cave qui assure ce lien, qui permet de parler, de faire avancer. Pour moi c'est très important (CCM01, entretien 2011).

Sur la zone d'étude, pourtant, j'ai aussi rencontré des caves coopératives qui ne suivent pas forcément les mêmes stratégies : une beaucoup plus grande, qui a été fusionnée avec d'autres, et autre plus petite, mais qui travaille principalement – voire totalement – avec la vente de vin en vrac à des négociants. C'est surtout par rapport à une petite cave, qui est aussi en train de perdre de surface et d'adhérents et qui ne réussit pas si brillamment à s'adapter aux nouvelles démarches, que la situation est préoccupante. Ce sont des caves coopératives qui travaillent toujours avec le quantitatif et les rendements plus grands, même parce que leurs stratégies adoptées ne les permettraient pas non plus de survivre avec des bas rendements. Elles trouvent, pourtant, encore du marché et cela leur permet de suivre dans les mêmes logiques.

Autant qu'il y aura des viticulteurs et qu'ils auront de débouchés, les caves coopératives iront survivre. Ce n'est pas parce qu'elles produisent en quantité, qu'elles ne mettent pas le vin en bouteille, qu'elles ne les valorisent pas, qu'elles ont tort. Si elles ont des acheteurs, elles ont peut-être raison de continuer comme ça (DPO09, entretien 2011).

Dans ce sens, nous apercevons éventuellement de l'existence d'une forte relation entre les caves coopératives, leurs dynamiques, et les petites appellations d'origine et les dynamiques locales (que nous discuterons dans la séquence). Ces deux caves coopératives,

dans leurs logiques, très difficilement rentreraient des vins en petites appellations, où les rendements et les cahiers de charges sont beaucoup plus restreints.

De manière générale, donc, à part « *le vieillissement de la population* », les perspectives par les producteurs pour la région, la viticulture et les caves coopératives sont plutôt positives. Allié à cette exception, pourtant, il faut bien remarquer qu'on peut trouver d'autres facteurs qui jouent un rôle très important dans la transformation du paysage, comme la pression foncière. C'est pourquoi il est important de connaître et d'interroger certaines politiques publiques et des collectivités locales pour mieux comprendre ces transformations et avoir plus de « pistes » par rapport à l'avenir de la région – qui est sujet dans le chapitre suivant.

C'est déjà évident, cependant, que plusieurs facteurs s'interconnectent et peuvent être déterminants pour la transformation d'un paysage et le maintien des caves coopératives, à savoir : l'économie locale, les profils des producteurs et des exploitations, la « *solidarité* » et la collectivité, la pression foncière, les politiques publiques locales, la situation des marchés, etc.

4.2.5 Le paysage et les « éléments gênants » ou l'urbanisation : des externalités négatives

Gênant, dans le cadre d'un paysage, est tout ce qui l'encombre, « *qui n'est pas en harmonie* » avec les autres éléments, « *qui défigure complètement un village* » ou qui « *n'est pas dans le bon endroit* » (DPO18 ; CCM02 ; DPM04, entretiens 2011). Ce sont les producteurs que, dans les discussions, donnent des exemples d'éléments mal intégrés au paysage. Dans quelques cas ce sont des projets publics ou collectifs, dans plusieurs autres ce sont des projets privés.

Le paysage c'est aussi l'intégration des villages. Ici c'est assez riche, il y a beaucoup d'oliviers, des vignes, des garrigues... mais après **il faut intégrer les maisons là-dedans**. Il y a des enjeux économiques très importants et c'est dangereux. Nous, par exemple, dans le village c'est un gros souci. On pourrait rendre très riche quelqu'un en rendant une parcelle de vignes constructible. Et ça, ça ne s'arrête pas. Mon mari est au conseil municipal et il se bat pour que les gens ne fassent pas n'importe quoi. Mais le problème c'est que ce sont les petits viticulteurs les premiers qui veulent rendre constructible leur terrain. C'est le gros souci. J'espère que cela va changer, mais pour le moment c'est ancré. La notion de terroir, on veut le

faire passer en avant, que tous ces terroirs soient protégés. Et c'est très difficile (DPO09, entretien 2011).

D'un côté, il est donc lié au même problème cité par les caves coopératives, *i.e.* « *le vieillissement* » des viticulteurs « *sans des héritiers preneurs* » qui souhaiteraient alors avoir ses vignes classifiées dans des terrains constructibles, pour pouvoir évidemment les vendre et « *faire de l'argent* ». Encore une fois le facteur économique semble être au centre des « *priorités* » et des choix individuels. Et il s'agit seulement d'un (peut-être le principal) point de départ pour l'apparition « *d'éléments gênants* » dans les paysages. Ceci parce que les personnes (soit elles civiles ou juridiques) qui achètent les terrains et construisent, ne pensent normalement pas à bien intégrer ses constructions au paysage – *e.g.* dans le même style architectonique, perchées et « *encombrés dans le paysage* » (enterrées, avec des pierres, toits et murs végétaux), etc. Ou alors l'urbanisation et les constructions envahissent complètement l'espace, en dénaturant le paysage – comme c'est le cas, dans le terrain d'étude, de Saint André de Sangonis.

Regarde. Il y a quelques vignes abandonnées, en friches, qu'on a vu, mais c'est surtout ça le grand problème d'aujourd'hui. Les gens travaillent en ville mais ne veulent pas habiter en ville. Donc ils viennent ici et construisent leurs maisons, mais ils ne sont pas habitués comme nous... Ils mettent des murs et des clôtures partout. Ils ont cette idée de possession, ils doivent délimiter leur espace. Nous, on ne fait pas ça. Regarde, tout le monde a des vignes, des maisons, des terrains... Tout est mélangé et en harmonie, chaque parcelle appartient souvent à des gens différents, mais on n'a pas besoin de délimiter avec des clôtures. Regarde [le terrain clôturé], ce n'est pas beau, ça change tout le paysage (DPO16, entretien 2011).

Une intégration stupide dans le paysage c'est d'aller construire sur un lieu où il ne devrait pas y avoir d'habitations, d'aller faire un espèce de gros truc énorme pour satisfaire l'envie de quelqu'un qui n'est même pas d'ici. C'est un riche de Montpellier qui est allé construire sa maison là-haut. Donc voilà une aberration, où parce qu'il y a de l'argent, parce qu'il y a du pouvoir, on fait ce qu'on veut. Moi, ça je ne supporte pas. On peut faire des villas en bordure du village parce que tout le monde ne peut pas faire une maison en pierre qui s'intègre au paysage et tout le monde ne peut pas acheter des maisons parce qu'il n'y en a plus à vendre. Mais de là à faire cette maison-là sur ce lieu-là c'est stupide ! Après il y a Saint André de Sangonis, voilà comment on arrive à défigurer complètement un village par abandon de la partie viticole (CCM02, entretien 2011).

Le fait de cette zone être à proximité de la grande ville de Montpellier, si d'un côté est un avantage aux vigneron (principalement les néo-vignerons qui ont aussi opté de s'y installer dû à cette caractéristique), d'un autre elle est aussi plus vulnérable à la pression foncière. Un viticulteur qui habite à Jonquières, mais a des vignes aussi à Montagnac, par exemple, parle de sa « coexistence » et des conflits avec les voisins (à Montagnac) qui sont venus d'ailleurs et qui ne sont pas producteurs, comme lui :

Ils ont construit un lotissement, où il y avait avant 9 hectares de vignes. Un lotissement de 150 maisons. Nous on se retrouve avec 50 ares au milieu, avec des maisons et des villas de partout. Je commence déjà à avoir des soucis avec un des voisins, parce que moi, quand je vais sulfater à trois heures du matin, je fais du bruit, quand je laboure et qu'il y a de la poussière, la dame elle avait étendu son linge. Un jour, il y a quelqu'un qui est venu me voir, à 3 heures du matin, en peignoir et qui m'a dit : « vous ne vous rendez pas compte du bruit que vous faites, Monsieur » ? Et je lui ai dit, « vous croyez que ça me fait plaisir d'être à 3 heures du matin dans mes vignes ? Moi, je préférerais être allongé à côté de ma femme. Je viens là parce qu'il n'y a pas de vent, parce qu'il ne faut pas de chaleur et qu'il faut ceci ». Les gens s'imaginent pas, ils viennent, « qu'est-ce qu'il fout comme bruit ce type (ACS01, entretien 2011).

Ainsi, dans telles circonstances, la pression foncière et aussi l'envie de que ses terres passent en « constructibles » touchent ce viticulteur :

Un jour ou l'autre ça va passer au constructible, parce que les gens ne... [...] Les gens veulent avoir les avantages de la ville, avec les avantages de la campagne. [...] Si ça rentre dans le nouveau plus, un jour ou l'autre si les personnes aux alentours veulent vendre leur terrain, je ne vais pas rester à mi lot (ACS01, entretien 2011).

Sans doute la pression foncière (associée en plus au vieillissement des viticulteurs et les conflits entre « un monde rural et autre urbain » qui cohabitent) représente la principale menace au paysage, à l'exemple de Saint André de Sangonis, où la cave coopérative a fermée. « *Moi, j'y suis né, pour moi c'est dramatique l'évolution du paysage dans la région, après pour quelqu'un qui vient d'ailleurs, je pense qu'il y a encore des beaux restes* » (DPO11, entretien 2011). Dans la plupart des discours, pourtant, les producteurs n'identifient pas des grands changements.

Ici l'évolution du paysage n'est pas flagrante. Ce qui peut faire changer le plus le paysage c'est la poussée immobilière, ce sont les constructions, tandis qu'ici il n'y a pas trop changé. S'il y a 10 ans il y avait 1000 habitants, aujourd'hui il y en a peut-être 1200. Donc on ne s'aperçoit pas beaucoup (DPM07, entretien 2011).

Ici, quand je regarde le paysage pendant ma vie... Je ne vois pas... Non, je ne vois pas de changements. Les vignes sont toujours là. C'est sûr, heureusement on est là ! Heureusement que les vigneronns sont là parce que si jamais on était pas là ce seraient les 'hermasses' comme on appelle. Et puis c'est quand même joli d'avoir des vignes entretenues (DPM10, entretien 2011).

Encore dans leurs discours, d'ailleurs, les vignes et la viticulture sont souvent, même si indirectement, les principaux éléments qui maintiennent le paysage. Selon eux, « *dans le coin* », il n'y a pas eu « *trop de crise* », ce qui fait que les vignes ne soient pas trop arrachées, au contraire des endroits « *comme à Béziers, où ils ont arraché énormément de vignes* » (DPM07, entretien 2011).

Moi je ne vois pas une grande transformation. J'espère que ça va rester comme ça, parce que, surtout sur Montpeyroux, on a déjà des vignes qui rapportent et qui valent plus cher qu'ailleurs, qui font l'économie du village, donc on ne va pas les enlever pour faire des constructions. Sinon on transforme le village en cité dortoir, comme quelques villages non pas loin d'ici (Canet, par exemple) où la cave coopérative a fermé. Toutes les vignes qui avaient autour du village ont disparu et ont été remplacées par des constructions. Là il y a eu une grande transformation. Je pense qu'ici, avec la démarche qu'on fait pour le cru de Montpeyroux, tout ça, valorisera encore plus le produit et protégera le village de ces changements (DPM07, entretien 2011).

Cette discussion nous ramènera, dorénavant, au lien entre les appellations d'origine et le paysage, sujet dans un autre item et qui renforcera également notre hypothèse centrale (le paysage comme ressource pour le développement territoriale). Par l'instant, pourtant, les producteurs parlent d'éléments gênants dans le paysage et, même s'il garde toujours sa beauté en général, où les carrières semblent être le principal « *mauvais exemple* » ou « *crainte* ».

Il y a un gros problème aujourd'hui dans l'Hérault qui est les carrières. C'est un problème gigantesque. Les carrières, ça rapporte pas mal d'argent,

pas mal de taxes, sans compter les influences politiques qu'il peut y avoir. Et là c'est pareil, une fois que vous avez fait une carrière, l'impact sur le paysage est quasi définitif, vous ne pouvez pas revenir en arrière. Il faut faire comprendre aux gens qui autorisent les carrières qu'effectivement il faut une vie économique, mais vous ne pouvez pas laisser construire des carrières à des endroits où la richesse c'est le paysage. [...] Une carrière, cela fait des trous énormes, c'est monstrueux ! Vous en voyez une près de l'Hérault, vous passez le Pont du Diable et en partant vers Aniane, elle est juste de l'autre côté. Vous ne la voyez que quand vous êtes en hauteur, donc elle est plutôt bien faite (DPO20, entretien 2011).

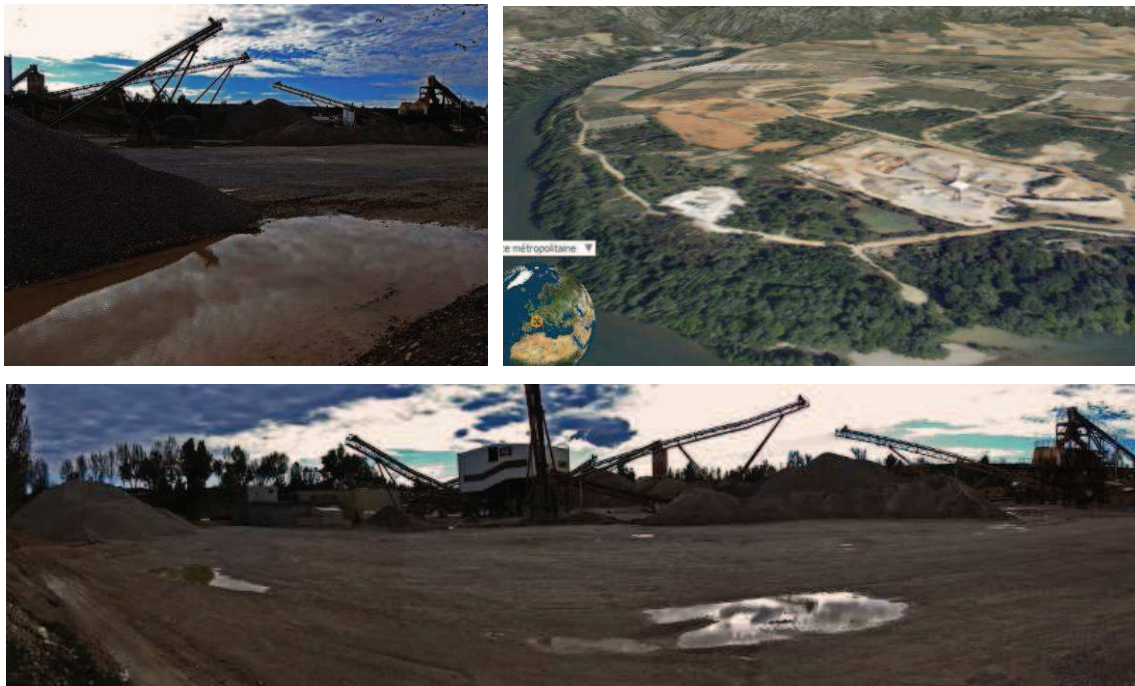


Fig. 4.11 – Carrière à Aniane. Source : C. Velloso, 2012.

C'est assez surprenant que tel projet se situe à « côté » des grands sites touristiques, comme le Pont du Diable sur l'Hérault et même de Saint Guilhem le Désert, classé patrimoine culturel de l'UNESCO. Les carrières ne représentent pas seulement des pollutions visuelles au paysage, mais aussi sonore et occasionnent la dispersion de plein de poussière. Apparemment, pourtant, il y avait des projets d'agrandissement qui n'ont pas été retenus :

Il y a des carrières d'extraction de sable et de gravier, ça c'est un élément très défavorable sur le paysage, surtout que c'est situé sur le grand site à côté des lieux qui sont classés patrimoine culturel de l'UNESCO. Il y avait des gros projets d'agrandissement de ces sablières qui a été abandonné donc

je ne sais pas pour quelle raison. J'imagine que c'est pour des raisons environnementales, j'espère (CCJ01, entretien 2011).

Dans ce sens, le fait d'avoir un Grand Site protégé à proximité peut aussi, aujourd'hui, être un facteur très positif au maintien du paysage.

Nous encore ici ça n'a pas trop changé, à part les sablières qui ont fait des dégâts. A part ça, ça reste quand même, ça ne bouge pas trop. C'est Grand Site maintenant, donc tout est protégé. De toute manière on ne peut plus rien toucher. Là c'est protégé. Même au niveau des panneaux sur les routes il n'y en a pas. C'est quand même beaucoup plus propre (DPO05, entretien 2011).

Un autre vigneron enquêté s'est engagé – après être très contrarié par rapport aux « abus » contre l'environnement, les constructions sans permis, etc. – dans la « nouvelle équipe » du conseil municipal. C'est cette « nouvelle équipe » qui a fait supprimer tous les panneaux sur les routes « *qui ne sont pas jolis* », qui empêche le développement de nouvelles carrières et qui, avec la Communauté de Communes, fait attention pour préserver « *le patrimoine naturel et architectural* ».

Au niveau du village, par exemple, ils voulaient implanter des antennes SFR sur la route de Saint Guilhem le Désert et on s'est battu contre. On a trouvé un emplacement où c'est beaucoup plus intégré. [...] Nous on est en train de bloquer les investissements, les agrandissements ou les constructions des carrières, donc on évite cette crainte. **On a de la chance d'avoir un endroit qui est assez préservé.** [...] Nous, on ne veut pas des éoliens, on ne veut pas des antennes SFR, on ne veut pas des carrières... **c'est notre pays qu'il faut préserver !** (DPO18, entretien 2011).

4.2.5.1 Pourtant... : quelques bons exemples de constructions bien intégrées au paysage

Pour suivre la vision plutôt positive des acteurs, il faut bien aussi parler des bons exemples. Comme ils disent, ils ont « *de la chance* » d'être dans un endroit qui est encore « *assez préservé* », « *à côté des lieux qui sont classés patrimoine culturel de l'UNESCO* », où ils existent donc certaines « préoccupations » ou attention liées au paysage. Dans le chapitre qui suit nous irons bien discuter sur des projets collectifs et des collectivités qui se lient au paysage ; pourrions-nous, pourtant – vu que nous avons parlé de « mauvais exemples » et des

constructions –, dès maintenant donner au contraire quelques bons exemples, puisqu'il s'agit souvent aussi de projets personnels, privés ?

- **Maison du Grand Site au Pont du Diable**

Le premier exemple s'agit d'un projet départemental, donc public et collectif, inauguré en mai 2009 (Vallée de l'Hérault, 2012). La maison du grand site loge l'espace accueil et la « boutique culturelle » de l'Office de Tourisme Intercommunal, ainsi qu'un espace « vithèque » et produits du terroir et un lieu de restauration. Elle se situe aux abords du Pont du Diable et est pratiquement pas visible de l'extérieur.

Son projet⁷⁴ (Fig. 4.12) a été fait dans un endroit qui était un peu dégradé à cause d'une ancienne carrière (DPO18, entretien 2011) avec un but (entre autres) de le (re)intégrer au paysage, « *en préservant ses caractéristiques agricoles et naturelles* » (ACH01, entretien 2011). Le bâtiment est construit avec des pierres et bois, mais surtout « intégré » au dénivellement naturel et avec un toit couvert par des végétations, comme l'on observe dans les photographies qui suivent.



Fig. 4.12 – *Projet d'aménagement des abords du Pont du Diable, opération Grand Site Saint Guilhem le Désert et Gorges de l'Hérault.* Source : Vallée de l'Hérault, *carnet de bord*, 2008.

⁷⁴ Des détails et la discussion autour du projet collectif seront mieux explorés et présentés dans le chapitre suivant, destiné au « paysage dans l'action collective et publique ». Je présente succinctement tel projet ici parce que cela a été un « bon exemple » de projet bien intégré au paysage cité par quelques producteurs et qui montre, après que nous avons parlé des problèmes lié au paysage, notamment les constructions, qu'il y en a aussi des bons exemples.



Fig. 4.13 – *Maison du Grand Site, au sein du Grand Site de France® « Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault », entre Aniane et le pont du Diable. Source : 1) A gauche : Daniel du Barry, juillet 2010. Disponible sur : <http://montpeyroux.info/actu/2010/08/montpeyroux-vu-du-ciel>. 2) A droite : C. Velloso, novembre 2012.*



Fig. 4.14 – *Photographie aérienne du Pont du Diable et de ses abords, où l'on observe le projet d'aménagement mis en place. Source : CERPA, C. Renard et A. Humbert, août 2010.*

- **Mas de la Séranne**

Parmi les producteurs enquêtés – non que les autres n'aient pas des pratiques en accord avec le paysage⁷⁵ – je cite ici particulièrement deux exemples où les constructions et l'aménagement de l'exploitation sont bien intégrés au paysage, en restant donc des « *bons exemples* », même si en existent d'autres. L'un se situe sur la commune d'Aniane, c'est le Mas de la Séranne, où les propriétaires ont essayé de mettre vraiment en valeur le paysage, en s'attachant beaucoup à l'aspect esthétique.

⁷⁵ Bien au contraire, comme je l'ai déjà montré notamment dans la question du patrimoine, des murs en pierre sèche, des capitelles, des clapas, etc.

On fait surtout de la vente directe au caveau, donc c'est très important. [...] **On s'est attaché à ce que l'environnement soit parfait !** Il n'y a rien qui traîne. Vous avez vu, il n'y a pas de matériel qui traîne... (Propriétaire du Mas de la Séranne, entretien 2011).

En ce qui concerne l'aménagement de l'exploitation, dans ce sens, ils ont créé un « *jardin d'essences méditerranéennes* » et un « *circuit de découverte* », avec d'un côté « *le paysage qu'on voit, avec toute la chaîne du Larzac et la Séranne* »,

Donc, nous avons déjà un paysage particulier, une très grande vue pour l'appellation des Terrasses du Larzac. [...] Parce que les gens ne viennent pas pour boire du vin et exagérer, mais surtout pour avoir un souvenir de notre région. Et avec un paysage comme ça ils se rattachent forcément à ce côté intéressant de l'accord entre le paysage et le vin. C'est un peu la philosophie qu'on a développé.

... et de l'autre côté « *les vignes vers le caveau* », des « *espèces sauvages, des micocouliers, des figuiers, des oliviers et l'environnement* ». Il y a, en fait, un chemin communal qui traverse leurs vignes, avec beaucoup de promeneurs qu'y passent. L'effet et l'échange dus à ce fait, dans ce cas, a été très positif dans l'aménagement de la propriété et dans son intégration au paysage.

[...] nous, on est content qu'il y ait des promeneurs. On parle parfois avec eux, on entretient cette convivialité. Il y a beaucoup de gens, d'enfants qui se promènent et c'est très positif. Ça va dans le sens de construire ce chemin avec un plan. On a un olivier qui est millénaire, d'ailleurs. On a mis quelques panneaux en interdisant les voitures, pour que ce soit plus sécurisé aux promeneurs.

Le jardin d'essences méditerranéennes, au-delà d'embellir le domaine viticole, est un attractif pour des insectes bénéfiques, par exemple, qui contribuent à l'équilibre naturel du vignoble, ainsi comme il est une source d'odeurs qui parachève sans doute la « *contemplation* » du paysage.

On a fait attention pour qu'il ait beaucoup de plantations naturelles, du romarin, du thym, plusieurs types de lavandes... avec des plantes uniquement méditerranéennes, qui on n'a pas besoin d'arroser (parce qu'on n'a pas d'eau).



Fig. 4.15 – Le jardin d’essences méditerranéennes du Mas de la Séranne. Source : C. Velloso, juillet 2011.

Finally, the construction of the cellar was also projected with the same preoccupations, so that it integrates into the landscape and is not very visible from the exterior.

On a mis en valeur vraiment le paysage. Ça c’est le paysage qu’on voit, d’un côté avec toute la chaîne du Larzac et la Séranne, et de l’autre côté les vignes vers le caveau, l’intégration de notre caveau. On a voulu que notre cave soit **peu** visible. A part le front qui est là pour un peu éclairer, la cave est quasiment toute enterrée, ce qui fait qu’**on a essayé de ne pas être trop visibles pour respecter l’environnement et le garder le plus sauvage possible.**



Fig. 4.16 – Les propriétaires du Mas de la Séranne, avec l’entrée du caveau en arc au fond, sa seule partie visible à l’extérieur. Source : Mas de la Séranne, 2012. Disponible sur : <http://www.mas-seranne.com>.

- **Villa Dondona**

At the feet of the Castellas, in Montpeyroux, the estate designs the contours of its landscape. The place has certainly been cultivated and cared for since antiquity, since we find some indicators. These are at once very old olive trees, some mulberry trees, some figs, some almond trees, or then some beautiful capotes and long stone walls. It was however abandoned (for a very long time) before the arrival of a couple of neo-vignerons who have

acheté et qui sont aujourd'hui ses propriétaires. Et qui ont finalement soigneusement façonné ce petit coin de terres, à leur façon (avec beaucoup de passion et de l'art), mais en pleine intégration avec le paysage.

Au-delà de l'entretien des murets et des capitelles, ce qui nous attire le plus l'attention, dans le contexte d'intégration au paysage, c'est le caveau creusé à la roche, ainsi que leur parcelle de vermentino (un cépage de raisin) en pergola.



Fig. 4.17 –Parcelle de vigne en pergola au Domaine Villa Dondona.

Source : B. Campels, 2011.

4.2.6 Le paysage et les circuits courts

Les discours qui lient les circuits courts de commercialisation et les « bénéfiques » environnementaux sont assez récurrents et nombreux (*moins de dépense énergétique, agriculture plus respectueuse de l'environnement due au rapprochement entre producteur et consommateur, etc.*). Quel est, pourtant, le lien qu'ils peuvent avoir avec le paysage et pourquoi parlons-nous ici de ce sujet ? Nous en parlons tout d'abord parce que quasiment la totalité des vignerons réalise la vente directe de leurs produits, mais aussi parce que nous trouvons pleins d'événements locaux, qui permettent et promeuvent la commercialisation des produits en circuits courts. Ensuite, ceux-là, en étant dynamique territoriale, font impérieusement partie de la construction du paysage et ont un impact (souvent positif) sur celui-ci.

Les fêtes locales et les événements collectifs feront sujets dans le chapitre à venir. La vente directe – et parce qu'elle part de trajectoires individuelles des acteurs et qu'elle a un impact sur la « construction » du paysage –, cependant, ne pourrait qu'être discutée dans cette partie du travail de recherche. D'un côté ou de l'autre, pourtant, c'est la relation établie à partir du *rapprochement entre producteurs et consommateurs* qui est au cœur des raisons à ce lien.

Si nous partons du côté des pratiques environnementales et des circuits courts, nous observons, par exemple, que ceux-ci peuvent induire à des pratiques comme l'Agriculture

Biologique ou la Biodynamie : « *Comme on fait de la vente directe et qu'on est en contact avec nos clients, la pression et la demande de leur part nous encouragent à être en BIO, dans le respect de la Nature* » (DPO16, entretien 2011). Bien que ceci n'implique pas forcément à des impacts visuels, esthétiques sur le paysage, il en fait partie, comme nous le raconte un vigneron BIO :

[...] parce que la qualité, la beauté de cet endroit c'est aussi ça... Il faut que les gens arrêtent de polluer, et que les vignerons respectent l'environnement, le sol, la vie... Il faut qu'ils arrêtent de mettre des pesticides ! Il serait bien si tout le monde était en BIO. Mais je pense qu'ici on va vers ça... Et pour moi c'est ça aussi la beauté de l'endroit... parce qu'il faut qu'on se sente bien... c'est le bien-être aussi qui compte... (DPM11, entretien 2011).

D'un autre côté, parce qu'ils font aussi la vente directe de leurs produits et qu'assez fréquent cela représente leur principale forme de vente, ils s'inquiètent parfois aussi aux aspects justement esthétiques. Les discours des acteurs à ce propos apparaissent particulièrement dans leur vision du paysage comme une ressource commerciale (liée à l'activité) qu'il faut préserver, comme nous l'avons vu dans ce chapitre. De manière générale, donc, c'est un paysage (notamment visuel) qu'il faut préserver et maintenir beau et attractif pour qu'il y ait des touristes, *i.e.* des clients potentiels des vignerons, et aussi pour que les consommateurs « *aient envie de ces vins, qui leurs fassent rêver, en les associant à un beau paysage* ».

Au-delà des discours, toutefois, ils existent des dynamiques qui se mettent en place dues à ces circuits courts de commercialisation. Elles passent par des pratiques et des décisions individuelles, comme l'aménagement des exploitations (voir les deux exemples ci-dessus), jusqu'à des projets collectifs liés spécialement au tourisme (*voir Chapitre 5*), mais qui touchent des aspects culturels, patrimoniaux, environnementaux, etc.

4.2.7 Une vraie crise, ou pas de tout ?

La réalité est toujours mouvement, sa raison commence bien avant de ce qu'on imagine et détient un avenir incertain. Si tout le monde parle de crise en ce moment, le mot a bien connu d'autres époques, en accompagnant inlassablement la réalité. Car son concept, malgré son image souvent attaché au négatif, signifie aussi changement, ce qui est une condition simplement naturelle de la réalité dont nous vivons. Même si elle est marquée par un moment souvent très difficile, elle nous mènera à une situation (réalité) différente. Dans la langue chinoise, « *le mot est composé de deux caractères : l'un représente le danger et l'autre représente*

l'opportunité » (John Kennedy). C'est donc le temps d'adaptation et d'innovation pour réussir à bien arriver à cet avenir, ou plutôt à bien construire le chemin.

Dans le sens de changement, donc, nous pouvons dire que la crise en Languedoc-Roussillon, notamment dans le monde du vin, n'est pas vraiment actuelle. Elle date de quelques décennies, depuis que la région a dû surmonter la mauvaise réputation des vins « fraudés » et de qualité douteuse, lorsque les abondantes vendanges régnaient dans le sud. Même ceux qui se trouvaient dans cette logique se sont vu obligés à changer radicalement pour pouvoir survivre dans « *ce monde qui n'achetait plus ces genres de vin* » (SAO01, entretien 2011). Cela a été l'adaptation et l'innovation pour ceux qui ont eu « *la force et le courage* » et qui s'en sont sortis. Beaucoup d'autres viticulteurs, par contre, ont abandonné l'activité et les vignes. Ce qui a causé un grand impact sur les paysages du Languedoc-Roussillon. Sur les *Terrasses du Larzac*, pourtant, où la viticulture n'était pas très dominante et la productivité était encore assez limitée due aux conditions edafo-climatiques (*i.e.* sol et climat), ceci n'a pas été flagrant (Gavignaud-Fontaine, 2011).

À présent, par contre, malgré qu'en Europe on parle souvent en crise – surtout financière –, ce n'est pas vraiment la crise que nous trouvons chez ces vigneron que j'ai rencontré. C'est possiblement vrai que leur métier s'est complexifié et devenu multidimensionnel, mais les difficultés financières et le sentiment de faillite ne sont pas mis au point. Principalement, les vigneron sont très heureux avec leur mode et leur qualité de vie. Alors, peut-on, dans cette situation, parler de crise ?

Les principales contraintes, selon ces acteurs, sont liées au travail administratif – qui est souvent « *très lourd* » –, à la commercialisation – qui exige beaucoup de temps et d'efforts pour qu'elle soit en même temps diversifié et donc plus stable et qui, à la base, n'est souvent pas le métier dont ils étaient habitués autant que viticulteurs et agriculteurs –, et également aux politiques publiques actuelles – « *qui n'aident pas vraiment les vigneron et la commercialisation de vins* » (ACS01, entretien 2011).

C'est vrai que la commercialisation, ce n'est pas évident. Ce n'est pas faire du vin qui est le plus dur, c'est de commercialiser. Maintenant, nous, dans la même profession on a quasiment quatre métiers : viticulteur, vigneron (donc cultiver la vigne et faire du vin) et puis la commercialisation et l'administration, la comptabilité, tout ça (DPM03, entretien 2011).

Il y a une contrainte globale, en France, sur les entreprises que tout le monde connaît : trop de bureaucratie, trop de fonctionnaires, trop de contrôles à la con. [...] Moi je vois que la plupart des reformes qui sont

prises au niveau européen sous de motifs sanitaires, etc., pour moi la vraie raison c'est de détruire le petit paysan, la petite production pour que la grosse industrie puisse vivre. Un petit boucher dans le village, par exemple, pour qu'il suive des nouvelles lois sur l'état sanitaire, pour qu'il soit en normes, il faut parfois qu'il investisse 30.000 euros dans sa boutique. Donc, en général, il ne peut pas et donc il ferme sa boucherie et on va acheter la viande à l'Intermarché. L'Intermarché peut payer 30.000 euros pour mettre la boucherie aux normes. Donc chaque nouvelle loi elle est là pour tuer le petit et pour nous, les vignerons, c'est pareil (DPM01, entretien 2011).

Ce ne sont pas ces contraintes, pourtant, qui inquiètent l'avenir de la viticulture dans la région ou qui prouvent l'évidence d'une crise. Si celle-ci existe entre ces vignerons, elle est certainement d'autres dimensions. Depuis les œuvres de Marx (notamment « Le Capital », 1867) et comme renforce ci-dessus le vigneron, on s'aperçoit du fonctionnement et de l'histoire du capitalisme, qui se répète et se maintient toujours actuelle : la concurrence, facteur inconditionnel dans ce système, conduit à la concentration du capital et aux monopoles, aux grosses entreprises. D'un autre côté, par contre, mais encore emballés par ce même système, les petits vignerons ont bien trouvé quelques mécanismes qui les ont permis de survivre, comme la coopération et la concurrence par un différentiel (la qualité, en opposition à la production en masse). La coopération, toutefois, comme nous l'avons vu dans ce chapitre, ne survivrait pas aujourd'hui sans cette deuxième, *i.e.* la valorisation vers la qualité avec l'adaptation et l'innovation face aux changements.

En même temps, pourtant, une nouvelle compétition mondiale se met en place, où des grosses entreprises et des sociétés multinationales arrivent à placer sur les grands marchés des produits à des prix bien inférieurs à ceux que les petits producteurs peuvent maintenir. Ce qui entrave encore plus les défis aux petits producteurs, qui se « battent » donc pour atteindre d'autres niches dans le marché. Le problème, néanmoins, ne vient pas seulement de la part de ceux qui produisent et vendent, dans ce cas, le vin ou l'huile d'olive. Ce sont les consommateurs, en manière générale, qui n'ont plus le même pouvoir d'achat et qui préfèrent payer moins cher pour des certains produits.

Aujourd'hui 80% de la population qui habite en ville, quand ils ouvrent une bouteille de vin ou d'huile d'olive, **ils n'arrivent pas à trouver toute la vibration et toute l'énergie de la nature**, il n'y a pas d'intérêt. Donc la crise elle vient de là. La 2^{ème} crise c'est que le pouvoir d'achat des gens n'a pas suivi le fait qu'une bouteille de vin produit artisanalement coûte un certain prix et que tout le monde pourrait se la payer, sauf que **les systèmes**

en place n'ont pas permis d'acheter ce qui était vrai (DPO11, entretien 2011).

Nous ne parlons pas, pourtant, des « passionnés de vin ». Ceux-ci, « *les gens qui aiment le vin, iront toujours acheter le bon vin* » (DPM15, entretien 2011), en cherchant, bien entendu, les meilleurs « coûts-avantages ». « *Il ne faut pas qu'il soit trop cher non plus, mais il faut qu'il valorise notre travail et nos œuvres d'art* » (DPM01, entretien 2011). C'est possiblement celle-ci aussi la raison pour laquelle les vignerons des *Terrasses du Larzac* exportent chaque fois plus leurs vins à l'étranger, malgré qu'ils valorisent plutôt la vente directe au Domaine.

Au niveau de la qualité des vins, de leurs diversités, de leurs « coûts-avantages » et de leurs « *sincérités*⁷⁶ » dans les *Terrasses du Larzac*, nous ne pouvons pas attendre ou prévoir une crise majeure, avec la « faillite » des producteurs ou de l'activité. L'avenir, malgré les difficultés à l'échelle notamment des caves coopératives, est quelque part prometteur. La question que se fait lancinante reste toujours sur les viticulteurs âgés qui ne voient pas par l'instant des perspectives pour leurs vignes.

Conclusion

Le paysage vécu des producteurs est bien cette complexité d'éléments et d'interactions d'une réalité. Il n'était pas ainsi question de l'analyser sur le regard simplement des perceptions. Ce serait sinon un « paysage vu », plutôt qu'un paysage vécu. Décrypter ce paysage vécu au regard des producteurs s'est révélé un grand défi. C'est la raison pour laquelle j'ai choisi de consolider l'analyse sur trois axes, en me basant notamment sur les discours des producteurs.

Un paysage vécu pourrait possiblement être raconté par un regard extérieur (celui du chercheur), mais il ne serait sûrement pas si complet que ceux donnés par les producteurs – même si à la fin, en étant le travail écrit et analysé par le chercheur, il reste quand même écocentrique. Face à la complexité de ce paysage vécu, le scénario analysé n'est possiblement pas complet, mais il repère assurément des points clés sur l'interface producteurs-environnement, en ayant comme outil des entretiens compréhensifs entre l'activité économique et le paysage.

⁷⁶ Cela peut paraître très subjectif : « *la sincérité d'un vin* » ! Pourtant ce terme a été utilisé par l'un des vignerons enquêtés et j'ai décidé de l'adopter dans ce contexte, parce que, à travers ce mot d'un acteur, nous trouvons l'une des meilleures définitions pour le vin de ce territoire. Ceci parce que ces vins sont souvent faits avec beaucoup de soin et de passion, où les vignerons déposent pratiquement toutes ses heures de travail, en respectant et en faisant exprimer à travers eux le terroir, ainsi que l'environnement. Ce sont, donc, des « *vins sincères* ».

Le profil et les différentes caractéristiques de ces acteurs dévoilent une première partie de leur paysage vécu. Il est construit par des hommes et des femmes, par des jeunes et des vieux, par des vigneron depuis plusieurs générations, des viticulteurs et des nouveaux vigneron. Ce sont des producteurs avec des profils très diversifiés, mais qui adoptent normalement les mêmes stratégies de commercialisation et de qualité des produits. Les appellations d'origine et la valorisation du terroir sont très estimées dans ces terres, ainsi que la passion pour l'activité et pour l'endroit.

De cette passion, ils sont souvent des « autodidactes », c'est-à-dire, ils veulent faire et créer leurs propres vins, selon leurs plaisirs et leurs inspirations. Ils veulent faire leurs propres « œuvres d'art ». Ceci construit certainement la diversité, la richesse et la qualité de ce paysage : le « goût du terroir » est très important dans la perception et la vie d'un paysage. Chaque vin est unique. Il n'existe pas de standard. Serait-il, alors, l'expression de la « vraie essence » de ce paysage ?

Les néo-vignerons, qui sont chaque fois plus nombreux sur les *Terrasses du Larzac*, apportent une nouvelle vision au territoire, enrichissant la vision de monde du groupe social. Ces « nouveaux apports » se dirigent spécialement vers la valorisation et la préoccupation à se préserver, rétablir et maintenir le « petit » patrimoine (*i.e.* les murets, les capitelles, les vieux oliviers, etc.). C'est surtout dans les autres communes des *Terrasses du Larzac* (que non pas Montpeyroux⁷⁷ ou Saint Saturnin), pourtant, que ces acteurs sont, en général, le mieux entendus et « acceptés » par les « producteurs natifs ». Ils aident ainsi à dynamiser le « paysage vécu ». La tradition et l'histoire auraient-elles d'influence sur l'acceptation et l'incorporation du « nouveau » ? A la mesure où ce « nouveau » s'intéresse à ses deux éléments, dans les contextes où ils sont très présents, nous observons pourtant qu'à partir d'un certain moment il passe à être mieux accepté par le groupe. Ce sont surtout les « vrais » néo-vignerons qui sont les plus discriminés.

Les femmes, d'autres discriminées dans l'activité, occupent chaque fois plus de place dans ce domaine. Elles se battent pour être mieux acceptées dans l'activité, en créant aussi, par exemple, des associations de vigneronnes, telle que les Vinifilles :

Vinifilles n.f. pl. créatures de sexe féminin engagées dans la viticulture en Languedoc Roussillon fédérées en 2009, adeptes du plaisir et de la richesse

⁷⁷ Bien que la plupart des néo-vignerons qui mettent en valeur un « paysage patrimoine » dans leurs discours soient situés à Montpeyroux, cela ne veut pas dire qu'ils soient bien entendus et acceptés par le groupe social. Le fait qu'ils ont prononcé à nous chercheurs ce discours n'implique pas qu'ils réussissent à le faire passer et le faire incorporer par le groupe d'acteurs. Cette remarque a été donc plutôt faite par rapport à l'expérience d'observation participante, de leurs positions dans les groupes (syndicats, associations...), de leur participation dans les réunions, ou même de ce que les acteurs m'ont raconté.

de leur métier, belles, rebelles, actives, gourmandes, sympas, sociables et dynamiques ! (Vinifilles, *disponible sur* : <http://www.vinifilles.fr>).

Ces associations, selon elles, leurs permettent de mieux se faire comprendre, puisque « *les femmes n'ont pas les mêmes visions que les hommes, et parfois c'est difficile de se faire comprendre* » (DPM14, entretien 2011). Ce sont elles aussi, donc, qui enrichissent une vision de monde du groupe social. Les femmes ont une vision beaucoup plus « poétique » du paysage, en l'attachant surtout à un paysage domestique, à un paysage du quotidien.

De manière générale, pourtant, c'est celle-ci la vision la plus mise en valeur par tous les producteurs. C'est-à-dire qu'ils associent le paysage à leur vie habituelle et qu'ils le valorisent tel qu'il fait partie de leur quotidien. Rarement, pourtant, ils se voient comme des acteurs responsables pour la construction de ce paysage, leur vision et leurs discours sont plutôt liés à la contemplation. La passion par l'activité et l'endroit aurait-elle influence sur cette vision ? Probablement.

Dans le même sens, ceux qui voient plutôt le paysage comme un paysage des loisirs ce sont notamment les vigneron chasseurs, randonneurs ou cyclistes. Ils ont une autre passion que la vitiviniculture, où ils n'ont pas d'obligations et qu'ils se sentent « à l'aise ». C'est le moment où ils contemplent et qu'ils aperçoivent le paysage. Il est aussi lié à une passion. Aurait ainsi la passion influence sur la forme de voir le monde (plus poétique et lyrique) ? Le paysage, en tout cas, paraît être perçu plutôt comme « quelque chose qui est là et qu'on contemple » et non pas dynamique dont les acteurs (eux) en sont responsables.

Des visions plus politisées, où ils voient à la fois des menaces et à la fois des ressources – donc qu'il faut préserver –, sont aussi mises en valeur par quelques producteurs. Ils reconnaissent l'importance de préserver le paysage, ainsi que les sites touristiques et de développer le tourisme, en ayant aussi le « petit » patrimoine comme une ressource, puisqu'ils en ont besoin pour maintenir leur activité économique. Ils commercialisent principalement en vente directe et le tourisme leurs est très important. Pour l'image et la qualité du vin, toutefois, il est également important pour eux « d'avoir un beau paysage ». Ainsi, le paysage est vu comme une ressource commerciale (liée à l'activité) qu'il faut préserver. Les acteurs qui ont cette vision occupent souvent des postes importantes politiquement, dans un syndicat ou dans une coopérative, par exemple.

Le paysage possède ses symboles. Les symboles dans le paysage donné à voir par les acteurs économiques ne sont pourtant pas les mêmes que les symboles d'un paysage vécu. Bien qu'il s'agit du même paysage si nous les situons géographiquement, les symboles qui

apparaissent dans les discours des producteurs ne sont pas toujours visuels et ne peuvent donc pas être les mêmes. Dans un paysage vécu, les symboles sont souvent dans les sensations et dans ce qui les « attire » le plus l'attention dans leur vie quotidienne (en compatibilité avec leur vision de monde la plus récurrente). « *Le vent qui leur frappe le visage presque tous les jours* » peut être, dans ce paysage **vécu**, plus symbolique que le château du Castellás, par exemple.

De manière générale, pourtant, si nous voulons parler des caractéristiques aussi visuelles de ce paysage, les acteurs nous révèlent à travers leurs discours un paysage très diversifié, beau et complexe. Où nous trouvons des petites montagnes un peu partout en même temps qu'un angle de vue très ouvert, des collines, de la garrigue, de différentes végétations, des mûriers, des amandiers, des oliviers, des figuiers, des vignes, des bois... Tout ceci enrichit par le dynamisme des groupes sociaux, par les arômes, par le goût des vins, par la faune, le vent, le Mont Baudille, le château du Castellás, les pierres sèches, le soleil, etc.

Leurs attentes en matière de paysage, par contre, sont rarement explicites. Ils font parfois référence à des exemples localisés et concrets pour exprimer leurs préoccupations sauf lorsqu'il s'agit d'objets particuliers du paysage tels que le patrimoine bâti ou le Grand Site Saint Guilhem le Désert, par exemple, où ils existent des propositions opérationnelles et concrètes qui sont faites (restauration, conversion en musée, réaménagement,...). Le rôle de la mémoire apparaît fort dans la construction des représentations sociales du paysage.

Les perspectives de l'avenir, bien qu'elles soient plutôt optimistes parmi les producteurs, restent toujours difficiles à mesurer, dû aux incertitudes qui remettent en question ce milieu, telles que le vieillissement des viticulteurs sans héritiers et les néo-vignerons qui investissent sans avoir des projets patrimoniaux et successoraux pour transmettre à la génération suivante. Les principales difficultés actuelles touchent notamment les caves coopératives et les coopérateurs, encore que nous ne constatons pas une « vraie » crise dans le contexte global, pour l'étude de cas. Les acteurs ont beaucoup de difficultés à imaginer quelle évolution vont suivre les paysages ou celle qu'ils souhaiteraient et privilégient plutôt l'expression de ce qu'ils ne souhaitent pas voir. Ils font alors preuve d'un certain conservatisme en s'appuyant sur des éléments hérités auxquels ils sont attachés.

Les trajectoires, les expériences et les visions personnelles, si d'un côté elles sont diversifiées, de l'autre elles révèlent une richesse et même une ressource vers une vision de monde collective, notamment parce que nous trouvons également pleins de caractéristiques, des stratégies et des rêves qui leur rassemblent, comme la passion pour l'activité et pour l'endroit, la valorisation du terroir et l'envie de créer des « œuvres d'art ».

Si nous croisons pourtant les résultats des analyses d'un « paysage donné à voir » ou comment les acteurs médiatisent le paysage dans la valorisation de leurs produits et ceux d'un « paysage vécu » à travers leurs discours, nous remarquons que le paysage n'est pas toujours vraiment mis en valeur ou saisi comme il apparaît dans les photographies utilisées par ces mêmes acteurs pour valoriser leurs produits. A l'exception de ceux qui parlent du paysage comme une ressource (commerciale) qu'il faut préserver, les producteurs ont souvent du mal à parler de ce sujet. Cela veut dire que leur mobilisation du paysage est parfois « non-intentionnelle » ou au moins confuse. C'est parce que la compréhension du paysage est aussi confuse. Dans ce sens, nous analysons dans le chapitre suivant la mobilisation du paysage dans des projets collectifs et publics, en essayant toujours de comprendre le processus d'activation de la ressource territoriale.

Chapitre 5

Le Paysage dans les actions collectives et publiques

« Vouloir un paysage ne suffit pas. Il faut aussi se donner les moyens pour que les gens qui le produisent puissent vivre non pas pour jardiner la nature que seuls les riches et les plus cultivés pourraient goûter mais pour que cette nature qui n'a rien de naturel nous aide à construire un projet de société cohérent, à la fois économique, social mais aussi culturel et pourquoi pas esthétique. Le paysage ainsi pensé deviendra alors une part de nous-mêmes qui nous ressemble et nous rassemble ».

(Yves Michelin, 2006, p.177)

Introduction

Les chapitres précédents ont permis de montrer la diversité des visions de monde et du paysage des producteurs du piémont et des contreforts du Larzac et de confirmer que le paysage est plus qu'un objet visuel. Il est une réalité vécue par de nombreux acteurs du territoire, porteurs de politiques publiques et représentants de la société civile. Cette diversité mène ainsi à des différentes aspirations qui peuvent être (ou non) consolidées dans des projets collectifs. Ces projets répondent à une volonté de maintenir un paysage où l'on préserve le patrimoine – où s'exerce le « *devoir de mémoire* » (Sgard, 2012). Il s'agit par exemple de projets de développement économique et sectoriel autour des vignes et les oliviers qui font aussi partie du patrimoine local. Mais ce peut être également des prescriptions, des actions, des chartes ou des cahiers de charge initialement conçus pour d'autres fins (économiques, de qualification de produits...) mais qui mobilisent le paysage et répondent indirectement à une certaine « demande sociale » (Bertrand et Beringuier, 2006 ; Germaine,

2009 ; Ménadier, 2012). La demande sociale autour du paysage se construit donc de façon parfois implicite par des groupes d'acteurs sur la base de raisonnements liés à la qualité de vie, au patrimoine, à l'identité locale, ou alors même à l'économie, qui se manifeste même dans des endroits les plus ordinaires (Dubois 2009)

Par définition, le développement territorial⁷⁸ implique une dynamique collective des acteurs du territoire pour la valorisation des ressources locales. La ressource paysagère devient un élément à part entière de la vie quotidienne. Elle suppose à la fois des transferts réciproques entre savoirs locaux et projets d'aménagement et des processus de participation des citoyens. Ainsi, dans un territoire où les vigneron·ne·s mouvementent l'économie locale et façonnent le paysage, quelles sont les orientations et les pratiques qui concilient donc l'entretien du paysage et leur viabilité économique ? Et quelles autres actions ou projets collectifs territoriaux mobilisent le paysage ?

Pour répondre à ces questions, je considère ici le paysage à travers des actions publiques et/ou collectives du territoire, c'est-à-dire comme sujet-support d'intentions associées au développement local.

Les **actions publiques** sont celles coordonnées par des administrations publiques (le Pays Cœur d'Hérault, les intercommunalités et les municipalités). Ces actions publiques sont souvent « règlementées » par des instruments définis dans le cadre national ou régional : chartes ou documents contractuels. La prise en compte du paysage par ces actions permet hypothétiquement de maintenir ou améliorer la « qualité paysagère » au niveau d'un territoire.

Les **actions collectives** sont des actions communes et concertées entre des membres d'un groupe autour d'objectifs communs dans un environnement donné. Ces actions s'insèrent dans des différents domaines, elles reposent à la fois sur des structures collectives privées ou mixtes (syndicat, association, coopérative, etc.). Elles s'inscrivent dans la durée (gestion d'une indication géographique) ou sur une durée de temps plus limitée (coordination d'un événement, par exemple). Les acteurs qui sont à leur origine ont des motivations matérielles (*e.g.* pour la valorisation de leur produit) ou immatérielles ou symboliques, ils défendent des valeurs liées au paysage.

Le paysage dont on parle est complexe et riche en éléments. Dans la plupart des cas, ces actions ne sont pas liées forcément au paysage global, mais elles mobilisent parfois une « partie » des paysages et sont capables de « maintenir » des « qualités paysagères ».

⁷⁸ Capacité des acteurs situés sur un territoire à en maîtriser les évolutions à venir (Deffontaines *et al.*, 2001).

Réciproquement, le paysage peut être un atout pour la mise en place de projets collectifs et/ou publics. Ainsi, l'étude des liens existants entre les actions collectives et publiques « locales » et les paysages est importante pour mieux comprendre et valider notre hypothèse. Il s'agit alors de poser les questions suivantes :

- Comment les acteurs (publics et collectifs) de la filière viticole et du territoire mobilisent le paysage dans leurs actions, prescriptions et/ou projets ?
- Les paysages constituent-ils une clé pour la mise en place des actions publiques et/ou collectives ?
- Les actions publiques et les actions collectives « locales » sont-elles importantes pour le maintien des paysages ?
- Ces actions sont-elles capables de maintenir un paysage non pas simplement esthétique, et de « donner les moyens pour que les gens qui les produisent puissent vivre » et ainsi de révéler le paysage comme ressource pour le développement territorial durable ?

Si l'objet de l'analyse dans ce chapitre est orienté vers les actions collectives et publiques « locales », la notion employée de « local » est ici multi-échelle. Elle fait référence au terrain d'étude et concerne des actions qui sont parfois très localisées (*i.e.* à une échelle spatiale plus petite qu'une commune), parfois à l'échelle d'une seule commune, d'autres à l'échelle de 2 à 5 communes ; mais aussi celles à l'échelle de la Communauté de Commune Vallée de l'Hérault (28 communes), de l'appellation « Terrasses du Larzac » (32 communes) et du Pays Cœur d'Hérault (77 communes) sont prises en compte⁷⁹.

Ce dernier chapitre s'appuie ainsi sur une troisième approche du paysage. La première est celle des « paysages donnés à voir » (*Chapitre 3*), la deuxième est celle des « paysages vécus » (*Chapitre 4*), et cette troisième est donc celle des « paysages dans les actions collectives et publiques », qui prend pourtant en compte les deux autres approches. Cette approche permettra de mettre en exergue la construction des « dessins riches » (Checkland, 2006) (dans le *Chapitre 6*), ainsi que d'offrir un cadre de réflexion pour la prise de conscience partagée des enjeux sous-jacents à l'évolution paysagère.

⁷⁹ Soit une échelle qui varie entre 20 et 120.000 ha.

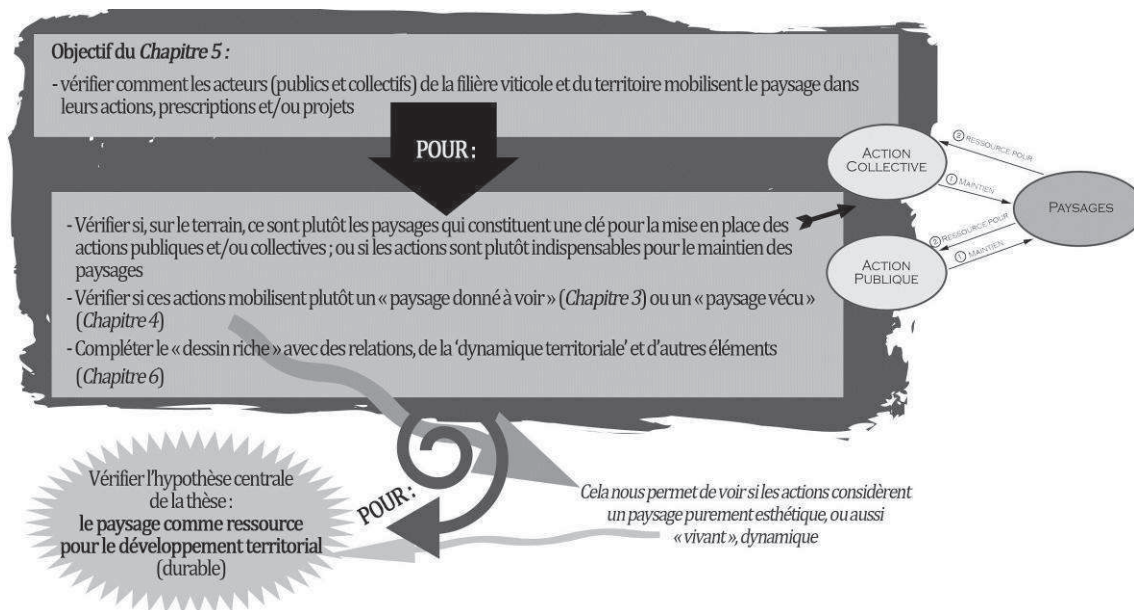


Fig. 5.1 – Objectifs du Chapitre 5 (C. Velloso, 2013).

5.1 Matériaux et méthodes

Les actions collectives et les actions publiques mériteraient un travail d'analyse approfondi de leur construction sociale, dans l'histoire, dans ses enracinements, dans son importance économique et pour le développement ou dans « *l'art de la défense des intérêts et de la promotion des ambitions collectives* » (Tilly, 1984, p.89). Mais ceci serait le sujet d'une autre thèse. Certains auteurs l'ont d'ailleurs fait avec mérite (sociologues, philosophes, économistes...). L'analyse développée dans ce chapitre repose sur de deux corpus de base de données: **1)** des enquêtes auprès des acteurs collectifs et publics du territoire (*Tableau 5.1*) et **2)** des documents officiels : Contrat du Pays, la charte de développement durable et d'aménagement du territoire du Pays Cœur d'Hérault, les cahiers de charge des Appellations d'Origine Protégée, mais aussi des journaux, des revues et des bulletins d'information locaux.

Dans le cadre de ma troisième approche, j'ai rencontré 23 acteurs de la filière et du territoire: ce sont **a)** trois maires de communes, **b)** Cinq directeurs et/ou présidents et d'autres employés (à la fois intégrant du conseil administratif) des caves coopératives, **c)** six présidents ou d'autres personnes engagées dans les syndicats de chacune des appellations (*Montpeyroux, Terrasses du Larzac et Languedoc*), **d)** des représentants d'AIRSUD (organisme responsable pour toutes les IGP pour les vins dans le Languedoc) et de la Chambre d'Agriculture et **e)** des présidents ou responsables dans des associations (liées à la fois au

patrimoine, à la culture ou à une activité économique). Le *Tableau 5.1* ci-dessous présente ces acteurs :

Tableau 5.1 – Corpus des enquêtes.

Enquêtes :			
	<i>Nom</i>	« <i>Type</i> » d'acteur	<i>Localisation / Commune</i>
1	Claude Carceller et son adjoint Bernard Jerez	<i>Maire de Montpeyrroux</i>	Montpeyrroux
2	François Boudou	<i>Président Cave Coop. + Syndicat Montpeyrroux + Chemins de l'Histoire</i>	Montpeyrroux
3	Bernard Palissé	<i>Directeur de la Cave Coopérative</i>	Montpeyrroux
4	Sylvain Fadat	<i>Syndicat Montpeyrroux</i>	Montpeyrroux
5	Christophe Bernes	<i>Directeur de la Cave Coopérative</i>	Saint Saturnin de Lucian
6	Charles Dalier	<i>Directeur de la Cave Coopérative</i>	Saint Jean de Fos
7	Bruno Vernhes	<i>Directeur de la Cave Coopérative</i>	Gignac
8	Roland Calac	<i>Chambre de l'Agriculture</i>	Lattes
9	Bernard Augé	<i>IGP Air Sud</i>	Maurin
10	Jean-Philippe Granier	<i>Syndicat AOP Languedoc</i>	Lattes
11	Vincent Goumar	<i>Syndicat Terrasses du Larzac</i>	Jonquières
12	Jean-Pierre Vanluggene	<i>Maire d'Arboras</i>	Arboras
13	Jean-Pierre Venture	<i>Syndicat Terrasses du Larzac + Conseil municipal</i>	Aniane
14	Pascal Pons	<i>Conseil administratif de la Cave Coopérative</i>	Saint Saturnin de Lucian
15	Régis Pourtalié, Françoise Reynaud, Philippe Bonifas	<i>Association Les Amis des Vieux Oliviers</i>	Puéchabon
16	Benoit Picard	<i>Office Intercommunal du Tourisme Vallée de l'Hérault</i>	
17	T. Rebuffat	<i>Pays Cœur d'Hérault</i>	
18	Jérôme Hermet	<i>Domaine Alexandrin</i>	Saint Jean de Fos
19	Bernard Duisset	<i>Maire de Saint André de Sangonis</i>	St André de Sangonis
20	Olivier Jullien	<i>Syndicat Terrasses du Larzac</i>	Jonquières
21	Marie Chauffray, Pascale Rivière	<i>Syndicat Renaissance des Appellations + Vinifilles</i>	Arboras
22	Yvon Creissac	<i>Rébourdelis, l'Association des Amis du Castellas et du Barry</i>	Montpeyrroux
23	Jean-Claude Richard	<i>Les Terrasses de Gellone</i>	St-Guilhem le Désert

Les actions publiques et collectives sur le territoire ont été recensées après les entretiens et l'analyse des documents. L'analyse de ces actions a ensuite été réalisée à travers une grille de lecture (*Annexe 05*) subdivisée en trois temps : une première partie descriptive des actions (publique ou collective, acteurs leaders et partenaires, dates de création, échelle et localisation spatiale, objectifs, etc.), une deuxième partie (analytique) des paysages mobilisés dans les actions, et une troisième partie de justification de la prise en compte de ces actions dans l'analyse (leurs corrélations avec le paysage de la vigne et de l'olivier, par exemple).

A partir de cette grille de lecture et des croisements de ses données, et en prenant en compte des résultats de mes deux premières approches du paysage des *Chapitres 3* et *4* (pour

savoir si ces actions mobilisent plutôt des « paysages donnés à voir » (et quels éléments) ou des « paysages vécus » (et quels regards), les analyses pour répondre aux questions du chapitre et de thèse ont été ainsi menées dans la séquence.

5.2 Les actions collectives et publiques « locales » : objet de l'analyse

Ce qui caractérise le mieux mon échantillon d'actions publiques et collectives identifiées et sélectionnées par les acteurs et moi-même, est qu'il entend saisir les intérêts communs d'un groupe d'acteurs en lien avec le maintien « d'un paysage ». De nombreux acteurs – publics, juridiques et civils – le construisent, le valorisent ou le restaurent, en adoptant une préoccupation progressive d'aménagement et de gestion durable du territoire. Hypothétiquement, pourtant, les actions collectives et les actions publiques ont plus de « poids » (force, pouvoir et moyens) pour assurer (ou non) ce but – bien que « le tout » (*i.e.* la « somme » de toutes les parties), où des petites « actions individuelles » peuvent être éventuellement plus importantes, voire ce qui compte véritablement⁸⁰. Si elles sont capables de maintenir un paysage, il est important de ne pas perdre de vue que le paysage n'est pas simplement esthétique, il doit « *donner les moyens pour que les gens qui le produisent puissent vivre* » (Michelin, 2006). Avant tout, néanmoins, je propose ici de mieux comprendre et de saisir ces actions : qui est derrière ? Quand ont-elles commencé ? À quelle échelle ? Pourquoi et comment ?

5.2.1 L'échantillon d'actions dans l'analyse

Les actions retenues pour l'analyse de ce chapitre sont celles qui ont été tout d'abord identifiées auprès des acteurs enquêtés, mais aussi à travers une recherche et lecture de journaux, revues et bulletins d'information locaux (*i.e.* du Pays, de la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault, de l'Office de Tourisme Intercommunal et des communes), et ensuite triées selon quatre critères : 1) le type d'action (publique ou collective) ; 2) l'espace d'action (concerne une partie ou la totalité du territoire de la zone d'étude) ; 3) la mobilisation du paysage ; et 4) la présence d'une corrélation (directe ou indirecte) avec les paysages de la vigne et de l'olivier. Ainsi, 16 actions publiques ou collectives composent l'échantillon (*Tableau 5.2*) :

⁸⁰C'est la raison pour laquelle j'ai choisi d'étudier non pas simplement les actions collectives ou les actions publiques, ni d'étudier un seul cas (action), mais plusieurs cas et dans différentes « dimensions » ou échelles spatiales concernant la zone d'étude.

Tableau 5.2 – Les actions publiques et les actions collectives retenues pour l’analyse du travail.

<i>Actions Publiques</i>	1. L’habitat et le développement d’un « urbanisme cohérent »
	2. La valorisation d’un paysage cultivé
	3. Les balades du patrimoine
	4. Balades VTT « Vignobles et patrimoine »
	5. Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l’Hérault
	6. Restauration et réhabilitation de l’Abbaye d’Aniane
	7. Le Pont Vieux d’Arboras
	8. Le pastoralisme à Montpeyroux
<i>Actions Collectives</i>	9. Les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert
	10. Les Amis des Vieux Oliviers
	11. Les chemins de l’histoire
	12. Le sentier du vin des poètes
	13. Le petit train des vignes du Domaine Alexandrin
	14. « AOC » Terrasses du Larzac
	15. « AOC » Montpeyroux
	16. « AOC » Saint Saturnin

Dans ces actions retenues, même si elles ont chacune des particularités et des différences, elles ont donc toutes un rapport avec « **un** » ou « **des** » paysages⁸¹. Elles sont à la fois liées à des projets d’aménagement de l’espace et de développement du territoire (comme dans les cas de celles portées par le Pays Cœur d’Hérault), à la mise en valeur de différents types de patrimoine ou alors d’autres éléments du paysage, ou alors quelques fois même à la valorisation de produits (notamment les appellations d’origine).

Cela veut dire que même si elles ont un lien avec le paysage, la création ou construction de ces actions ne part pas toujours d’une « volonté » de préserver le paysage. Cela ne leur empêche pas d’avoir une importance pour son maintien. Les fiches qui présentent des renseignements descriptifs et plus détaillés sur chaque action se trouvent en annexe (*Annexe 05*). Dans cette partie, je mobilise les informations nécessaires aux analyses et aux comparaisons, qui permettent également de les situer en fonction des questions de ce chapitre.

⁸¹Cette idée d’**un** ou **des** paysages (qui implique l’existence ou l’approche de différents « types » de paysages, ou différentes formes de le mobiliser, en rapport avec ce qui a été vu dans les chapitres précédents) sera plus claire à partir de l’*item 5.3* dans la séquence de ce chapitre).

5.2.2 Les protagonistes derrière les actions

Il y a d'un côté les actions publiques et de l'autre les actions collectives. Les acteurs porteurs de ces actions sont essentiellement des « collectivités territoriales » pour les premières, alors que le deuxième groupe présente une diversité plus marquante : ce sont à la fois des associations, des coopératives, des syndicats, ou même des « acteurs individuels » qui se regroupent informellement, *i.e.* sans forcément constituer une « *personne morale*⁸² ».

Les « collectivités territoriales » porteuses d'actions publiques sont donc le Pays Cœur d'Hérault, à une échelle spatiale plus large, la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault et les mairies de Montpeyroux et d'Arboras. Si les mairies des autres communes ne sont pas ici citées, c'est tout simplement parce qu'elles ne sont pas identifiées comme des leaders dans les actions recensées, même qu'elles puissent y apparaître éventuellement comme partenaires. Le fait qu'elles ne soient pas ici présentes ne veut pas nécessairement dire qu'elles ne s'engagent pas dans des projets ou actions qui « considèrent » le paysage : les propres Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) des communes en sont un exemple.

Tableau 5.3 – Les acteurs leaders dans les actions publiques et les actions collectives.

Action	Acteurs leaders
1. L'habitat et le développement d'un « urbanisme cohérent »	
2. La valorisation d'un paysage cultivé	Pays Cœur d'Hérault
3. Les balades du patrimoine	
4. Balades VTT « Vignobles et patrimoine »	
5. Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault	Communauté de Communes Vallée de l'Hérault
6. Restauration et réhabilitation de l'Abbaye d'Aniane	
7. Le Pont Vieux d'Arboras	Communauté de Communes Vallée de l'Hérault + <i>Mairies d'Arboras et de Montpeyroux</i>
8. Le pastoralisme à Montpeyroux	Mairie de Montpeyroux
9. Les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert	Association les Terrasses de Gellone + <i>Mairie de St-Guilhem le Désert</i>
10. Les Amis des Vieux Oliviers	Association Les Amis des Vieux Oliviers
11. Les chemins de l'histoire	Association les chemins de l'histoire + <i>cave coopérative de Montpeyroux + Association Rébourdelis</i>
12. Le sentier du vin des poètes	Cave Coopérative de Saint Satunin
13. Le petit train des vignes du Domaine Alexandrin	Domaine Alexandrin

⁸²En droit, les personnes morales sont des groupements de personnes physiques (les êtres humains) et/ou d'autres personnes morales, tels que les entreprises, les associations, les syndicats, les coopératives, etc. (Fabre-Magnan, *Encyclopædia Universalis [en ligne]*, 2013).

14. « AOC » Terrasses du Larzac	Syndicat des vignerons des Terrasses du Larzac
15. « AOC » Montpeyroux	Syndicat du Cru de Montpeyroux
16. « AOC » Saint Saturnin	Cave Coopérative de Saint Saturnin

5.2.2.1 Les acteurs publics

A) Le **Pays Cœur d'Hérault** apparaît ainsi comme un « acteur public » plus embrassant, puisque toutes les communes faisant partie du terrain d'étude y sont présentes. En réalité, le « pays » est un territoire qui n'est ni une collectivité locale, ni un canton, ni un Etablissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI), mais il reste un acteur efficace et reconnu du développement local en France. Il s'agit, en effet, d'une « *catégorie administrative française d'aménagement à caractère géographique désignant un territoire* » qui présente une « *cohésion géographique, économique, culturelle ou social, à l'échelle d'un bassin de vie ou d'emploi* » qui permet l'étude et la réalisation de projets de développement territorial (Art. 22, Loi du 4 février 1995).

Dans le cas du Pays Cœur d'Hérault, celui-ci est représenté et géré sous la forme juridique d'un syndicat mixte de pays⁸³. Le pays s'est constitué en janvier 2001 par trois communautés de communes : la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault, la Communauté de Communes Lodévois et Larzac et la Communauté de Communes du Clermontois. Ce sont au total 77 communes qui intègrent ainsi le territoire Cœur d'Hérault (Pays Cœur d'Hérault, 2008 ; 2011 – *Fig. 5.2*). Il a été définitivement reconnu par arrêté préfectoral le 17 janvier 2005, tandis que le syndicat mixte devant coordonner le développement de ce territoire a été créé seulement le 17 octobre 2008 par le Préfet de l'Hérault suite une demande des collectivités et des établissements consulaires (Pays Cœur d'Hérault, 2011). En dehors des compétences en aménagement du territoire et en développement économique, le Pays a nettement opté pour la compétence en protection et mise en valeur de l'environnement, ainsi que pour une politique du logement.

⁸³Les pays peuvent être représentés et gérés sous différentes formes juridiques : syndicat mixte de pays, association, groupement d'intérêt public, etc.



Fig. 5.2 – Découpages administratifs du Pays Cœur d'Hérault, avec ses trois communautés de communes.

Source : Observatoire Territorial du Pays Cœur d'Hérault,

<http://www.coeur-herault.fr/observatoire-et-etudes/cartotheque-pays-coeur-herault>.

Le Pays Cœur d'Hérault est donc un « territoire rural » pour lequel une charte de développement durable et d'aménagement du territoire a été adoptée en 2003 (Pays Cœur d'Hérault, 2008). Le contrat de pays, celui qui sert ici comme un outil d'analyse, a été signé la première fois en juin 2005⁸⁴. Dans la recherche d'un développement durable qui prend en compte les dimensions économiques, sociales et environnementales, le Pays souhaite s'inscrire dans une démarche d'Agenda 21 local France avec un processus de « démocratie participative »⁸⁵. Bien que cet acteur public « supra communal » soit au premier plan, au final, la décision et la mise en pratique des actions publiques incombent fréquemment aux élus locaux ou aux partenaires (souvent les financeurs, comme le Conseil Général de l'Hérault, la Région Languedoc-Roussillon et l'Etat français).

Les actions publiques de l'échantillon portées donc notamment par le Pays Cœur d'Hérault sont les quatre premières sur le *Tableau 5.2* : « l'habitat et le développement d'un urbanisme cohérent », « la valorisation d'un paysage cultivé », « les balades du patrimoine », et « les balades VTT 'vignobles et patrimoine' ».

⁸⁴ La démarche de Pays s'inscrit dans le prolongement des lois d'aménagement et de développement du territoire (« loi Pasqua », LOADT : Loi n° 95-115 du 4 février 1995, reprise et modifiée dans la « loi Voynet », LODDT : Loi n° 99-533 du 25 juin 1999).

⁸⁵ à travers notamment la constitution d'un conseil de développement composé par des représentants des milieux économiques, sociaux, culturels, environnementaux et associatifs, de différentes « zones géographiques ».

B) La **Communauté de Communes Vallée de l'Hérault**, deuxième acteur public de notre échantillon, est un EPCI fondé en 1998 et qui regroupe aujourd'hui 28 communes (périmètre atteint en 2002), dont toutes les communes de notre terrain d'étude hormis les deux communes qui intègrent la Communauté de Communes Lodévois et Larzac (Saint Jean de la Blaquièrre et Pégairolles de l'Escalette), cf *Chapitre 2*. Les communautés de communes en France ont été créées suivant de la loi du 6 février 1992 relative à l'administration territoriale de la République, afin qu'elles exercent des compétences définies par la loi et par leurs statuts et que leur ont transférées les communes membres. Il existe aujourd'hui une forte liaison et cohésion entre la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault et le Pays Cœur d'Hérault.

Parmi les compétences de la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault, certains sont obligatoires, d'autres optionnelles ou supplémentaires. Les compétences obligatoires portent sur l'aménagement de l'espace et les actions de développement économique intéressant l'ensemble de la communauté. Les compétences optionnelles : la création ou aménagement et entretien de voirie d'intérêt communautaire, et l'élimination et valorisation des déchets des ménages et déchets assimilés. Et dans les compétences supplémentaires (onze au total), on observe par exemple : la protection et la mise en valeur de l'environnement, le cas échéant dans le cadre de schémas départementaux et de soutien aux actions de maîtrise de l'énergie ; la construction et la gestion des aires d'accueil et de stationnement des gens du voyage ; et l'Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault (OGS) ; entre autres.

La communauté de communes a été identifiée comme l'acteur leader dans trois actions publiques de l'échantillon : évidemment « *l'Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault* », « *la restauration et réhabilitation de l'abbaye d'Aniane* », et « *le Pont Vieux d'Arboras* », bien qu'elle participe certainement dans d'autres actions (mais pas comme leader), particulièrement « *le pastoralisme à Montpeyroux* » et celles portées par le Pays Cœur d'Hérault.

C) Les derniers acteurs protagonistes des actions publiques liées aux paysages, sont des collectivités locales telles que les **communes**, représentées par les mairies. Elles travaillent à des échelles spatiales plus restreintes. Les seules mairies qui ont été identifiées comme acteurs leaders (*i.e.* porteurs des actions) sont celles de la commune de Montpeyroux et de la commune d'Arboras. La **mairie d'Arboras**, en fait, apparaît seulement comme l'un des protagonistes de l'action du « Pont Vieux d'Arboras », avec la maire de Montpeyroux et la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault. Arboras est un tout petit village d'environ

90 habitants (ACS03, entretien 2011), qui vit aujourd'hui de la viticulture (avec seulement deux caves particulières et des viticulteurs adhérents en cave coopérative), mais qui accueille également quelques habitants « étrangers » :

A côté de la viticulture, après c'est du dortoir. Ils viennent ici c'est les bobos, ils veulent les avantages de la vigne et pas les inconvénients. [...] C'est pas typique à Arboras, c'est commun à tous les villages. Ce qui les attire, ben, le cadre de vie et les impôts locaux sont moins chers qu'à Montpellier. Pour 100 m² à Arboras vous n'avez pas la même chose qu'à Montpellier (ACS03, entretien 2011).

En même temps, la commune d'Arboras reste très conservée par rapport à la pression foncière, bien qu'elle n'ait jamais eu de Plan d'Occupation du Sol (POS) ni de Plan Local d'Urbanisme (PLU). « *L'ensemble de la commune souhaite [pourtant] vivement protéger Arboras, le site, contre la pression foncière, l'urbanisation* » et travaille actuellement pour la mise en place d'une AMVAP (Aire de Mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine)⁸⁶ :

Arboras c'est un des rares villages de l'Hérault à ne pas avoir de lotissement, et c'est en train de devenir une « zone de protection urbanistique », finalement au conseil on est tous tombés d'accord. [...] Mais un projet pareil c'est pas évident, ça représente quand même une forte somme, pour une petite commune comme nous. C'est une AMVAP, c'est un document administratif qui régleme l'urbanisme et l'environnement, la faune et la flore. C'est très nouveau pour ici, on n'avait même pas de POS, pas un PLU, pas de cartes communales. On est juste sous le coup de la RNU. Ça va le réglementer, le bois, les parcelles agricoles, tout. [...] Très lourd à mettre en place.

D) La mairie de Montpeyrroux, parmi les autres communes, apparaît davantage impliquée (*i.e.* porte des actions de valorisation et de préservation de paysages). Serait-elle plus soucieuse et « consciente » par rapport au paysage que les autres municipalités ? Si la question reste ouverte et sans réponse précise, il n'y a pourtant pas de doutes qu'elle est très engagée.

Par rapport à Arboras, Montpeyrroux est une commune bien plus « vivante », avec 1.227 habitants (INSEE, 2010), une cave coopérative et presque une vingtaine de caves particulières (*voir Chapitre 2*). La viticulture est aussi la principale activité économique du

⁸⁶ Ibid.

village, qui est aussi envisagée par des « étrangers » pour y habiter, qui souhaitent pourtant souvent développer l'activité vitivinicole (ce sont surtout les « néo-vignerons »). Le souhait de conserver le village contre l'urbanisation et la pression foncière se montre considérablement présent dans les mandats politiques de l'actuelle mairie (dont le maire y est depuis 1995) (ACM01, entretien 2011) :

Depuis 1995, on essaye de revaloriser notre village à travers des restaurations déjà faite ou qui vont se faire. Notre souci à nous qui sommes proche de Montpellier, c'est de garder la spécificité village, on essaie de s'ancrer dans cette ruralité pour essayer de tenir, puisque si vous êtes ici le côté agricole est encore resté, alors qu'il y a des villages qui étaient à peu près de la grandeur de Montpeyroux, qui sont [aujourd'hui] à 3.500 habitants. Il aurait suffi qu'on ouvre à l'urbanisation...

La commune, qui présentait un Plan d'Occupation du Sol (POS) qui passera bientôt en un nouveau Plan Local d'Urbanisme, essaye ainsi toujours de maintenir cette perspective, mais résister à la pression foncière dans des contextes actuels de « crise » peut ne pas toujours être évident. Dans ce sens, des actions publiques d'autres « natures » (comme « *le pastoralisme à Montpeyroux* », « *le Pont Vieux d'Arboras* » et même « *les chemins de l'histoire* » dont la mairie est impliquée soit comme protagoniste ou alors comme partenaire) sont très importantes :

[...] notre inquiétude est de savoir comment on va résister à la pression, comment on va préserver ce territoire, puisqu'une des forces de notre village c'est la viticulture, et on ne voudrait pas le perdre, on a toujours dit qu'on voulait voir pousser des vignes plutôt que des maisons, mais comment on va résister à la tentation, parce qu'il y a du chômage. Le terrain c'est comme même une manne intéressante, financièrement le prix d'un terrain c'est phénoménal maintenant. Nous tout ce qu'il va falloir faire c'est déployé beaucoup de pédagogie et de psychologie pour convaincre les gens à ce qu'on continue dans cette optique là. Quand on le dit aux gens, ils sont d'accord globalement, mais quand on est face à un terrain qui peut valoir 150 ou 200.000 euros, le poids des mots je ne sais pas s'il résiste. A travers ça on veut aussi s'ancrer dans l'histoire, parce que l'histoire fait un peu la force de notre territoire... (ACM01, entretien 2011).

5.2.2.2 Les acteurs collectifs

Si les actions publiques sont incontestablement importantes pour la dynamique et le maintien des paysages, ce sont aussi et souvent des acteurs collectifs qui mènent et sont des leaders d'actions en lien avec les paysages. Dans notre échantillon, ainsi, neuf des actions ont été classées comme des « actions collectives » même si dans la plupart d'entre elles, des acteurs politiques sont associés. Le premier groupe de ces acteurs est représenté par des associations :

A) Les associations comme protagonistes

« *Les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert* » est une action qui a peut-être débuté par des acteurs plutôt publics pour ensuite être assumée par notamment un acteur collectif : l'Association « **Les Terrasses de Gellone** ». L'idée de l'action, qui envisage la restauration et l'entretien des anciennes terrasses oléicoles en pierre sèche à Saint Guilhem le Désert, est partie en fait de la mairie de cette commune et de la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault dans le cadre de l'Opération Grand Site. Ainsi, encouragée par ces acteurs publics, l'association a été créée en novembre 2005 afin qu'elle soit le maître d'œuvre de l'action (qui a commencé d'ailleurs en 2003) mais aussi ayant comme objectif le développement de l'oléiculture, malgré l'âge et l'état (très peu productif) des oliveraies.

L'association est constituée de quatorze exploitants, dont des propriétaires des terrasses. Ces terres et ces oliviers se trouvaient abandonnés par leurs propriétaires (d'où l'intérêt à mener une action collective) qui n'avaient plus intérêt à continuer l'activité dû à la rentabilité économique et souvent aussi de leurs âges. Ce sont les raisons pour laquelle l'action et particulièrement la fondation de l'association a dû être incitées par des élus locaux et qu'elle a pris deux ans pour se consolider :

Convaincre les propriétaires de rentrer dans l'association a été le plus difficile de cette opération (AGS01, entretien 2011).

Au début (en 2003), le travail de restauration des terrasses est engagé par la mairie de la commune à travers le travail de réinsertion des jeunes détenus, qui sont souvent sollicités dans ce secteur pour l'entretien des chemins, des sentiers et du petit patrimoine (comme c'est aussi le cas dans « *les chemins de l'histoire* » à Montpeyroux). Aujourd'hui, l'association réalise même les récoltes des olives, avec une production moyenne de 1.200 kilos au total, dont l'huile est commercialisée chez quelques commerçants du village et à la Maison du Grand Site (AGS01, entretien 2011).

La deuxième association protagoniste est liée aux oliviers, avec une histoire pourtant bien différente. L'Association **Les Amis des Vieux Oliviers**, a été créée en 2004 par un petit groupe d'habitants bénévoles (environ 20 adhérents), notamment des retraités, tous passionnés par les oliviers. Leur but était d'embellir le paysage à travers notamment l'entretien d'une centaine d'oliviers aux alentours de l'église Saint Sylvestre à Puéchabon.

Ces oliviers qui ornent les abords de l'église, avant la création de l'association, n'étaient pas entretenus suite à l'abandon progressive de l'activité oléicole par les habitants qui ne la considéraient plus suffisamment rentable, et suite à la déprise de l'activité pastorale qui auparavant entretenait le site et contenait l'embroussaillage. Comme dans d'autres sites des *Terrasses du Larzac*, « *la friche a pris le dessus* » et a conduit à la fermeture des milieux. Selon les adhérents de l'association enquêtés, « *un gros travail* » de débroussaillage, de suppression de rejets, de taille et d'entretien a été nécessaire.

Ces oliviers et les parcelles n'appartiennent pas aux adhérents bénévoles, mais au Conseil Général de l'Hérault ou à la mairie de Puéchabon ou bien encore à des propriétaires privés. Ces terrains dévoilent une vraie ressource génétique végétale avec des arbres très anciens qui ont repoussé après le grand gel de 1956. Au-delà d'un but esthétique assumé par l'association, les adhérents reconnaissent que ces chantiers sont aussi des moments de convivialité où ils se retrouvent ensemble « *à papoter* » et « *à rigoler* ».

Parfois il y a aussi des amis, des gens de la famille, des bénévoles qui se joignent à nous pour faire les travaux, surtout pendant le temps des récoltes (AGS02, entretien 2011).



Fig. 5.3 – Rencontre amicale d'été (grillade) et récolte des olives par l'association « Les Amis des Vieux Oliviers » à Puéchabon. Source : C. Velloso, 2011 et 2012.

La troisième et dernière association de notre échantillon s'intitule **les Chemins de l'Histoire**. C'est une association de Montpeyroux fondée en 2008 pour l'entretien, la restauration et la mise en valeur du patrimoine naturel, historique et culturel du village. Avant la création de cette association, il existait depuis 2002 une autre association à Montpeyroux pour la protection et la mise en valeur du site du Castellas, du hameau du Barry et de l'extension des zones naturelles proches, du massif de la Séranne : l'association *Rebourdélis*.

« *Les chemins de l'histoire* » est un projet collectif planifié initialement par la mairie de Montpeyroux, l'association *Rebourdélis* et la cave coopérative du village. Il s'est concrétisé postérieurement avec la création d'une nouvelle association afin d'assurer les restaurations et valorisation des petits patrimoines à travers l'accès à des financements (qui sont souvent plus rares à ce type de patrimoine) :

[...] on a poussé à la création d'une association, « Les Chemins de l'Histoire ». L'idée de départ, c'est qu'il y a les bâtiments publics, les gros trucs, il y a des financements publics, de la restauration. Par contre il y a pour des petits chemins en pierre, des croix, parfois des petits bâtis privés qui ne sont pas entretenus, et c'est dommage parce que ça participe au paysage et à la culture. Une personne individuelle ne peut pas demander des financements au conseil général. Donc on a eu l'idée de créer une association, avec du bénévolat, pour remettre en valeur et lutter contre la disparition naturelle de ces choses. Bon, on rame un peu, c'est encore compliqué. Mais pour l'instant on a ouvert un chemin, pour mettre en valeur le patrimoine. On a pu avoir un peu de financements pour retaper quelques murs, débroussailler, faire intervenir des artisans... (CCM01, entretien 2011).

L'association est donc aujourd'hui constituée par des différents habitants du village (ou même des alentours), mais aussi des acteurs collectifs ou juridiques (comme la cave coopérative, le Syndicat du Cru de Montpeyroux, les gîtes et les restaurants), intéressés par ses objectifs et ses actions :

[...] Moi j'ai milité pour que le syndicat du cru soit aussi adhérent de l'association. La cave l'est aussi. Voilà, pour soutenir. Il faut aussi l'animer, le faire vivre. Mais ne pas tout attendre des collectivités locales, il faut que les gens se retroussent les manches (CCM01, entretien 2011).

B) Les coopératives comme protagonistes

Dans deux communes de notre terrain d'étude, les caves coopératives se révèlent des acteurs très « puissants » et actifs dans les dynamiques économiques et socio-culturelles des villages (*voir Chapitre 2*). D'un côté elles portent et gèrent le nom des petites appellations d'origine pour les vins : Montpeyrroux et Saint Saturnin, mais elles participent ou sont même les protagonistes de certaines actions collectives en lien avec la valorisation des paysages. Ainsi, elles se révèlent un acteur important dans la dynamique de valorisation et de maintien des paysages. Paradoxalement, leurs structures bâties sont souvent mal intégrées dans l'ensemble des paysages et leurs objectifs sont davantage économiques (bâtiment imposants présentant des traits caractéristiques du modernisme des années 30 puis de années 60).

La **Coopérative Artisanale de Montpeyrroux** est l'un des principaux acteurs collectifs impliqués dans l'action « *les chemins de l'histoire* », ainsi que dans l'appellation « *Cru de Montpeyrroux* ». Elle a été conçue en 1951, avec les « *dernières caves coopératives qui ont été créées dans le secteur* » (CCM02, entretien 2011), mais c'est récemment (depuis peut-être une dizaine d'années) qu'elle s'implique dans des actions de valorisation du paysage. Elle compte aujourd'hui avec 110 viticulteurs adhérents et environ 500 hectares de vignoble (ce « *qui représente environ 88% de l'appellation* » du village)⁸⁷.

La **Cave Coopérative de Saint Saturnin** est le seul principal acteur dans deux actions collectives de l'échantillon : « *le sentier du vin des poètes* » et « *l'AOC Saint Saturnin* ». Elle fait partie du même mouvement des dernières caves qui ont été créées avec celle de Montpeyrroux, en étant fondée aussi en 1951, mais qui s'est un peu plus agrandie : « *en 50 ans, notre production est passée de 10.000 à 3.500.000 bouteilles* » (CCS01, entretien 2011). Elle comptabilise actuellement environ 120 viticulteurs adhérents et 760 hectares de vignoble (ce qui représente peut-être approximativement 98% de l'appellation du village).

C) Les syndicats comme protagonistes

Les syndicats des vigneronns sont autre catégorie d'acteurs collectifs. Ils sont également à l'origine de plusieurs actions, quoique celles-ci soient liées à la mise en valeur de leurs appellations d'origine et de leurs produits.

Il s'agit donc premièrement du **Syndicat des Vignerons des Terrasses du Larzac**, qui est protagoniste de « *l'AOC Terrasses du Larzac* ». Le Syndicat est né en 1998 et la dénomination « *Terrasses du Larzac* » a été reconnue en 2004. Il est formé par une soixantaine

⁸⁷ Ibid.

de producteurs (dont trois caves coopératives : *les vigneronns de Pégairolles de l'Escalette*, *les vigneronns de Saint Félix – Saint Jean*, et la *Cave Coopérative Tours et Terroirs d'Aniane*, à Gignac) répartis sur 32 communes.

Ensuite, il s'agit du **Syndicat du Cru de Montpeyrroux**, protagoniste de « l'AOC *Montpeyrroux* ». La dénomination « *Montpeyrroux* » pour les vins est beaucoup plus ancienne : les vins obtiennent le signe distinctif de VDQS (vins de qualité supérieure) en 1958, et sont reconnus comme une dénomination dans l'appellation Coteaux du Languedoc en 1985. Mais la création du Syndicat du Cru de Montpeyrroux est beaucoup plus récente : elle date de 2004. Elle compte avec une quinzaine de producteurs du village, dont la cave coopérative de Montpeyrroux.

D) L'individuel et le collectif

Dans notre échantillon, le projet du **Domaine Alexandrin**, un domaine viticole à Saint Jean de Fos est au départ une initiative individuelle servant des intérêts privés. Le projet « *petit train des vignes du Domaine Alexandrin* » consiste à promener les visiteurs de la région dans un petit train touristique. L'itinéraire propose une balade dans le petit train dans les vignes du domaine et dans le cœur du village. Rapidement pourtant, cette action a été rejointe par d'autres partenaires reconnaissant l'intérêt de l'expérience pour le développement touristique de la région et du village. La mairie du village, l'office de tourisme et le musée *Argileum* y sont aujourd'hui associés.

Le propriétaire du Domaine est viticulteur depuis 1992, le Domaine existe depuis 2006 et à partir de 2009 il a commencé à développer l'œnotourisme avec le petit train des vignes qui a démarré en 2011. Au niveau du tourisme local, cette activité est aussi une alternative pour promouvoir le territoire, qui est aussi valorisée par d'autres acteurs locaux liés au tourisme, comme les gîtes, les restaurants ou même les communes. C'est une attractivité de plus que peut se rajouter aux programmes des événements et fêtes locales, pour le développement du territoire.

5.2.3 Les objectifs des actions : entre l'immatériel et l'économique

Soient-elles collectives ou publiques, toutes les actions ont des objectifs précis. Bien que je les ai sélectionné parce qu'elles ont un lien avec le paysages, l'objectif pour un maintien ou une valorisation du paysage n'est pas toujours clairement affiché. J'ai avant tout

cherché à identifier leurs objectifs, en voulant, dans un premier temps, savoir préférablement s'ils s'agissaient des objectifs économiques ou immatériels (ou symboliques).

Les objectifs analysés sont ceux identifiés et présentés par les acteurs eux-mêmes. J'ai distingué deux catégories d'objectifs : les objectifs économiques et les autres que j'ai dénommé objectifs immatériels ou symboliques (e.g. mettre en valeur le patrimoine et l'histoire). Le *Tableau 5.4* ci-dessous présente les objectifs liés à leurs actions :

Tableau 5.4 – Les objectifs immatériels ou symboliques et les objectifs économiques des actions.

Actions	Objectifs	
	Immatériels	Economiques
1. L'habitat et le développement d'un « urbanisme cohérent »	« Mieux intégrer les constructions, l'architecture et l'urbanisme dans le paysage , à travers un urbanisme cohérent ». « Permettre à chacun de construire et d'habiter autrement ».	
2. La valorisation d'un paysage cultivé	« Préserver le paysage ». ■	Maintenir ce qui est la principale activité économique du territoire. ▲
3. Les balades du patrimoine	Mettre en valeur le patrimoine et l'histoire et les rendre plus accessibles. ■	
4. Balades VTT « Vignobles et patrimoine »	« Développer des circuits de loisirs et de sport aux habitants et aux visiteurs aimants de la Nature et du sport ». ■	Développer le tourisme. ▲
5. Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault	Maitriser des flux de fréquentation touristique, préserver les paysages , valoriser le patrimoine. ■	Développer le tourisme. ▲
6. Restauration et réhabilitation de l'Abbaye d'Aniane	Valoriser le patrimoine local, ■	Développer le tourisme. ▲
7. Le Pont Vieux d'Arboras	« Conserver et valoriser des éléments culturels patrimoniaux et les rendre accessibles aux habitants et touristes ». « Mettre en valeur le paysage, les oliviers et la viticulture ». ■	Développer le tourisme. ▲
8. Le pastoralisme à Montpeyrroux	« Mettre en action des mesures de prévention d'incendies », maintenir un « paysage ouvert », « revaloriser une activité qu'auparavant était le principal moyen de survie dans la région et qui commençait à exister de moins en moins », « soutenir l'agriculture locale ». ■	Développer une activité économique. ▲
9. Les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert	« Conserver et valoriser les terrasses en pierre sèche et les oliviers ». ■	« Mettre en valeur un paysage esthétique » (pour le tourisme, notamment). ▲
10. Les Amis des Vieux Oliviers	« Entretenir les oliviers autour de l'Eglise Saint Sylvestre pour rendre simplement l'espace plus beau », établir une ambiance de convivialité.	

11.	Les chemins de l'histoire	« Mettre en valeur l'histoire et la culture locales à travers le patrimoine (naturel et historique) et le vin ». ■	Développer le tourisme et promouvoir le vin de Montpeyroux. ▲
12.	Le sentier du vin des poètes		« Attirer plus de touristes au territoire et faire découvrir le terroir, l'histoire et le vin de Saint Saturnin ». ▲
13.	Le petit train des vignes du Domaine Alexandrin		« Développer l'œnotourisme au Domaine, attirer plus de touristes et promouvoir le vin ». ▲
14.	« AOC » Terrasses du Larzac		Valoriser et promouvoir les vins. ▲
15.	« AOC » Montpeyroux		Valoriser et promouvoir les vins. ▲
16.	« AOC » Saint Saturnin		Valoriser et promouvoir les vins. ▲

■ : Objectifs immatériels (ou symboliques) ▲ : Objectifs économiques.

A) Dans les objectifs immatériels ou symboliques, il est possible de remarquer la présence d'une préoccupation (directe) pour préserver un paysage, dans trois actions plus précisément, toutes elles publiques : « *la valorisation d'un paysage cultivé* », « *l'Opération Grand Site* » et le « *pastoralisme à Montpeyroux* ». Les autres actions, bien qu'elles prennent en compte les paysages, n'affichent pas clairement dans leurs objectifs, le souhait de préserver (ou de maintenir) un paysage, même si à la fin elles se révèlent importantes pour le faire.

Parmi tous ces objectifs immatériels, certains sont entre les deux ou articulent subtilement l'immatériel et l'économique, notamment celui-ci : « *revaloriser une activité qu'auparavant était le principal moyen de survie dans la région et qui commençait à exister de moins en moins* », ou alors quand les acteurs parlent de « *développer des circuits [...]* », de « *tourisme* », de « *visiteurs* » ou de « *touristes* ». Il faut comprendre, en tout cas, les contextes et la naissance de ces actions. Dans cette perspective, c'est vrai qu'elles expriment, d'un côté, des perspectives de développement économique (*les actions portent à la fois des objectifs immatériels et aussi des objectifs économiques*), mais à la base elles ont des intérêts principalement immatériels. Dans le cas du pastoralisme, par exemple, le fait de « *revaloriser une activité qu'auparavant était le principal moyen de survie dans la région et qui commençait à exister de moins en moins* » exprime plutôt un souhait de « *revenir à un passé* », de sauvegarder une activité qui représente, au-delà de l'importance économique qu'elle puisse générer, une identité, un patrimoine local.

B) Dans le regroupement des actions ayant des objectifs économiques clairement identifiés, il y a, d'un côté, celles qui s'intéressent à développer le tourisme, considéré comme une ressource économique importante pour le territoire. De l'autre, celles qui sont directement liées à l'activité viticole. A l'exception de « *la valorisation d'un paysage cultivé* » et du « *pastoralisme à Montpeyroux* », toutes les autres actions publiques portant des objectifs

économiques sont dirigées vers le développement du tourisme. Même dans le cas de « *la valorisation d'un paysage cultivé* », néanmoins, la question du tourisme en est relevée : « *Un paysage cultivé est plus agréable qu'une succession de friches et c'est un atout touristique* » (ACM01, entretien 2011).

Notons que le développement du tourisme et la promotion des produits sont très liés, car la plupart des producteurs travaillent sur la vente directe dans leur Domaine. De la même forme, ces actions à vocation économique combinent le matériel et l'immatériel (*Tableau 5.4*). Voici un discours à partir d'une enquête, qui révèle l'existence de ces deux « genres » d'objectif :

Mais au-delà même de l'aspect patrimonial, on attend aussi un impact économique à moyen terme. Déjà, des rando-fiches sont disponibles pour découvrir certains sites. De plus, en lien avec la fédération française de randonnée pédestre, le GR 653 reliant Montpeyroux à Arboras a été détourné pour relier le pont vieux. Arboras se trouve en effet sur le chemin d'Arles vers Saint-Jacques-de-Compostelle. On espère également que des acteurs de l'économie locale (artisans, caveaux...) profiteront de ce plan de mise en valeur des richesses du territoire (ACH01, entretien 2011).

Ainsi que le cas du « *sentier du vin des poètes* » :

[...] on a créé un pôle 'œnotourisme', puisque dans la région on touche énormément de touristes. Ce pôle sert à mettre en valeur à la fois les vins et le terroir, et on l'a associé à la poésie. [...] Et associé à ça on a un concours de poésie qui fonctionne depuis 2 ans, qui est sur une grosse journée d'animation et qui touche à la fois les étudiants, les écoles et les adultes. On a essayé d'associer la partie poésie et vignoble et terroir qui permet d'avoir une autre approche et une autre clientèle sur Saint Saturnin (CCS01, entretien 2011).

C) De manière générale, les objectifs immatériels ou symboliques sont du ressort des actions publiques, alors les objectifs économiques sont mis en œuvre par des actions collectives (privés ou mixtes). Les actions collectives affichant des objectifs essentiellement immatériels, sont celles portées par des **associations** créées pour des buts non lucratifs, ou alors par des groupes sensibilisés davantage au niveau du patrimoine et de l'esthétique des paysages. Ce que l'on peut remarquer également sur le *Tableau 5.4* à travers la taille des symboles désignant le « genre » d'objectif, c'est que dans les cas où nous trouvons les deux

genres, il y a toujours une prédominance par l'un. Dans les cas de « *la valorisation d'un paysage cultivé* » et des « *chemins de l'histoire* », par exemple, les objectifs économiques sont prédominants sur les objectifs immatériels. Ces résultats seront mobilisés et croisés à nouveau dans une prochaine partie de ce chapitre, où j'analyse les « types » de paysages mobilisés dans les actions.

5.2.4 Des actions liées au maintien des paysages : depuis quand ?

Les actions publiques et les actions collectives identifiées sur le terrain d'étude naissent souvent dans des contextes plus larges, elles sont influencées par le contexte national voire international. Le *Tableau 5.5* met en perspective les périodes à laquelle les actions sur le paysage ont été mises en place dans le territoire et ont apparu les principaux protagonistes avec les dates marquantes des actions relatives aux paysages et à la labellisation en France et sur le territoire.

Tableau 5.5 – Les dates importantes relatives aux paysages, à la qualité et labellisation et aux actions identifiées sur le terrain d'étude.

<i>Dates importantes relatives aux paysages en France</i>		<i>Dates importantes liées à la qualité et labellisation</i>		<i>Dates de naissance des actions et dates importantes liées aux actions</i>		<i>Dates de naissance des protagonistes</i>	
1943	Loi d'urbanisme.	1935	Création de l'INAO et des AOC.			1951	Création des caves coopératives de Montpeyroux et de Saint Saturnin.
1954	Décret instaurant le code de l'urbanisme, stipulant qu'un permis de construire pouvait être refusé à un édifice « <i>de nature à porter atteinte à l'intérêt des lieux avoisinants, aux sites, aux paysages naturels et urbains</i> ».						
1955	Décret instaurant le règlement national d'urbanisme.						
1956	« <i>Le gel de 1956</i> », qui a provoqué la « mort » des oliviers.	1958	Les vins de Montpeyroux obtiennent la qualité VDQS (vins de qualité supérieure).				
1967	Loi d'orientation foncière instaurant les Plans d'Occupation des Sols (POS).						
1971	Premier Ministre de l'Environnement.						
1976	Loi relative à la protection de la Nature, dont l'article 1 mettait sur un même plan « la nature et les paysages ».	1976	Projets dans le cadre d'une politique nationale pour la réhabilitation et gestion des sites classés les plus prestigieux et les				
1977	Loi sur l'Architecture						

	décrétant d'utilité publique « <i>le respect des paysages naturels et urbains</i> ».		plus fréquentés du patrimoine national.				
1983	Loi relative à la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'Etat, instaurant les zones de protection du patrimoine architectural et urbain (ZPPAU).	1979	Les vins de Saint Saturnin obtiennent la qualité VDQS				
1992	Création des plans de paysage, démarche partenariale entre l'Etat et les collectivités locales.	1985	Appellation Coteaux du Languedoc. Montpeyroux et Saint Saturnin deviennent une dénomination dans l'AOC.	1992	Les élus de Saint Guilhem le Désert décident de lancer une Opération Grand Site.		
1993	Loi sur la protection et la mise en valeur des paysages prévoyant que « <i>l'Etat peut prendre des directives de protection et de mise en valeur des paysages sur des territoires remarquables par leur intérêt paysager</i> ». Les ZPPAU deviennent en outre des ZPPAUP : zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager.						
1994	Décret donnant aux POS une dimension paysagère et instaurant le « volet paysager » du permis de construire.				1998	Fondation de la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault.	
2000	Loi « Solidarité et renouvellement urbain » instaurant les schémas de cohérence territoriale (SCOT) et les plans locaux d'urbanisme (PLU) qui doivent, notamment, « <i>déterminer les conditions permettant d'assurer la préservation des milieux, sites et paysages naturels et urbains</i> ».	2001	Arrivée et installation de plusieurs vigneronns et néo-vignerons sur le Languedoc.	2003	Création et adoption d'une charte de développement durable et d'aménagement du territoire par le Pays Cœur d'Hérault.	1998	Création du Syndicat des vigneronns des Terrasses du Larzac.
		2003	Label « Grand Site de France » déposé à l'INPI.			2001	Constitution du Pays Cœur d'Hérault.
		2004	Reconnaissance de la dénomination « Terrasses du Larzac » dans l'AOC Languedoc.	2003	Projet et début de l'action sur les terrasses oléicoles à St-Guilhem le Désert.	2004	Création de l'association « Les Amis des Vieux Oliviers ».
				2004	Construction du règlement pour une ZPPAUP de St-Guilhem le Désert.	2004	Création du Syndicat du Cru de Montpeyroux
				2008	Projet et début des « chemins de l'histoire ».	2005	Reconnaissance du Pays Cœur d'Hérault par arrêté préfectorale.
2007	Grenelle de l'Environnement.			2009	Le sentier du vin des poètes à St-Saturnin.	2005	Création de l'association « Les Terrasses de Gellone ».
				2009	Inauguration de la Maison du Grand Site au Pont du Diable.	2008	Création de l'association « Les Chemins de l'Histoire ».
		2010	Inscription du label	2009	Les « balades VTT 'vignobles et patrimoine' ».		

		Grand Site de France au code de l'Environnement par la loi du 12 juillet 2010.	2010	Restauration et création d'un sentier du « Pont Vieux d'Arboras »		
			2010	« Le petit train des vignes du Domaine Alexandrin ».		
			2011	Inauguration du Musée Argileum à St-Jean de Fos.		
			2011	« Le pastoralisme à Montpeyrroux ».	2013 ?...	Création d'un Syndicat de Vignerons de Saint Saturnin ?

Le tableau montre que dans notre échantillon, ce qui a de plus ancien est de l'apparition de deux acteurs collectifs qui ont été identifiés comme les protagonistes dans des actions liées aux paysages : la cave coopérative de Montpeyrroux et la cave coopérative de Saint Saturnin en 1951. Les actions qu'elles mènent (liées aux paysages) à part les dénominations d'origine, en revanche sont beaucoup plus récentes.

Les démarches de VDQS (vins de qualité supérieure) et d'AOC à Montpeyrroux et à Saint Saturnin sont effectivement aussi assez anciennes, datant même d'une époque où ces genres de vins (de qualité) étaient assez rares en Languedoc-Roussillon (1958 et 1979 pour le VDQS respectivement et puis 1985 pour l'AOC, quand la vitiviniculture dans la région commençait à rentrer dans une démarche vers la qualité – voir *Chapitre 2*). Cependant, auraient-elles déjà ce rapport avec les paysages ?

En analysant l'évolution de ces démarches qualitatives pour les produits, il est possible de constater que le rapprochement entre celles-ci et les paysages a une tendance à accroître avec le temps. C'est-à-dire que dans les démarches VDQS il n'existait pas forcément des liens, sauf que les produits étaient déjà ancrés à un lieu d'origine ; dans les démarches AOC en 1985 (où Montpeyrroux et Saint Saturnin sont des petites dénominations attachées à l'AOC Coteaux du Languedoc), au-delà de cet ancrage, il existe aussi une certaine mobilisation (un peu superflue) des paysages à travers les cahiers de charge, la réglementation des pratiques et la description des « terroirs » ; et dans les démarches des « Crus » (ou plutôt où ces petites dénominations deviennent des appellations d'origine elles-mêmes (*i.e.* sans être nécessairement attachées à l'AOC Languedoc) avec des cahiers de charge et des règles plus strictes – que c'est ce que les Syndicats essaient aujourd'hui de revendiquer – les discussions et les efforts pour intégrer les paysages dans les cahiers de charge semblent être plus présents.

Dans la perspective de cette dernière démarche, ainsi, il est important de souligner que ces dernières mobilisations des acteurs sont encore plus orientées vers la qualité (et avec un lien plus important avec les paysages) et sont en effet assez récentes. Le premier, dans ce sens, a été le Syndicat des Terrasses du Larzac en 1998. A Montpeyroux et particulièrement à Saint Saturnin, les caves coopératives étaient pour longtemps les principaux acteurs responsables pour les petites appellations d'origine « village » pour les vins. Depuis notamment 2001, le nombre de vigneron indépendants (en caves particulières) a beaucoup augmenté – soit avec l'arrivée des néo-vignerons, soit avec la sortie des viticulteurs des caves coopératives pour la fondation de leurs propres caves particulières –, spécialement sur Montpeyroux. Aujourd'hui on compte une vingtaine de caves particulières à Montpeyroux, tandis qu'à Saint Saturnin il y en a seulement trois.

Dans ce contexte, la mobilisation de ces vigneron et leur interaction avec la cave coopérative (et vice-versa) s'est bien passée à Montpeyroux, avec la création du Syndicat du Cru de Montpeyroux en 2004 (quand la dénomination « *Terrasses du Larzac* » a été reconnue à l'INAO), alors qu'à Saint Saturnin la cave coopérative détient encore la « responsabilité » sur l'appellation d'origine et son interaction avec les vigneron indépendants du village n'est pas encore très établie, mais les acteurs commencent à parler de l'idée de création d'un Syndicat de vigneron à Saint Saturnin (peut-être pour 2014 ?).

Les actions publiques et les actions collectives identifiées et retenues pour notre échantillon commencent en 1992 pour la plus ancienne. C'est une action publique : l'Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault. Le site étant remarquable et reconnu par la beauté de son milieu naturel, ainsi que d'un paysage historique et pittoresque, cette constatation n'est pas vraiment surprenante. La *Figure 5.4* ci-dessous montre que la commune de Saint Guilhem le Désert se situe dans une zone de « forte exigence environnementale ». Ainsi, tout naturellement que les acteurs tiennent compte du paysage davantage dans le temps (*i.e.* plus tôt) dans ce cas pour mettre en place des actions censées de le maintenir. Cette date coïncide, dans le tableau présenté ci-dessus, à la démarche partenariale entre l'Etat et les collectivités locales pour la création des plans de paysage.

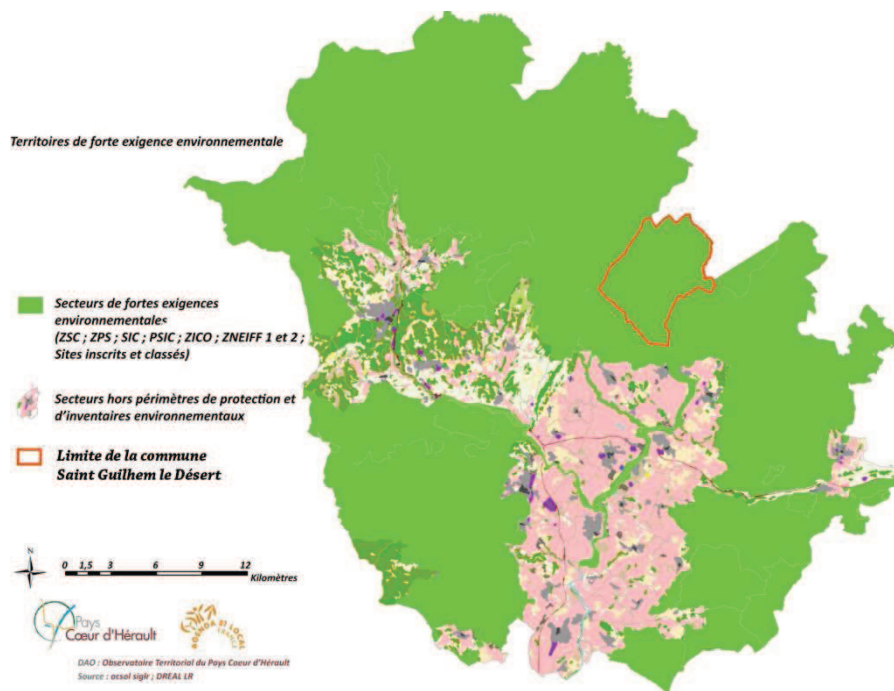


Fig. 5.4 – Territoires de forte exigence environnementale dans le Pays Cœur d'Hérault.

Source : adapté par l'auteur à partir de « *Observatoire Territorial du Pays Cœur d'Hérault* », <http://www.coeur-herault.fr/observatoire-et-etudes/cartotheque-pays-coeur-herault>.

Au début, pourtant, l'Opération Grand Site se limitait au site de Saint Guilhem le Désert. A partir de 2003, avec la création du Contrat de Pays Cœur d'Hérault, que la maîtrise d'ouvrage passe à la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault et s'élargit du site à l'ensemble des communes riveraines (Aniane, Montpeyroux, Puéchabon et Saint Jean de Fos). Les actions se sont développées avec entre autres la construction du règlement pour une ZPPAUP de Saint Guilhem le Désert (document communal) qui date du 14 janvier 2004.

De manière générale, les actions, soient-elles publiques ou collectives, commencent à partir principalement de 2003 et s'intensifient à partir de 2008. En analysant les dates, ces actions émergent, en fait, dans un contexte global de réorientation du développement local et d'aménagement des territoires vers un approche de durabilité (économique, sociale, culturelle et environnementale), de prise en compte du paysage dans ses politiques – voir l'exemple du Grenelle de l'Environnement, en 2007, visant à prendre des décisions à long terme en matière d'environnement et de développement durable et qui a donné lieu à un projet de loi validé en 2009 –, et aussi d'une réorientation de marché vers la qualité, les produits de terroir et les circuits courts.

5.2.5 Les dimensions spatiales des actions : où se passent-elles ?

Si le sujet de ce chapitre porte les actions publiques et/ou collectives **locales**, bien que ce « *locales* » soit relié à la zone d'études, il est à la fois de **multi-échelles** : il y en a des actions qui sont très localisées (c'est-à-dire à une échelle plus petite que la commune), d'autres qui concernent une commune en générale, ou alors elles concernent plusieurs communes (intercommunales), ou même tout le Pays Cœur d'Hérault. Bien que la zone d'étude soit beaucoup plus restreinte que tout le Pays Cœur d'Hérault ou la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault, ceux-ci représentent des acteurs publics menant des actions importantes au niveau paysager du terrain d'étude. Ce « dépassement » de la zone d'étude, ainsi que la localisation géographique des actions, sont à la fois aussi intéressants pour comprendre les relations existantes entre les actions et entre les acteurs et la contextualisation de leur émergence. Sur le *Tableau 5.6* ci-dessous et sur la *Figure 5.5*, sont représentées les dimensions spatiales des actions et leurs « natures » (*i.e.* si publiques ou collectives). Sur la *Figure 5.6* et sur le même tableau (*Tableau 5.6*), la localisation des actions permet ensuite de discuter sur leurs relations.

Tableau 5.6 – Dimensions spatiales et localisation des actions collectives et publiques de l'échantillon.

Dimension spatiale	Localisation	Action
Localisées (plus restreint qu'une commune)	Domaine Alexandrin à St Jean de Fos	13. Le petit train des vignes ■
	Abords de l'Eglise St-Sylvestre	10. Les Amis des Vieux Oliviers ■
Une seule commune	Aniane	6. La restauration et réhabilitation de l'Abbaye d'Aniane ▲
	Saint Guilhem le Désert	9. Terrasses oléicoles à St Guilhem ■
	Montpeyroux	8. Le pastoralisme à Montpeyroux ▲ 11. Les Chemins de l'Histoire ■
	Saint Saturnin de Lucian	12. Le sentier du vin des poètes ■
De 2 à 5 communes	Arboras et Montpeyroux	7. Le Pont Vieux d'Arboras ▲
	« Montpeyroux et Arboras »	15. « AOC » Montpeyroux ■
	Saint Saturnin, Arboras, Jonquières et Saint Guiraud	16. « AOC » Saint Saturnin ■
32 communes	Saint Guilhem le Désert, Saint Jean de Fos, Montpeyroux, Puéchabon et Aniane	5. Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault ▲
	Les Terrasses du Larzac	14. « AOC » Terrasses du Larzac ■
77 communes	Pays Cœur d'Hérault	4. Balades VTT « vignobles et

patrimoine » ▲
3. Les balades du patrimoine ▲
1. L'habitat et le développement d'un « urbanisme cohérent » ▲
2. La valorisation d'un paysage cultivé ▲

▲ : Action publique ; ■ : Action collective.

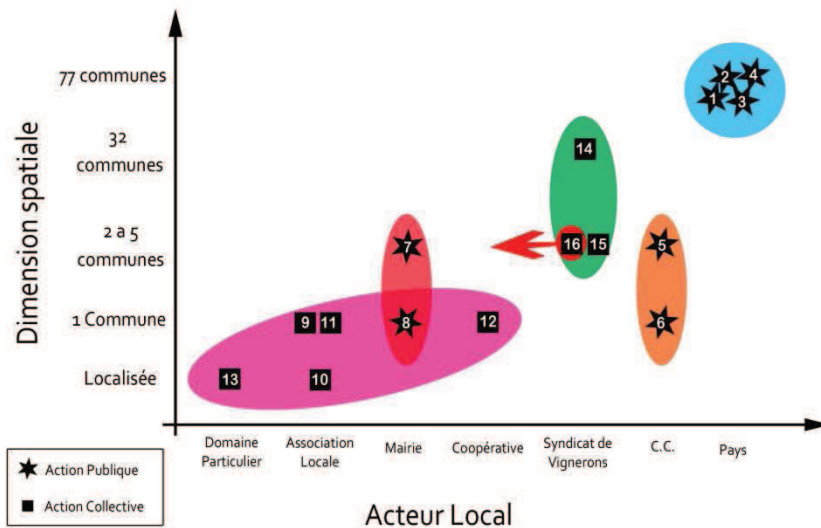


Fig. 5.5 – Dimension spatiale des actions de l'échantillon, leur « nature » (collective ou publique) et leurs protagonistes. (C. Velloso, 2013).

La Figure 5.5 met en évidence que les actions les plus localisées sont menées par des acteurs collectifs, tandis que les actions les plus larges spatialement sont menées par des acteurs publics. Cela est facilement compréhensible : le Pays Cœur d'Hérault représente un grand territoire et établit donc des politiques et des actions à des grandes échelles (même s'il porte aussi des actions à des échelles plus réduites), tandis que les actions plus spécifiques et localisées tendent à être menées par des associations locales, les coopératives ou d'autres acteurs plus localisés (comme le Domaine Alexandrin, ou alors les mairies – mais plus souvent il s'agit d'acteurs collectifs).

Si l'on regarde les actions menées par la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault (qui est constituée par 28 communes), ses dimensions spatiales se limitent à l'échelle de 5 communes (dans le cas de l'Opération Grand Site) ou même à une seule commune (dans le cas de la restauration et réhabilitation de l'abbaye d'Aniane).



Fig. 5.6 – Localisation des actions sur le terrain. (C. Velloso, 2013).

Au-delà de leurs dimensions spatiales, leur localisation sur le plan cartographique (Fig. 5.6) montre tout d’abord une « concentration » autour et à la proximité du Grand Site, avec une imbrication de plusieurs échelles et de plusieurs actions. Dans le cadre de l’OGS⁸⁸, les travaux d’aménagement ont porté sur le Pont du Diable, qui est un point touristique très fréquenté en été et où la pression automobile posait beaucoup de problèmes (voir Annexe 06). Il s’est révélé par la suite comme un « point stratégique » d’accueil et de « dispersion » des touristes.

L’analyse des dates d’apparition des actions, de leurs objectifs et de leur distribution géographique met en évidence des actions sont en fait très liées entre elles, notamment celles qui ont entre ses objectifs le développement du tourisme : le contrat de Pays (en 2003) renforce et soutient l’OGS, qui commence effectivement à mettre en action ses projets à partir de 2003, et toutes les autres actions viennent dans la séquence et « en même temps ». Simple coïncidence ou auraient-elles vraiment de rapports ? Les liens entre la plupart d’entre elles sont pourtant bien marquants et ainsi véridiques – les instruments et les stratégies utilisées dans les actions et présentées dans la séquence viendront le confirmer.

⁸⁸ Opération Grand Site.

Plusieurs actions dérivent, en effet, de l'OGS et il existe ainsi un fort partenariat entre la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault et les autres acteurs (surtout ceux plus localisés, insérés dans la Communauté). Ainsi, deux situations se présentent :

- les cas où les liens sont bien déclarés (notamment par les membres partenaires) : comme la « *restauration et réhabilitation de l'abbaye d'Aniane* », « *les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert* », « *le Pont Vieux d'Arboras* », « *les chemins de l'histoire* » et « *le pastoralisme à Montpeyroux* ». Ces cinq actions (dont trois publiques et deux collectives) partagent l'objectif de l'OGS de maintenir et de préserver le patrimoine et les paysages, avec des possibilités liées au développement touristique. Elles ont toutes des soutiens de la Communauté de Communes à travers justement l'OGS.
- Le cas des actions portées par le Pays Cœur d'Hérault à une échelle spatiale bien plus large – particulièrement « *les balades du patrimoine* » et « *les balades VTT 'vignobles et patrimoine'* » – qui, bien qu'elles soient développées à l'échelle du Pays, se passent surtout au niveau des trois Grands Sites du Pays⁸⁹, en ayant ainsi un fort partenariat avec la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault et un fort lien avec l'OGS. Dans ce sens, si ces deux actions n'étaient par exemple pas « établies » par le Pays Cœur d'Hérault, il serait possible de les confondre avec des instruments et stratégies tenus par l'OGS.

Des actions plus localisées comme « *le sentier du vin des poètes* » à Saint Saturnin et « *le petit train des vignes du Domaine Alexandrin* » à Saint Jean de Fos (l'un à proximité du Grand Site et l'autre dedans, respectivement), se développent également dans le contexte de l'OGS. Dans ce sens, plutôt que de s'imposer comme un cadre strict de préservation des paysages, OGS se révèle plutôt comme une opportunité à des nouvelles actions (liées aux paysages mais qui permettent en même temps le développement économique des acteurs et des territoires).

Dans cette imbrication de plusieurs échelles – d'autres actions ont été créées indépendamment de l'OGS. C'est le cas notamment des « *petites appellations d'origine* » et des « *Amis des Vieux Oliviers* ». Cela ne veut pas dire, pourtant, qu'ils n'existent pas des liens entre eux, bien au contraire. Pour les appellations, les actions engagées dans le cadre de l'OGS se révèlent être des opportunités par le fait qu'elle attire des touristes sur le territoire et qu'elle

⁸⁹ Au-delà du Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault (qui a eu la première OGS dans le territoire du Pays), il y en a aussi le Grand Site Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze et le Grand Site Cirque de Navacelles.

offre des espaces pour la promotion de leurs produits. Réciproquement, les appellations au coté d'autres produits de terroir et d'artisanat viennent enrichir l'offre de site et représente un atout pour la « dispersion » des touristes sur le Grand Site. La maîtrise des flux de fréquentation et éviter la « surfréquentation⁹⁰ », et le développement du territoire des principaux objectifs de l'OGS. Dans cette perspective, des partenariats entre les différents acteurs se mettent en place, à travers surtout l'Office Intercommunal de Tourisme (qui est rattachée à la Communauté de Communes).

« *Les Amis des Vieux Oliviers* » est un cas un peu particulier, puisque cette action est née d'un groupe indépendant (*i.e.* extérieur à l'OGS), bien que ses objectifs et ses effets soient tout à fait convergents à ceux de l'OGS. Comme il a été déjà dit, il s'agit d'une association bénévole, qui donne une grande contribution au cadre du Grand Site, mais dont l'échange et les liens ne paraissent pas être bien établis (l'association a, selon ses adhérents, du mal à avoir des financements).

Dans ce cadre général, l'analyse de ces actions situées sur le plan géographique, présentant des liens entre elles et des imbrications spatiales, permet de valider en partie mon hypothèse (avant même d'analyser quels sont les types de paysages mobilisés dans les actions) qui pose le **paysage comme un système dynamique, un écran qui n'est que l'interrelation et l'intégration de différents paysages, différents éléments, qu'il est ainsi diverse et articulé par ses différents acteurs ; vécu, construit et protégé aussi par des acteurs publics et collectifs, se démontrant ainsi comme une ressource pour le développement du territoire.**

5.2.6 Les instruments et les stratégies des actions

Pour arriver à leurs buts et pour « faire vivre » leurs actions, les acteurs établissent bien évidemment des stratégies et construisent ou mobilisent des instruments. Sans exception, tous vont chercher à établir des partenariats et, dans la mesure du possible, des financements. Ensuite, selon leurs objectifs, leurs ambitions, leur durée (si elle est prévue) et leurs moyens, les stratégies et les instruments peuvent se différencier.

⁹⁰ La surfréquentation se produit lorsque la pression des visiteurs, touristes ou usagers d'un milieu naturel ou semi-naturel est telle qu'elle dépasse la capacité du milieu à se régénérer. La surfréquentation contribue parfois à la « surutilisation » ou « surexploitation » d'un milieu. C'est une notion relative à la vulnérabilité du milieu et aux ressources considérées (Meur-Férec, 2007).

5.2.6.1 La réalisation d'études et la création d'un Observatoire Territorial

Pour la mise en œuvre de l'Opération Grand Site et de la restauration et réhabilitation de l'Abbaye d'Aniane, la réalisation d'études a été très importante et souvent mise en avant au cours de nos entretiens. Dans des actions publiques, les études sont importantes (voire nécessaires) pour la viabilité et la mise en œuvre de l'aménagement et des projets (comme ceux du Grand Site) qui précèdent les travaux, mais aussi dans leur continuité, à fin de contribuer à la gestion et à l'animation des actions, mais aussi à leur durabilité.

Dans ce sens, avec le but de suivre et évaluer les actions de gestion de la fréquentation, de préservation des sites et paysages et d'amélioration de la qualité de vie de la population locale, le Pays Cœur d'Hérault a créé en 2006 un Observatoire Territorial du Pays. Pour l'Opération Grand Site, par exemple, les outils d'observation passent par un observatoire photographique du paysage, un observatoire de la fréquentation, jusqu'à des suivis scientifiques des milieux naturels, de l'état du site (quantité, tri et traitement de déchets, qualité des eaux et différentes sources de pollution) et des retombées socio-économiques sur le territoire (pour mieux connaître l'impact du site sur l'économie locale).

5.2.6.2 La construction de règles et prescriptions

Déjà pour l'action du Pays concernant « *l'habitat et le développement d'un urbanisme cohérent* », au-delà du contrat de Pays et de la charte de développement territorial durable, réglementer à travers le SCOT (Schéma de Cohérence Territoriale) et les PLU (Plan d'Urbanisme Local) constitue un point (stratégique et instrumental) fondamental.

Le SCOT [Schéma de Cohérence Territoriale] constitue un outil, ou un moyen, à privilégier, car il présente l'avantage d'opérer un cadre directeur commun qui servira de référence et guidera la concrétisation de la politique urbaine et foncière (Pays Cœur d'Hérault, 2010).

Des prescriptions comme le contrat de Pays et la charte de développement sont possiblement des instruments les plus fiables et les plus pertinents pour préserver les paysages, au moment où ils établissent des priorités (et que c'est réglementé), par exemple : optimiser « *l'utilisation d'espaces déjà urbanisés* » et limiter « *la consommation d'espaces agricoles ou naturels* », établir « *une prise en compte avérée de la qualité architecturale ou paysagère* », porter des actions « *sur des sites structurants ou d'intérêt majeur à l'échelle du Pays* », et consolider et/ou accentuer « *les dynamiques de développement* ».

Les appellations d'origine protégée s'appuient également sur des prescriptions comme instrument pour garantir la qualité des produits. Si les prescriptions du Pays présumement garantir « directement » la qualité des paysages, les appellations tiennent plutôt à vouloir assurer la qualité des vins. Même celles-ci, pourtant, contribuent à leur manière à maintenir et à « faire vivre » les paysages, notamment à travers les pratiques et les descriptions des terroirs (qui sont directement liées à des éléments du paysage) définies dans leur cahier des charges.

5.2.6.3 Les financements

Au niveau des financements, plusieurs actions de caractère collectif bénéficiant (ou ont été bénéficiées) de l'aide de l'union européenne à travers les Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural (FEADER), ainsi que des aides qui proviennent de la Région (Languedoc-Roussillon) (co-financements). Les actions publiques sont financées par les institutions (ou acteurs publics) responsables, bien qu'elles aient des partenariats avec d'autres institutions publiques (comme le Conseil Général de l'Hérault, la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault, qui est présente dans la plupart des actions – de l'OGS jusqu'aux « *chemins de l'histoire* » et les mairies).

Ces actions figurent aussi dans un même « cadre de financement ». Elles s'insèrent toutes dans le cadre politique de développement économique et d'aménagement du territoire ; elles sont des projets territoriaux agricoles et/ou ruraux. Elles sont portées par des acteurs collectifs locaux (comme les coopératives, les syndicats et les associations) ou des acteurs publics (collectivités locales). Mais surtout elles répondent à des enjeux proches, préconisés par le FEADER, comme : la « reconquête » des friches, le maintien des terres agricoles, la prévention des risques naturels... au travers des Opérations Concertées d'Aménagement et de Gestion de l'Espace Rural (OCAGER).

Les actions les plus localisées et « indépendantes » comme « *Les Amis des Vieux Oliviers* » et « *le petit train des vignes du Domaine Alexandrin* » sont celles qui ont le plus de difficultés à trouver des financements, selon les affirmations des acteurs leaders. Possiblement ils n'ont pas assez de soutien et informations sur comment avoir droit et accès aux différents types de financements.

5.2.6.4 Événements, festivités et communication

Les festivités, les rencontres et quelques événements singuliers animent la vie locale des villages de la zone d'étude, surtout au cours de la période estivale. Elles sont des instruments mobilisés par des acteurs économiques collectifs en particulier, mais aussi par des acteurs publics, dans des actions principalement liées au développement du tourisme. Les événements attirent à la fois des habitants du Pays Cœur d'Hérault ou des alentours (Pays Cœur d'Hérault, 2009), mais accueillent beaucoup de touristes, et contribue à l'économie locale.

Pratiquement tous les acteurs dans cet échantillon d'actions sont partie prenantes dans les événements locaux. Le Pays Cœur d'Hérault organise des rencontres musicales, des « Ecofestivals », des rencontres autour du patrimoine, de l'histoire et même du paysage. La Communauté de Communes Vallée de l'Hérault fait de même. Les caves coopératives de Saint Saturnin et de Montpeyroux sont également des acteurs très dynamiques et participatifs au niveau de la vie « festive » et sociale des villages : à Saint Saturnin il y en a, par exemple, la *fête des vins primeurs* et le *Concours de Poésie* dans le cadre d'une grande fête locale sur le sentier du vin des poètes, organisés par la coopérative. A Montpeyroux, la fête « *toutes caves ouvertes* » est organisée par la coopérative, les caves particulières et le Syndicat du Cru, « *les Régalades de Montpeyroux* » sont organisées le syndicat du Cru, et « *la ronde des caves* », par la coopérative.

Bien que ces événements soient souvent réalisés sur un seul endroit du village (*i.e.* sans grandes balades, trajets ou randonnées), les découvertes de vins et de la gastronomie (voire de l'harmonisation de vins et plats), sont déjà une invitation à respirer, contempler et vivre le paysage. Ces fêtes sont plus nombreuses et fréquentes dans les villages qui possèdent une petite « appellation village » : Montpeyroux et Saint Saturnin. Même pour les habitants locaux, la vie du village se confond occasionnellement avec ces événements autour du vin :

[...] tu sais que nous organisons tous les ans, cette manifestation « Toutes Caves Ouvertes », et l'autre jour à la réunion tu avais fait une confusion entre la fête du village, et cette manifestation, donc ça prouve bien que pour les gens il y a une osmose entre les événements autour du vin et la vie du village (DPM12 en parlant à HHM01, entretien 2011).

Ces fêtes des vins configurent ainsi dans l'agenda des villages et ont certainement leur « place » dans les paysages. Dans ces terres où la vigne est aujourd'hui l'un des éléments les plus emblématiques, serait-il désormais possible de disjoindre le vin du paysage ? Serait-il

possible, finalement, de parler de n'importe quel événement qui se passe sur le territoire sans s'attacher au paysage, quand l'une des premières choses qui attire l'attention en arrivant sur place c'est justement cette beauté qui lui est inhérente ?

Le Syndicat des Vignerons des Terrasses du Larzac organisent aussi leur grand événement annuel sur le territoire : « *les circulades vigneronnes en Terrasses du Larzac* ». Il s'agit d'une balade œnogastronomique qui lie la découverte des vins à la gastronomie et aux paysages. Cette idée et la mobilisation du paysage se révèlent même sur le slogan qu'ils utilisent pour communiquer sur l'événement : « *une occasion singulière de découvrir et déguster les vins de ce terroir adossé aux beaux paysages des causses du Larzac* ». Si l'on revient sur la localisation des actions et que l'on remarque que cet événement a été réalisé sur les communes de Saint Jean de la Blaquière, Aniane et Montpeyroux (puisque chaque année il se réalise sur une commune différente des *Terrasses du Larzac*), la proximité et le lien par rapport au Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault est importante.

5.2.7 Existe-t-elle une corrélation entre les actions et « le paysage de la vigne et/ou de l'olivier »?

Toutes ces actions collectives et publiques ne sont sans doute pas les seules à figurer sur le territoire mais leurs relations avec les paysages sont possiblement les plus évidentes ou qui « touchent » plus directement les paysages de la vigne et de l'olivier. La participation de l'ensemble des acteurs du territoire, par exemple est fondamentale pour éviter le risque d'une mise en œuvre de projets imposés, dominés par un groupe social ou un autre, qui aboutiraient alors à privilégier un sens du paysage plutôt qu'un autre, et surtout à nier la « *dimension mobile* » du paysage (Conan, 1994 ; Berque, 2000).

Il ne faut donc pas déconsidérer que d'autres politiques ou actions collectives à côté sont également importantes au maintien des paysages – surtout quand nous considérons (comme c'est le cas) le paysage comme une relation entre l'homme et l'environnement et toute sa complexité, même si nous le voyons purement d'un point de vue esthétique. Voici un exemple : dans l'axe 3 des stratégies de la charte du Pays, où il est question de cohésion et d'intégration sociale, le paysage est aussi en jeu. Ce territoire en croissance démographique reçoit des nouveaux habitants (venus principalement des villes urbaines) habitués à d'autres cultures et à d'autres « modes de vie », ne s'intégrant pas toujours complètement au territoire et à la vie collective locale.

Les gens viennent s'installer ici, ils construisent leur maison, ils veulent leur jardin, leur vie privée et tout, je comprends bien, mais regardez, ça suffit de regarder, ils s'enferment, avec des clôtures partout et ils vivent dans leur coin, dans leur confort. Ils n'ont pas la même notion d'espace que nous, ils vivent ici mais encore comme s'ils étaient dans la ville (DPO15, entretien 2011).

L'intégration sociale des nouveaux habitants constitue ainsi un enjeu très fort dans la transformation du paysage. Le phénomène nouveau d'organisation de la vie « urbaine » dans quelques villages de ce territoire, l'arrivée de ces personnes et le déploiement des lotissements en périphérie des centres historiques des villages (notamment à Aniane) a un impact certain. Le risque, en cas de non intégration de ces populations, serait d'avoir de quartiers résidentiels, collés aux habitats plus anciens, en ayant une rupture « urbaine et sociale » au sein de chaque commune et un déséquilibre au niveau de l'ensemble du territoire.

Au-delà des effets sur les paysages complexes et « vivants », l'analyse montre une forte corrélation entre « le paysage de la vigne et/ou de l'olivier » et nos acteurs économiques (voir *Chapitres 3 et 4*). Si cette corrélation est néanmoins toujours existante, elle peut être directe ou indirecte. Dans ce cadre, j'ai identifié leur corrélation, synthétisées dans le *Tableau 5.7* ci-dessous. La corrélation est directe quand les acteurs du territoire valorisent ou s'attachent à maintenir une vigne, un champ d'oliviers. Au contraire, elle est indirecte quand ils mobilisent le paysage en général (garrigue, relief)

Tableau 5.7 – Corrélation entre les actions et « le paysage de la vigne et/ou de l'olivier ».

Action	Corrélation		
		D	I
1. L'habitat et le développement d'un « urbanisme cohérent »		▲	
2. Valorisation d'un paysage cultivé	Ils valorisent justement un « paysage cultivé », où les vignes et les oliviers sont certainement omniprésents et mis en avant.	▲	
3. Les balades du patrimoine	Les balades du patrimoine s'organisent sur des différentes thématiques, parfois elles sont liées directement aux oliviers et à la vigne, tandis que d'autres fois elles n'ont rien à voir avec le sujet. En tout cas, les balades attirent à la fois des visiteurs sur le territoire ou alors attire l'attention des habitants pour des sujets spécifiques liés au patrimoine, et le paysage en général est mis en valeur (où les vignes et les oliviers sont omniprésents).		●
4. Balades VTT « Vignobles et patrimoine »	Ils mettent en valeur les paysages viticoles et oléicoles, ainsi que le patrimoine.	▲	
5. Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault	La viticulture et les oliviers sont très présents dans le territoire du Grand Site. En ce qui concerne les oliviers, tout d'abord, ils existent des actions pour leur valorisation (comme la plantation d'oliviers dans les abords du Pont du Diable, et l'entretien des terrasses oléicoles à St-Guilhem le Désert). Par rapport à la	▲	●

	viticulture, le développement touristique à partir du Grand Site établie des réseaux (directs et plus souvent indirects) avec les vigneron et les caves coopératives et particulières.		
6. Restauration et réhabilitation de l'abbaye d'Aniane	Déjà dans l'histoire, l'abbaye est très liée à la viticulture, ainsi, dans la valorisation de l'histoire et du patrimoine, les vignes et les oliviers sont également mis en valeur (constituent aussi un patrimoine!). Par rapport à la structure et la réutilisation de l'abbaye, l'espace hôtellerie et tourisme en général est aussi très positif au regard de la viticulture et de l'oléiculture: la plupart des producteurs « vivent » de la vente directe à la cave. Or, le développement touristique est un atout très important aussi à ces acteurs (qui « réclament » d'ailleurs d'un manque de structures pour l'accueil des touristes).		•
7. Le Pont Vieux d'Arboras	Le sentier de randonnée mis en place parcourt des chemins entre des vignes et des oliviers, qui sont considérés comme un atout pour le développement et le « succès » de ce projet.	▲	
8. Le pastoralisme à Montpeyrroux	Le pastoralisme permet d'entretenir les espaces, en mettant en valeur un paysage plus ouvert et ainsi les paysages des vignes et, notamment, des oliviers.		•
9. Les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert	Le projet met nettement en avant les oliviers, leur présentation, <i>i.e.</i> l'aspect esthétique.	▲	
10. Les Amis des Vieux Oliviers	Ils mettent en valeur les oliviers, avec un but esthétique.	▲	
11. Les chemins de l'histoire	Le projet est directement lié à la valorisation du vin et de la viticulture, les balades finissent « toujours » avec une dégustation de vins et visite à une cave. Et les chemins parcourent des vignes et des oliviers. Ils sont mis en avant avec le patrimoine et l'histoire.	▲	
12. Le sentier du vin des poètes	Le projet est mené par la cave coopérative pour attirer des touristes et promouvoir leurs vins, en valorisant le paysage local viticole (et oléicole).	▲	
13. Le petit train des vignes du Domaine Alexandrin	Il s'agit d'un projet particulier d'une cave particulière pour la promotion de ses vins, avec une valorisation du paysage local et notamment de ses vignes.	▲	
14. « AOC » Terrasses du Larzac	Ils « construisent » « <i>le paysage des vignes</i> ».	▲	
15. « AOC » Montpeyrroux	Ils « construisent » « <i>le paysage des vignes</i> ».	▲	
16. « AOC » Saint Saturnin	Ils « construisent » « <i>le paysage des vignes</i> ».	▲	

D= Directe; I= Indirecte.

L'analyse de notre échantillon met en évidence différentes formes de mobilisation directe/ indirecte - exprimée ou non.

a) une mobilisation directe du « paysage des vignes » ou « le paysage des oliviers » : c'est le cas des « *petites appellations* », « *les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert* » et « *les amis des vieux oliviers* ». Les acteurs produisent de la vigne et du vin et s'appuient sur les éléments paysagers pour valoriser leur activité.

b) la corrélation **directe** avec le paysage de la vigne et de l'olivier peu exprimée par les acteurs mais présente dans les instruments d'aménagement du territoire, tels que les PLU – qui définissent non simplement les « espaces » habitat et « urbanisme », mais protègent également les zones d'agriculture (et viticulture).

c) Tandis que trois ou quatre **actions publiques** ont des corrélations **indirectes** avec « le paysage de la vigne et de l'olivier ». Il s'agit du « *pastoralisme à Montpeyroux* », de « *la restauration et réhabilitation de l'abbaye d'Aniane* », « *les balades du patrimoine* » et « *l'Opération Grand Site* ». Cette dernière, en fait, présente bien une corrélation directe avec « les paysages des oliviers », notamment, quand celle-ci définit dans ces stratégies et actions, par exemple, la plantation d'oliviers dans ses projets d'aménagement. Elle présente pourtant autant des corrélations indirectes, quand à travers le développement touristique elle établit et renforce des réseaux (directs et plus souvent indirects) avec les vigneronnes et les caves coopératives et particulières.

Le développement touristique (durable et « maîtrisé ») se montre effectivement un atout pour le maintien des paysages viticoles et oléicoles. Comme la plupart des producteurs « vivent » de la vente directe à la cave, ces acteurs « réclament » souvent d'un manque de structures pour l'accueil des touristes, par exemple. Ceci, en effet, paraît être au centre des actions menées sur le territoire, en cherchant son développement économique, mais aussi culturel, social et environnemental, avec le maintien des qualités paysagères.

5.3 Quels paysages figurent dans les actions ?

Les actions publiques et collectives mobilisent et s'intéressent à une « partie » du paysage ayant un rapport avec les vignes et/ou les oliviers. Ceci conduit au maintien et la valorisation du paysage. Dans cette partie, je propose d'avancer l'analyse en croisant les formes de mobilisation paysagère que nous venons de voir avec les typologies présentées dans les chapitres précédents : les différentes « *visions de monde* » autour d'un paysage vécu (*Chapitre 4*) et la valorisation d'un paysage donné à voir à travers ses différents éléments visuels (*Chapitre 3*). Quel est donc le paysage (ou sa partie) qu'ils mobilisent ? S'agit-il plutôt d'un « paysage donné à voir » ou d'un « paysage vécu » ? Quels sont les éléments les plus valorisés et qu'est-ce que ces groupes ou actions ont en commun ?

A travers ces différentes « visions » et formes de mobiliser les paysages, nous essayons aussi de comprendre si ces « mobilisations » sont-elles (potentiellement) compétentes pour maintenir un paysage non pas simplement esthétique, mais un paysage capable de « *donner les moyens pour que les gens qui le produisent puissent vivre* » (Yves Michelin, 2006). **Dans cette perspective, nous partons de l'hypothèse que la mobilisation d'un (des) paysage(s) vécu(s), au-delà des paysages donnés à voir, assimile le mieux cette réalité dynamique. Ainsi, les actions qui mobilisent des paysages vécus y sont mieux à même d'articuler le maintien esthétique du paysage et la viabilité économique des gens du territoire.**

Si le paysage est vivant et construit par et avec des relations, il est aussi tout d'abord visuel. Serait-il, donc, possible de trouver des actions autour du paysage qui ne mobilisent pas un paysage donné à voir ? Non. Toutes les actions touchent effectivement l'aspect visuel du paysage, elles mettent en valeur au moins un de ses éléments physiques. En revanche, toutes les actions ne mettent pas en avant des paysages vécus, ceux qui prennent en compte les relations, la vie des gens et/ou de ses autres éléments. Dans ce sens, j'ai analysé et identifié les formes de paysages mobilisés, avec un regard critique sur « l'intensité » dans laquelle elles mettent en valeur plutôt l'un « type » de paysage que l'autre.

Dans le « paysage donné à voir » (*en accord avec le Chapitre 3*), ont été retenus quatre éléments visuels et des éléments symboliques qu'y sont parfois mentionnés et mis en valeur (comme le Mont Baudille, Saint Guilhem le Désert, le Pont du Diable, le Rocher des Vierges, etc.) : 1) patrimoine/ histoire, 2) environnement, 3) espace cultivé, 4) homme/ savoir-faire (*Fig. 5.7*). C'est l'aspect visuel, à partir de la mise en valeur de ses éléments qui est mobilisé. Dans le « paysage vécu », au contraire, c'est plutôt l'intention, les intérêts des actions qui révèlent leur mobilisation. Il s'agit donc des quatre « visions de monde » identifiées dans le *Chapitre 4* : 1) le paysage domestique, 2) le paysage des loisirs, 3) le paysage comme « ressource commerciale », et 4) le paysage patrimoine (*Fig. 5.7*).

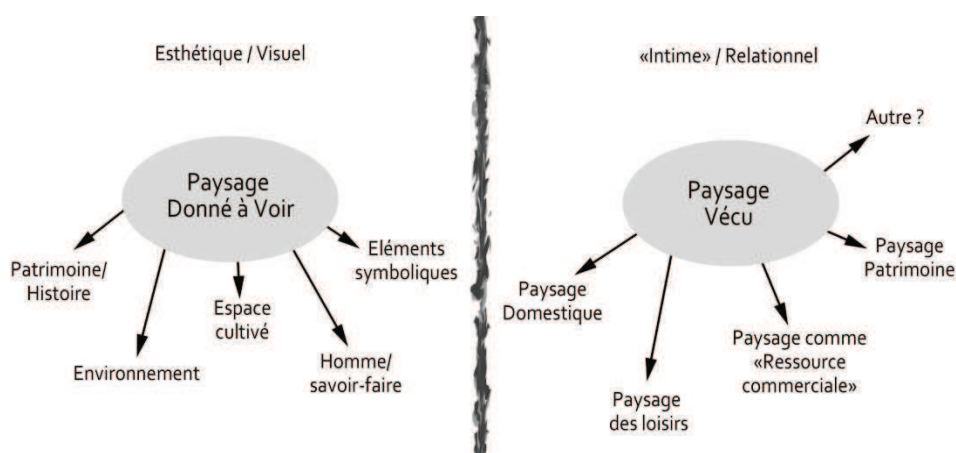


Fig. 5.7 – Les « types » de paysages mobilisés (« paysage donné à voir » et « paysage vécu ») et ses éléments « dérivations ». (C. Velloso, 2013).

5.3.1 Les paysages « donnés à voir » : l'image toujours présente


Toutes les actions de l'échantillon, sans exception, mobilisent un ou plusieurs éléments physiques et visuels d'un « *paysage donné à voir* ». Dans ce premier temps, alors, avant d'identifier le « type » de paysage que chaque action mobilise davantage et de croiser les données, il nous intéresse savoir quels sont ces éléments paysagers dans les actions et de

les comparer dans un premier plan (ces actions présentent-elles des tendances ou des traits communs autour des éléments qu'elles mobilisent ?).

Les éléments ici analysés font partie des cinq grandes thématiques (axes) dans l'analyse de la médiatisation du paysage à travers les photographies des sites Internet par les acteurs économiques du *Chapitre 3* (à savoir : l'histoire, l'environnement, l'espace cultivé, l'exploitation et la maison). Dans ce chapitre, pourtant, j'analyse les actions collectives et publiques, je ne retiens que les éléments qui les concernaient et qu'y étaient présents (*i.e.* les éléments plus « individualistes » n'y apparaissent pas), ainsi définis : 1) patrimoine / histoire, 2) environnement, 3) espace cultivé, et 4) homme / savoir-faire.

Tableau 5.8 – Les éléments visuels d'un paysage « donné à voir » mobilisés dans les actions.

Les Actions	Les éléments d'un paysage « donné à voir »					Eléments symboliques
	Patrimoine / histoire	Environnement	Espace cultivé	Homme / savoir-faire		
1. L'habitat...	■	■	■			
2. La valorisation...	■		■	■		Vignes et oliviers.
3. Les balades...	■	■	■			
4. Balades VTT...	■	■	■			
5. OGS	■	■				St-Guilhem le Désert, le Pont du Diable.
6. Restauration...	■					
7. Le Pont Vieux...	■	■	■			Le Castellás.
8. Le pastoralisme...	■	■		■		
Actions Publiques	8 (4■, 3■, 1■)	6 (2■, 3■, 1■)	5 (1■, 4■, 0■)	2 (0■, 1■, 1■)		
9. Les terrasses...	■		■	■		
10. Les Amis des...	■		■			« Oliviers ».
11. Les chemins...	■	■	■	■		Le Castellás.
12. Le sentier du vin...		■	■	■		
13. Le petit train...			■	■	■	« Vignes ».
14. Terrasses du Larzac...		■	■	■	■	« Oliviers, garrigue, chênes, vignes ».
15. Montpeyroux...		■	■	■	■	Mont Baudile, pierres.
16. Saint Saturnin...		■	■	■	■	Le rocher des Vierges.
Actions collectives	4 (3■, 0■, 0■)	6 (0■, 2■, 3■)	9 (6■, 1■, 1■)	6 (■, 3■, 3■)		
Total	12 (7■, 3■, 1■)	12 (2■, 5■, 4■)	14 (7■, 5■, 1■)	8 (■, 4■, 4■)		

 Échelle d'intensité de la mise en valeur des éléments. (C. Velloso, 2013).

Au vu des résultats présentés dans le tableau ci-dessus l'espace cultivé est le plus souvent mis en valeur dans les actions. Il confirme la corrélation avec « le paysage de la vigne et de l'olivier ». Viennent ensuite l'histoire / le patrimoine et l'environnement. Si nous mettons en parallèle les actions publiques et les actions collectives, par contre, l'espace

cultivé apparaît être mis en valeur surtout dans les actions collectives, tandis que l'histoire ou le patrimoine est mis en valeur surtout par les actions publiques. Hormis la « *valorisation d'un paysage cultivé* », le patrimoine historique est effectivement mobilisé davantage dans toutes les actions publiques.

Ce résultat observé s'explique d'un côté par les acteurs qui sont derrière chaque action et de leurs objectifs, mais il montre également comment ces différents types d'actions sont complémentaires. Dans les actions publiques, la « responsabilité » de conservation des grands patrimoines (ceux classés, notamment) est du ressort de l'Etat, elle part donc des acteurs publics. Il est intéressant de remarquer, pourtant, que ce « patrimoine » mobilisé dans les actions n'est pas uniquement du grand patrimoine ou des sites classés, mais parfois aussi du « petit » patrimoine comme le patrimoine vernaculaire (mazets, capitelles, murets en pierre sèches, etc.) et le patrimoine bâti plus « ordinaire ». Ce sont trois cas d'actions publiques : 1) « *l'habitat et le développement d'un urbanisme cohérent* » cherche à restaurer des anciens bâtiments (pas classés) aux centres historiques des villages, 2) « *la valorisation d'un paysage cultivé* » qui mentionne dans ses projets « l'importance » du patrimoine vernaculaire, sans pourtant visiblement mettre en pratique des actions pour assurer sa conservation, et 3) « *le pastoralisme à Montpeyroux* », qui met en valeur le patrimoine historique (et « *identitaire* ») à travers « *une activité qui a été auparavant le principal moyen de survie dans la région et qui commençait à exister de moins en moins* ».

Dans les cas des actions collectives qui valorisent le patrimoine, il s'agit exclusivement du petit patrimoine (vernaculaire et agricole). Ce sont les actions, dans cette catégorie, qui ont des objectifs symboliques (immatériels) : 1) « *les terrasses oléicoles de Saint Guilhem* » avec l'entretien des terrasses en pierre sèche et des vieux oliviers, 2) « *les amis des vieux oliviers* » avec l'entretien des vieux oliviers, et 3) « *les chemins de l'histoire* » avec l'entretien des murets en pierre sèche. Ce dernier, en effet, valorise également un grand patrimoine : le château de Castellás ; la création de cette action et de son Association responsable, cependant, était un moyen de garantir la restauration et conservation justement du petit patrimoine.

L'environnement est un élément valorisé par les deux types d'actions, mais avec plus de force dans les actions publiques, où sa « préservation » est aussi un « devoir » de l'Etat, comme il est prescrit sur la charte et le contrat du Pays Cœur d'Hérault. Cet élément est bien valorisé dans des actions liées au développement du tourisme, tandis que l'espace cultivé paraît être un élément évident dans des actions liées directement à la viticulture (ou alors aux oliviers).

Le savoir-faire est parmi ces éléments le moins mis en avant et apparaît plutôt dans les actions collectives, notamment celles des vigneronnes (*i.e.* les trois « petites appellations d'origine », « *le petit train des vignes du Domaine Alexandrin* », et « *les chemins de l'histoire* »). Ils valorisent « leur » savoir-faire. Les autres trois actions valorisent des savoir-faire liés aussi à l'activité agricole (les oliviers, la viticulture et le pastoralisme) mais également au patrimoine vernaculaire (le savoir-faire de toutes ces constructions en pierre sèche).

Au-delà de ces quatre éléments, **les éléments emblématiques** apparaissent clairement dans ces actions. D'un côté, les grands patrimoines qui font l'objet de programmes de préservation et de gestion spécifiques : Saint Guilhem le Désert, le Pont du Diable, l'Abbaye d'Aniane et le château de Castellans ; mais aussi des éléments naturels et paysagers comme le Mont Saint Baudille et le Rocher des Vierges. Ces derniers sont mis en valeur par les appellations de Montpeyroux et de Saint Saturnin respectivement, où ces éléments sont emblématiques pour ces régions. Bien que les règlements dans leurs cahiers de charge n'abordent pas le « maintien » de ces éléments, leur citation dans les cahiers de charge renforce les liens entre eux et la qualification des vins, ce qui peut possiblement influencer indirectement leur préservation.

Si ces deux petites appellations communales mentionnent deux éléments emblématiques très précis de chaque endroit, l'appellation « *Terrasses du Larzac* » qui est beaucoup plus vaste fait plutôt référence à un paysage diversifié qui possède, pourtant, quelques éléments emblématiques de tout son territoire : les oliviers, la garrigue, les chênes et les vignes.

5.3.2 Les « paysages vécus » mobilisés dans les actions collectives et publiques

Les paysages vécus mobilisés dans les actions publiques et les actions collectives sont ceux que nous avons identifiés dans le *Chapitre 4* : le « *paysage domestique* », le « *paysage des loisirs* », le « *paysage comme ressource commerciale* » et le « *paysage patrimoine* ». Derrière ces paysages il y en a évidemment des relations et des « réalités vécues » qui donnent vie aux paysages, mais il y en a aussi des discours, qui permettent, finalement, d'identifier et classer ces différents types de « paysages vécus ». Ces éléments de discours se retrouvent de la manière suivante :

Le « *paysage domestique* » est celui de leur quotidien, de « chez eux », où il apparaît dans leurs discours une mise en avant surtout de leurs activités quotidiennes ou alors de leur

qualité de vie. Deux actions publiques et trois actions collectives mettent en avant ce type de « paysage vécu ». Les deux actions publiques sont portées par le Pays Cœur d'Hérault : « *l'habitat et le développement d'un urbanisme cohérent* » et « *la valorisation d'un paysage cultivé* », et les trois petites appellations d'origine : « *Terrasses du Larzac* », « *Montpeyroux* » et « *Saint Saturnin* ». Dans le premier cas, la qualité de vie est davantage valorisée, tandis que dans les autres cas ce sont les activités quotidiennes qui sont à l'honneur (particulièrement ici représentées par la viticulture).

Vient ensuite, le « *paysage des loisirs* », de balades, de randonnées, etc. Les relations existantes et reconnues qui renforcent ce « type de paysage » sont du ressort des actions publiques essentiellement : « *les balades du patrimoine* », les « *balades VTT 'vignobles et patrimoine'* », « *Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault* », et « *le pont vieux d'Arboras* ». Ces actions répondent à des objectifs liés au développement du tourisme ou de la « *convivialité* » entre les habitants, en développant et en proposant des « alternatives de loisirs ». Une des actions collectives qui rentre dans cette perspective « *les amis des vieux oliviers* ». Les membres de cette association ont déclaré que leurs activités au sein de l'association leur permettait de développer une convivialité entre les membres du groupe, vivre des moments qui « sortent » de leur quotidien, où ils s'amuse autour d'une passion en commun : les oliviers.

Le « *paysage comme 'ressource commerciale'* » est celui qui présente un discours un peu plus « politique », où les acteurs reconnaissent l'importance du paysage (comme une ressource) pour « *faire marcher* » leur activité économique, et qu'il faut donc le préserver (*Chapitre 4*). Il lie donc souvent la viticulture (ou une autre activité économique) et le tourisme, à travers, par exemple, ce qu'ils appellent d'œnotourisme. Les actions qui mobilisent donc ce type de paysage sont : « *les chemins de l'histoire* », « *le sentier du vin des poètes* » et « *le petit train des vignes du Domaine Alexandrin* ».

La dernière catégorie de « paysage vécu » identifiée est le « *paysage patrimoine* », *i.e.* du paysage vécu comme un patrimoine, ou alors d'un paysage « *conteneur de patrimoine* », comme nous avons vu dans le *Chapitre 4*. Deux actions publiques et trois actions collectives qui le mobilisent : « *les balades du patrimoine* », « *l'Opération Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault* », « *les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert* », « *les amis des vieux oliviers* » et « *les chemins de l'histoire* », respectivement. Parmi toutes ces actions, c'est notamment l'OGS qui reconnaît un paysage « *comme un patrimoine* », tandis que les autres reconnaissent plutôt un paysage « *conteneur de patrimoine* ».

5.3.3 Les paysages mobilisés davantage dans les actions : la « combinaison » de différents paysages

Pour avancer dans l'analyse et répondre aux principales questions de ce chapitre : *Comment les acteurs (publics et collectifs) de la filière viticole et du territoire mobilisent le paysage dans leurs actions, prescriptions et/ou projets ? Les actions publiques et les actions collectives « locales » sont-elles importantes pour le maintien des paysages ? Ou encore ces actions sont-elles capables de révéler le paysage comme ressource pour le développement territorial durable ?* Je propose de mettre en parallèle les différentes formes de paysages mobilisées dans chaque action. Il s'agit, en fait, d'identifier « quel » paysage est davantage mobilisé dans les actions. Mon hypothèse initiale était que celles qui mobilisent des paysages vécus, sont plus à même de préserver un paysage « vivant », d'un paysage capable de « faire vivre » les gens qui le façonnent. L'analyse me conduit à la reformuler. Pour cela, il est nécessaire de revenir sur la dimension complexe des paysages et ne pas perdre de vue que le paysage est toujours et avant tout « une image ». Il faut aussi s'attacher à des « images » pour donner du sens aux relations de ces paysages complexes ! **Mon hypothèse pose alors que ce sont plutôt les actions qui mobilisent les deux « types » de paysages (« donné à voir » et « vécu ») de façon équilibrée, qui seraient les plus à même de garantir une inscription du paysage dans la durée (maintien/ préservation et viabilité économique).**

Dans cette perspective, l'analyse se complexifie, et la rigueur et la vision du chercheur doit être capable (bien qu'elle en soit à la fois plutôt subjective, *écocentrique* et encore *positiviste*) de bien mesurer l'intensité de ces mobilisations (à travers l'analyse de toutes les données). La *Figure 5.8* ci-dessous présente synthétiquement les formes de mobilisation des paysages de ces actions. Chaque couleur et colonne représentent une action différente. La taille des figures géométriques montre l'intensité de mobilisation de l'élément paysager dans l'action, et la forme géométrique identifie la dimension (échelle) spatiale de l'action. Les numéros correspondent à l'action selon le *Tableau 5.2*. Elles sont positionnées en fonction de ce qui est davantage mobilisé dans l'action. Sur la gauche nous trouvons toutes les actions publiques, et sur la droite toutes les actions collectives.

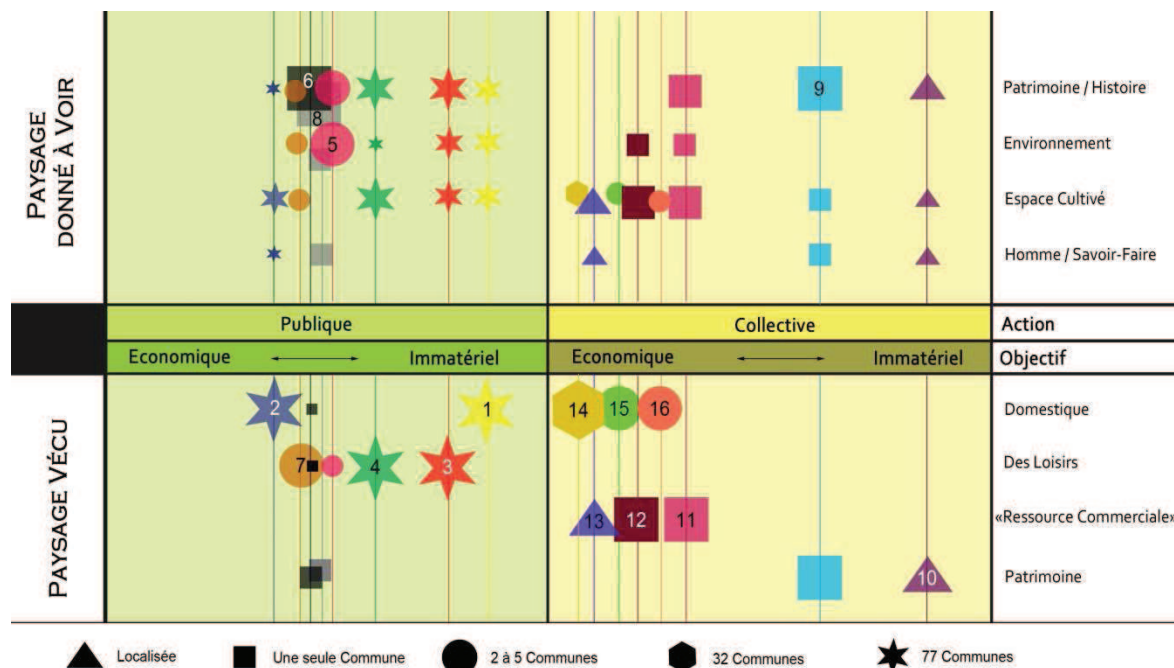


Fig. 5.8 – Les paysages, leurs éléments et leurs « catégories » mobilisés dans les actions publiques et les actions collectives. Source : (C. Velloso, 2013).

Cette figure rassemble toutes les actions en identifiant leur « nature » (si publique ou collective), leurs objectifs (si économiques ou immatériels) et finalement les paysages qu’elles mobilisent davantage. Elle résume, en même temps, quelques résultats que nous avons déjà constaté au long de ce chapitre dans la présentation des actions, mais dont la visualisation est plus évidente ici. Dans une première observation de la figure, par exemple, nous constatons :

- que toutes les actions à l’échelle du Pays (77 communes) sont publiques ;
- que les actions à l’échelle de la commune et surtout les actions localisées sont principalement collectives ;
- et que les actions publiques ont des objectifs entre l’immatériel et l’économique ou plutôt immatériel, tandis que les actions collectives ont plutôt des objectifs économiques.

Le « paysage domestique », dans les actions collectives, est davantage mobilisé par les appellations d’origine. Celles-ci, par contre, mobilisent très peu des paysages « donnés à voir ». En effet, le paysage est intrinsèque à leurs actions, puisque ces acteurs façonnent le paysage à travers leurs pratiques, qui sont quelque part définies dans leurs cahiers de charge, mais leurs actions (et leurs cahiers de charge) ne prennent pas forcément en compte le paysage. Le paysage mobilisé dans ces actions, fait partie de leur quotidien, où les relations liées à leurs activités (comme le rapport entre les vignes et le sol) sont particulièrement mises

en avant. Bien que ces actions soient liées aux paysages et importantes pour leur maintien (notamment par leur dimension et importance économiques). Ces actions ne semblent pas identifier le paysage comme une ressource territoriale.

La plupart des actions (12 sur les 16 analysées) mobilisent des paysages vécus et donnés à voir. Dans cet univers, pourtant, il y en a deux qui mobilisent davantage des paysages donnés à voir : la « *restauration et réhabilitation de l'abbaye d'Aniane* » et « *les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert* » ; et dix d'entre elles mobilisent plutôt des paysages vécus (voir Tableau 5.9).

Tableau 5.9 – Paysages mobilisés davantage dans chaque action (les numéros correspondent à l'action – voir Tableau 5.2).

Paysages mobilisés davantage dans les actions :					
<i>Éléments d'un paysage donné à voir</i>	Paysage donné à voir + Paysage vécu	Paysage vécu + Paysage donné à voir	Paysage donné à voir	Paysage vécu	<i>Catégories de paysages vécus</i>
Homme / savoir-faire		1 ; 2		14 ; 15 ; 16	Domestique
Espace Cultivé		3 ; 4 ; 7			Des Loisirs
Environnement		11 ; 12 ; 13	5		« Ressource Commerciale »
Patrimoine / histoire	6 ; 9	10	8		Patrimoine

La « *restauration et réhabilitation de l'abbaye d'Aniane* » mobilise et valorise plutôt un paysage donné à voir à travers l'histoire et le patrimoine, mais cette action est aussi celle qui mobilise (même si ce n'est pas avec la même intensité) différentes « catégories » de paysages vécus : un « paysage domestique », un « paysage des loisirs » et un « paysage patrimoine ». Ce qui est sans doute très positif au niveau des dynamiques des paysages.

Ensuite, deux actions collectives se ressemblent beaucoup dans leur façon de mobiliser les paysages. Il s'agit des « *terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert* » et des « *Amis des Vieux Oliviers* ». L'une met en valeur davantage un paysage donné à voir et l'autre un paysage vécu. Les deux mobilisent un « paysage patrimoine » (vécu) et un paysage donné à voir à travers notamment le patrimoine / histoire, l'espace cultivé et l'homme / savoir-faire. Les deux sont menées par des associations qui ont des objectifs plutôt immatériels et sont liées à l'entretien de vieux oliviers.

Dans le cas des terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert, pourtant, l'image est plus mise en avant que le « discours » de conservation du « paysage patrimoine », comme

dans le cas des Amis des Vieux Oliviers. Dans la reconstitution des terrasses oléicoles à Saint Guilhem, les acteurs donnent plus d'importance à l'aspect esthétique, et cherchent à en faire un atout touristique pour les visiteurs du Grand Site de Saint Guilhem le Désert.

Si l'on remarque bien dans la *Figure 5.8*, d'ailleurs, les actions dont l'objectif est principalement économique sont celles qui valorisent plus les paysages « donnés à voir » (à l'exception des appellations d'origine, qui sont surtout très liées à l'activité viticole de leur quotidien). Ainsi comme le « paysage vécu » le plus mobilisé dans cet univers d'actions (*i.e.* celles ayant des objectifs économiques clairement affirmés) considère le paysage « comme ressource commerciale » (liée à leur activité) qu'il faut préserver.

Deux autres actions collectives se ressemblent entre elles et dans leurs formes de mobiliser les paysages : « *les chemins de l'histoire* » et « *le sentier du vin des poètes* ». Au-delà de mobiliser davantage un paysage (vécu) « comme ressource commerciale », ils mobilisent à peu près les mêmes éléments d'un paysage « donné à voir » : l'espace cultivé, l'environnement et, à l'exception du « sentier du vin des poètes », le patrimoine et l'histoire. Dans ces trois actions, les vignerons sont mes principaux « protagonistes ». Ils reconnaissent l'importance de leur paysage, le considèrent comme un atout dont ils peuvent tirer profit et qu'il faut donc le protéger et le mettre en valeur. C'est cohérent qu'ils valorisent des éléments plus « larges » et visuels du paysage dans leur effort de lier développement du tourisme et promotion et valorisation de leurs produits.

Le « *petit train des vignes du Domaine Alexandrin* » chemine dans la même logique (*i.e.* pour le développement du tourisme et la promotion et valorisation des produits), pourtant plus localisée, (elle se passe principalement dans un domaine particulier). Cette action mobilise un paysage vécu « comme ressource commerciale » comme les autres. Mais dans un « paysage donné à voir » elle mobilise des éléments plus restreints (l'exploitation et la maison, *i.e.* appartiennent à une échelle spatiale plus localisée) : l'espace cultivé et l'homme et le savoir-faire.

Les actions qui mobilisent davantage un paysage vécu « des loisirs », sont quant à elles toutes publiques. Elles valorisent particulièrement des éléments visuels comme le patrimoine, l'environnement et souvent même l'espace cultivé. Ce sont notamment des actions qui proposent des balades ou des randonnées en valorisant ces trois éléments : « *les balades du patrimoine* », les « *balades VTT 'vignobles et patrimoine'* », et « *le pont vieux d'Arboras* ».

L'Opération Grand Site mobilise également un paysage vécu « des loisirs », mais qui n'est pas si considérable quand nous comparons ce qu'elle mobilise autant que « paysage

donné à voir » (spécialement le patrimoine, l’histoire et l’environnement). Il s’agit, de manière générale, de conserver son image (ou le paysage donné à voir) le plus « intouchable » possible au-delà de sa dynamique de développement touristique ou même de « vie active » quotidienne. C’est-à-dire que le paysage qu’elle en mobilise se porte plutôt comme un « musée » (en opposition à un paysage « vivant »).

« *Le pastoralisme à Montpeyroux* », s’il mobilise d’un côté des paysages vécus (« *paysage patrimoine* » et « *paysage domestique* »), c’est aussi et surtout l’aspect esthétique – pourtant fonctionnel (tenu compte sa forte justification autour de la prévention des risques d’incendies) – qui est le plus mis en avant.

5.4 Les actions et le maintien des paysages : dans quel sens tournent les relations ?

Les actions collectives et publiques recensées ici ont un lien avec les paysages et qui contribuent inévitablement à leur maintien soit dans leur complémentarité, soit dans leur mobilisation « complexe » des paysages, ou alors même d’un paysage plus « restreint ». Cette relation existante entre les actions et le maintien des paysages est questionnable et reste à comprendre : s’agit-il, d’actions créées pour le maintien des paysages, ou plutôt les paysages sont-ils des ressources pour la mise en place de projets collectifs et/ou publics (*Fig. 5.9*) ? Dans le contexte de nos terrains d’étude, où la « richesse », la « beauté » ou la « qualité » des paysages est souvent aperçue par ses acteurs – qui reconnaissent des paysages plutôt remarquables qu’ordinaires –, les réponses restent à la fois imprécises : puisque les deux sens de la relation peuvent être vérifiées.

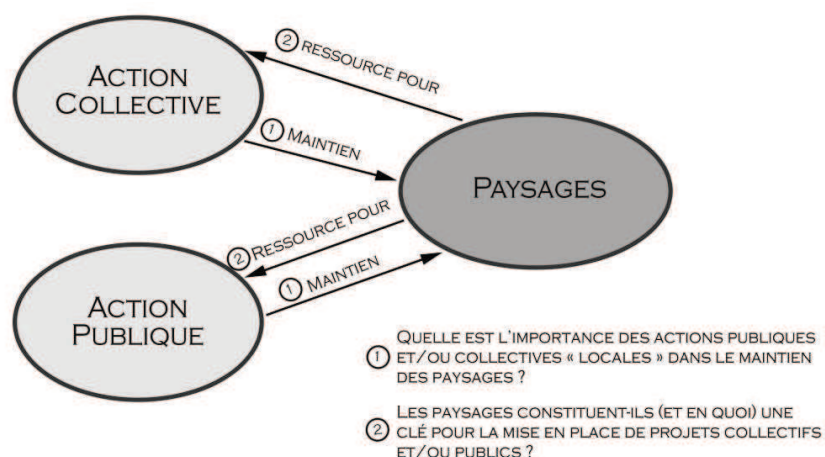


Fig. 5.9 – Les relations entre les actions collectives et publiques et les paysages. (C. Velloso, 2013).

Par exemple : le Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l’Hérault constitue un paysage remarquable, pittoresque, classé par l’UNESCO et « labellisé » par les Grands Sites de France. L’action de « l’Opération Grand Site » a été indubitablement créée pour le maintien de ses paysages, mais en même temps, si ce paysage « remarquable » n’était pas là, l’action n’aurait pas eu lieu ! Dans ce cas, dorénavant, « l’importance » de la relation est surtout dans le sens de l’action publique **pour** le maintien des paysages.

En même temps et considérant les complémentarités entre les actions (notamment celles ayant un rapport avec le Grand Site), nous apercevons que ce paysage remarquable, lié aussi à l’existence de l’OGS, engendre la mise en place de plusieurs autres actions, comme la « restauration et réhabilitation de l’abbaye d’Aniane », « le pont vieux d’Arboras », « les chemins de l’histoire », « le sentier du vin des poètes », « le petit train des vignes du Domaine Alexandrin », et « les terrasses oléicoles à Saint Guilhem le Désert ». Cela veut surtout dire que les paysages et même l’action « OGS » se révèlent une ressource, une opportunité très importante pour la mise en place de ces actions, bien qu’elles aient aussi, d’un autre côté, leur importance pour le maintien des paysages.

Les relations existantes entre les actions et entre les actions et les paysages sont aussi ce qui anime, qui donne vie, sens et complexité aux paysages. Si une seule action ne serait pas capable de maintenir un paysage vivant, « beau » et complexe (notamment celles qui mobilisent plutôt un seul « type » de paysage), c’est plutôt le système d’actions formé de ces relations autour des paysages (Fig. 5.10) dans sa totalité et complexité qui s’en chargerait.

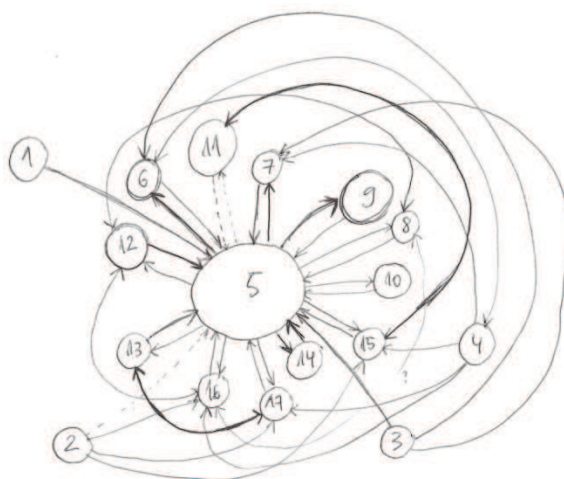


Fig. 5.10 – « Système » d’actions collectives et publiques autour des paysages dans le terrain d’étude.

(C. Velloso, 2013)

Conclusion

Dans le cadre de l'observation de projets et d'actions collectives et publiques, le paysage est appréhendé selon les enjeux associés aux types de changements perçus, selon les attentes concernant le développement des aménités rurales et l'activité touristique et selon les interactions qui lient les producteurs, la valorisation de leur produit et la protection de l'environnement.

Les différentes visions des acteurs autour du paysage, individuelles, peuvent être trouvées et consolidées, occasionnellement, dans ces actions ou projets collectifs, qui lient ainsi l'ensemble des acteurs et des demandes qu'ils expriment. L'enjeu principal alors, pour avoir « le paysage d'Yves Michelin » cité en tête de ce chapitre, demeure dans un équilibre permettant de répondre aux inquiétudes et attentes de tous un chacun.

Chaque action, collective ou publique, a des objectifs propres, à la fois immatériels, mais aussi économiques, parfois plutôt l'un que l'autre. Les actions publiques s'attachent davantage aux objectifs immatériels comparativement aux actions collectives, notamment celles portées par des acteurs collectifs de la filière du vin, où les objectifs économiques prévalent. Deux situations de mobilisation des paysages ont été mises en évidence dans ces actions. Dans le premier, le paysage est objet de l'action (opération collective ou publique de préservation du paysage), dans le second cas, le paysage est une ressource pour l'action, identifiée et mobilisée par les acteurs du territoire. Les actions mobilisent différemment les paysages, parfois ancrées à l'un ou l'autre élément physique, dans une idée de « paysage donné à voir », parfois plutôt attachées à des « paysages vécus ». Les éléments visuels des paysages, dans les actions, sont de caractère historique, patrimonial, environnemental, ou alors liés aux activités économiques du territoire, représentées par les espaces cultivés, l'homme et le savoir-faire. Les « paysages vécus » sont ceux des acteurs, attachés à leur « espace vécu », soit « *domestique* » ou de « *loisirs* », ou alors d'un « *paysage comme ressource commerciale (liée à leur activité) qu'il faut préserver* » ou d'un « *paysage patrimoine* ».

Si chaque acteur collectif ou public, à travers ses actions, mobilise à sa manière de voir et vivre les paysages, cela montre que l'étude des paysages cache une réalité riche et diverse. Le plus important et que nous constatons dans ce travail, pourtant, c'est qu'il existe une interrelation entre les différents acteurs et surtout entre les différentes actions, qu'il existe ainsi une interrelation et une circulation entre les différents « espaces vécus », que « le paysage » est un système dynamique, un grand écran « vivant » formé par l'intégration de différents paysages et différents éléments. Finalement les deux approches du paysage (donné à voir et vécu) sont très reliées. L'ensemble des actions publiques et collectives autour des

paysages mobilisent, construisent et protègent ce paysage vécu et esthétique et que l'imbrication et la confrontation de leurs objectifs permettent de maintenir un paysage au-delà de l'esthétique, mais aussi capable de « *donner les moyens pour que les gens qui les produisent puissent vivre* ». Cette vision et mobilisation globale et holiste du paysage, structurant et dynamisant le « système » et ses caractéristiques géo-écologiques et socioéconomiques, fait « vivre » le paysage, ce qui permet le maintien des acteurs économiques qui permet le maintien des paysages.

Dans tout ce contexte, le tourisme semble être le principal instrument intégrateur des paysages, des actions et des acteurs. Si certains villages et sites sont plus emblématiques que d'autres, dans le terrain d'étude, tous méritent d'être traités par ces actions valorisantes de la complexité du paysage, même le plus ordinaire. Les projets publics, notamment ceux menés par le Pays Cœur d'Hérault ou par la Communauté de Commune, font souvent ce travail de rassemblement entre différentes communes, mais les lient aussi à travers leur soutien. Si la vocation touristique est une caractéristique prédominante essentiellement dans le « Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault », les villages aux alentours font souvent des efforts pour faire partie d'une « route touristique », en valorisant les produits du terroir, en créant des gîtes, des « alternatives touristiques », en perfectionnant la restauration, etc.

En dehors du Grand Site, l'ensemble des *Terrasses du Larzac* ne fait pas particulièrement objet d'une protection stricte du paysage, mais quelques « paysages ordinaires » seraient sans doute aussi touchés par des actions comme celles portées par le Pays Cœur d'Hérault : « *l'habitat et le développement d'un urbanisme cohérent* », « *la valorisation d'un paysage cultivé* », ou même « *les balades du patrimoine* » et les « *balades VTT 'vignobles et patrimoine'* ». C'est donc aussi dans ce cadre qu'ils bénéficient d'une attention permettant de garantir le maintien de leur qualité qui participe de l'identité territoriale à laquelle les habitants sont attachés.

Cette « troisième approche » du paysage à travers l'analyse de la mobilisation du paysage dans des projets, prescriptions et actions collectives et publiques, au-delà de nous amener à identifier l'importance donnée au paysage par les collectivités locales et les acteurs collectifs, ainsi que les interactions et les dynamiques qui conduisent au développement territorial, servira également à conclure la construction de « notre vision » d'un « paysage collectif pour un avenir » [à travers un « *dessin riche* » adapté de la méthodologie de Checkland (2006)], proposé d'un côté comme clôture et conclusion du travail de recherche et d'un autre côté comme un outil (de réflexion, de débat et de base pour des actions pour améliorer une situation-problème) aux acteurs du territoire.

Avant pourtant cette construction du « dessin riche » – et en même temps justifiant la proposition de cet outil pour la compréhension et l’activation de la ressource paysagère pour le développement territorial durable –, nous remarquons à la fin de ce troisième chapitre analytique que la mobilisation « effective » et « intentionnelle » des paysages se passent surtout au niveau des acteurs publics et parfois quelques acteurs collectifs, mais moins au niveau privé et individuel (comme nous avons vu dans le *Chapitre 4*). En même temps, le fait de que les actions mobilisent souvent une « partie » seulement des paysages et que leurs interactions ne soient pas toujours directes, renforce la pertinence dans la proposition de la représentation du paysage à travers un « dessin riche » comme un outil pour l’auto réflexion et l’autoapprentissage, qui permettraient la définition de stratégies et d’actions pour activer la ressource et promouvoir un développement territorial durable et le maintien des paysages non simplement « beaux », mais aussi « vivants ».

Chapitre 6

Un Paysage Collectif pour l'Avenir : la construction du dessin riche

« Nous pouvons entrevoir qu'une science qui apporte des possibilités d'autoconnaissance, qui s'ouvre sur de la solidarité cosmique, qui ne désintègre pas le visage des êtres et des existants, qui reconnaît le mystère en toutes choses, pourrait proposer un principe d'action qui non pas ordonne, mais organise, non pas manipule, mais communique, non pas dirige, mais anime »

« [...] la pensée complexe n'est pas réservée à une caste de philosophes ou de scientifiques. Elle concerne chaque personne, chaque citoyen soumis au risque d'erreur et d'illusion, incapable de relier les connaissances séparées, impuissant face aux problèmes fondamentaux et globaux. Elle concerne notre vie quotidienne, nos relations avec autrui. Chacun porte en soi sa propre complexité, qu'il pourrait reconnaître, et chacun rencontre à tout moment important de sa vie des défis de complexité. La pensée complexe peut aider chacun à surmonter la barbarie de la connaissance qui est non seulement illusion ou erreur, mais morcellement et cloisonnement ».

(Edgar Morin, 2008, p.234)

« La transformation des paysages n'est pas seulement un constat, mais une caractéristique fondamentale des paysages. Il n'existe pas de paysage immuable : même les paysages qui paraissent les plus permanents comme les paysages des déserts – le Sahara par exemple – subissent une évolution qui n'est pas forcément visible à l'œil nu et non exercé, mais qui est décelable grâce aux moyens de télédétection ou par comparaison de photographies aériennes ».

(Yves Luginbühl, 2011, p.47)

Introduction

« Crise » et « changement » sont peut-être deux mots qui expriment bien la réalité du monde contemporain. Et c'est possiblement aussi pourquoi les préoccupations, débats et prise en compte des paysages – afin de maintenir leur qualité, leur beauté, leur particularité et leur richesse – figurent chaque fois plus dans des politiques publiques et dans des actions collectives. Si pour quelques-uns il s'agit d'un univers de nouvelles possibilités, pour plusieurs personnes, par contre, crise et changement représentent aussi des menaces, qui ramènent insécurité aux individus, qui imposent des nouvelles demandes aux élus et qui défient les gestionnaires des organisations.

Les crises mènent aux changements et les changements engendrent les crises. Ainsi, les changements sont au centre des préoccupations actuelles. Et si auparavant leur rythme était plus lent, et les adaptations de gens (et autres) ainsi plus aisés, l'adaptation des producteurs, des entreprises, des organisations ou de l'environnement en générale, dans le présent – où les transformations technologiques et sociales s'accélèrent –, sont souvent plus difficiles, engendrant parfois de problèmes graves, qui accentuent encore plus les crises. De plus, l'interdépendance d'individus, de groupes, d'organisations, d'institutions, d'économies et de sociétés, dans un monde chaque fois plus interconnecté, ne fait qu'intensifier les possibilités de crises et les difficultés qu'en découlent. Ce contexte est global, certes, et ne décrit pas spécifiquement la zone d'études, mais il y est partout et nous oblige à réfléchir et agir autrement. Dans n'importe quelle dimension de la vie contemporaine, l'environnement est devenu plus large, plus complexe, moins prévisible et plus instable. Et cela ne fait que renforcer l'idée que, chaque fois plus, les problèmes et les situations qu'on retrouve aujourd'hui ne peuvent plus être vus et traités partiellement, comme s'ils étaient isolés. Il ne faut plus penser qu'à des résultats à court terme ! Des actions plus efficaces, même à un niveau spécifique ou localisé, requièrent la compréhension des changements et de la complexité des situations et des réalités.

Et si le maintien de la qualité paysagère figure donc dans les préoccupations contemporaines de la société, il y a certainement d'autres préoccupations qui semblent être plus urgentes ou importantes, comme la pauvreté ou d'autres « problèmes sociaux », par exemple. Tout est pourtant interconnecté. Dans ce travail, nous considérons le paysage comme une ressource pour le développement territorial. La façon pourtant de regarder et, surtout, de prendre en compte le paysage doit ainsi porter aussi sur sa complexité. Nous avons vu que le paysage est, oui, tout d'abord une image, avec des éléments physiques mais aussi immatériels, qui sont mis en valeur par les acteurs économiques du territoire. Cette

mise en valeur est évidemment reliée aux activités économiques (et particulièrement la vitiviniculture et le tourisme). Ce paysage est aussi un paysage vécu. Les discours des producteurs révèlent partie de leur relation avec l'environnement et leurs différents regards, qui constituent aussi la richesse et la diversité des paysages. C'est à travers ces acteurs que le paysage peut devenir de ressource en actif pour le développement du territoire. Ainsi, essayer de comprendre et de représenter (pour mobiliser) aussi ce « paysage vécu » est très important pour saisir sa complexité. Dans les actions collectives et publiques déjà existantes, le paysage est aussi mobilisé. Si dans la plupart des cas le paysage n'est pas vraiment l'objet de l'action, les acteurs commencent, petit à petit, à se rendre compte de ce qu'il signifie et de l'importance de le prendre en compte. Ces actions, dans ce cas, nous aident aussi à comprendre et à mieux saisir la complexité du paysage. Elles alimentent le « paysage vécu », en valorisant et en mobilisant le « paysage donné à voir ».

Pour pouvoir agir « durablement » dans l'intention d'améliorer des conditions de la réalité (promouvoir le développement territorial, par exemple), en ayant conscience de la richesse de son paysage, il faut d'un côté prendre en compte la complexité du paysage dans sa représentation, mais aussi avoir conscience qu'il n'est pas un système **clos**, et donc de ne pas oublier que « *l'organisation du vivant, système ouvert [tel qu'est le paysage] est faite de déséquilibre et de réajustements permanents* » (Béchuillon, 1994, p.73). Un système clos est forcément promis au dépérissement parce qu'il a perdu de vue sa relation avec son environnement. Cela est vrai pour tout système et il ne saurait en être autrement du paysage.

Dans ce sens, nous ne devons pas prétendre maintenir un paysage intouchable ou muséifié – souhait d'ailleurs que les acteurs locaux ont refusé lors des réunions de construction de la charte de développement durable du Pays Cœur d'Hérault (en 2002-2003 lors de la première charte, et aussi en 2013 lors de son renouvellement). Même si nous voulons préserver ce paysage qui est « donné à voir », sa complexité et les nombreuses relations existantes montrent que ceci n'est possible que si l'on dépasse les aspects physiques. Les paysages existants au présent sont résultat de ces relations et, s'ils sont si complexes, ils ne peuvent qu'exister autant qu'ils permettent de ceux qui les façonnent d'en vivre. Dans cette perspective, même les actions importantes pour le territoire ne sont nécessairement pas tournées uniquement vers les paysages.

Il faut, sans doute, la prise de conscience collective (et individuelle) de ce qui signifie le paysage et de l'importance et l'atout qu'il représente. Des actions plus dirigées vers le paysage peuvent la renforcer, comme la création d'une charte paysagère, par exemple. Les PLU (Plans Locaux d'Urbanisme) des communes sont également censés de le prendre en compte. Les cahiers des charges des appellations peuvent aussi suivre l'exemple.

Dans toutes les petites (ou grandes) actions à côté, cependant, soient-elles individuelles, collectives ou publiques, il est important de considérer le paysage, parce qu'elles sont aussi responsables des interrelations existantes et donc aussi par les transformations des paysages. Ainsi, une représentation la plus complète possible de ce paysage complexe est amplement désirable et peut servir comme un outil très pertinent – pour mieux comprendre le contexte global et agir plus consciemment et efficacement – à tous les projets et actions sur le territoire, notamment ceux de développement territorial durable. C'est le cas aussi pour les projets ou actions individuels, des producteurs particulièrement, dont le paysage se révèle, comme eux-mêmes l'identifient : « *une ressource commerciale (liée à l'activité) qu'il faut préserver* ». Même au niveau le plus spécifique, des actions plus efficaces réclament la compréhension des changements, des relations et de la complexité d'un point de vue global.

C'est donc dans cette perspective que nous proposons à la fin de ce travail de recherche une « représentation du paysage » qui met en exergue non pas simplement les aspects physiques et esthétiques du paysage, mais aussi les relations et interactions entre ses différents éléments et autres, matériels et immatériels, qui influent ainsi sur ses transformations. Cette représentation, adaptée des « dessins riches » de la *Soft Systems Methodology* (SSM) de Peter Checkland, si elle peut servir d'outil pour les acteurs du territoire, elle n'est qu'une étape initiale dans le passage effectif du paysage de ressource en actif pour le développement territorial. Les stratégies et les actions pour tel peuvent (et doivent) être nombreuses, selon une « *situation-problème* » identifiée ou des intérêts.

Dans ce cadre, nous présenterons ici, à la fin de ce travail, non seulement les résultats et cet outil qu'est la représentation du paysage par un « dessin riche », mais également comment s'utiliser de cet outil pour tracer des stratégies et des actions pour améliorer des situations qu'on identifie comme « problèmes » ou qu'on souhaiterait tout simplement « réformer ». Ainsi, quelques « situations-problèmes » dans le contexte paysager du territoire seront suggérées à titre d'exemples. Cela ne veut donc pas dire que d'autres ne pourraient pas être identifiées. Le dessin riche a été ainsi conçu à travers le rattachement de trois approches différentes du paysage : le paysage donné à voir, le paysage vécu et le paysage dans des actions collectives et publiques (qui correspondent, respectivement, aux chapitres 3, 4 et 5 de la thèse) (*Fig. 6.1*).

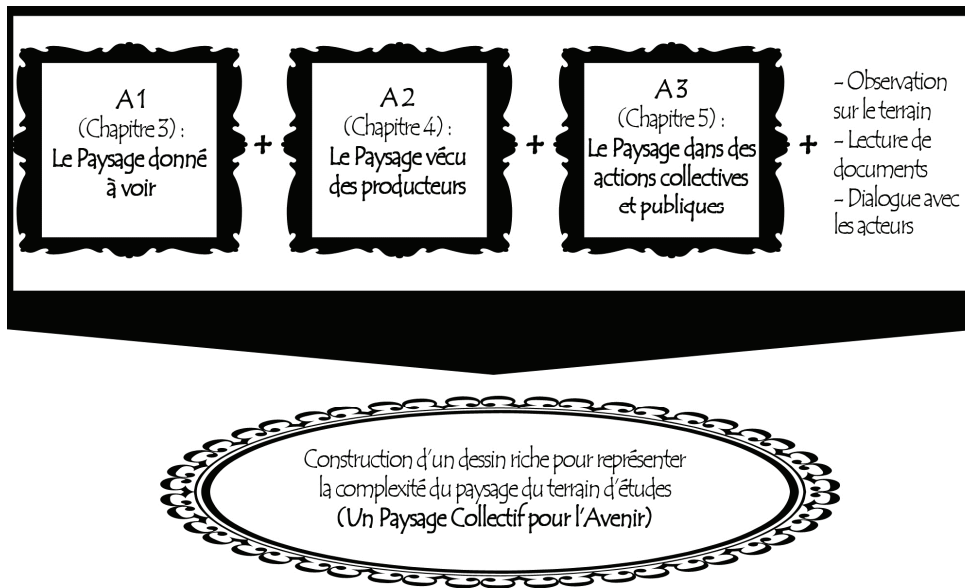


Fig. 6.1 – Schéma de la construction du dessin riche à partir des approches analysées précédemment (C. Velloso, 2013).

Le « paysage donné à voir » par les acteurs économiques du territoire révèle sans doute les aspects physiques et esthétiques du paysage : une image – qui est la base inhérente de la conception du paysage. Il nous aide à construire dans notre représentation toute une première richesse de l'arrière-plan paysager. Il faut pourtant rappeler que ceci n'est pas le seul objectif ou résultat du chapitre (*Chapitre 3*), ni celui-ci n'est pas le seul à nous fournir de ces éléments. Les « paysages donnés à voir » montrent plutôt des (belles) images que ces acteurs valorisent et qu'ils mettent en valeur pour promouvoir leur activité, leur produit et leur territoire. À côté nous pouvons donc aussi avoir des images et éléments physiques qui ne sont pas valorisés mais qu'y existent. Cette première analyse vérifie comment ces acteurs médiatisent leur paysage, comment cela évolue-t-il en fonction de leurs profils et leurs intérêts. Tout ceci pour mieux comprendre le paysage comme ressource pour le développement territorial – d'enrichir le « dessin riche » avec des relations et d'éléments immatériels. Il ne faut pas non plus négliger le travail exploratoire et d'observation passive sur le terrain – qui n'est pas toujours mis en valeur dans les trois chapitres – qui complète cette construction.

Le « paysage vécu » des producteurs, ensuite, analysé dans ce travail notamment à travers leurs discours, nous révèle particulièrement l'interface producteurs-environnement. Leurs discours, leurs points de vue et leurs stratégies croisés avec leurs différents profils et caractéristiques, dévoilent surtout les relations existantes dans « ce paysage » (qui est à la fois complexe et multiple). Et même si nous sommes dans un univers spécifique du territoire (l'activité viticole), les visions et les résultats recueillis vont bien au-delà de cette dimension.

Ils viennent alors ainsi à confirmer et renforcer l'aspect complexe et interrelationnel du paysage. Il convient pourtant ici de rappeler qu'il n'existe pas une « vérité absolue ». Comme l'a bien écrit Maturana (1997), « *tout est dit par un observateur* ». Ce travail prend en compte les visions principalement d'une seule parcelle des acteurs du territoire : celle qui se lie à l'activité viticole. Ce choix de délimitation a permis de comprendre cet univers et sa relation avec l'environnement et qui sont les principaux acteurs impliqués dans le façonnement des paysages. Ensuite, il est basé sur le regard du chercheur, (s'agissant d'une démarche de construction d'une thèse, n'en pourrait pas être autrement).

L'analyse autour d'un « paysage vécu », en plus des aspects relationnels du paysage, enrichit notre représentation aussi avec des éléments physiques et immatériels, pourtant souvent plus précis ; *i.e.* qu'on ne voit pas forcément dans le grand plan de fond du paysage, mais qui sont certainement aussi responsables pour toute cette « étendue de terre » qu'on voit. Ce sont, par exemple, les acteurs eux-mêmes (dans leurs différentes catégories), des éléments symboliques et des éléments « émotionnels ».

Dans la séquence, le « paysage dans les actions collectives et publiques » nous permet de mieux comprendre les relations et les acteurs impliqués dans les processus de dynamique du territoire. Dans la construction du dessin riche, alors, cette dernière partie de l'analyse contribue notamment dans l'aspect dynamique du paysage. Ce sont surtout les interrelations entre les différents acteurs et les différentes actions qui en ressortent. On comprend que le paysage est saisi selon les enjeux associés aux types de changements perçus, aux attentes et aux interactions qui lient les acteurs, ainsi qu'à la valorisation de leurs produits ou alors à la protection de l'environnement. Cette analyse renforce également l'idée de paysage comme un « système complexe ». On s'aperçoit que le paysage est un système complexe et dynamique, un grand écran « vivant » formé par l'intégration de différents paysages et différents éléments. Bien comme on confirme que les deux approches du paysage (*i.e.* le paysage donné à voir et le paysage vécu) sont en effet très reliées.

6.1 Le dessin riche : pourquoi avoir ce « nouveau regard » sur le paysage ?

Affirmer que le paysage est complexe, n'est pas vraiment une nouveauté. Comme nous avons vu sur le *Chapitre 1*, plusieurs auteurs ont suggéré une complexité du paysage, notamment en ce qui concerne sa définition. Comme remarquent Luginbühl *et al.* (1998, p.9), « *dès les premières études de paysage réalisées dans les années 70 est apparue la distinction entre **paysage vu** et **paysage vécu** et s'est ainsi manifesté le souci de prise en compte du regard des habitants d'un lieu à travers leurs pratiques quotidiennes de la nature et de l'espace* ». Dans l'univers

académique, depuis longtemps, la notion de paysage dépasse largement la courte définition des dictionnaires : « *l'étendue de terre que l'on voit* », ou la vision carrée et stricte de Alain Roger (1995), de que le paysage « *est très précisément et tout simplement ce qui se voit* » et qu'il « *existe indépendamment de nous* ». Dans ce sens, plusieurs les travaux de recherche portent sur les représentations⁹¹ ou alors sur les perceptions⁹² des paysages, ou établissent des rapports avec leur « utilisation » ou les pratiques. D'autres travaux considèrent et défendent la complexité des paysages, mais ils restent souvent au niveau du discours et de la théorie. Et ceux qui essaient de passer aux pratiques, à des méthodologies, demeurent généralement « incomplets ». Nous avons ainsi l'impression que le paysage est un concept beaucoup complexe mais souvent aussi controversé. Et ceci possiblement aussi (ou renforcé) par le fait de que les pratiques et les méthodologies ne réussissent pas vraiment à mettre ensemble toutes ses dimensions et, surtout, ses interactions : elles restent souvent soit dans les discours ou les perceptions, soit dans les représentations qui prennent en compte notamment l'arrière-plan et les éléments physiques.

L'importance et l'attention données également à la prise en compte de la complexité et de la dynamique des paysages dans le développement des territoires n'est pas non plus nouvelle, comme l'on peut s'apercevoir, par exemple, à travers l'extrait de l'article d'Yves Michelin (2006, p.177) que nous avons cité à l'épigraphe du *Chapitre 5* :

Vouloir un paysage ne suffit pas. Il faut aussi se donner les moyens pour que les gens qui le produisent puissent vivre non pas pour jardiner la nature que seuls les riches et les plus cultivés pourraient goûter mais pour que cette nature qui n'a rien de naturel nous aide à construire un projet de société cohérent, à la fois économique, social mais aussi culturel et pourquoi pas esthétique. Le paysage ainsi pensé deviendra alors une part de nous-mêmes qui nous ressemble et nous rassemble.

...ou alors à travers la constatation d'Yves Luginbühl (2007, p.30) que le paysage devient « *un concept opératoire pour penser l'aménagement du territoire et les relations société/nature* ».

La problématique dans ce domaine des paysages, demeure alors aussi dans la liaison entre le paysage (non simplement esthétique ou donné à voir, mais aussi vécu à la fois) et le

⁹¹ e.g. Amalric, 2005 ; Germaine, 2009 ; Falcade, 2011.

⁹² e.g. Depigny, 2007 ; Collot, 1986 ; Cottet *et al.*, 2008 ; Paupert, 2011.

développement territorial. Comment donc, mieux dépasser les discours et proposer des mises en pratique plus cohérentes ou plus « complètes » – *i.e.* un outil (comme les représentations) qui met ensemble et en relation la complexité et les différentes dimensions du paysage de forme à soutenir les réflexions et les stratégies des acteurs et des élus locaux ? Qu'est-ce que veut dire, après tout, un « concept opératoire », comme le propose Luginbühl ? Cela veut dire, à notre bon entendement, que son concept doit tout d'abord permettre de se comprendre, pour « résoudre » des problématiques d'aménagement et de développement, mais aussi « *guider des processus méthodologiques qui demeurent aujourd'hui difficiles à interpréter* » (Moine, 2006, p.117).

Dans ce sens, la représentation d'un paysage complexe à travers un « dessin riche » comme je le propose dans ce travail, est une première étape et un outil très intéressant pour une « compréhension collective » du paysage et de son contexte lié à des problématiques et des dynamiques du territoire d'un côté, et pour guider des stratégies et des processus méthodologiques pour l'aménagement et le développement du territoire. Il s'agit, en outre, de « l'activation » des paysages comme ressource.

6.2 La construction du dessin riche pour représenter les paysages complexes du piémont et des contreforts du Larzac

La représentation du paysage que je propose, à travers un « dessin riche » s'oppose aux représentations habituelles qui pour la plupart cherche à représenter le « mieux possible » les formes ou l'aspect visuel du paysage. Ici, il est question de mettre l'accent sur la complexité et dans les relations qui en font partie. Cela veut dire que, bien qu'elle présente les aspects physiques et visuels qui caractérisent ce paysage, elle n'en est pas une reproduction parfaite (visuellement parlante) – et il n'y a pas besoin non plus d'avoir de grands talents pour le construire. Bien qu'il existe une certaine logique pour placer chaque élément sur le dessin, sa complexité ne permet pas vraiment que chaque élément (qui est en fait souvent un peu partout et qui n'est pas toujours physique) soit placé tel qu'on le voit dans la réalité du territoire. Ceci ne pose pas de problème dans la mesure où l'objectif est de saisir justement ce qui signifie ce paysage et, notamment, toute sa complexité. Parce que pour mobiliser efficacement le paysage en le transformant de ressource en actif pour le développement territorial, il faut le saisir dans sa complexité !

Et une représentation graphique (comme le dessin) est une bonne manière de montrer les relations ; autrement dit, de faire parler le paysage. Le dessin est ainsi construit à travers le rassemblement d'informations et de connaissances autour de ce(s) paysage(s). Ce que j'ai

fait à travers l'observation « exploratoire » du terrain, à travers les conversations et enquêtes avec les acteurs, à travers la lecture et l'analyse de différents documents, etc. mobilisés dans les trois chapitres précédents (analytiques). Cela dit, un dessin peut toujours être enrichi et complété (ou même modifié), selon des nouvelles connaissances, nouvelles discussions, nouveaux enjeux, etc. Le plus important c'est qu'il met en lumière des informations et des relations cruciales identifiées par les acteurs et qui sont, donc, capables de fournir une bonne base de discussion au groupe, de façon à mobiliser et saisir (collectivement) le paysage. Et à partir de là tracer des stratégies, projets et actions pour le développement territorial. Il représente, quelque part, la façon dont les acteurs (et évidemment et notamment le chercheur) voient le paysage, qui est complexe.

En construisant un dessin riche du paysage, l'objectif est, dans un premier temps, de capturer, informellement, les principaux et le « maximum » d'entités, de structures, de points de vue et des relations qui ont un lien et influent sur la construction du paysage. Ainsi comme les processus et les dynamiques qui se passent, les enjeux et les attentes reconnues, et aussi ses potentialités. Pour la construction d'un dessin riche, nous avons suivi quelques lignes directrices proposées par Checkland (2002) :

- 1) Ne pas imposer un style ou une structure sur le dessin, mais mettre les éléments plutôt où notre « instinct » demande (même si quelques éléments de notre « plan de fond » semblent avoir une position assez cohérente, *e.g.* le Pic Mont Baudile par rapport au château de Castellás) ;
- 2) Incorporer des informations subjectives (*e.g.* quelques discours / point de vues des acteurs, comme : « *le paysage est une ressource commerciale [lié à l'activité viticole] qu'il faut préserver* ») ;
- 3) S'inclure dans le dessin ;
- 4) Ecrire seulement ce qui est vraiment nécessaire ;
- 5) Donner un nom ou un titre au dessin (*e.g.* « *le paysage complexe et 'décortiqué' du piémont et des contreforts (viticoles) du Larzac* »).

On nous dira, peut-être, que ce dessin riche ne représente pas simplement le paysage, mais aussi une « situation », une réalité au piémont et aux contreforts du Larzac. Et si nous avons peut-être du mal à discerner clairement les éléments qui font (ou pas) le paysage, celui-ci n'est en tout cas que le résultat de la dynamique de cette réalité (ou situation). Et c'est

pourquoi si l'on souhaite mobiliser et valoriser le paysage pour développer (efficacement) le territoire il n'est pas question de ne pas considérer toute cette complexité et réalité. Alors nous pourrions possiblement affirmer que tout cela fait en effet le paysage, même si quand on regarde « l'étendue de terre » on ne le voit pas forcément. Il ne reste en tout cas plus de doutes de que le paysage n'est pas **simplement** ce que l'on voit.

Dans ce sens, ce dessin riche nous permet de regarder le paysage comme un ensemble, comme si l'on le décortiquait pour pouvoir mieux le comprendre, l'interroger, réfléchir, apprendre et agir pour l'améliorer – ou une autre situation spécifique, en ayant le paysage comme ressource. Et ainsi de suite. Il montre aussi les nombreuses relations auxquelles les acteurs du territoire devront souvent gérer, pas simplement de l'immédiat, mais au long du temps. C'est le grand atout du dessin riche : il facilite l'identification de « situations-problèmes », d'enjeux, de potentialités et de conflits, par exemple, pour apprendre, réfléchir et agir. Il faut quand même encore penser que pour le plus riche qu'il soit il pourra toujours être enrichi, et que les situations ne demeureront pas statiques pour longtemps. Les changements sont constants et il faut donc toujours savoir adapter, interroger à nouveau, réfléchir à nouveau, apprendre à nouveau, et probablement agir autrement, selon la complexité et la dynamique du paysage et de la réalité sur le moment.

Dans les paysages du piémont et des contreforts (« viticoles ») du Larzac que nous représentons dans le dessin riche (*Fig. 6.2*) ci-dessous, nous observons son arrière-plan qui est déjà esthétiquement riche et, selon les acteurs, beau et encore assez bien protégé. En effet, les acteurs évoquent souvent l'idée de beauté ou de « nature » pour se référer au paysage. Et ils apparaissent aussi des éléments emblématiques, comme le pic du Mont Saint Baudile, les Rochers des Vierges, Saint Guilhem le Désert, le Pont du Diable, le château de Castellas, le château d'Arboras, le Pont d'Arboras, les clochers de Saint Saturnin et la Tour de l'Horloge à Montpeyroux, les gorges de l'Hérault, et aussi les vignes et les oliviers. Associés souvent aux espaces cultivés nous trouvons parfois aussi les terrasses et les murs en pierre sèche, les mazets et les capitelles. C'est surtout ce que nous avons appelé le « petit patrimoine ». Les espaces dits « naturels » sont évidemment représentés aussi par les forêts, la garrigue, les pierres, mais aussi par des animaux sauvages (inclus des insectes).

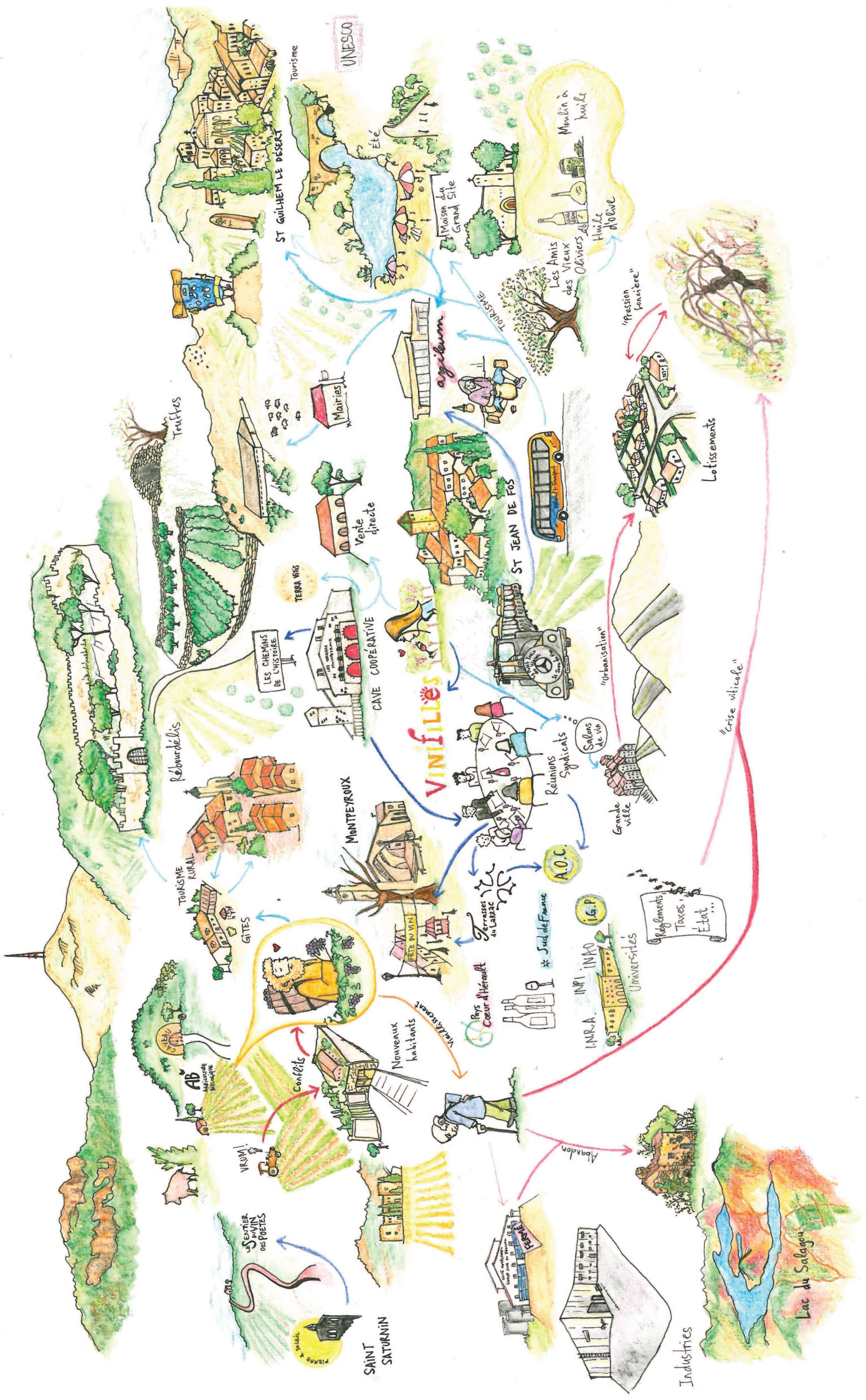
Mais il y a aussi le côté moins sauvage qui compose ce grand plan de fond : ce sont les constructions. Elles sont souvent organisées dans le « tissu urbain », qui comporte souvent des bâtiments historiques (anciens, « patrimoine architectural »), mais quelques fois aussi dispersées (et là il s'agit surtout des bâtiments nouveaux). Dans le cas particulièrement des bâtiments plus récents, nous retrouvons aussi, selon les acteurs, des projets parfois bien intégrés au paysage et parfois au contraire, mal intégrés au paysage. Et n'oublions pas les

caves coopératives, historiques et marquantes sur ce territoire ! Et là, le fait déjà d'être en fonctionnement ou abandonnées, peut tout à fait changer son « statut » dans le paysage. C'est-à-dire que les caves coopératives abandonnées, qui demeurent souvent sans entretien, malgré qu'elles fassent partie du patrimoine architectural et historique des villages, finissent plutôt, dans ces conditions, à heurter le paysage.

En observant tout simplement cet arrière-plan du paysage, même avant d'identifier les autres éléments et, surtout, leurs relations, nous pourrions déjà tout d'abord admettre deux « problèmes » d'un point de vue de l'esthétique du paysage : des constructions mal intégrées au paysage et des caves coopératives abandonnées qui heurtent également le paysage. Les concevoir tels quels, cependant, – *i.e.* sans considérer tout l'ensemble et ses relations – serait négliger sa complexité. Et si l'objectif n'est pas d'identifier des problèmes, mais plutôt des « situations-problèmes » pour y réfléchir et tracer des stratégies efficaces pour agir et les améliorer, il est fondamental de partir de sa complexité – *i.e.* du dessin riche dans son ensemble et non pas de son plan de fond simplement.

En rapprochant le regard à ce qui est là-dedans de cet arrière-plan, nous retrouvons donc des éléments plus précis, comme les vigneronnes et les vigneronnes, les syndicats, les élus, les gîtes, les fêtes, les touristes, les sentiers, etc. Ce qu'il faut bien remarquer, cependant, c'est que tous les éléments sont reliés et c'est donc notamment dans les relations et dans leurs comportements que nous devons faire attention.

Fig. 6.2 – « Dessin riche » (rich picture) qui représente les paysages complexes du piémont et des contreforts du Larzac (C. Velloso, 2013).



Si nous regardons tout l'ensemble, à première vue, cela peut nous paraître une grande « confusion » (*mess*, en anglais). Ce qui n'est pas tout à fait faux. Ne serait-ce parce que les situations de complexité comprennent une infinité d'éléments qui interagissent positive ou négativement entre eux⁹³. Le dessin est pourtant d'autant plus riche qu'il compte d'éléments et des relations. C'est déjà, en tout cas, une façon « plus systématisée » d'apercevoir cette complexité et les interactions, et ainsi de les mieux comprendre. Mais ce n'est qu'une étape initiale pour pouvoir améliorer des situations-problèmes et « activer » la ressource paysagère. C'est-à-dire qu'à partir du moment où les acteurs identifient et définissent des situations-problèmes auxquelles ils portent intérêt ou qu'ils souhaiteraient améliorer, dans le dessin riche, les prochaines étapes tendent à « simplifier » le cas, tout en prenant en considération le « tout », l'ensemble – comme si l'on faisait un « découpage » sur ce dessin riche, selon l'intérêt que le groupe d'acteurs porte à ce moment-là⁹⁴.

Pour mieux comprendre, prenons quelques exemples dans notre représentation du paysage (*i.e.* le dessin riche). Chaque « découpage » reflète, en fait, un « système d'intérêt » au regard des acteurs concernés. C'est pourquoi, il convient bien et mieux d'appliquer la méthode avec la participation de ces acteurs. Le dessin ici représenté est qu'un exemple pour mieux expliquer l'utilité d'une représentation comme celle-ci au profit du développement territorial. Voici donc quelques exemples de possibles « systèmes d'intérêt » pour les acteurs : « la vitiviniculture », « la dégradation du petit patrimoine », « les oliviers », « la fermeture des paysages », « les constructions », « le tourisme », « la médiatisation du paysage », etc. Parmi cet échantillon réduit d'exemples, nous remarquons l'identification de « systèmes d'intérêts » assez « simples » et apparemment plus concrets, tandis que d'autres suggèrent une action ou une évolution, comme « la fermeture des paysages », « la dégradation du petit patrimoine » et « la médiatisation du paysage ». Ceux-ci, en effet, représentent plutôt des thématiques « préoccupantes » (ou potentielles) que des « systèmes d'intérêts » proprement dits. Tous sont pourtant valables et cela nous montre comme le dessin riche nous permet plus facilement d'identifier des questions que sont préoccupantes (*e.g.* la fermeture des paysages, les constructions mal intégrées et qui heurtent le paysage, la « pyramide des âges » des vigneron sans successeurs potentiels, la dégradation du petit patrimoine, la « surfréquentation » en été des gorges de l'Hérault, les conflits de voisinage entre les habitants « ruraux » et « non-ruraux », etc. Et, d'un autre côté, il nous permet également d'identifier des atouts et des richesses des paysages.

⁹³ Sur le dessin riche (*Fig. 6.2*), les flèches rouges indiquent des relations/influences plutôt négatives, tandis que les flèches bleues indiquent les relations plutôt positives. Plus foncées ou plus grosses elles sont, plus fortes sont les influences/rerelations.

⁹⁴ Nous ne pouvons pas travailler sur un objet complexe sans le décortiquer et le reconstruire.

Prenons, à titre d'exemplification, le « système d'intérêt » des constructions mal intégrées aux paysages sur la zone d'étude, puisque les acteurs, par exemple, ont identifié qu'il y a des constructions laides ou mal intégrées au paysage, qui le dénaturent. Or qu'ils souhaiteraient maintenir un paysage beau et harmonieux, où il fait bon vivre, mais aussi qui attire des touristes, visiteurs, consommateurs et qui donnent une « bonne image » à leurs produits. Remarquons, pourtant, que ceci n'est qu'un seul exemple de système d'intérêt lié à la problématique paysagère parmi plusieurs autres. A partir d'un système d'intérêt choisi (dans ce cas « les constructions mal intégrées aux paysages »), nous pourrions ainsi, avant d'établir des stratégies pour améliorer la situation, construire par exemple une « carte de système » (Fig. 6.3) et/ou un « diagramme d'influences » (Fig. 6.4) pour avoir les idées plus claires dans une étape initiale d'engagement avec la « situation-problème » et pour décider sur le focus du système d'intérêt.

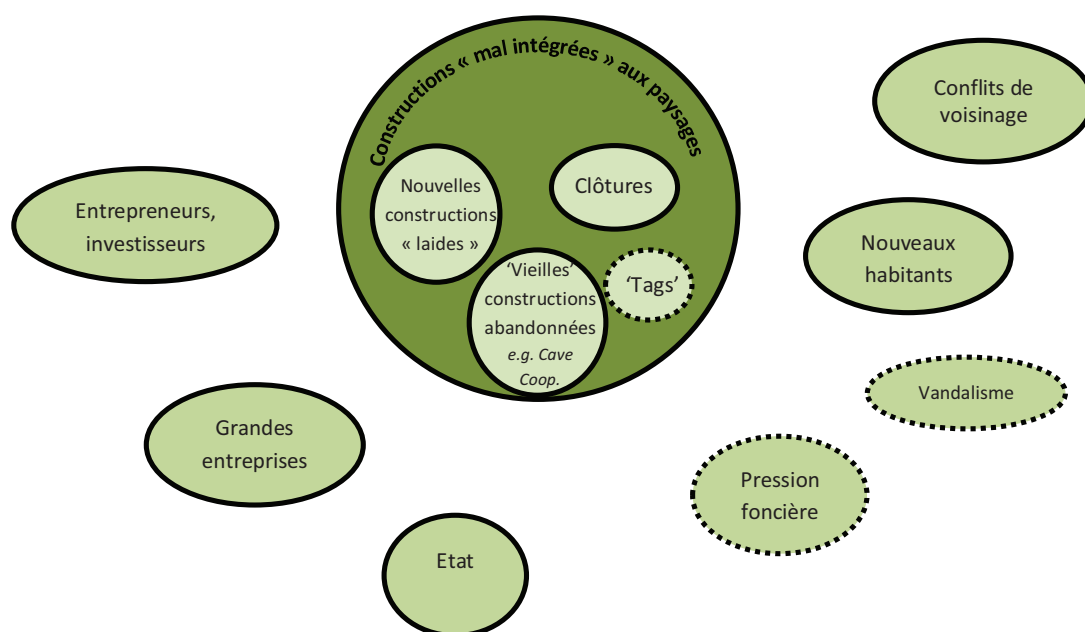


Fig. 6.3 – Exemple de carte de système des constructions mal intégrées aux paysages du piémont et des contreforts du Larzac (C. Velloso, 2013).

La « carte de système » (Schlindwein, 2006) est une représentation du système d'intérêt (e.g. les constructions (le bâti) dans le piémont et les contreforts du Larzac) à travers des cercles de différentes tailles et des mots. Les cercles représentent les différents composants du système ; les lignes des cercles représentent les frontières des composants du système ; les mots sont utilisés pour donner nom à chaque système ou composant ; les cercles en dehors des frontières du système représentent des composants du milieu ; et les cercles dedans le système représentent les composants (sous-systèmes) du système. La figure 6.3 ci-dessous

montre un exemple de « carte de système » pour représenter notre exemple de système d'intérêt.

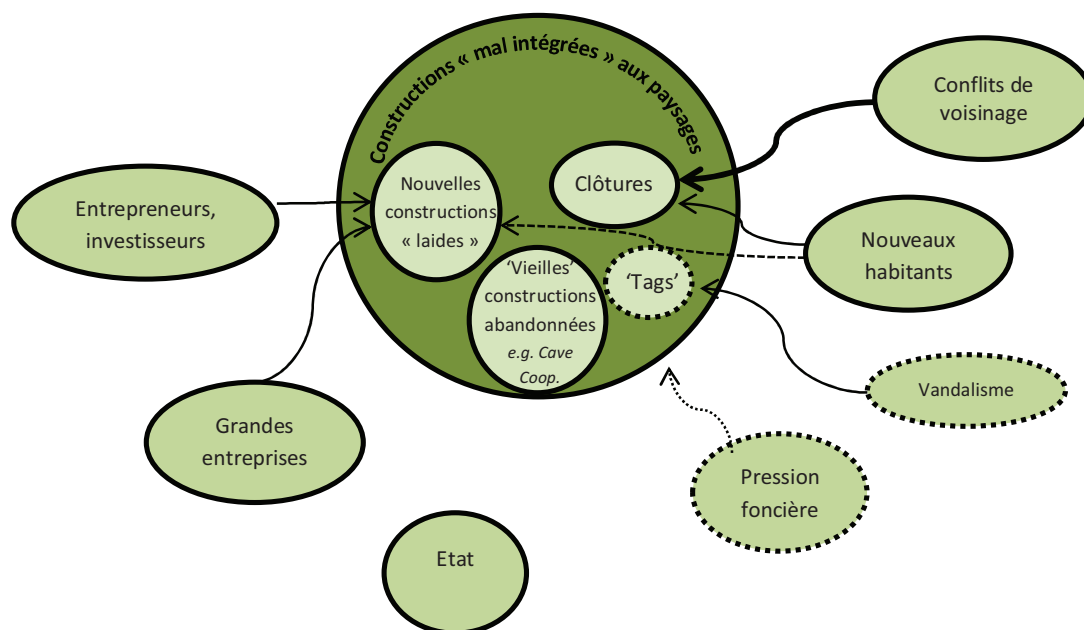


Fig. 6.4 – Exemple de diagrammes d'influence dans la région du piémont et des contreforts du Larzac (C. Velloso, 2013).

Les modèles de systèmes d'intérêt comme celui-ci sont construits selon des visions de monde des acteurs et de leurs intérêts. C'est pourquoi ils peuvent être toujours élaborés différemment, selon les perceptions des acteurs dans le moment, et la *Figure 6.3* ne s'agit que d'un exemple. C'est une forme aussi de s'interroger par rapport à la situation-problème (ou le paysage), à travers une « comparaison » entre les modèles de systèmes d'intérêts établis et la situation-problème (*i.e.* le dessin riche du paysage complexe). Cette comparaison soutiendra ainsi un débat structuré sur les changements souhaitables et viables, et la rencontre de stratégies qui permettent des actions pour améliorer la « situation-problème » (*Fig. 6.5*).

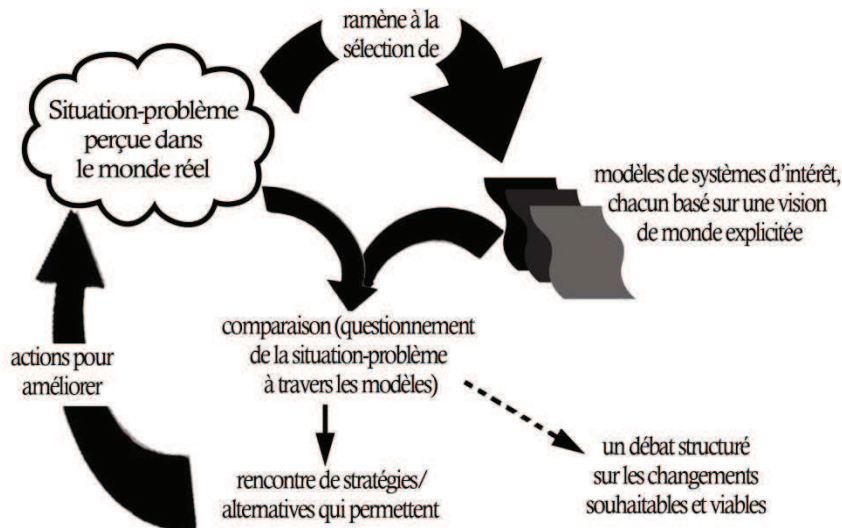


Fig. 6.5 – Le cycle de questionnement / apprentissage à travers le dessin riche (situation-problème perçue dans le monde réel). Source : (adapté de Checkland, 1999).

Les représentations comme le dessin riche et les « modèles de systèmes d'intérêt » ont le rôle de capturer des connaissances et soutenir le processus d'apprentissage. C'est-à-dire qu'au lieu d'être utilisés pour prévoir le futur, elles servent plutôt comme outils d'appui pour que les acteurs impliqués apprennent les conséquences de leurs formes de voir la réalité (Morecroft et Sterman, 1994). Le regard sur la pensée complexe et systémique et de sa pratique autour des paysages sert à examiner et à tester les « *modèles mentaux* »⁹⁵ de groupes et d'individus clés dans « l'évolution » des paysages et pour le développement territorial, à l'apprentissage individuel et en équipe et à la construction d'objectifs et de visions communes. Comme le souligne Senge (1990), la pensée systémique est la « *pierre fondamentale* » pour constituer une nouvelle mentalité qui rende possible la construction d'une organisation d'acteurs avec capacité d'apprentissage durable.

Dans l'exemple de système d'intérêt que nous avons présenté (les constructions mal intégrées aux paysages du piémont et des contreforts du Larzac), par exemple, les acteurs pourraient s'interroger : pourquoi ce système choisi est pertinent pour améliorer la « situation-problème » ? Qui sont les acteurs concernés (victimes ou bénéficiaires du système) ? Quels sont leurs intérêts ? Qui sont les acteurs qui exécutent les activités

⁹⁵ Les modèles mentaux engendrent la façon dont la réalité est conçue. Selon Senge (2002), quand il s'agit de systèmes sociaux, leur création ou changement est le produit de la façon dont les individus pensent et interagissent. Situations problématiques (pas souhaitables) dans des réalités sont également engendrées par les modèles mentaux des individus et des groupes. Ceux-ci, à travers leurs actions, créent les structures systémiques du monde réel. Ainsi, pour changer une situation donnée, il faut également changer la façon dont des individus et des groupes pensent et interagissent. De cette façon, les « modèles mentaux » qu'ils possèdent autour d'une situation seront aussi altérés, rendant possible des actions qui changeront les structures systémiques qui engendrent les comportements (ou les situations problématiques) non souhaitables.

impliquées par le système ? Quel est le processus de transformation ? Quelle est la « *vision de monde* » qui donne sens au système ? Qui sont les agents qui contrôlent le système, qui ont assez de pouvoir pour faire qu'il laisse d'exister ? Quelles sont les limitations de l'environnement du système ? ...Et ainsi réfléchir et tracer des actions nécessaires pour améliorer la situation.

En effet, les « *modèles* » ne représentent pas vraiment une réalité absolue, mais ils sont utiles pour capturer et enregistrer les connaissances autour d'une situation (ou soit le paysage)⁹⁶, bien comme pour éprouver les postulats adoptés et les comparer avec la réalité (Forrester, 1990). De plus, la modélisation de systèmes (viables) inclut des aspects subjectifs, implicites dans les propos par lesquels le modèle est formulé (Beer, 1984). Ainsi, le mode de structuration de l'information pour comprendre quelque chose dépend du mode comme un individu conçoit la réalité dans sa tête, dans sa perception⁹⁷ (Maruyama, 1965).

Dans ce sens, comme l'affirme Bertalanffy (1975), les facteurs biologiques, culturels et linguistiques sont centraux dans la modélisation de la connaissance en générale. Les modèles systémiques représentent donc seulement « quelques aspects » d'un phénomène. Ils ne représentent donc pas non plus des entités indépendantes : à travers le langage les individus participent de la configuration du monde qu'ils décrivent (Senge *et al.*, 1995). L'objectivité est le produit de l'interaction d'une grande variété de subjectivités individuelles. Les modèles sont ainsi des « *constructions mentales* » et n'existent pas comme « *états objectifs concrets* » (Ackoff, 1974). Toute description est relative à l'observateur (Maturana, 1997), mais le modèle est une explication acceptée comme valide s'il satisfait les « critères d'acceptabilité » dans le domaine sur lequel il sert à coordonner des conduites humaines consensuelles⁹⁸. Finalement, les modèles systémiques incluent la perception de la réalité comme un réseau de relations, ce qui, en fin de compte, implique dans la reconnaissance de que les descriptions sont aussi basées sur des réseaux interconnectés de concepts et de modèles (Capra, 1996).

De ce fait, en s'agissant les paysages de contextes dont le facteur humain est partie du système, les facteurs culturels, sociaux et politiques peuvent compliquer la situation.

⁹⁶ Encore une fois, nous soulignons la distinction entre situation et paysage, afin d'éviter toute confusion. Dans la méthodologie SSM et la pensée systémique, les termes « situation » et « situation-problème » sont beaucoup utilisés, voire fondamentaux. Il est bien vrai, aussi, que le dessin riche représente plutôt une situation de que le paysage lui-même, dans sa notion de base, lorsque nous le considérons tout d'abord « *ce que l'on voit* ». Le paysage pourtant y existe, tel quel, grâce à une situation complexe. De ce fait, cette situation complexe fait paysage et elle est, en conséquence, inhérent au paysage. C'est ceci que nous représentons sur le dessin riche, puisque pour que la ressource paysagère puisse être activée efficacement pour le développement territorial (durable), le paysage doit être saisi dans cette complexité et interdépendances, dans un processus continu d'apprentissage.

⁹⁷ Et c'est pourquoi nous parlons de « *modèles mentaux* ».

⁹⁸ Ibid.

Différents observateurs (acteurs) en fonction de valeurs, perceptions et positions distinctes dans le contexte peuvent décrire différentes logiques de la situation. Les individus peuvent encore modifier la logique par laquelle ils décrivent la situation, lorsque leurs postulats (qu'ils adoptent pour orienter ses actions) se modifient.

Comme conséquence, une cartographie complète de la complexité des paysages dans un contexte aussi sociale requiert la révélation de différentes perceptions pertinentes autour de la situation (qui mène aux paysages). Pour cette raison, traiter des situations problématiques en partant de la prémisse de que le problème et les objectifs à atteindre sont déjà définis, peut signifier passer à l'as du problème (Checkland, 1999). Dans cette perspective, les fonctions de ces modèles de représentation de paysages complexes (ou des « systèmes d'intérêt » qui en découlent), dans un contexte sociale, sont de :

- Révéler les « *modèles mentaux* » qui sous-tendent les actions et les décisions des individus et des groupes d'acteurs ;
- Apprendre sur la situation et les problématiques autour des paysages à partir de visions distinctes décrites à travers ces « modèles » et projeter des améliorations possibles, en considérant les aspects sociaux, techniques et politiques ; et
- Servir pour la construction de modèles partagés et définir des points de départ potentiels pour les actions pour les changements.

A travers ce regard (*i.e.* de la pensée et de la pratique systémiques), nous prenons conscience de que la ressource paysagère deviendra un actif (efficace) pour le développement territorial – et pourquoi pas durable ? – seulement si nous saisissons le paysage à travers une situation complexe et interconnectée (capable de révéler différentes problématiques autour de lui) et si nous construisons les débats, les « modèles » et les stratégies avec les acteurs concernés, en considérant leurs différents regards et intérêts. Et, aussi, si nous comprenons que les paysages et la situation qui les construit ne sont pas statiques, que les « modèles » et les réflexions peuvent et doivent être renouvelés selon les besoins des acteurs et l'évolution des paysages ou de la situation, dans un processus continu d'apprentissage et d'interrogation.

Conclusion

Finalement, nous pouvons aussi conclure que la contribution de ce travail (et du dessin riche) ne demeure pas seulement dans le champ de la problématique paysagère ou de

son lien avec le développement territorial. L'outil est clairement superposable à d'autres situations ou contextes qui cherchent la durabilité et/ou l'amélioration de systèmes du monde réel et apporte une réflexion à ce sujet et à d'autres ressources potentielles pour le développement territorial (et tout ceci également au niveau du territoire étudié). Le fait de connaître le fonctionnement des différentes et diverses structures et sous-systèmes – leurs limites, capacités, potentialités, sensibilités, etc. (qui est ce que l'on propose à travers le dessin riche) – tend à augmenter la connaissance des possibilités et des limitations de comment ils (ces sous-systèmes et structures) peuvent être intégrés fonctionnellement dans un ensemble et de comment ils peuvent influencer sur cet ensemble, quand soumis à des circonstances diverses.

En lignes générales, adopter ce regard signifie adopter comme fondement d'investigation (ou de pratique, de mise en action) la prémisse que pour comprendre la complexité, il est nécessaire d'inclure la totalité d'éléments (ou facteurs) pertinents au contenu ou à l'unité complexe de l'étude, ainsi que ses interactions et ses interdépendances. Ainsi, au lieu d'expliquer le comportement de quelque chose à partir d'une logique causale imposée de « l'extérieur » de l'objet, les caractéristiques, les propriétés et le comportement des phénomènes et des situations complexes s'expliquent à partir de la logique causale contingente, générée par les interactions qui constituent et qui maintiennent les mêmes.

La construction de dessins riches pousse les acteurs à penser aux situations problématiques et à les comprendre pour pouvoir les exprimer à travers de modèles de systèmes d'intérêts. Les dessins riches qui représentent la complexité d'une situation peuvent ainsi être utilisés comme une étape dans un processus de transformation (où l'on envisage des actions face à des situations problématiques), *i.e.* un « point de passage » vers un objectif, comme le propose Checkland (1999). L'analyse qui en émerge n'est donc souvent pas la fin, mais un début : le dessin riche nourrit des étapes suivantes qui encouragent les groupes et les individus à regarder leurs analyses et focus sur ce qu'ils pensent être des éléments les plus importants dans le système. C'est aussi l'un des buts du dessin riche dans ce travail, mais nous le proposons également une autre finalité, en prolongeant son caractère souvent éphémère dans la SSM (*Soft Systems Methodology*) de Checkland. Ceci est peut-être plus clair et congru, effectivement, dans le contexte des paysages – puisque les représentations graphiques, dans ce domaine, sont presque toujours présentes, voire même « l'objectif » final d'une étude paysagère. Mais ce peut être aussi le cas pour d'autres situations ou contextes, où cette forme de représentation signifie beaucoup plus qu'un « point de passage ». Ils peuvent être des produits très utiles et méritent peut-être plus d'attention de ce qu'on leur donne à la SSM.

Le réseau humain n'est pas l'une des réalités segmentées, il s'agit plutôt d'un des multiples perspectives au sein d'un « *multivers* ». Ironie du sort, il semblerait que l'un des meilleurs moyens de capturer, d'apprendre et de partager ces perspectives dans ce « *multivers* » est l'application et l'interprétation libre d'un format d'image (comme l'est le dessin riche) qui est l'une des plus anciennes formes d'expression humaine – comme en témoignent les peintures dans la grotte de Chauvet en Ardèche (Clottes, 2001).

Les dessins riches et le travail ici proposé, dans ce sens, se révèlent donc des outils très pertinents et florissants dans les processus durables « d'autoapprentissage » et de développement des territoires, superposables à d'autres contextes (paysagers ou non) et à d'autres situations. A ce titre, le travail se montre aussi pertinent aux réalités brésiliennes (mon pays d'origine), où les questions paysagères, la certification et valorisation de produits liés à l'origine et le développement territorial durable sont très à l'actualité et réclament des nouvelles connaissances et des nouveaux processus d'apprentissage. En sachant et en soulignant que ce travail en lien avec la pensée complexe est toujours construit (et/ou reconstruit) avec les acteurs locaux impliqués et adapté à chaque contexte, chaque intérêt, chaque moment de la réalité concernée.

Conclusion

« Nous risquions de confondre, un jour, l'Homme avec le symbole de la moyenne ou de l'ensemble des hommes. Nous risquions de confondre notre cathédrale avec la somme des pierres [...]. En place d'affirmer les droits de l'Homme au travers des individus, nous avons commencé de parler des droits de la Collectivité. Nous avons vu s'introduire insensiblement une morale du collectif qui néglige l'Homme [...]. Nous avons glissé – faute d'une méthode efficace – de l'Humanité qui reposait sur l'Homme – vers cette termitière qui repose sur la somme des individus ».

(Antoine de Saint-Exupéry, *Pilote de Guerre*)

« Il est dangereux pour un peuple de compter dans son sein trop de vanités individuelles et pas assez d'orgueils collectifs ».

(Gustave Le Bon, *Les incertitudes de l'heure présente*)

« *L'ensemble est supérieur à la somme des parties* »⁹⁹. Les paysages que l'on voit sont bien plus que les images révélées dans nos rétines oculaires. Mais ils sont aussi plus que la somme de ses différents éléments, même ceux qui ne sont pas visibles (les éléments immatériels). Parce qu'ils incluent les relations entre les éléments, ce qui confère de la dynamique aux paysages. Ainsi, il est important d'étudier et de comprendre les paysages au-delà de leurs parties ou processus isolés. Il faut considérer également les situations-problèmes et les relations décisives dans l'organisation ou l'ordre qui les unifie, résultantes de l'interaction dynamique des parties. Cela nous rappelle que chaque acteur est responsable par la

⁹⁹ Aristote, dans la *Métaphysique*.

dynamique des paysages, qu'il est important et intégrant dans l'ensemble, et qu'à lui se joignent d'autres « parties », d'autres acteurs. Ceux-ci, par contre, auront souvent des « visions de monde » différentes et parfois divergentes.

Les deux citations à l'épigraphe de cette conclusion générale font référence à des idées apparemment contraires, mais il s'agit en fait d'attirer encore une fois l'attention au caractère dual des systèmes. En même temps que nous devons regarder et étudier un contexte, un ensemble, une situation de complexité et une collectivité, il est aussi important de considérer et d'étudier les parties, les individus, les différentes visions de monde. Nous, en tant qu'individus, devrions penser plus à la collectivité, au bien-être commun, en acceptant et en encourageant des débats et des dialogues vers un auto-apprentissage collectif. Moins d'égoïsme et de « *vanités individuelles* » et plus de sens commun et d'humilité sont importants pour pouvoir améliorer les situations de complexité. En revanche, nous, en tant que collectivité, devrions penser plus à l'individu pour pouvoir mieux comprendre la complexité et les dynamiques des paysages (ou des situations de la réalité) et mieux réussir à établir des stratégies vers un développement territorial **durable**, qui dépend à la fin aussi des « *libertés* »¹⁰⁰, des bonheurs des gens.

Les paysages sont des biens communs¹⁰¹, mais susceptibles d'être « appropriés » et transformés par des individus. Un exemple classique, observé sur le terrain d'étude, sont les nouveaux habitants qui achètent leurs terrains dans des villages ruraux, construisent leurs maisons et en mettent des grandes clôtures tout autour, en occasionnant une « fermeture » du paysage ; ou alors quelqu'un décide (et acquiesce le droit ?!) de construire sa maison en haut de la colline, dans cet endroit « *qui donne l'un des meilleurs points de vue sur le paysage* »¹⁰², en « s'appropriant » à la fois du paysage et en y provoquant une « rupture », notamment si le projet n'y est pas bien intégré. Les pratiques quotidiennes de chaque habitant – et particulièrement des producteurs – sont capables de transformer (positivement ou négativement) les paysages. Mais elles dépendent toutes d'un contexte et de nombreuses relations et interactions. Ainsi, plus les acteurs interagissent et proposent « d'avancer ensemble », plus il devient possible d'améliorer des situations-problèmes (ou la qualité paysagère, par exemple, vers des paysages « beaux » et « vivants »). Comprendre alors cette complexité, les dimensions, les interactions et les dynamiques des paysages devient fondamentale.

¹⁰⁰ SEN, Amartya. *Development as freedom*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

¹⁰¹ Bédard, 2006 ; Hatzfeld, 2006 ; Laffage, 2008 ; Sgard, 2010.

¹⁰² CCM02, entretien 2011.

La complexité paysagère : un apport aux études paysagers et à l'aménagement des territoires

Comme nous montre ce travail, le paysage, dans sa conception et dans sa construction et transformation, est assurément complexe. Il est multidimensionnel et interconnecté par ses différents et nombreux éléments, immatériels et matériels, tel qu'un système complexe (ouvert) et interdépendant. La complexité des paysages se trouve cependant directement liée à la question cruciale des « échelles » : non seulement temporelles, selon l'idée de causalité complexe, mais aussi par l'interconnexion entre les processus référents à des échelles spatiales et dimensionnelles différentes comme nous avons vu, qui sont également susceptibles d'interagir.

L'étude d'un paysage particulier implique normalement l'établissement préliminaire de limites d'intervention, généralement territoriales, qui dérivent d'une logique, presque toujours basée sur des impositions administratives, niant souvent le fonctionnement sous-jacent au paysage, au moment du « découpage ». La liaison entre tous les éléments, qui caractérise le modèle en réseau des systèmes complexes et la forte connexion existante – surtout dans ce que nous appelons les points d'instabilité –, détermine que les phénomènes apparemment déconnectés d'un point de vue spatial (ou dimensionnel) puissent « concurrencer » pour une certaine transformation.

Les critères qui conduisent une investigation autour des paysages devraient ainsi considérer leurs possibles logiques de fonctionnement, dans le sens d'éviter l'exclusion d'éléments et de processus qui interagissent entre eux dans la situation analysée. La recherche pour une délimitation, pour représenter le paysage, requiert donc une « *sensibilité systémique [...] art aléatoire et incertain, mais riche et complexe, comme tout art, de concevoir les interactions, interférences et enchainements poli-systémiques* » (Morin, 1997, p.135) – sur laquelle l'acuité d'intervention influence inévitablement. Les limites (ou la richesse d'éléments et de relations) désignés sont également susceptibles de changer, pas seulement par rapport aux processus de changement visés, mais selon les visions de monde qui changent également.

D'un point de vue temporel, l'identification des situations problématiques (ou de systèmes d'intérêt) – à partir des quelles s'enchainent des modifications importantes sur le paysage – est une forme de, à partir de celles-ci, essayer de réfléchir, questionner, comprendre et apprendre sur la situation, les possibilités et les actions nécessaires pour promouvoir les changements (améliorations) attendus/ nécessaires.

Dans ce sens, en tant que chercheurs, acteurs territoriaux ou autres professionnels liés au paysage, nous devons assumer l'incertitude inhérente à sa dynamique – qui dérive du caractère bifurquant des évolutions par instabilité et qui dépend de l'effet diachronique des perturbations (Prigogine, 1980) –, en sachant que « nous pouvons et nous devons construire des scénarios possibles et improbables pour le passé et pour le futur » (Morin, 1997, p.250, traduction de l'auteur). Dans le cas du paysage, nous trouvons donc souvent deux formes de narrative, qui se chevauchent et qui se présupposent mutuellement. La première est notamment environnementale, marquée par la nature et l'incertitude inhérente au fonctionnement complexe. L'autre est plutôt culturel, où l'on interprète quels sont les significations à attribuer à certains « traits de paysage », dont nous sommes obligés à reconstruire, aussi historiquement, les origines, les états passés et quel est le sens qu'ils doivent prendre à partir de l'intervention présente.

Dans les deux narratives historiques, le narrateur (l'observateur) s'implique dans son objet le paysage : par des consciences préalables qui gouvernent son regard, par la sélection des vestiges, par les liaisons que lui il établit entre les faits, par le cadrage dans un discours qui lui fait poser certaines questions. Celles-ci sont irrévocablement dérivées de sa subjectivité, en tant qu'individu situé dans un certain contexte social, culturel et historique.

La problématique de la complexité du paysage émane donc non seulement d'une idée de « nature postmoderne », où le paradigme est basé sur une « évolution par bifurcation »¹⁰³ – modèle du devenir complexe et de ses phases caractéristiques d'indéterminisme –, mais aussi par rapport aux difficultés qu'on trouve à prendre en compte, représenter et « gérer » toute cette complexité et de concevoir conceptuellement (et aussi dans la mise en pratique) cette transcendance du paysage. Et puisque également les codes et les significations que nous « imposons » aux représentations dérivent de la spécificité d'une culture (la nôtre), ceux-ci se trouvent eux aussi toujours « en ouvert », dans la sujétion aux phénomènes d'évolution ou « d'invention » (Eco, 1976, p. 167). C'est-à-dire que les modèles, les réflexions et les mises en pratique proposés par ce travail (bien qu'ils soient un résultat valable, consistant et pertinent pour la fin d'une thèse) ne sont, pour les acteurs du territoire, qu'une petite « graine », capable d'engendrer un processus d'activation de la ressource paysagère et de réflexion et apprentissage continu pour un développement durable du territoire, permettant de maintenir des paysages à la fois beaux et vivants. C'est-à-dire que tout ceci a besoin d'être re-questionné, reconstruit, réadapté, décortiqué constamment par les acteurs impliqués, le

¹⁰³ Dans l'ordre de la nature de Prigogine, la bifurcation – un terme qui signifie point de branchement ou fourche – est un concept essentiel. Une bifurcation dans un système est l'instant vital où une chose aussi petite qu'un simple photon d'énergie, une légère fluctuation de la température extérieure, un changement de densité est amplifiée par itération jusqu'à une taille telle qu'un embranchement est créé et que le système part dans une nouvelle direction (Prigogine, 1980).

nombre de fois que ce soit nécessaire. C'est la seule façon de rendre utile ces outils en faveur du développement territorial (durable) et du maintien de paysages beaux et vivants.

Dans cette perspective, il ne nous reste qu'à considérer la responsabilité pour une intervention durable, assumant la relation entre son aspect écologique et environnemental et ses multiples dimensions ou scénarios possibles pour le futur, à travers des narratives qui croisent des aspects socio-culturels et éco-systémiques. Il s'agit, ainsi, dans la conception de la complexité des paysages, d'un « essai » aussi de compatibilité de la composante naturelle du paysage avec la présence (et interaction) humaine et la multitude de possibilités que son appropriation implique. Ceci limite mais aussi élargit, à travers l'art et la technique, le parcours toujours « multivoie » de « l'*autopoïèse*¹⁰⁴ » du paysage et de sa complexité éco-systémique et sémantique.

La contribution à travers le « dessin riche »

Dans ce sens, **la ressource paysagère peut devenir un actif (efficace) pour le développement territorial** – et particulièrement **durable** – seulement si nous le saisissons **dans sa complexité**, avec ses différents éléments et les interactions qui les concernent. En même temps, en concevant que les paysages et la situation qui les construit ne sont pas statiques, la compréhension de telle complexité passe obligatoirement par des processus d'auto-apprentissage et de réflexion continus, qui doivent être renouvelés selon les besoins des acteurs et l'évolution des paysages ou de la situation. Les « dessins riches » pour représenter les paysages dans leur complexité, sont ici des outils qui aident dans la compréhension et la construction de ces processus. C'est une forme de rassembler les différentes visions de monde des acteurs, différentes dimensions des paysages, dans une représentation graphique capable de promouvoir des débats et d'autoréflexions et d'auto-apprentissages, pour que les acteurs puissent ainsi établir des stratégies et des actions qui leur conviennent pour améliorer leur situation, pour activer la ressource paysagère et inciter le développement territorial durable via le maintien des paysages non simplement « beaux », mais aussi « vivants ».

Dans cette perspective, la contribution des dessins riches ne demeure pas seulement dans le champ de la problématique paysagère ou de son lien avec le développement territorial. L'outil est superposable à d'autres situations ou contextes qui cherchent la durabilité et/ou l'amélioration de systèmes du monde réel et apporte une réflexion à ce sujet

¹⁰⁴ L'autopoïèse (du grec, auto : soi-même, et poiésis : production, création) est la propriété d'un système de se produire lui-même, en permanence et en interaction avec son environnement, et ainsi de maintenir son organisation malgré le changement de composants (structure) (Maturana et Varela, 1980).

et à d'autres ressources potentielles pour le développement territorial (et tout ceci également au niveau du territoire étudié).

Les paysages complexes du piémont et des contreforts « viticoles » du Larzac

Sur le piémont et les contreforts « viticoles » du Larzac, les acteurs publics incorporent progressivement le terme « paysage » dans des projets et prescriptions relatifs surtout à l'urbanisme et à l'aménagement des territoires. Ces textes officiels sont d'une certaine manière, le reflet de leur capacité d'évoluer et d'inventer. Dans l'univers pourtant des acteurs privés – notamment parmi les producteurs –, les discours qui s'approprient du mot sont plus rares ou moins cohérents. La problématique paysagère est toutefois présente – même si indirectement – dans leurs pratiques, dans leurs mises en valeur d'images, et parfois même dans leurs quelques visions de monde et dans leurs souhaits. La compréhension des paysages et de leurs objectifs semblent pourtant ne pas être très claire. Le mot et l'idée de paysage est souvent attaché à la beauté et à la nature.

Les pratiques des acteurs de ce territoire, d'ailleurs – et notamment des vigneronns –, montrent que les problématiques d'ordre environnemental sont très présentes dans cette étude de cas, où les acteurs rencontrés expriment de nombreuses préoccupations. Les habitants s'alertent aujourd'hui sur les effets de l'activité agricole (mais non pas seulement) sur l'environnement, témoignant d'un décalage dans le temps entre les pratiques et les représentations qui leur sont associées. Bien que cette préoccupation soit jugée assez « récente », les vigneronns qui s'intègrent dans une optique respectueuse de l'environnement, dans le piémont et les contreforts du Larzac, sont assez nombreux et font référence à une évolution des mentalités et signalent qu'ils intègrent l'environnement dans leurs pratiques quotidiennes même s'ils ne sont pas tous satisfaits du niveau atteint. Bien que nous trouvions quelques anciens vigneronns qui ont choisi depuis bien longtemps ce mode de vitiviniculture et de vie, nous ne pouvons pas nier de l'importance de l'arrivée de nouveaux vigneronns et habitants à cette évolution. Leurs pensées et modes de vie différents ont aidé à faire évoluer des discours plus généraux qui ont amené à envisager l'activité vitivinicole différemment et l'ensemble de vigneronns et de la communauté à intégrer d'autres objectifs que la productivité.

Les projets de développement territorial du Pays Cœur d'Hérault, particulièrement, semblent être ceux qui considèrent le plus la complexité des paysages, ne serait-ce que parce qu'ils envisagent justement le développement territorial durable, avec la démocratie participative. Leur regard pourtant « du paysage », en analysant leurs documents et selon les enquêtes et les réunions dans lesquelles j'ai participé, semble s'attacher plutôt à une « vision »

environnementale et esthétique, et fait référence souvent aux sites remarquables et protégés comme Saint Guilhem le Désert – Gorges de l’Hérault.

Dans les trois petites appellations d’origine (*i.e.* Terrasses du Larzac, Montpeyrroux et Saint Saturnin), la collectivité semble, à première vue, être plus forte davantage sur Montpeyrroux et puis sur les Terrasses du Larzac et moins sur Saint Saturnin. A travers les analyses notamment celles des *Chapitres 3* et *4*, où l’on regarde chaque individu, pourtant, malgré qu’ils existent des nombreux projets et actions collectives sur la commune de Montpeyrroux et entre différents acteurs et vigneron, nous avons l’impression qu’il existe une pointe de « sens plutôt individualiste » davantage sur cette commune que dans les autres appellations. Dans tous les niveaux, cependant – bien que les actions collectives et les pratiques des producteurs soient plutôt exemplaires et positives –, le renforcement de la collectivité avec le respect des différences et des différentes visions de monde, dans une perspective « d’essai de rassemblement » des hommes et des femmes, ne pourrait que contribuer au développement territorial. Ne pourrait-il être, le paysage, dans ce sens, un point de rassemblement entre tous les acteurs ? Mais il faut bien qu’on comprenne le sens (complexe) des paysages pour qu’on puisse s’y intéresser...

En tout cas, ce travail de recherche montre qu’il existe une interrelation entre les différents acteurs et surtout entre les différentes actions, qu’il existe ainsi une interrelation et une circulation entre les différents « espaces vécus », que « le paysage » est un système dynamique, un grand écran « vivant » formé par l’intégration de différents paysages et différents éléments. L’ensemble des actions publiques et collectives autour des paysages, même s’il manque peut-être une pointe de sens de collectivisme parmi tous les individus, mobilisent, construisent et protègent les paysages vécus et esthétiques. L’imbrication et le contrebalance de leurs objectifs permettent possiblement de maintenir un paysage au-delà de l’esthétique, *i.e.* capable aussi de « donner les moyens pour que les gens qui les produisent puissent vivre » (Michelin, 2006). Mais une vision et mobilisation globale et holiste du paysage, structurant et dynamisant le « système » et ses caractéristiques géo-écologiques et socioéconomiques, une plus forte cohésion entre acteurs et actions, permettra « vivre » le paysage, maintenir des acteurs économiques et ainsi maintenir des paysages « beaux ».

De manière générale, la quête paysagère est croissante. Les paysages sur le terrain étudié se révèlent – sans doute – des ressources territoriales spécifiques importantes. Il semble pourtant manquer de discernement vis-à-vis de changements et d’actions à accomplir vers le développement territorial durable et de cohérence vis-à-vis de sa complexité. C’est aussi parce que le processus de « mise en pratique » du concept de paysage « pour penser l’aménagement du territoire et les relations société/nature » (Luginbühl, 2007) par les acteurs du

territoire, dans toute sa complexité, n'est pas non plus évident. Et c'est où les « dessins riches » jouent un rôle très important.

Trop souvent instrumentalisé au profit de finalités économiques et politiques, ou marqué par une rhétorique de type communautariste, le paysage devient la caution de leur authenticité ou de leur bonne conscience. Les artisans de cette quête ne semblent pas comprendre que sont en cause les principes et les modalités mêmes de nos relations au territoire et, somme toute, à l'Autre.

Au regard des coûts de notre mode de vie et des impasses de notre mode de pensée, n'est-il pas pourtant venu le temps de revoir nos valeurs ? N'avons-nous pas besoin d'un habiter plus conscient de la charge de signifiante de notre geste paysagère et plus conséquent vis-à-vis de la portée environnementale de nos pratiques paysagères ? (Bérard, 2006, p.410).

Perspectives et contributions de recherche

Le principal objectif donc des « dessins riches », pour pouvoir déclencher ces processus, est de les retravailler et reconstruire avec les acteurs du territoire, pour les aider dans la réflexion et le débat autour des éléments et relations clés et de leur « intérêt paysager », avec la finalité de mieux le comprendre. Il s'agit d'un outil important pour le questionnement de la façon dont l'on voit la réalité et de la débattre, pour arriver ainsi à une représentation la plus partagée possible. C'est un processus d'auto-apprentissage, qui permet de mieux éclairer les perceptions des acteurs, en amplifiant leurs dimensions de critique, d'inquiétude, et de nouveaux regards et transformation dans leurs modes d'agir. Le « dessin riche » part du principe de que toutes les personnes impliquées, indépendamment de leurs conditions professionnelles, sont responsables (plus ou moins) par les relations qui caractérisent la situation. Cette pratique, avec un regard subjectif, valorise les relations humaines, les aspects culturels et le vécu des habitants.

Malheureusement, ce travail de recherche se conclut avec la proposition de cette « nouvelle forme » de représenter les paysages dans leur complexité, sans avoir le temps et le financement pour aller au-delà, pour appliquer la méthodologie au terrain d'études, pour réaliser un travail constructiviste et participatif avec les acteurs. Je ne peux pas, dans ce sens, nier mon profond sentiment de « contrariété », de ne pas vraiment savoir à quoi aboutira, en pratique et particulièrement sur le terrain d'études, mon travail de recherche. Mais j'espère que d'autres recherches, études et les acteurs de ce et d'autres territoires feront ce travail.

S'il n'a pas cependant été mis en pratique, ce travail de recherche apporte certainement des contributions à différents contextes et domaines d'études. Dans les études paysagers, il propose notamment la mise en commun (le rassemblement) des différentes dimensions du paysage, du « paysage vu », du « paysage vécu » et dans les actions collectives et publiques dans une seule représentation graphique, où l'on aperçoit la dynamique et les relations des paysages (*i.e.* les paysages dans leur complexité). Ainsi, il propose également la « mise en pratique » d'un « *concept opératoire* » vers l'aménagement des territoires et vers le développement territorial durable. L'étude est pourtant aussi superposable à d'autres contextes, où les situations de complexité Il ouvre le regard des études, par exemple, de vitiviniculture ou d'appellations d'origine protégées ancrées aux paysages, en montrant que les relations et les situations qu'elles définissent sont beaucoup plus complexes et vont bien au-delà des simples pratiques agricoles ou de la filière viticole.

Bibliographie

- ABBE, J.-L. La culture de l'olivier au Moyen âge dans l'Hérault. **Etudes héraultaises** – hors série, 2009, p. 27-42.
- ABDELHAMID, S.; BERGHOUT, E.-H. Image publicitaire et communication interculturelle : un autre regard possible. **Synergies Algérie**, n.2, 2008, p.65-78.
- ABRIC, J.-C. Les représentations sociales : aspects théoriques. In: ABRIC, J.-C. (Ed.), **Pratiques sociales et représentations**. Paris : Presses Universitaires de France, 2001, p.11-36.
- AB'SABER, A. **Os domínios de Natureza no Brasil: potencialidades paisagísticas**. São Paulo: Ateliê Editorial. 2003.
- ACKOFF, R. L. The systems revolution. **Long Range Planning**, décembre 1974, p.2-20.
- ALBINO, C. **Desenvolver desenvolvendo: práticas e pistas para o desenvolvimento local no Alentejo**. Messejana: ESDIME C.R.L., 1997.
- ALCARAZ, F. L'utilisation publicitaire des paysages de terrasses. **Etudes rurales** 1/2001 (n° 157-158), 2001, p. 195-209.
- ALLAIRE, G. L'économie de la qualité en ses territoires, ses secteurs et ses mythes. **Géographie, Economie et Société**, n.4, v.2, 2002, p.155-180.
- ALMEIDA, A. C. Paisagens : um património e um recurso. In: JACINTO, R.; BENTO, V. **O interior raiano do Centro de Portugal: outras fronteiras, novos intercâmbios**. Porto: Campo das Letras; Guarda: CEI, 2006, p.31-42.
- ALVES, J. M.; SOUZA, F. N. S.; D'AGOSTINI, L. R. **Usos das terras e natureza do pensar: orientação (eco)lógica**. Palmas, TO: UNITINS, 2009, 80p.

- AMALRIC, M. **Les zones humides, appropriations et représentations** : l'exemple du Nord-Pas de Calais. *Thèse de doctorat de géographie*, Université des Sciences et Technologie de Lille, 2005, 468p.
- AMBROISE, R. Les pressions et les enjeux paysagers concernant les sites viticoles. In: UNESCO. **Les paysages culturels viticoles** : Etude thématique dans le cadre de la Convention du Patrimoine mondial de l'UNESCO. Paris : ICOMOS, mars 2004, p.43-47.
- ANDRADE, A. L. **Pensamento Sistêmico**: Caderno de Campo – O desafio da mudança sustentada nas organizações e na sociedade. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- ANDRIEU, M. Du lieu au lien : vers l'intelligence territoriale ? In: Colloque la Notion de Ressource Territoriale. **Montagnes méditerranéennes**, CD-ROM, octobre 2004.
- ANGLES, S. *et al.* **Projet du Programme PATERMED** : Paysages et Terroirs Méditerranéens. 2009, 101p.
- ARAGON, S. Le rayonnement international de la Société zoologique d'acclimatation : participation de l'Espagne entre 1854 et 1861. **Rev. Hist. Sci.**, 2005, 58/1, p.169-206.
- ARDILLIER-CARRAS, F. Les pays et l'espace vécu. Quelles logiques pour quels territoires ? In: **Norois**, n.181, 1999-1. « Pays » et développement local. Logique et ambiguïté d'une politique des territoires. p.173-181.
- AUGOYARD, J.-F. La vue est-elle souveraine dans l'esthétique paysagère ? **Le Débat**, mai-août 1991, n°65, 9p.
- AVOCAT, C. Approche du paysage. **Revue de Géographie de Lyon**, v.57, n.4, 1982, p.333-342.
- BABADZAN, A. Les usages sociaux du patrimoine. **Ethnologues comparées** : miroirs identitaires, n. 2, printemps 2001. [En ligne] : <http://alor.univ-montp3.fr/cerce/revue.htm>
- BAILLY, A. S. Les représentations de la distance et de l'espace: mythes et constructions mentales. **Revue d'économie régionale et urbaine**, 1990, n.2, p.265-270.
- BAILLY, A. ; FERRAS, R. ; PUMAIN, D. (Dir.). **Encyclopédie de la géographie**. Paris : Economica, 1995.

- BARAY, J. Marketing territorial : appréciation du rayonnement international des villes et des régions du monde par le nombre de leurs références sur les moteurs de recherche web, **La Revue des Sciences de Gestion**, 2008/6 n° 234, p. 27-35. DOI : 10.3917/rsg.234.0027
- BAREL, Y. Le social et ses territoires. In : AURIAC, E. ; BRUNET, R. (Coord.). **Espaces, jeux et enjeux**. Paris : Fayard-Diderot, 1986.
- BARRAUD, R. **Vers un « tiers-paysage » ?** Géographie paysagère des fonds de vallées sud-armoricaines. Héritage, évolution, adaptation. *Thèse en Géographie*. Université de Nantes, juin 2007, 407p.
- BARTHES, R. Rhétorique de l'image. **Communications**, n.4, 1964, p.40- 51.
- BAWDEN, R. J. Learning to persist: a systemic view of development. In: STOWELL, F. A.; ISON, R. L.; ARMSON, R.; HOLLOWAY, J. JACKSON, S.; MCROBB, S. **Systems for sustainability**. New York and London: Plenum Press, 1997, p.1-5.
- BEAUFORT, V. (Coord.). Droits de propriété intellectuelle dans un monde globalisé. **Actes du colloque du Centre Européen de Droit et d'Économie**. Paris : Magnard-Vuibert, 2009. 234p.
- BECHILLON, D. (Dir.). **Les défis de la complexité : vers un nouveau paradigme de la connaissance ?** Autour de Edgar Morin, Georges Balandier. Paris : L'Harmattan, 1994, 214p.
- BECKER, M. Paysage perçu, paysage vécu, paysage planifié : le cas de Belle-Île-en-Mer. **Norois**, 1995, Poitiers, t.43, n.170, p.407-418.
- BEDARD, M. La pertinence géographique et sociale d'un projet de paysage : errements et insuffisances de notre habiter. **Cahiers de géographie du Québec**, v. 50, n° 141, 2006, p.409-414.
- BEER, S. The viable system model: its provenances, development, methodology and pathology. **Journal of Operational Research Society**, 1984.
- BENKO, G. La recomposition des espaces. **Agir**, revue générale de stratégie, n.5, 2000, p.11-18.
- BERARD, L.; MARCHENAY, P. **Les produits de terroir : entre culture et règlement**. Paris : CNRS Ed., 2004, 232p.

- BERARD, L. ; MARCHENAY, P. Produits de terroir, fromages, normes et biodiversité. CNRS, **Ressources des terroirs – cultures, usages, sociétés** – Etude et documentation, 2005, 6p.
- BERINGUIER, P. **De l'usage du paysage** : méthodologies et pratiques pour des projets d'aménagement paysager différenciés. *Thèse Doctorat en géographie*, Université de Toulouse 2, 1994, 361p.
- BERLAN-DARQUÉ, M.; LUGINBÜHL, Y.; TERRASSON, D. **Paysages** : de la connaissance à l'action. 2007. Quae. 316p.
- BERQUE, A. (Dir.). **Cinq propositions pour une théorie du paysage**. Seyssel : Champ Vallon, 1994.
- BERQUE, A. **Les raisons du paysage** : de la Chine antique aux environnements de synthèse. Paris : Hazan, 1995. 190p.
- BERQUE, A. **Médiance, de milieu en paysage**. Paris : Belin, *coll. Reclus Géographiques*, 2 ed. (1ère ed. 1990), 2000, 160p.
- BERQUE, A. Trouver place humaine dans Cosmos. **EchoGéo**, n.5, 2008. [En ligne] : <http://echogeo.revues.org//index3093.html>
- BERQUE, A. **Ecoumène** : introduction à l'étude des milieux humains. 2 ed. Paris : Belin, 2009.
- BERTALANFFY, L. **General systems theory**: foundations, development, applications. New York: The Penguin Press, 1968.
- BERTALANFFY, L. **Teoria geral dos sistemas**. Petropolis-RJ: Editora Vozes, 1975.
- BERTHELOT, L. **Vers un après-tourisme?** La figure de l'itinérance récréative pour repenser le tourisme de montagne. Etudes des pratiques et de l'expérience de l'association Grande Traversée des Alpes. *Thèse en Géographie*, Bourdeau Philippe (Dir.). Université Joseph-Fourier - Grenoble I, juin 2012, 415p.
- BERTRAND, G. Le paysage entre nature et société. **Revue de géographie des Pyrénées et de Sud Ouest**, tome 49, fascicule 2, 1978, p.239-258.
- BERTRAND, G. Les géographes français et leurs paysages. In: **Annales de Géographie**. 1984, t. 93, n°516. p. 218-229.

- BERTRAND, G. Le paysage entre nature et la société. In : ROGER, A. (Ed.). **La théorie du paysage en France (1974-1994)**. Seyssel : Champ Vallon Ed., 1995, p.88-108.
- BESSE, J.-M. **Le paysage, entre le politique et le vernaculaire** : réflexions à partir de John Brinckerhoff Jackson. ARCHES 6, 2003. [En ligne] : halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00113275/
- BESSE, J.-M. **Ver a terra** : seis ensaios sobre a paisagem e a geografia. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- BOFF, L. **A águia e a galinha**: uma metáfora da condição humana. Petrópolis: Vozes, 1977, 206p.
- BOISVERT, V. ; CARON, A. La conservation de la biodiversité : un nouvel argument de différenciation des produits et de leur territoire d'origine. **Géographie, Economie, Société**, v.12, 2010, p.309-331.
- BONIN, M. **Inscription territoriale des recompositions agricoles** : caractérisation et modélisation dans les monts d'Ardèche. *Thèse de doctorat en géographie*, Université d'Avignon et de et des Pays de Vaucluse, 2003, 602p.
- BONIN, S. Au delà de la représentation, le paysage. **Strates**, n. 11, 2004, 9p.
- BORG, H. **Le guide Hubert Borg de Saint Guilhem le Désert**. 2009. [En ligne] : <http://www.st-guilhem-le-desert.fr/>
- BOUILLON, D. Le paysage: Un patrimoine à gérer. **Études rurales**, n.121/124, De l'agricole au paysage (janvier-décembre), 1991, p. 197-205.
- BROSSARD, T. ; JOLY, D. ; WIEBER, J.-C. Analyse visuelle systématique des paysages de cours d'eau par deux approches complémentaires. **Revue Géographique de Lyon**, n.73, v.4, 1998, p.299-308.
- BROSSIER *et al.* (*GROUPE de RECHERCHES INRA- ENSSAA, 1977/1995*). **Pays, Paysans, Paysages dans les Vosges du Sud**. Les pratiques agricoles et la transformation de l'espace. INRA PARIS, 1977, 200 p.
- BROSSIER, J. **Quels paysages avec quels paysans ?** Editions Quæ « Hors collection », 2008, 152p.

- BRUNET, R. ; FERRAS, R. ; THERY, H. **Les mots de la géographie**. Montpellier : Reclus / La Documentation Française, 1995, 518p.
- BRUNHES, J. **La géographie humaine**. Paris : Alcan, 1925.
- BURAVAND, A. **La place des variétés d'oliviers dans les indications géographiques oléicoles : l'exemple des AOC « huile d'olive »**. Montpellier, 2007. 81 f. *Dissertação (Mestrado em Ciências humanas e ciências do ambiente)* – Université Paul-Valéry Montpellier 3, Montpellier, 2007.
- CALVINO, I. **As cidades invisíveis**. São Paulo : Companhia das Letras, 1990, 150p. *Traduction par Diogo Mainardi*.
- CAPEL, H. L'image de la ville et le comportement spatial des citadins. **Espace Géographique**, Tome 4, n.1, 1975, p.73-80.
- CAPRA, F. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. São Paulo: Cultrix/Amana-key, 1996.
- CARRE, J. Le paysage, une entrée au développement durable à l'interface connaissance/action. **Interaction, Nature-Société, Analyse et modèles UMR6554 LEGT**, La Baule, 2006, 4p.
- CASSINI DE THURY, C.-F. **Carte géométrique de la France dite "Carte de Cassini"** [*Données lisibles par machine*]. Paris : Editeur Bouffémont : CDIP : Institut géographique national, 2000.
- CASTELLS, M. **O poder da identidade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- CAUQUELIN, A. **A invenção da paisagem**. São Paulo: Martins, 2007.
- CHAMPAGNE, P. Pour une meilleure maîtrise collective de la médiatisation. **Les cahiers du journalisme**, n.3, juin 1997, p.58-68.
- CHARDIGNY, F. ; LEBRETON, P. La politique française de protection des paysages et sites naturels : réflexion sur l'efficacité de la Loi de 1930 sur le classement des sites. **Rev. Géogr. Lyon**, Vol. LXIX, 1994, p. 287-304.
- CHECKLAND, P. Towards a systems-based methodology for real world problem solving. **Journal of Systems Engineering**, 3(2), 1972, p.87-116.

- CHECKLAND, P. **Systems thinking, systems practice**: includes a 30-year retrospective. Chichester: Wiley, 1999. 330p.
- CHECKLAND, P.; POULTER, J. **Learning for action**: a short definitive account of Soft Systems Methodology and its use for practitioners, teachers and students. 2006. 200p.
- CHECKLAND, P.; SCHOLLES, J. **Soft Systems Methodology in action**. Chichester: John Wiley & Sons, 1990.
- CHEVALIER, J. Espace de vie ou espace vécu ? L'ambiguïté et les fondements de la notion d'espace vécu. **Espace géographique**. Tome 3, n.1, 1974. p. 68.
- CHIFFOLEAU, Y. La pluriactivité en coopérative viticole : une chance pour l'emploi en Languedoc-Roussillon ? **Economie rurale**, n.253, 1999, p.95-98.
- CLAIRET, S. Représentations de paysages et renforcement identitaire régional dans l'Arc méditerranéen. **Méditerranée**, n.2, v.3, 1998, p.91-94.
- CLAVAL, P. A geografia cultural. Florianopolis : UFSC, 1999.
- CLAVEL, J. ; BAILLAUD, R. **Histoire et avenir des vins en Languedoc**. Privat, 1985, 281p.
- CLOAREC, J. Des paysages. **Etudes Rurales**, n.95-96, janvier-juin, 1984, p.267-290.
- CLOTTE, J. (Dir.). **La Grotte Chauvet** : l'art des origines. Éd. du Seuil, 2001.
- COLLETIS, G. ; PECQUEUR, B. **Révélation de ressources spécifiques et coordination située**. In : 4^{èmes} journées de proximité, Marseille, 17 et 18 juin 2004.
- COLLOT, M. Points de vue sur la perception des paysages. **Espace géographique**, Tome 15, n°3, 1986. p. 211-217.
- CONAN, M. L'invention des identités perdues. In : BERQUE, A. (Dir.). **Cinq propositions pour une théorie du paysage**. Champ Vallon, 1994, p.31-50.
- CONSEIL DE L'EUROPE. 2000. **Convention européenne du paysage**. Florence: Conseil de l'Europe.
- CORREA, R. L.; ROSENDHAL, Z. (Org.). **Paisagem, tempo e cultura**. 2 ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004.

- COTTET, M. ; HONEGGER, A. ; PIEGAY, H. Comprendre la perception sociale des paysages de bras morts : un préalable aux projets de restauration écologique. **Actes des 1^{ères} Journées Doctorales en paysage**, Agrocampus Ouest, Angers, 3-4 décembre 2008, 21p.
- COUDERCHET; L.; ORMAUX, S. L'évaluation environnementale: entre la standardisation des protocoles et la spécificité des milieux. In : **L'évaluation environnementale : vers une harmonisation internationale ?** Actes du Colloque de Liège, 10 au 14 juin 2002, Bibliothèque Nationale du Québec. 2003.
- COURLET, C. **L'économie territoriale**. Grenoble: PUG. 2008.
- COUTO, M. **Pensageiro frequente**. Editorial Caminho. 2010. 136p.
- CREISSAC, Y. **Montpeyroux au cours des siècles : le Castellat, son château féodal**. Pézenas : Domens, 2011, 59p.
- CRUMLEY, C. L., **Historical ecology: cultural knowledge and changing landscapes**. Santa Fe: School of American Research Press, 1994.
- DACOS, M. L'œil de la terre : vers une histoire du regard (1900-1950). **Ruralia**, n.1, 1997.
- DAGOGNET, F. (Dir.). **Mort du paysage ? Philosophie et esthétique du paysage**. Editions Champ Vallon, 1982, 238p.
- DAMIAN, M.; GRAZ, J.-C. **Commerce international et développement soutenable**. Paris: Ed. Economica, 2001. 224p.
- DANN, G. M. S. Tourists' images of a destination: an alternative analysis. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, n.5, v.1/2, 1996, p. 41-55.
- DAY, J.; SKIDMORE, S.; KOLLER, T. Image selection in destination positioning: a new approach. **Journal of Vacation Marketing**, n.8, Avril 2002, p. 177-186.
- DEFFONTAINES, J.-P. L'agriculteur-artisan, producteur de formes. **Natures, Sciences, Sociétés**, v.4, n.2, 1994, p.328-339.
- DEFFONTAINES, J.-P. **Les sentiers d'un géoagronome**. Paris : Arguments, 1998, 360 p.
- DEFFONTAINES, J.-P. ; MARCELPOIL, E. ; MOQUAY, P. Le développement territorial : une diversité d'interprétations. In : LARDON S., MAUREL P., PIVETEAU V.

- (Eds.). **Représentations spatiales et développement territorial** : bilan d'expériences et perspectives méthodologiques. Paris : Hermès, 2001, p. 39-56.
- DELFOSSÉ, C. Editorial : agricultures, durabilité et territoire. **Géocarrefour**, Vol. 83/3, 2008, p.167-170.
- DELFOSSÉ, C. ; VAUDOIS, J. (Coord.). **Agriculture et territoire**. Revue Hommes et Terres du Nord, UFR de Géographie et d'Aménagement de Lille, n.4, 2000, 272 p.
- DENIS, M. **Image et cognition**. Paris : PUF, 1989.
- DEPIGNY, S. **Le modèle PAYSAGRI** : Expérimentation de la sensibilité au paysage des agriculteurs comme facteur des évolutions du paysage rural. *Thèse de Doctorat en Agronomie*, AgroParisTech, 2007, 224p.
- DERIOZ, P. Le paysage, une ressource territoriale emblématique mais ambiguë. In : Montagnes Méditerranéennes, 20. Actes du colloque '**La notion de ressource territoriale**'. Domaine Olivier de Serres, Le Pradel, 14-15 octobre 2004, p. 155-163.
- DEROUDILLE, J.-P. **Le vin face à la mondialisation**. Dunod, 2008, 144p.
- DEZEUZE, F. **Saint Guilhem le Désert** : guide : les gorges de l'Erau, le village, les environs. Montpellier : L'Escoutaire, 1937, 126p.
- DI MEO, G. **Géographie sociale et territoires**. Paris : Nathan, 1998. 317p.
- DI MEO, G. Que voulons-nous dire quand nous parlons d'espace? In : LEVY, J. ; LUSSAULT, M. (Dir.). **Logiques de l'espace, esprit des lieux**. Paris: Belin, 2000, p.37-48.
- DONADIEU, P. **La politique agricole commune et les paysages agricoles périurbain**. Ecole nationale supérieure du paysage de Versailles, Avril 2004.
- DONADIEU, P. Le paysage. **Économie rurale**, v. 1, n.297-298, 2007, p. 5-9.
- DONADIEU, P.; PERIGORD, M. **Le paysage** : entre natures et cultures. Paris : Armand Colin Ed., 2007, 128p.
- DUBOIS, C. Le paysage, enjeu et instrument de l'aménagement du territoire. **Biotechnologie, Agronomie, Société et Environnement**, v.13, n.2, 2009, p.309-316.

- DUBOST, F. ; LIZET, B. Pour une ethnologie du paysage. In: VOISINAT, C. (Dir.) **Paysage au pluriel, pour une approche ethnologique des paysages**. Paris: Edition de la Maison des Sciences de l'Homme, 1995, p.225-240.
- DUBY, G. **L'histoire continue**. Paris : Ed. Odile Jacob, 1991.
- DUPONT, J. Languedoc-Roussillon : l'ascension des terroirs. **Le Point**, 19 mai 2000.
- DUVAL, M. **Dynamiques spatiales et enjeux territoriaux des processus de patrimonialisation et de développement touristique** : étude comparée des gorges de l'Ardèche et du Karst slovène. *Thèse de Doctorat en Géographie*, Christophe Gauchon (Dir.). Université de Savoie, octobre 2007, 514p.
- ECO, U. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.
- EYSSERIC, P.; LEVERBE, S. Le lieu, territoire de demain ? **CYBERGEO**, n.38, 23 décembre 1997.
- FABBRI, L.; RODRIGUEZ-LOVELLE, B. Le zonage agro-paysager : un outil pour la protection des terroirs. **Terroir et paysage viticole**, [200?], p. 3-9.
- FABRE-MAGNAN, M. **Civil Droit**. Encyclopædia Universalis. [En ligne] : <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/droit-civil/>
- FALCADE, I. **A paisagem como representação espacial**: a paisagem viticola como simbolo das Indicações de Procedência de vinhos das regiões Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Bela (Brasil). *Thèse de Doctorat en Géographie*, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011, 309p.
- FLATRES-MURY, H. Analyse et évaluation des paysages. **Revue de Géographie de Lyon**, v.57, n.4, 1982, p.343-363.
- FINES, K. D. Landscape evaluation: a research project in East Sussex. **Regional Studies**, n.2, 1968, p. 41-55.
- FONTAINE, L. Voyage et paysage : rencontre d'images. In : **6. Rencontres de Théo Quant.**, Février 2003.
- FORRESTER, J. W. **Principles of systems**. Portland: Productivity Press, 1990.

- FORTIN, M.-J. **Paysage industriel** : lieu de médiation sociale et enjeu de développement durable et de justice environnementale. Les cas des complexes d'Alcan (Alma Québec) et de Péchiney (Dunkerque, France). *Doctorat en Géographie Humaine*, Université de Paris 1 - Panthéon- Sorbonne, Lille Atelier National de Reproduction des Thèses, 2007, 491 p.
- FOUCAULT, M. **Les mots et les choses**. Paris, 1966.
- FRAYSSIGNES, J. **Les AOC dans le développement territorial** : une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères. *Thèse de doctorat en Géographie*. Institut National Polytechnique de Toulouse, décembre 2005, 469p.
- FREMONT, A. Recherches sur l'espace vécu. In: **Espace géographique**. Tome 3, n.3, 1974. p. 231-238.
- FREMONT, A. **La région, espace vécu**. Paris : PUF, 1976.
- GARCIA, M.-F. La construction sociale d'un marché parfait. In : **Actes de la recherche en sciences sociales**, v.65, novembre 1986, p.2-13.
- GAUTTIER, M. **Appellations d'origine et paysages**. INAO et MAP, 2006, 75p.
- GAVIGNAUD-FONTAINE, G. **Terroirs et marchés des vins dans un siècle de crises** : 1907-2007 en Languedoc et Roussillon. Montpellier : Presses universitaires de la Méditerranée, 2012, 298p.
- GAVIGNAUD-FONTAINE, G. ; VAYSSETTES, J.-L. ; SAUGUET, J.-M. *et al.* **Caves coopératives en Languedoc-Roussillon**. Lyon : Lieux dits éd., 2010, 255p.
- GEORGE, P. **Les méthodes de la géographie**. Paris : PUF, 1970.
- GERMAINE, M.-A. **De la caractérisation à la gestion des paysages ordinaires des vallées dans le Nord-Ouest de la France** : représentations, enjeux d'environnement et politiques publiques en Basse-Normandie. *Thèse de Doctorat en Géographie*, Université de Caen Basse-Normandie, 2009, 645p.
- GODARD, O. Le développement durable : paysage intellectuelle. **Natures, Sciences, Sociétés**, n.2, v.4, 1994, p.309-322.
- GOLLAIN, V. **Réussir son marketing territorial en 9 étapes**. Paris: CDEIF, 2008, 76p.

- GOMBRICH, E. H. **Art and illusion: a study in the psychology of pictorial representation.** London: Phaidon Press, 2002.
- GUERIN, J.-P. Géographie et représentation. In : André, Y., Bailly, A., Ferras, R., Guérin, J.-P. et Gumuchian, H. (1989) **Représenter l'espace.** L'imaginaire spatial à l'école. Paris, Anthropos, 1989.
- GUMUCHIAN, H. ; GRASSET, E. ; LAJARGE, R. ; ROUX, E. **Les acteurs, ces oubliés du territoire.** Paris: Anthropos. 2003. 186p.
- HAESBAERT, R. **Dês-territorialização e identidade : a rede "gaúcha" no Nordeste.** Niteroi: Editora da Universidade Federal Fluminense, 1997.
- HARNER, J. Place identity and copper mining in Sonora, Mexico. In: **Annals of the Association of American Geographers**, n.91, v.4, 2001, p.660-680.
- HATEM, F. « **Le marketing territorial : principes, méthodes et pratiques** », Paris : Corlet- Editions (EMS), collection "Les essentiels de la gestion", 2007, 292p.
- HARVEY, D. **The New Imperialism.** Oxford : Oxford University Press. 2003.
- HATZFELD, H. À la recherche d'un bien commun: la demande de paysage. **Les Cahiers de la Compagnie du Paysage**, n.2, Champ Vallon, 2006, p.274-284.
- HENRY, D. « **Entre-tenir la montagne** » : paysage et ethnographie du travail des éleveurs en montagne pyrénéenne. Hautes vallées du Gave de Pau, de Campan et d'Oueil-Larboust. *Thèse de Doctorat en Géographie*, Université de Toulouse, 2012, 411p.
- HINNEWINKEL, J.-C. Les AOC dans la mondialisation. **Antropology of Food**, v.3, décembre 2004. [En ligne] : <http://aof.revues.org/index247.html>
- IBANEZ, M. **Les territoires proches d'une aire urbaine : complexité de la gouvernance territoriale.** Etude exploratoire appliquée à l'espace des garrigues du nord de Montpellier. *Mémoire de Master ADE*, Institut de Géoarchitecture, 2005, 104p.
- INAO. Institut National des Appellations d'Origine. **L'appellation d'origine contrôlée : vins et eaux de vie.** Paris : INAO, 200?, 182p.
- JARRIGE, F. ; JOUVE, A.-M. ; NAPOLEONE, C. Et si le capitalisme patrimonial foncier changeait nos paysages quotidiens ? **Le courrier de l'environnement**, n. 49, juin 2003.

- JOLIVEAU, T. La gestion paysagère de l'espace rural : questions, concepts, méthodes et outils. **Revue de Géographie de Lyon**, v. 69, n.4, 1994. *Paysage : le mot et la chose*.
- KENFACK, H. **Droit du commerce international**. Paris : Dalloz, 2009.180p.
- KOSSOY, B. **Realidades e Ficções na Trama Fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial. 1999.
- KOUKOUTSAKI-MONNIER, A. La communication publicitaire face aux territoires nationaux. **Questions de communication**, 2003, n.4, p.187-202.
- LABORIEUX, A. **Muscats, des vins, des terroirs, une histoire**. Montpellier : Éd. Sud Espace, 1997.
- LACHIVER, M. **Vins, vignes et vigneron** : histoire du vignoble français. Paris : Fayard, 1988, 714p.
- LAMY, Y. Du monument au patrimoine : matériaux pour l'histoire politique d'une protection. In : **Genèses**, 11, 1993, p.50-81.
- LANDEL, P.-A. ; SENIL, N. Patrimoine et territoire, les nouvelles ressources du développement. **Développement durable et territoires [En ligne]**, Dossier 12 | 2009, mis en ligne le 20 janvier 2009, consulté le 26 octobre 2012. URL : <http://developpementdurable.revues.org/75632009>.
- LAPOINTE, R. **Réflexion sur l'archéologie du paysage**. Université de Laval, 2000, 23p.
- LARRERE, R. **Conférence de la séance plénière du colloque « Evaluation des paysages »**. Laboratoire Mutations des territoires européens, Montpellier, 5-6 janvier 2004.
- LAURENS, L. Les labels, « paysages de reconquête », la recherche d'un nouveau modèle de développement durable. **Natures, Sciences, Sociétés**, v.5, n.2, 1997, p.45-56.
- LAURENS, L. **Les nouvelles orientations du développement local, environnement et qualité en espace rural fragile**. *Mémoire pour l'habilitation à diriger des recherches en géographie*, Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne, 20 janvier 1999.
- LAURENS, L. L'aligot de l'Aubrac ou quand le patrimoine s'associe avec une volonté de développement local. Communication colloque « **Les Systèmes Agroalimentaires Localisés (SYAL) : produits, entreprises et dynamiques locales** », 16-18 outubro 2002, 13p.

- LAURENS, L. Le périurbain de Montpellier ou le grand chambardement. **Revue canadienne des sciences régionales**, été-automne 2003, p. 271-282.
- LAURENS, L. L'olivier, présent-absent des paysages héraultais. **Etudes héraultaises – hors série**, 2009, p. 75-81.
- LAURENS, L. L'olivier, un arbre symbolique de la Méditerranée au service de la multifonctionnalité des espaces périurbains : le cas de la France. In: 74. Congrès de l'ACFAS : **La multifonctionnalité de l'agriculture et des territoires ruraux** : enjeux théoriques et d'action publique, B. Jean, D. Lafontaine (Eds.), Montréal: Editions du GRIDEQ ; Editions du CRDT, 2010, p. 93-107.
- LE COUEDIC, D. Le paysage tué par ceux-là mêmes qui l'adoraient. **Cahiers de géographie du Québec**, v. 46, n° 129, 2002, p.281-297.
- LEFEVRE, S. Haies, bois clos, défens et garennes dans la région parisienne du Moyen Âge. **Forêt Privée** (France), Nov.-Dec. 1982 (n° 148), p.73-88.
- LEROI-GOURHAN, A. **Evolution et techniques** : l'homme et la matière. Paris: Albin Michel, (Sciences aujourd'hui). 1971, 285 p.
- LÉVÊQUE, C. **Ecologia**: do ecossistema à biosfera. Lisboa: Publicações Instituto Piaget. (*Perspectivas Ecológicas*), 2002.
- LÉVÊQUE, C. **La biodiversité au quotidien** : le développement durable à l'épreuve des faits. 2008. IRD, Quae.
- LEVY, J. ; LUSSAULT, M. (Dir.). **Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés**. Paris : Belin, 2003.
- LIFRAN, R. ; OUESLATI, W. Eléments d'économie du paysage. **Économie rurale**, v.1, n.297-298, 2007, p. 85-98.
- LILIN, C. Histoire de la restauration des terrains en montagne au 19^e siècle. **Cah. ORSTOM**, sér. *Pédol.*, v. XXII, n.2, 1986, p.139-145.
- LIPIANSKY, E.-M. L'identité dans la communication. **Communication et langages**, n.97, 3^eme trimestre 1993, p.31-37.

- LITOT, J.-B. Paysage et médiation dans les Alpes françaises : approche géographique de la diffusion des cartes postales paysagères ». **Sciences Humaines Combinées**, n.8, Actes du colloque interdoctoral 2011, 7 septembre 2001.
- LIVET, P. Image, perception et représentation. **Intelectica**, n.5, 1988, p. 33-56.
- LUGINBÜHL, Y. Au-delà des clichés... La photographie du paysage au service de l'analyse. **Strates**, v.4, 1989. [En ligne] : <http://strates.revues.org/4072>
- LUGINBÜHL, Y. Le paysage rural. La couleur de l'agricole, la saveur de l'agricole, mais que reste-t-il de l'agricole ? **Études rurales**, n.121-124, *De l'agricole au paysage*, janvier-décembre 1991, p. 27-44.
- LUGINBÜHL, Y. **La demande sociale de paysage**. *Rapport de la Séance inaugurale du Conseil national du paysage. Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Équipement et des Transports*, Paris, France, 2001, p.11-30.
- LUGINBÜHL, Y. Pour un paysage du paysage. **Economie rurale**, n.297-298, janvier-avril 2007, Le paysage.
- LUGINBÜHL, Y. Un Paysage authentique. **Cahiers du musée des Confluences**, n.8, 2011, p.45-57.
- LUGINBÜHL, Y. ; SIGG, K. ; TOUTAIN, X. **Sensibilités Paysagères** : modèles paysagers. *Rapport pour le Ministère de l'Environnement*, CNRS LADYSS et SEGESA, 1998, 118p.
- MABY, J. Paysage et imaginaire : l'exploitation de nouvelles valeurs ajoutées dans les terroirs viticoles. In : **Annales de Géographie**, Tome 111, n.624, 2002, p.198-211.
- MABY, J. Les enjeux paysagers viticoles. In : **Actes du Symposium International Terroirs et zonage vitivinicole**. Office International de la Vigne et du Vin, Avignon, 2003, p.823-831.
- MANN, P. Crises de surproduction et mobilisations cognitives dans le Midi viticole. **Pôle Sud**, n.9, novembre 1998, p.52-53.
- MARCEL, O. Le paysage comme « bien commun » dans les dynamiques locales. **Les Cahiers de la Compagnie du Paysage**, n.3, Champ Vallon, 2008.

- MARIE, M. **Des pratiques des agriculteurs à la production de paysage de bocage** : étude comparée des dynamiques et des logiques d'organisation spatiale des systèmes agricoles laitiers en Europe (Basse-Normandie, Galice, Sud de l'Angleterre). *Thèse de Doctorat en Géographie*. Université de Caen / Basse Normandie, novembre 2009. 514p.
- MARRES, P. Aperçu géographique : le milieu et l'homme. In : MARRES, P. (Dir.). **Saint-Guilhem-le-Désert et sa région**. Saint-Guilhem-le-Désert : Association des Amis de Saint-Guilhem-le-Désert, 1974, p.10-16.
- MARTIN, P.-L. **Les logiques de production du paysage dans Les États généraux du paysage québécois** : notions de paysage et modèles d'analyse. *Recueil des conférences, le 15 Novembre 1996 au Musée des arts et traditions populaires du Québec*, Trois-Rivières. Québec : Secrétariat des États généraux du paysage québécois, 1996.
- MARTIN, P.-L. **À la façon du temps présent**: trois siècles d'architecture populaire au Québec. Saint-Nicolas (Québec) : Les Presses de l'Université Laval, 1999.
- MARUYAMA, M. Metaorganization of information. **Cibernetica**, n.1, 1965.
- MATURANA, V.; VARELLA, F. **Autopoiesis and Cognition**: the Realization of the Living. In: ROBERT, S. C.; MARX, W. W. (Eds.). *Boston Studies in the Philosophy of Science* 42. Dordrecht: D. Reidel Publishing Co., 1980.
- MATURANA, H. R. Tudo é dito por um observador. In: MATURANA, H. R. **A ontologia da realidade**. *MAGRO, Cristina; GRACIANO, Miriam; VAZ, Nelson (Org.)*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 1997, p.53-66.
- MENADIER, L. **Paysages de fromages** : sensibilités au paysage, pratiques des agriculteurs et ancrage territorial des AOC fromagères de moyennes montagnes d'Auvergne et de Franche-Comté. *Thèse de doctorat en Géographie*. Université Blaise-Pascal, Clermont Ferrand II, janvier 2012, 534p.
- MERLIN, P. **Géographie humaine**. Paris : Presses universitaires de France, 2000, 578p.
- MESTRE, J. **Histoire de la ville de Gignac et des communes de son canton des origines à 1900**. Gignac : Office de Tourisme, Syndicat d'initiative intercantonal Gignac-Aniane, Arts et traditions rurales, 1988, 299p.

- MICHELAN, Y. Des appareils photo jetables au service d'un projet de développement : représentations paysagères et stratégies des acteurs locaux de la montagne thiernoise. *Cybergeo* : **European Journal of Geography**, v. 65, 1998, 20p.
- MICHELAN, Y. Le bloc-diagramme : une clé de compréhension des représentations du paysage chez les agriculteurs ? Mise au point d'une méthode d'enquête préalable à une gestion concertée du paysage en Artense (Massif central français), *Cybergeo* : **European Journal of Geography**, Environnement, nature, paysage, document 118, janeiro de 2000. [En ligne] : <http://cybergeo.revues.org/index1992.html>
- MICHELIN, Y. Ne pas réduire le paysage à une image. In : GUIHENEUF, P.-Y. ; CAUCHOIX, F. ; BARRET, P. ; CAYRE, P. **La formation au dialogue territorial : quelques clés issues d'une réflexion collective**. Educagri, 2006, p. 175-180.
- MICHELAN, Y.; CANDAU, J. **Paysage outil de médiation**. Programme APPORT, plaquette n.8, 2009, 24p.
- MINVIELLE, P. ; CONSALES, J. N. ; DALIGAUX, J. La requalification des paysages oléicoles dans les Alpes du Sud : l'exemple de la haute Provence (Manosque, Lurs, Estoublon). In : VICO, J. G.; JIMENEZ, E. A. ; ANGLES, S. ; COHEN, M. ; GARCIA, J. S. **El Olivar: Paisaje, Patrimonio y Desarrollo Sostenible**. Graficas La Paz S. L., 2009, p.75-91.
- MOINE, A. Le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie. **L'Espace géographique**, 2006/2 Tome 35, p.115-132.
- MONTPETIT, C. ; POULLAOUEC-GONIDEC, P. ; SAUMIER, G. Paysage et cadre de vie au Québec : réflexion sur une demande sociale émergente et plurielle. **Cahiers de Géographie du Québec**, vol. 46, n°128, 2002, p. 265-289.
- MORECROFT, J. D. W. ; STERMAN, J. D. **Modeling for learning organizations**. Portland: Productivity Press, 1994.
- MORIN, E. Sur l'interdisciplinarité. In : **Carrefour des sciences, Actes du Colloque du CNRS Interdisciplinarité**, Paris : CNRS, 1990.
- MORIN, E. **O Método**. Lisboa: Publicações Europa-América. 3. ed., v.1., 1997.
- MORIN, E. **L'intelligence de la complexité**. Paris : L'Harmattan, 1999, 334p.

- MORIN, E. **Mon chemin**. Entretiens avec Djénane Kareh Tager. Paris : Fayard, 2008, 362p.
- MORIN, G.-A. La continuité de la gestion des forêts françaises de l'ancien régime à nos jours, ou comment l'Etat a-t-il pris en compte le long terme. **Revue Française d'Administration Publique**, v.2, n.134, 2010, p.233-248.
- OPEN UNIVERSITY. **Rich pictures**. 2002. Disponible sur: <http://systems.open.ac.uk/materials/t552/pages/rich/richAppendix.html>.
- PARADIS, S. ; LELLI, L. La médiation paysagère, levier d'un développement territorial durable ? **Développement durable et territoires**, v.1, n.2, septembre 2010, [En ligne] : <http://developpementdurable.revues.org/8548>
- PARDE, J. Des temps gallo-romains aux temps contemporains: premiers pas et progrès des aménagements. **Revue Forestière Française**, 1999, v.51, NS (360p.), p.23-44.
- PARSONS, T.; BALES, R. F. **Family**: Socialization, and interaction process. Glencoe. Ill: Free Press, 1956, 422p.
- PAULA, J. Territórios, redes e desenvolvimento. In: LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. (Org.). **Territórios em movimento**: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva. Rio de Janeiro: Relume Dumará; Brasília, DF: SEBRAE, 2004. p.73-84.
- PAUPERT, M. **Les motivations du paysage** : le vide et le plein perception paysagère et compétition ethnique dans l'Ouest Cameroun. *Thèse de doctorat en géographie*. Université de Bordeaux, 2011, 382p.
- PECQUEUR, B.; TORRE, A.; VANDECANDELAERE, E. **Acteurs de la sphère des échanges et territoires** : des scénarios pour l'agro-alimentaire. *Etude pour la DATAR*, groupe de prospective 10, mars 2003, 44 p.
- PEYRACHE-GADEAU, V. Le paysage comme ressource territoriale : modes de réponse à des enjeux de vulnérabilité/durabilité. In : **Actes du colloque ASRDLF**, Territoires et action publique territoriale : nouvelles ressources pour le développement régional, 25, 26 et 27 août 2008.
- PEYRACHE-GADEAU, V. ; PERRON, L. Le paysage comme ressource dans les projets de développement territorial. **Développement Durable et Territoires**, v.1, n.2, septembre 2010, [En ligne] : <http://developpementdurable.revues.org/8556>

- PEYRACHE-GADEAU, V.; et al. 2011.
- PIVOT, C. Signes de qualité et développement local. **Revue région et développement**, n. 7, 1998, p.1-31.
- POESCHL, G.; MURIAS, C.; RIBEIRO, R. As diferenças entre os sexos : mito ou realidade ? **Análise Psicológica**, v.2, n.11, 2003, p. 213-228.
- POINSOT, Y. **Comment l'agriculture fabrique ses paysages**. Paris : Karthala, 2008, 243p.
- PRESTON, D. Viticulture and winemaking in contemporary rural change: Experience from southern France and eastern Australia. **Journal of Wine Research**, n.19, v.3, 2008, p. 159-173.
- PRIGOGINE, I. **From being to becoming: time and complexity in the physical sciences**. W.H. Freeman & Co Ltd., 1980, 272p.
- PROULX, M.-U. ; TREMBLAY, D. Marketing territorial et positionnement mondial. **Géographie, économie, société**, v.8, n.2, 2006, p. 239-256. DOI : 10.3166/ges.8.193-211
- RAFFESTIN, C. Paysage et territorialité. **Cahiers de Géographie du Québec**, v.21, n.53-54, 1977, p.123-134.
- RAFFESTIN, C. Du paysage à l'espace ou les signes de la Géographie. **Hérodote**, n.9, 1978, p. 90-104.
- RIEUTORT, L. Du territoire identitaire aux nouveaux partenaires ville-campagne : les voies du développement local dans la vallée de la Haute Loire. In : Patrimoine, culture et construction identitaire dans les territoires ruraux. **Norois**, n. 204, 2007/3.
- ROCA, Z. ; OLIVEIRA, J. A. A paisagem como elemento da identidade e recurso para o desenvolvimento. In: FCT/SAPIENS-POCTI/GEO. **IDENTERRA**, 2002.
- ROGER, A. **La théorie du paysage en France (1974-1994)**. Seyssel : Champ Vallon, 1995, 466p.
- ROSSEL, A. Le renouveau de l'olivier en Hérault, entre ville et campagne. **Etudes héraultaises – hors série**, 2009, p. 93-104.
- ROTH, I. **Social perception**. Walton Hall, Milton Keynes, The Open University Press, 1976.

- ROUQUETTE, Max. **Saint Guilhem du Désert** : (texte imprimé) : dix siècles en quatre saisons. Gignac : Bibliothèque 42, 1993. 109p.
- SAIDANE, I. **L'évolution de la conception des espaces extérieurs hôteliers en Tunisie** : le cas de la région de Hammamet. *Thèse en Sciences et Architecture du Paysage*, Pierre Donadieu (Dir.). AgroParisTech, juillet 2010, 281p.
- SAINT-ALARY-HOUIN, C. (Dir.). Qu'en est-il du code du commerce 200 ans après?: état des lieux et projections. **Actes du colloque des 27 et 28 octobre 2007**. Toulouse : UT1, 2007.
- SAMAGANOVA, A. La culture comme ressource territoriale en économie de la connaissance. In: Colloque de l'Association de Science Régionale De Langue Française (ASRDLF), 43. **Les dynamiques territoriales: débats et enjeux** entre les différentes approches disciplinaires. Grenoble: ASRDLF, juillet 2007.
- SANGUIN, A.-L. La géographie humaniste ou l'approche phénoménologique des lieux, des paysages et des espaces. In: **Annales de Géographie**. 1981, Tome 90, n.501. p.560-587.
- SANTAELLA, L. ; NÖTH, W. **Imagem: Cognição, Semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 3^a ed. 2001.
- SARAMAGO, J. **Le voyage de l'éléphant**. Editions du Seuil, 2009, 215p.
- SAVIDAN, L. **La stratégie de marketing territorial** : de Lyon, jusqu'à la région Rhône-Alpes. *Master 2 Génie Urbain et Environnement, UE4 - Gouvernance Territoriale*, Université de la Réunion, 2007, 21p.
- SCHLINDWEIN, S. L. Por que a análise sistêmica não pode refletir a realidade? **REDES**, n.9, v.2, 2004, p.117-132.
- SCHLINDWEIN, S. L. **Prática sistêmica para lidar com situações de complexidade**. Anais do I Congresso Brasileiro de Sistemas (CD-ROM), Ribeirão Preto, 9 et 10 novembre 2005.
- SCHMITZ, S. Le paysage invisible. In : PUECH, D. ; RIVIERE-HONEGGER, D. **L'évaluation du paysage** : une utopie nécessaire ? Montpellier : Université Paul Valéry, 2004, p.27-33.
- SEBILLOTTE, M. Logiques d'agir et construction des objets de connaissance. L'invention de nouveaux dispositifs de recherche. In : GAUDIN, T. ; HATCHUEL, A. (Eds.). **Les**


- nouvelles raisons du savoir.** Colloque de Cerisy, "Prospective d'un siècle à l'autre". Paris: Editions de l'Aube, 2002, p.93-115.
- SENGE, P. **A quinta disciplina:** arte e prática da organização que aprende. 11.ed. São Paulo: Nova Cultural, Best Seller, 2002.
- SENGE, P.; KLEINER, A.; ROBERTS, C.; ROSS, R.; SMITH, B. **A quinta disciplina:** caderno de campo. São Paulo: Qualitymark, 1995.
- SGARD, 1991
- SGARD, A. Le paysage dans l'action publique : du patrimoine au bien commun. **Développement durable et territoires**, Vol. 1, n° 2 | Septembre 2010.
- SGARD, A. **Le partage du paysage.** *Rapport pour l'habilitation à diriger des recherches.* Grenoble : Université de Grenoble, Géographie, 2011, 261p.
- SOULARD, C. ; DOSSO, M. **Lecture de paysage :** introduction à l'analyse des relations nature/société. *Cours de « spécialisation TERPA » réalisé du 26 au 28 novembre 2008 à Montpellier SupAgro.*
- SOUZA, F. N. S.; ALVES, J. M.; D'AGOSTINI, L. R. **Agricultores experimentadores:** aprender com a experiência e experimentar para saber. Palmas: UNITINS, 2008, 56p.
- STIGLITZ, J. E. **La grande désillusion.** Paris: Éditions Fayard, 2002. 324p. *Titre original: Globalization and its discontents.*
- THEMA. 2005.
- TILLY, C. Les origines du répertoire d'action collective contemporaine en France et en Grande-Bretagne. In : Vingtième Siècle. **Revue d'histoire**, n.4, octobre 1984, p. 89-108.
- TORRES, O. **La guerre des vins :** l'affaire Mondavi. Mondialisation et terroirs. Paris : Dunot, 2005, 217p.
- TOUZARD, J.-M.; LAPORTE, J.-P. Deux décennies de transition viticole en Languedoc-Roussillon : de la production de masse à une viticulture plurielle. **Pôle Sud**, n.9, 1998, p.26-47.

- TOUZARD, J.-M.; GAULLIER, C.; JARRIGE, F. Qualité du vin et prix du raisin : trois lectures du changement dans les coopératives du Languedoc. In : **Etud. Rech. Syst. Agraires Dév.**, n.32, 2001, p.19-35.
- TOUZARD, J.-M.; CHIFFOLEAU, Y.; COELHO, A.; DREYFUS, F. Les coopératives de la vigne et du vin : un essai d'analyse comparée à l'échelle internationale. In : **Actes du Colloque SFER**, Les entreprises coopératives agricoles, mutations et perspectives, 28 et 29 février 2008.
- TREWIN, C. ; MASON, L. **Exploration of the relationship between locality foods and landscape character.** *Report to the Countryside Agency.* London: Land Use Consultants, 2006.
- VANDECANDELARE, E.; ARFINI, F.; BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. **Linking people, places and products:** a guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications. Roma: FAO / SINER-GI, 2009. 194p.
- VANNIER, C. **Observation et modélisation spatiale de pratiques agricoles territorialisées à partir de données de télédétection :** application au paysage bocager. *Thèse de Doctorat en Géographie*, Université de Rennes II Haute-Bretagne, 2011, 307p.
- VELLOSO, C. Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável :** a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (Um estudo de caso em Urussanga, SC). *Dissertação de mestrado.* Florianópolis: UFSC, 2008, 181p.
- VILLENEUVE, L. Mythe et vécu territorial : Charlevoix à travers l'art du paysage au XIX^e siècle. **Cahiers de géographie du Québec**, v.40, n.111, 1996, p.341-362.
- VINEY, R. L'œuvre forestière du Second Empire. **Revue Forestière Française**, v. XIV, n° spécial « Histoire forestière », 1962, p.532-543.
- WARNIER J.-P. « **La mondialisation de la culture** ». Paris : La Découverte, 1999. 121p.
- ZOLA, E. **La Terre.** Paris : Gallimard, 1988 (*1^{ère} Ed. en 1887*), 589p.

ANNEXE 01 :
LE PROGRAMME PATERMED

PROGRAMME PATERMED

***PAYSAGES & TERROIRS
MÉDITERRANÉENS***



Pour la qualité des paysages et des terroirs de la vigne et de l'olivier

Pour tout renseignement supplémentaire :
Site Internet : <http://patermed.ifrance.com>
Blog : <http://blog.ifrance.com/patermed>
Email : patermed@ifrance.com
ou contactez : Stéphane Angles, coordinateur
Email : stephane.angles@free.fr

Le Programme Paysages & Terroirs Méditerranéens (PATERMED)



Le programme PATERMED a pour objectif de placer les paysages de la vigne et de l'olivier au cœur des systèmes agricoles de la France méditerranéenne par une promotion au profit de la qualité de ces paysages au sein de leurs terroirs.

Les paysages de vignobles et d'oliveraies constituent de précieux atouts grâce à leurs valeurs agricoles, esthétiques, historiques et culturelles. Face à une conjoncture économique difficile et une forte concurrence foncière, la viticulture et l'oléiculture doivent assurer leur pérennité dans un cadre qualitatif dans lequel les paysages jouent un rôle majeur. Les paysages de la vigne et de l'olivier contribuent ainsi au développement durable des territoires au sein desquels ils s'insèrent.

LES OBJECTIFS SCIENTIFIQUES DU PROJET PATERMED :

- L'analyse des paysages de la vigne et de l'olivier et de leurs caractères patrimoniaux afin de dresser un inventaire et de mettre au point une méthodologie scientifique mobilisable pour l'élaboration d'un atlas des paysages de la vigne et de l'olivier
- L'analyse des paysages de la vigne et de l'olivier et leur articulation avec leurs terroirs. Les travaux du projet mèneront à une réflexion approfondie concernant la préservation et l'aménagement des paysages pour un ancrage territorial et un développement durable des activités viticoles et oléicoles dans leurs territoires.
- L'analyse de l'articulation entre paysages de la vigne et de l'olivier et leurs terroirs et des mutations opérées dans les territoires.

LES RESULTATS ATTENDUS DU PROJET PATERMED :

- L'élaboration d'un atlas des paysages de la vigne et de l'olivier en France méditerranéenne
- Une approche scientifique en vue d'une orientation qualitative des paysages viticoles et oléicoles
- La mise au point d'une recherche de simulation des paysages de la vigne et de l'olivier dans un contexte de concurrence foncière.
- Une caractérisation des terroirs établie par une typologie synthétique et quantifiée mobilisable dans des documents de développement territorial.
- La conception et diffusion d'outils d'ingénierie paysagère pour la préservation et l'aménagement de la qualité des paysages de la vigne et de l'olivier en liaison avec des acteurs locaux



Pour tout renseignement :
Stéphane ANGLES, coordinateur
UFR GHSS
Université Paris Diderot—Paris 7
Case courrier 7001
75 205 PARIS Cedex 13
Messagerie : stephane.angles@free.fr
Tel : +33 (0)1 44 72 04 57

PROGRAMME PATERMED

« Paysages & Terroirs Méditerranéens » (PATERMED) est un programme de recherche financé par l'Agence Nationale de la Recherche dans le cadre du programme SYSTERRA. Il développera ses activités au cours de 4 années (2010-2014) avec 6 partenaires scientifiques :

- LADYSS – Paris (UMR 7533)
- TELEMME – Aix-en-Provence (UMR 6570)
- INRA– INNOVATION–Montpellier (UMR 951)
- CERPA– Nancy (EA 1135)
- ESPACE – Nice et Aix-en-Provence (UMR 6012)
- INRA-DIAPC – Montpellier (UMR 1097)

Des collaborations extérieures ont été mises en place avec les organismes et associations suivants :

- Le Centre de recherche d'Etudes Catalanes (EA 3681) de l'Institut Franco-catalan Transfrontalier de l'Université de Perpignan – Via Domitia.
- L'Institut National des Appellations et de la Qualité (INAO) – Service des Délimitations
- L'Association Française Interprofessionnelle de l'Olive (AFIDOL)
- Le Syndicat des Vins des Côtes de Provence (SVCP)
- L'Agence d'Urbanisme de l'Aire Toulonnaise (AUDAT)
- L'association « Mosaïque, des Hommes et des Paysages »

Le programme PATERMED a été qualifié par le pôle de compétitivité Q@LI-MÉDiterranée



**Programme financé par l'Agence
Nationale de la Recherche (ANR)**



*Imprimé par Alloprint.com
Ne pas jeter sur la voie publique*

ANNEXE 02 :

COMMENT LES ACTEURS S'IDENTIFIENT PAR RAPPORT AU LARZAC ?

« Terrasses du Larzac » est le nom d'une délimitation géographique définie depuis à peu près une dizaine d'années par un groupe d'acteur, des vigneron dans sa majorité, qui cherchaient le raffermissement de l'identité et de la qualité de leurs vins à travers la reconnaissance d'une appellation d'origine (*voir Chapitre 2*). Toute notre zone d'études y est. Les acteurs économiques de Montpeyrroux et de Saint Saturnin, par le moment, en général ne se montrent pas vraiment intéressés ou engagés par cette appellation puisqu'ils ont leur propre « appellation village » pour qualifier leurs vins. Il y en a pourtant quelques exceptions.

Le choix par ce nom a dû bien avoir sens puisque 80% des acteurs utilisent le mot « Larzac » accompagné d'un adjectif (comme contreforts du Larzac) pour les présenter et surtout pour les situer géographiquement. Il y aurait sans doute d'autres termes et d'autres point de référence pour le faire, mais le nom « Larzac » est très marquant sur les sites Internet, malgré qu'il soit surtout connu grâce à son plateau, où nous ne trouvons pas les vignes. Cela veut dire que le Larzac est un élément important dans leur paysage mais aussi dans leur identité.

Tout au début nous avons délimité et défini la zone d'étude en la dénommant « Piémont du Larzac ». Piémont parce qu'elle se situe au pied d'un massif montagneux : le Larzac. Piémont, pourtant, est aussi synonyme de plaine alluviale, « constitué de ses produits d'érosion ». Alors, comment eux, ces acteurs, s'identifient par rapport au Larzac ? Est-ce qu'ils parlent des « Terrasses du Larzac » ou de « Piémont du Larzac » ?

Ce qui nous avons tout d'abord remarqué à travers cette analyse c'est que l'expression « Terrasses du Larzac » est pratiquement utilisé simplement pour parler de l'appellation et quand il est suivi d'un autre adjectif (comme « contreforts du... », « plateau du... », etc.) c'est normalement pour situer soit le domaine, soit le vignoble ou le village géographiquement. Nous avons aussi constaté que l'expression « Piémont du Larzac » n'est jamais utilisée.

A Montpeyrroux les acteurs ne mentionnent pratiquement pas les « Terrasses du Larzac » (à l'exception d'un vigneron engagé dans la démarche de l'appellation) et utilisent le plus souvent « les contreforts du Larzac » pour les situer dans l'espace :

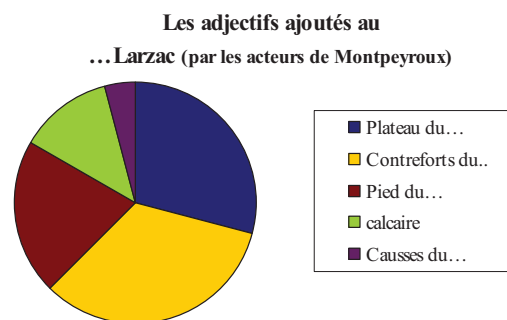
« Notre vignoble est établi à Montpeyrroux, en Languedoc à 40 kilomètres de la mer Méditerranée au nord-ouest de Montpellier, sur les premiers contreforts du Larzac ».

« Il est situé à 40 Km au Nord Ouest de Montpellier dans le village de Montpeyroux, à la frontière de deux paysages : les **contreforts calcaires du Larzac** et la plaine alluviale de l'Hérault ».

« Situé sur les **premiers contreforts** des Cévennes et **du Larzac méridional**, orienté sud-est, le vignoble est protégé des vents froids et des gelées par le mont Baudille et le Massif de la Séranne ».

La mention « plateau du Larzac » est aussi beaucoup utilisée, mais souvent suivie aussi d'un autre adjectif, comme « **pied du plateau du Larzac** » s'ils veulent se situer, ou alors, par exemple : « entre la basse plaine de l'Hérault et le **plateau du Larzac** ». Ou sinon ils parlent de climat : « Mais au plus fort de l'été, l'eau de pluie déversée sur le **plateau du Larzac** et infiltrée dans ce massif calcaire, est distillée doucement par le sol, mise à la disposition de la vigne » ou de l'histoire : « La 1^{ère} mention de la chapelle de St Martin du Barry apparaît en 1077. Elle est inscrite au cœur du hameau du Barry, sur une ancienne draille qui conduisait au château du Castellas et au-delà vers la Séranne et le **plateau du Larzac** ».

Avec l'expression « contreforts du Larzac » ils parlent aussi du climat : « Nos vignes sont dans un site exceptionnel répondant à nos attentes d'un terroir agrémenté de conditions climatiques excellentes, spécifiques aux **contreforts du Larzac** ».



A Saint Saturnin le nom « Larzac » est présent sur les sites de tous les acteurs analysés. Il apparaît donc quatre fois et sur quatre formes : « pied du plateau du Larzac », « pied du Larzac », « terrasses du Larzac » et « contreforts du Larzac ». C'est la seule fois que le terme « terrasses du Larzac » n'est pas directement lié à l'appellation des vins : « *Les 'terrasses du Larzac' occupent en Languedoc la frange nord adossée aux Cévennes héraultaises et gardoises* ».

Seulement un vigneron, pourtant, utilise le terme avec l'intention de situer son domaine dans l'espace : « *Au sud de la France, au pied du plateau du Larzac, face à la méditerranée, à Saint Saturnin, se trouve le domaine* ». Ensuite, ce même acteur utilise l'expression encore dans l'idée de situation géographique, pourtant avec l'intention de le décrire : « *Au pied du*

Larzac, riche des parfums de garrigue, l'Hérault a formé de vastes terrasses caillouteuses, argilo-calcaire, qui descendent jusque sur les rives du fleuve ». Ainsi il décrit aussi le paysage.

La cave coopérative l'utilise aussi pour décrire le paysage. C'est le même exemple dans l'objet antérieur, sur le paysage :

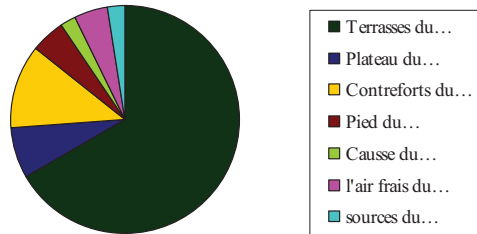
C'est aussi se délecter de paysages bouleversants, terrasses méditerranéennes ou plateaux pierreux, de la beauté du patrimoine, des couleurs de la cuisine languedocienne, de la chaleur des vigneron et des **contreforts du Larzac**, de la force irrésistible de cet arrière-pays...

Entre les acteurs économiques des Terrasses du Larzac, si nous considérons l'expression « Terrasses du Larzac », le nombre de fois que le mot « Larzac » apparaît est évidemment beaucoup plus grand. Dans ce cas, pourtant, à chaque fois que cette expression est utilisée il y a un rapport direct avec l'appellation des vins. Si nous considérons seulement les autres expressions, celle qui est la plus adoptée par les acteurs c'est « **contreforts du Larzac** ».

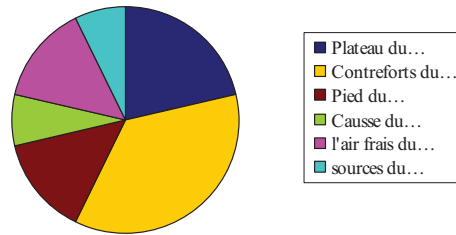
Les discours autour de ce mot-clé, entre ces acteurs, se complexifie un peu puisque on ne l'utilise pas seulement pour situer géographiquement, mais aussi pour « justifier » la « particularité » des vins, surtout par les vigneron indépendants. Pour un premier vigneron, par exemple, même si son site Internet est concis, le mot apparaît huit fois. Dans la première phrase nous trouvons l'idée d'effort de travail lié aux « contreforts du Larzac » : « *Construit sur les **contreforts du Larzac**, le domaine leur demande quelques efforts, récompensés par un vin de...* ». Ensuite il parle de conditions naturelles privilégiées : « *Protégé par le causse, notre vignoble est naturellement irrigué par les **sources du Larzac*** », et de la particularité des vins lié à l'endroit : « *La fraîcheur des vents venant du Larzac donne ici à la syrah un caractère « septentrional » qui confère à ce vin une belle droiture sur une charpente légèrement acidulée et un caractère épicé* ». Ce qui est également partagé par d'autres vigneron : « *Grâce au plateau du Larzac, elles bénéficient de fortes amplitudes thermiques entre le jour et la nuit qui peuvent atteindre 20 degrés en été* » ;

Le climat méditerranéen est adouci par l'**air frais du Larzac** (qui permet au raisin de développer une très belle palette aromatique et de conserver de l'acidité) tout en bénéficiant de l'influence de la mer voisine, bénéfique au mûrissement du Mourvèdre notamment.

Les adjectifs ajoutés au
 ...Larzac (par les acteurs des Terrasses du Larzac)



Les adjectifs ajoutés au
 ...Larzac (par les acteurs des Terrasses du Larzac)



Les deux caves coopératives situées aux Terrasses du Larzac qui ont été analysées ne mentionnent même pas le mot « Larzac ».

ANNEXE 03 :

LE CATWOE ET LA COMPREHENSION DE LA *WELTANSCHAUUNG*

Comment comprendre la notion de la *Weltanschauung* utilisé par Checkland ? *Weltanschauung* est un mot d'origine allemande qui signifie littéralement **vision de monde**. On peut la voir comme une *fenêtre conceptuel*, à travers laquelle nous apercevons et interprétons le monde, tant que pour le comprendre que pour le transformer. Cette fenêtre fonctionne comme une espèce de lentille culturelle, dont la construction incorpore des valeurs, des croyances, des principes, des hypothèses, des concepts et des approches qui façonnent notre perception de la réalité et, en conséquent, nos décisions, actions et interactions et tous les aspects de notre expérience humaine dans l'univers. C'est l'outil culturel le plus puissant qu'a un individu, un groupe social, une communauté et une société, pour (re)signifier son passé, comprendre son présent et faire des prédictions pour construire son avenir. Quand nous comprenons que *la réalité est ce que notre méthode d'observation nous permet d'apercevoir*, nous reconnaissons que notre vision de monde formate nos modèles mentaux, via lesquels nous observons, systématisons, interprétons et donnons sens aux nos propres expériences dans le monde.

Plusieurs nouvelles et bonnes idées ne sont pas appliquées, car elles entrent en conflit avec des modèles mentaux profondément ancrés qui limitent la façon dont les gens pensent, agissent et interagissent. Celui caractérise la grande crise dans laquelle nous vivons aujourd'hui, une crise de perception. Cette crise découle du fait que nous, et surtout nos dirigeants, menons la mise en œuvre de nos actions et interactions, guidés par les concepts d'une vision de monde dépassée, d'une perception de réalité inadéquate pour faire face à notre monde, qui est chaque fois plus complexe. Nous laissons non seulement de reconnaître la façon dont les problèmes sont liés entre eux, mais aussi nous refusons de reconnaître comment nos solutions affectent sur l'autre et même sur les générations futures (Souza Silva, 2001).

Le concept de vision de monde (*Weltanschauung*), utilisé par Checkland, considère que c'est la perception particulière des personnes qui crée la réalité comme une situation, en utilisant des modèles et des critères pour la juger. Ces différentes visions de monde admettent la construction des modèles conceptuels de systèmes pertinents, qui ne devraient pas représenter des reproductions du monde-réel, mais des formes alternatives et innovatrices de regarder et de penser sur la situation-problème. Il s'agit des dispositifs intellectuelles utilisés comme source de questions sur la situation réelle qui permettent qu'elle soit exploré de façon

riche à travers une discussion qualifiée à la recherche d'une version (améliorée) de la situation avec laquelle différents personnes, avec différents visions de monde et intérêts, puissent vivre.

A titre d'exemple, voici comment fonctionne la *Weltanschauung*. Répondez à cette question : Voyez-vous le monde comme une machine ordonnée et systématique, ou vous le voyez comme une soupe bouillante, incontrôlable, densément complexe, et finalement inconnaissable ? Votre perspective est votre vision de monde. Et votre vision de monde va « colorer » la façon dont vous interagissez avec le monde.

Vision de monde 1 : le monde comme une machine

Si le monde est une machine alors nous sommes tous uniquement les rouages et les engrenages de la machine. Nous sommes des parties et nous avons des fonctions distinctes. Nous sommes interchangeables et nos contributions sont finalement capables d'être rendues par un logiciel, depuis que les applications du logiciel sont uniquement des manifestations alternatives de notre contribution totale. Celui-ci est une perspective réductionniste.

Vision de monde 2 : le monde comme une soupe chaotique

Si le monde est une soupe chaotique, alors l'ordre et le comportement systématique sont que des manifestations illusoire et d'aberrations. Les acteurs (humains) sont imprévisibles, capricieux, aléatoires et peu fiables. Ils ne connaissent pas toujours les raisons de leurs actions, et ils ne sont pas toujours cohérents dans leurs interactions. Les acteurs et les actions ne peuvent pas être rendus à un logiciel de façon fiable à 100%.

Votre vision de monde va déterminer le succès dans l'intervention pour améliorer une situation-problème. Bien sûr il n'existe que deux visions de monde, celles-ci sont seulement des exemples généraux à « digérer » la notion de la *Weltanschauung*.

Dans le modèle CATWOE de Checkland, la *Weltanschauung* est très importante car c'est la vision de monde qui fait que le « système d'activité humaine » défini (le *root definition*) aille une signification, c'est-à-dire, c'est elle qui donne sens au système. Le tout se situe dans une vision de monde, de ses valeurs et donc de l'importance du problème dans le contexte où il se montre.

Exemples :

- 1) *Root definition* : un système pour les agents de vulgarisation rurale qui permette l'incorporation des nécessités et envies de la population rurale dans des programmes de conservation de l'environnement (Schlindwein, 2006).

C = agriculteurs, population rurale

A = agents locales de vulgarisation rurale (*actors* : ceux qui exercent les activités impliquées par le système)

T = les nécessités/ envies des agriculteurs sont incorporés dans les programmes de conservation de l'environnement (*transformation* : quel est le processus de transformation*)

W = les nécessités/ envies de tous les intéressés ont besoin d'être considérés (*weltanschauung* : la vision de monde qui donne sens au système)

O = dirigeants des services de vulgarisation rurale (*owners* : ceux qui « ont », qui contrôlent le système, qui ont assez de pouvoir pour faire qu'il n'existe pas)

E = conditions imposées par les organismes de financement pour les programmes de conservation de l'environnement (*environmental constraints* : limitations du milieu du système)

- 2) Peinture du mur externe de la maison (Checkland, 1999)

Root definition : un système pour les maîtres de maison pour peindre le mur externe de la maison par la peinture à main traditionnel, en conformité avec le régime de décoration globale de la propriété, afin d'améliorer l'aspect visuel de la propriété.

C = maître de la maison (*householder*)

A = maître de la maison

T = (mur non peint) → mur peint en répondant aux critères de la définition

W = La peinture amateur peut améliorer l'aspect visuel

* Caractéristique individuelle la plus importante pour la définition.

O = maître de la maison

E = peinture à main

3) Système d'enseignement supérieur (Karve, 2009 – *alors, selon sa vision de monde*)

C = étudiants

A = enseignants

T = étudiants avec le Bac sont transformés en diplômés (*Degree holders*)

W = le diplôme est un moyen d'assurance aux employeurs potentiels de que le diplômé (*Degree holder*) possède une norme de compétences dans le domaine de qualification.

O = le Conseil de l'administration / direction de l'Université

E = la formation prescrite, la qualité académique, l'évaluation et accréditation relatif aux normes et exigences

Root definition : un système pour les institutions universitaires (d'enseignement supérieur) pour délivrer des diplômes aux étudiants qui réussissent à se qualifier d'évaluation, conformément aux normes prescrites en vue de certifier l'assurance à des employeurs potentiels que les élèves ont les compétences requises et des capacités.

Références Bibliographiques

KARVE, V. 2009. **Root definition and CATWOE model.**

SCHLINDWEIN, S. 2006. **Pensamento sistêmico e pratica sistêmica.** *Cours pratique pour le Master en Agroecosystèmes, Université Fédérale de Santa Catarina.*

SOUZA SILVA, J. S. *et al.* **La cuestión institucional:** de la vulnerabilidad a la sostenibilidad institucional en el contexto del cambio de época. Serie Innovación para la sostenibilidad institucional. San José, Costa Rica: Proyecto ISNAR "Nuevo Paradigma", 2001.

ANNEXE 05 : extrait de la grille d'analyse des actions publiques et collectives sur le terrain d'études

	Base de données			S'agit-il ? :					Qui sont les acteurs engagés ?		Quand ou depuis quand elle a eu lieu ?	Où ?				
	Documents "officiels"	Documents secondaires	Enquêtes	d'une action (ou stratégie)			d'un acteur		Les leaders	Les partenaires		Et à quelle échelle ? :				
				collective	publique	mixte	collectif	public				Locale	Communale	Intercommunale	Pays	
L'habitat et le développement d'un "urbanisme cohérent" (charte Pays Cœur d'Hérault)	Contrat de pays, Charte de développement territorial durable et d'aménagement du territoire	Revues Regards, Les lettres du Contrat de Pays (bulletins d'info),	ACH01, ACH02, réunion du Pays Cœur d'Hérault pour construction de la nouvelle charte		X					"Pays Cœur d'Hérault",	Les Communautés de Communes et les municipalités l'adoptent et le mettent en œuvre à travers, notamment, le SCOT et les PLU.	Avec le contrat de pays et la charte de développement territorial durable et d'aménagement du territoire (Pays Cœur d'Hérault) adoptées en 2003. Le SCOT et les PLU sont encore en phase initiale, et quelques POS n'ont pas encore passé en PLU...				X

Continuation...

Quel est leur principal objectif ?		Quelles sont les stratégies d'action pour attendre leurs objectifs (ou résultats attendus) ?	Comment ils justifient leurs actions ? Ils identifient des risques ou menaces ? Lesquels ?	Quels sont les principaux instruments (financement, cahier de charges, projet...) mobilisés ?	Quelle est la "tendance" actuelle ?	Il y a eu une évolution des objectifs et/ou des stratégies d'action ? Quoi, exactement ?
Matériel	Immatriel ou Symbolique					
Mieux intégrer les constructions, l'architecture et l'urbanisme dans le paysage, à travers ce qu'ils appellent d'un "urbanisme cohérent", en rétablissant des équilibres entre les différents pôles du territoire et en optimisant l'utilisation de l'espace, mais aussi de "permettre à chacun de construire et d'habiter autrement".	Immatriel ou Symbolique	Réglementer à travers le SCOT et les PLU, restaurer des anciens bâtiments, promouvoir l'éco-construction, recenser les acteurs de la démarche d'éco-construction, sélectionner les projets d'éco-construction qui seront financés par la mission LEADER et les mettre en œuvre; "équiper" (éducation, commerces, services) les centres bourgs liés à une démarche d'éco-construction et respect à l'environnement	Le Pays Cœur d'Hérault concentre des enjeux particuliers avec un espace naturel remarquable, une proximité accrue de la métropole du fait des autoroutes et un risque de conversion en banlieue dortoir . Il existe ainsi une menace importante (et considérée par la collectivité) d'étalement urbain et la question d'habitat est considérée essentielle dans la charte du Pays.	Le SCOT, les PLU, le contrat de pays et la charte de développement territorial durable et d'aménagement du territoire; les financements par les FEADER à travers la "mission LEADER" pour les éco-constructions,	Après dix ans, la charte de développement territorial durable et d'aménagement du territoire passe maintenant par un processus de "renouveau", de reconstruction: une nouvelle charte sera mise en place.	Au regard de la durée de la mission, les résultats ne sont pas encore atteints. L'axe de développement est à poursuivre dans la durée pour avoir une action visible sur le territoire et transformer la fonction de laboratoire en valeur ajoutée économique. "La constitution d'une vraie filière se fera dans le temps". Ils remarquent qu'il faudrait mieux établir une liaison ou interaction entre les communes, entre les communautés de communes et aussi entre les territoires (pays), ainsi que de rendre plus lisible et visible ces actions du pays ("Le Pays est la bonne échelle pour traiter des problèmes d'aménagement, mais il y a besoin de clarifier le qui fait quoi, de la commune, de l'interco, du Pays..."). "Mettre en œuvre les moyens naturels et agricoles. Le Pays peut être le laboratoire d'un nouvel urbanisme". Les enjeux sont conséquents pour tisser la toile du Cœur d'Hérault de demain et l'urbanisme ouvre la voie à de nombreuses préoccupations quant au cadre de vie qui se dessine. La Charte en construction devra tenir en compte de ces évolutions pour mieux répondre aux volontés locales de contribuer à construire un cadre de vie respectueux de l'environnement certes, mais plus à même de répondre aux besoins de la population résidente sans que les "identités" communales ne soient affectées par une rupture des solidarités.

Concrètement, quels sont les principaux résultats (au regard des acteurs) ?		Comment le paysage est mobilisé ?		Valorisent-ils un paysage plutôt :											
Obtenus	Manquants	Sous quelle forme ?	Pourquoi ?	Donné à voir			Homme, savoir-faire	Elément(s) symbolique(s)	Paysage Domestique	Paysage des loisirs	Véçu			"Musée"	"Vivant"
				Patrimoine, histoire	Environnement	Espace cultivé					Paysage "Ressource Commerciale"	Paysage Patrimoine	Autre		
"La mise en place d'une filière locale de matériaux éco-compatibles comme le bois ou le chanvre" (Pujol, 2012); quelques projets d'éco-constructions réalisés (chantiers pilotes) qui permettent aujourd'hui d'être "pédagogique"; sensibilisation des élus à l'urbanisme durable (un premier temps de sensibilisation et de communication a commencé. La sensibilisation trouve des relais dans de nombreuses associations, et l'écoute des élus et auprès du Conseil de Développement); Création de l'Espace Info Énergie / Habitat	"le manque de prise en compte de l'habitat et du patrimoine dans les centres anciens pour un renouvellement urbain plutôt qu'un étalement urbain"	Ils valorisent tout d'abord un "paysage véçu" (domestique), puisque la qualité de vie est davantage valorisée.	Qualité de vie	(X) Puisqu'elles valorisent la restauration d'anciens bâtiments et du patrimoine bâti dans les villages	(X) Puisqu'elles cherchent à mettre en valeur l'harmonie entre architecture et environnement	(X) Puisqu'elles protègent des espaces cultivés, en les délimitant (à ces usages) et en interdisant les constructions sur ces zones			(X) La qualité de vie est davantage valorisée						X

Continuation...

Comment ils communiquent sur leurs actions ? Comment ils les rendent visibles ?	Quels effets ces actions ont sur le paysage ?		Quelle est sa (cor)rélation avec le "paysage de la vigne et de l'olivier" ?	Quelques citations à respect...	Quelques observations, discussions...	
	Impacts positifs	Impacts négatifs				
A travers le site Internet du Pays Cœur d'Hérault, à travers les publications de la Revue Regards et du bulletin informatif "La lettre du contrat de Pays"	Mise en place de secteurs d'une grande exigence environnementale et paysagère contribuant à l'attractivité du territoire. L'équipement des centres bourgs est une démarche de développement durable alliant proximité et respect de l'environnement, c'est également un outil d'équilibre du territoire au travers d'une répartition harmonieuse des équipements structurants.	Il y a eu des résultats positifs mais localisés sur les Grands Sites. Les espaces hors OGS subissent la pression résidentielle et économique. "Il reste encore à faire pour que le pays puisse être considéré comme un bassin de vie à part entière".	Autant que les questions autour des activités agricoles et "le paysage de la vigne et de l'olivier" ne renvoient qu'indirectement à l'urbanisme, celui-ci est régulièrement associé à l'idée de "dégradation de l'environnement". Dans ce cadre, le tel "urbanisme cohérent" dont ils parlent doit prendre en compte des aspects globaux du territoire et du paysage, sans doute les espaces agricoles, afin de les préserver comme apparemment ils le souhaitent (malgré que quand ils parlent de paysage ils évoquent plutôt les "espaces naturels". Les espaces agricoles sont protégés, supposément, par les PLU. Cette "coexistence" entre "ville" et viticulture, oléiculture (ou agriculture en général) ne semble pas tout à fait être prise en compte dans les pratiques et les discussions des acteurs. Car cette question déplace du simple fait de délimitation spatiale: il y en a, par exemple, des conflits à gérer dans la "cohabitation" de différents types d'habitants... (DIRECTE)	Le risque d'un fonctionnement en "vase clos" a été souligné: "on habite, on travaille ailleurs, on se déplace mais on a l'impression que les relations avec les territoires voisins ne se traduisent pas dans des véritables projets communs". "A l'échelle du Pays, les relations entre communes devraient justifier d'un véritable plan d'aménagement surtout en ce qui concerne les modes de déplacement alternatifs (voies douces). Entretenir le dialogue avec nos voisins c'est re-questionner les relations à entretenir avec chacun d'eux, à qualifier les liens qui peuvent donner cours à des projets partagés. Il convient de développer les interrelations, de trouver les "porosités" qui permettront de construire les tissus d'échanges et de relations". "Qui peut porter des projets d'aménagement? Les communes entre elles? Le Pays? On a besoin de rues et routes sécurisées, de pistes cyclables...!"	Les questions de l'environnement, de l'activité agricole, des paysages viticoles et oléicoles, relatives aux problèmes urbains ont fait l'objet de simples rappels par rapport au bilan de la Charte. Par contre, les acteurs ont évoqué (à l'occasion de la réunion pour discussion de la nouvelle charte) le besoin de sauvegarde du territoire, de préservation des zones à haute qualité environnementale, les paysages "typiques" du Pays... Autant de questions qui ne renvoient qu'indirectement à l'urbanisme, mais que l'on associe régulièrement à l'idée de dégradation par l'urbanisation. L'idée serait de faire de la question des paysages une force et non une faiblesse, de l'intégrer comme ressource qui peut guider une réflexion sur l'aménagement. Deux axes forts ont été évoqués: celui de la richesse des "profils" d'habitat, d'habitants, d'urbanisme qui donnent une palette très large aux paysages construits, celui de la diversité pour éviter une banalisation et une homogénéité des formes et des espaces urbanisés.	Les "renouvellements" des communes se font plutôt (ou ont une tendance de se faire) dans les périphéries des communes, avec la création de "nouveaux quartiers", même qu'ils soient dans une démarche "d'éco-construction", à l'exemple de l'éco-quartier dans les extensions de Clermont l'Hérault, selon sa politique urbaine. Pourtant, il est questionné le fait de redonner sens et vie au centre bourg, de prolonger les efforts pour la reconquête des bourgs anciens et que cela se fasse au mieux des composantes sociales et esthétiques, avec le "renouvellement de la ville sur la ville" et le réinvestissement des centres pour éviter la paupérisation. Les difficultés, cependant, tiennent aux mécanismes et capacités de financement, ainsi qu'aux coûts estimés pour encadrer ces anciens bâtiments dans des conditions optimales et écologiques en termes de consommation et performance énergétique. Le projet d'éco-construction mis en place favorise notamment les constructions neuves, avec une politique d'aide pour mieux isoler et équiper la maison. Il ne serait pas le cas, pourtant, de créer un programme global pour les constructions anciennes, associé à la politique locale de l'habitat (PLH)? Le Pays peut apparaître comme la bonne échelle d'harmonisation et d'incitation à l'amélioration de l'habitat.

ANNEXE 06 :

PROJET D'AMENAGEMENT DES ABORDS DU PONT DU DIABLE

OPERATION GRAND SITE ST-GUILHEM-LE-DESERT ET GORGES DE L'HERAULT



Contacts :

- _ Nadège BALADIÉ - Communication
 - _ Laure BENE - Opération Grand Site
 - _ Albert SAYAG - Aménagement de l'espace
- Tél. 04 67 57 04 50

Insertion paysagère des futurs aménagements

Grand Site

St-Guilhem-le-Désert et Gorges de l'Hérault

Un territoire de grande richesse

Le périmètre du Grand Site de St-Guilhem-le-Désert et des Gorges de l'Hérault couvre 10 000 hectares et comprend cinq communes : Aniane, Montpeyroux, Puéchabon, St-Guilhem-le-Désert et St-Jean-de-Fos. La démarche Opération Grand Site a été lancée en 1991 par les élus locaux soutenus par le Ministère de l'Environnement.

Le Grand Site présente des richesses multiples et se révèle au sein de paysages remarquables. Il fait l'objet de multiples protections et reconnaissances : 800 hectares de sites classés, inscription de l'Abbaye de Gellone et du Pont du Diable au Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO, nombreux monuments historiques, un arrêté de biotope, une réserve biologique domaniale, deux propositions de périmètre Natura 2000... Il s'agit, aussi, d'un site habité et construit par l'homme qui s'est développé dès le Moyen Age autour du mythe fondateur et légendaire de « la geste de Guillaume d'Orange ».

Un site victime de sa notoriété

Les chiffres de fréquentation du site issus des résultats de l'enquête de fréquentation réalisée en 2006 sont évocateurs :

- une fréquentation annuelle estimée entre 650 000 et 700 000 visiteurs
- des pointes de fréquentation dans les gorges pouvant atteindre plus de 13 000 personnes par jour
- un flot de visiteurs comptabilisé dans l'Abbaye de Gellone de 250 000 à 300 000 visiteurs par an

Ces chiffres indiquent à eux seuls que le lieu perd, à certains moments, et son esprit et son âme.

A quelques kilomètres de là, le Pont du Diable émerge difficilement de l'enfer automobile. On estime à 250 000 le nombre de visiteurs par an. Ce site est en effet convoité pour ses multiples intérêts : ludiques, historiques, pittoresques.

Une action concertée dans le cadre de l'Opération Grand Site

L'Opération Grand Site est une démarche de développement local qui réunit plusieurs partenaires : Etat, Conseil régional du Languedoc Roussillon, Conseil général de l'Hérault, les communes du Grand Site, Office National des Forêts. Un programme d'actions pluriannuel a été

validé en 2004 par l'ensemble de ces partenaires. Il a pour objectif de protéger et d'aménager le site en préservant l'esprit des lieux et en respectant ses habitants. Le projet d'aménagement des abords du Pont du Diable s'inscrit dans ce programme d'actions.

Les objectifs de l'Opération Grand Site de St-Guilhem-le-Désert et des Gorges de l'Hérault :

- Maîtriser la surfréquentation touristique en réorganisant les déplacements automobiles et le stationnement
- Valoriser les sites, monuments et paysages remarquables
- Protéger et restaurer les espaces naturels et agricoles
- Améliorer l'accueil des visiteurs

Ces objectifs s'inscrivent dans une démarche de développement durable.

Grand Site : La carte

_ 10 000 hectares

_ 5 communes :

Aniane, Montpeyroux, Puéchabon, St-Guilhem-le-Désert et St-Jean-de-Fos.

_ 5 500 habitants

_ 650 000 à 700 000 visiteurs par an



Projet d'aménagement : contexte et objectifs

Cœur du Grand Site, situé au débouché des gorges de l'Hérault, le Pont du Diable, classé monument historique en 1992, jouit d'une situation remarquable et d'une esthétique naturelle forte. Il constitue la porte du site classé des Gorges de l'Hérault. Point d'arrêt à l'entrée des Gorges, le site retient les visiteurs attirés par le pont roman du XI^{ème} siècle ou par la plage en bord d'Hérault durant l'été. Site clé d'une meilleure répartition du public dans le territoire du Grand Site et de la Communauté de communes Vallée de l'Hérault, l'aménagement d'un pôle d'accueil au Pont du Diable est une action prioritaire pour préserver le Grand Site. L'intervention de la collectivité est programmée dans le cadre d'une procédure de Déclaration d'Utilité Publique en raison des contraintes foncières actuelles et du souhait de maîtriser l'évolution ultérieure des terrains tout en conservant leurs caractéristiques agricoles et naturelles.

Le Préfet a déclaré d'Utilité Publique le projet d'aménagement des abords du Pont du diable en janvier 2005. Ce projet est destiné à redonner au pont toute sa place au cœur d'un environnement respecté et préservé. Les aménagements à prévoir permettront de répondre aux pics de fréquentation sans être disproportionnés pour les autres périodes de fréquentation moyenne annuelle.

Le projet prévoit des aménagements correspondant à quatre objectifs :

- Préserver et sécuriser le lieu du Pont du Diable
- Réhabiliter une ancienne carrière et y organiser les stationnements
- Organiser des chemins piétonniers indépendants des voitures et favorisant la mise en scène des lieux
- Organiser un point d'accueil dans des lieux de qualité

Les futurs aménagements : Photomontage



Le contenu du projet : accueil, circulation et stationnement

Le projet d'aménagement a été conçu pour répondre au mieux aux objectifs de l'OGS notamment en termes de réorganisation des flux de circulation et d'amélioration de l'accueil des visiteurs.

La Maison du Site : accueil, information, découverte

Depuis plus de cinq ans, un accueil du public est organisé de manière temporaire sur le parking du Pont du Diable dans une structure sans rapport avec la qualité du site. La Maison du Site constituera un pôle d'accueil, de promotion et d'orientation sur l'ensemble de la Vallée de l'Hérault répondant aux besoins d'information des visiteurs. Il abritera également un lieu de restauration et les équipements d'hygiène et sécurité.

Le bâtiment s'inscrit dans la terrasse alluviale de l'Hérault, seule sa façade ouest est visible, entièrement vitrée et ouverte sur le paysage du fleuve. La toiture est végétalisée de graminées, elle est prolongée par une tonnelle recouverte de bignone qui abrite du soleil.

Superficie : 550 m² (7,7 m de large par 70 m de long)

_ Accueil et information, découverte et interprétation, vente – sur 250 m²

L'animation sera effectuée par le personnel de l'office du tourisme intercommunal. Une exposition comprendra des panneaux et outils interactifs pour la découverte du Grand Site (multimédia, espaces ludiques).

_ Espaces promotion des produits du territoire – sur 150 m²

Promotion des produits viticoles (vin et raisin) avec des panneaux d'information et outils interactifs, dégustations assurées par les producteurs - « La Vinothèque » Promotion et vente de produits locaux (fruits de saison, produits oléicoles, tapenade, confiture, miel...)

– « Le Mas des Agriculteurs »

Herboristerie (lavande, thym, romarin, laurier, fleurs séchées...).

_ Restauration légère de type brasserie du terroir – sur 150 m²

Produits locaux labellisés AOC, assiette de pays, menus simples et légers proposés midi et soir.



La façade de la Maison du Site

8

La passerelle et les cheminements : priorité aux piétons

Le projet prévoit plusieurs chemins pour relier les différents sites entre eux (Maison du Site, aires de stationnement, plage) mais aussi pour permettre aux promeneurs de parcourir les lieux et d'en découvrir la richesse. Des liaisons piétonnes sont ainsi prévues avec les Grottes de Clamouse et le village de St-Jean-de-Fos.

Le cheminement piéton vers le Pont du Diable depuis les stationnements, est en situation de balcon sur la Vallée de l'Hérault, il permettra aux visiteurs de rejoindre le Pont du Diable en étant protégés des nuisances de la route. Une passerelle indépendante de la RD27 affirme cette volonté d'autonomie.

Le parc de stationnement, la RD27 et les navettes : sécuriser le site et limiter les flux de véhicules

Pour préserver et sécuriser le Pont du Diable, le projet propose d'organiser les lieux en espaces réservés aux piétons et de créer des accès sécurisés à la plage et au pont. Deux éléments traduisent cette volonté : décaler la RD27 et transposer les espaces de stationnement.

La route départementale est déplacée au pied du coteau sur 280 mètres environ aux abords du Pont du Diable. Elle s'inscrit dans la terrasse plantée d'oliviers en lieu et place de l'ancien parking du site. Cette configuration dissocie les circulations piétonnes et automobiles, n'incite plus à l'arrêt et offre donc un gain considérable de sécurité.

Le visiteur emprunte un carrefour en « T » et descend naturellement vers l'Hérault pour rejoindre les zones de parking. Les aires de stationnement sont divisées en 3 terrasses qui s'enfoncent progressivement dans l'emprise élargie de l'ancienne carrière : elles ne sont visibles, de ce fait, ni de la route ni de la plage. La capacité de stationnement est de 440 places de voitures, 14 places de camping-car et 6 places de bus.

Un système de navette sera également mis en place ultérieurement pour limiter le flux de véhicules dans les gorges de l'Hérault. Il permettra de relier le site du Pont du Diable au village de St-Guilhem-le-Désert. Une aire de retournement sera aménagée à cet effet à l'entrée du village. Dans un souci de respect de l'environnement, les navettes utiliseront une énergie propre.

Le paiement d'un droit d'entrée sur le parc de stationnement, en période de forte fréquentation, permettra de financer la surveillance et l'entretien du site et le système de navettes.

9

La passerelle piétonne : une première en Europe

Élément structurant du projet d'aménagement, la passerelle permettra aux piétons de rejoindre le pont du Diable en étant protégés des nuisances de la route. Elle s'inscrit dans la volonté de donner priorité aux piétons avec la création de plusieurs chemins pour relier les différents sites entre

eux (Maison du Site, aire de stationnement, plage, pont) mais aussi pour permettre aux promeneurs de parcourir les lieux et d'en découvrir la richesse en toute sérénité.

L'ouvrage mesure 72 m de long et 1,8 m de large, il utilise un béton Fibré Ultra Haute Performance (BFUP). Il s'agit d'une nouvelle technologie dont cette application sera une première en Europe après celle réalisée à Séoul (passerelle de la Paix). Témoin de l'évolution des techniques de construction, la passerelle illustre les performances techniques actuelles dans la continuité du Pont roman (XIe) et du pont routier (début XXe) présents à ses côtés. Elle constituera le cinquième pont du site.

Conçue par l'architecte Rudy RICCIOTTI, c'est aux mains des entreprises FREYSSINET et BONNA SABLÀ que la construction de la passerelle a été confiée. La passerelle faisant appel à une technologie de pointe récente, de nombreuses études ont été conduites en amont afin d'affiner tous les réglages et paramètres de fabrication. En attendant la mise en service de la passerelle au mois d'août 2008, les visiteurs souhaitant rejoindre le Pont du Diable depuis la nouvelle aire de stationnement devront passer par la plage.



Voussoir en BFUP et Passerelle : extrémité sud

10

Un projet d'aménagement ambitieux

Le choix de l'équipe de maîtrise d'œuvre

En 2005, la Communauté de communes Vallée de l'Hérault a lancé un concours pour désigner le maître d'œuvre. Vingt-huit candidatures ont tout d'abord été analysées par un jury ad hoc. Au terme de l'analyse, trois équipes ont été sélectionnées pour participer au concours. Leurs prestations ont été étudiées de façon anonyme par le jury qui a finalement désigné l'équipe suivante :

- APS (paysagiste – Valence), mandataire
- Rudy Ricciotti (architecte - Bandol)
- Cap Vert (bureau d'études techniques - Grenoble)
- Studio Totem (designer - Lyon)

L'esprit du projet : discrétion, modernité, respect du site

Le parti pris architectural et paysager de l'équipe retenue s'inscrit dans une démarche respectueuse de l'identité du site. Elle joue sur la disparition, l'effacement et l'encastrement. Le projet proposé est d'une grande discrétion, légèreté et modernité. Soucieux de ne pas modifier les équilibres en place, le projet se glisse dans l'épaisseur du site pour le révéler.

Une attention particulière est également portée au confort, à la qualité d'accueil et à la découverte des lieux par le visiteur, le spectateur et le baigneur.

Un environnement respecté

Tous les matériaux extraits de l'ancienne carrière sont réutilisés pour la construction de la plateforme du parc de stationnement et des murs. Les végétaux débroussaillés sont broyés puis utilisés comme compost pour les plantations qui agrémenteront les différents aménagements. L'association « Les écologistes de l'Euzières » a été missionnée pour mener une campagne de sauvetage de la faune

(batraciens, reptiles...). Une mare en eau temporaire de substitution a été aménagée à proximité du site, dans laquelle ont été réinstallées les différentes espèces recueillies dans l'ancienne gravière avant le démarrage du chantier.

Trois nouvelles mares seront créées d'ici la fin des travaux du parc de stationnement. Dans la conception du projet, l'équipe de maîtrise d'œuvre a accordé une place importante aux aménagements paysagers : outre les plantations du parc de stationnement (agrémenté d'essences locales : chênes blancs, chênes verts, frênes oxyphyles et pins d'Alep), le projet prévoit la préservation et la mise en valeur des boisements existants par une reconquête qualitative de la végétation (qui a souvent souffert de la surfréquentation) : chênes verts, aulnes glutineux, oliviers et autres arbustes méditerranéens.

11

Quelques dates

_ 7 avril 2004 : avis favorable de la Commission des sites dans le cadre de la procédure préalable de déclaration d'utilité publique.

_ 24 mai au 25 juin 2004 : enquête publique - procédure de Déclaration d'Utilité Publique (DUP) sur le projet (communes d'Aniane et Saint Jean de Fos).

_ 22 janvier 2005 : projet déclaré d'Utilité Publique par le Préfet.

_ Janvier 2005 : lancement du concours de maîtrise d'œuvre

_ Septembre 2005 : lancement de la maîtrise d'œuvre

_ 22 décembre 2006 : dépôt du permis de construire, du permis de démolir et de la demande d'autorisation spéciale de travaux en site classé.

_ 20 février 2007 : avis favorable de la Commission des sites

_ Mai 2007 : obtention de l'autorisation spéciale de travaux en site classé

_ Juin 2007 : obtention du permis de construire et de démolir

_ Juin à septembre 2007 : aménagement de la mare temporaire et sauvetage des amphibiens

_ Août 2007 : campagne de sondages archéologiques préventifs (aucun vestige mis à jour)

_ Septembre 2007 : démarrage des travaux

Pôle d'Excellence Rurale : le projet labellisé

En août 2006, la Communauté de communes Vallée de l'Hérault a obtenu le label Pôle d'Excellence Rurale (PER) pour son projet « Développement d'un pôle de performance patrimonial ». Les pôles d'excellence rurale sont des projets favorisant le développement des territoires ruraux et recevant à ce titre un financement particulier de la part de l'Etat.

Le projet labellisé consiste à structurer un réseau de pôle d'accueil et de promotion touristiques, notamment par la création de la Maison du Site au Pont du Diable et une Maison de la poterie à St-Jean-de-Fos.

Ce projet vise ainsi à valoriser les richesses et savoir-faire du territoire et à développer un tourisme de qualité tout en préservant le site. Il permettra également de mobiliser les populations locales et les filières professionnelles autour d'un projet commun et de générer des retombées économiques.

12

Le calendrier prévisionnel

TYPE DE TRAVAUX DATE

Consultation des entreprises Printemps 2007

Sondages archéologiques Août 2007

Installation de chantier Septembre 2007

Création de la nouvelle aire de stationnement Septembre 2007 à juin 2008

Fermeture du parking du pont du Diable Octobre 2007
Maçonneries paysagères Novembre 2007 à automne 2008
Création de la déviation de la RD27 Novembre 2007 à janvier 2008
Création du carrefour pour l'accès au parc de stationnement Novembre 2007 à fin janvier 2008
Création de la Maison du Site Novembre 2007 à décembre 2008
Fermeture du pont du Diable à la circulation automobile Mai 2008
Construction de la passerelle Avril 2008 à août 2008
Pose du mobilier Mai à octobre 2008

Ouverture de la nouvelle aire de stationnement et des circulations piétonnes

Juillet 2008

Plantations Automne 2008
Remise en état des abords du Pont du Diable Automne 2008
Revêtements des sols Automne 2008

Réception définitive des ouvrages 1^{er} trimestre 2009

13

Financement et partenaires

Montant total de l'opération

7 925 060 € HT

dont

Aménagements extérieurs 6 374 670,50 € HT

Maison du Site 1 550 387,96 € HT

Plan de financement

_ Aménagements extérieurs

Europe – 25 %

Etat – 14 %

Région – 15 %

Département - 25 %

Communauté de communes Vallée de l'Hérault – 21 %

_ Maison du site

Europe – 6,5 %

Etat – 27 % *au titre du Pôle d'Excellence Rurale*

Région – 17 %

Département 29,5 %

Communauté de communes Vallée de l'Hérault – 20 %

14

Au fil du chantier...

Les entreprises qui travaillent sur le chantier

_ Aménagements extérieurs :

- Terrassement de carrière / VRD : SCREG Sud Est / VALERIAN (Vendargues – 34)

- Eclairage public : SAS MARIN (St-Gély-du-Fesc – 34)
- Sols béton : SOLS Méditerranée (Milhaud – 30)
- Maçonnerie paysagère : L'Homme et la Pierre (Poussan – 34)
- Plantations : Les Jardins de Provence (Le Pouzin – 07)
- _ *Passerelle* : FREYSSINET / BONNA SABLA (Gemenos – 13)
- _ *Mobilier* : SARL Jean Faure (Grezieu la Varenne – 69)
- _ *Maison du Site* :
- Gros oeuvre : SOGEA Sud (Montpellier- 34)
- CVC Plomberie : Sanithermic Sarl (Jacou – 34)
- Electricité : BSE (St-André-de-Sangonis – 34)
- Serrurerie, menuiseries extérieures, vitrerie : O'PUR (Nîmes – 30)
- Menuiseries bois : POUJOL Daniel (Le Pouget – 34)
- Cloisons faux plafonds : Sarl Construction et rénovation du midi (Clermont l'Hérault – 34)
- Peintures Carrelage : TEFFRI Sud (Béziers – 34)
- Ascenseur PRM : Ets SAULIERE (Mazamet – 81)
- Etanchéité : Garrigues (Nîmes – 30)
- Structures modulaires : STC (Moins – 69)

15

DEVIATION DE LA RD27, Janvier 2008



Création du carrefour en T à l'entrée du parc de stationnement et Nouvelle route départementale

16

AIRE DE STATIONNEMENT

Mai 2008



17

MAISON DU SITE



Fondations **Décembre 2007**



Coulage des murs enterrés, **Janvier 2008**



Voile béton et poteaux, **Janvier 2008**



Mise en place de l'échafaudage pour le coulage du plancher, **Février 2008**



Vue de l'acrotère, **Mars 2008**



Pose des vitrages, **Avril 2008**

19

PASSERELLE PIETONNE



Débroussaillage et terrassement du lieu d'implantation et Préparation de l'échafaudage, **Avril 2008**

CHEMIN PIETON



Chemin vers St Jean de Fos, Avril 2008

20

Contacts

Communauté de communes Vallée de l'Hérault :

_ Albert SAYAG, Aménagement de l'espace

albert.sayag@cc-vallee-herault.fr

_ Laure BENE, Opération Grand Site

laure.bene@cc-vallee-herault.fr

_ Nadège BALADIE, Communication

nadega.baladie@cc-vallee-herault.fr

Equipe de maîtrise d'oeuvre :

_ **Agence APS - Paysagistes** (mandataire)

M. OTTOU & M. KNIDEL

26000 Valence - agence.aps@wanadoo.fr - 04 75 78 53 53

_ **Rudy Ricciotti - Architectes**

M. REICHERT

83150 Bandol - tr.ricciotti@magic.fr - 04 94 29 52 61

Cap Vert Infra - BET et OPC (coordination du chantier)

M. DEBICKI

38000 Grenoble - capvert.infra@orange.fr - 04 76 49 93 33

Studio Totem - Designer

M. DU CHAYLA

69000 Lyon - studio.totem@wanadoo.fr - 04 78 39 16 30

Coordinateur SPS :

Patrick OLLIER

34000 Montpellier - olliersps@hotmail.com - 04 67 69 02 91

Bureau de contrôle :

SOCOTEC - M. FUNFROCK

34000 Montpellier - benjamin.funfrock@socotec.fr - 04 67 99 87 87

Communauté de communes Vallée de l'Hérault

3, parc d'activités de Camalcé

BP 15

34150 GIGNAC

Tél. 04 67 57 07 50 – Fax 04 67 57 04 51

www.cc-vallee-herault.fr

Table des figures

Fig. 1.1 – Construction de la problématique.....	21
Fig. 1.1 – Les relations entre le paysage et les pratiques agricoles.....	35
Fig. 1.2 – La transformation des ressources intentionnelles et des ressources non-intentionnelles en actif	47
Fig. 1.3 – Le paysage et ses trois approches.....	55
Fig. 1.4 – Les différentes approches dans la méthodologie de travail.....	56
Fig. 1.5 – Les approches systémiques « hard » et « soft ».....	58
Fig. 1.6 – Exemple de « dessin riche ».....	63
Fig. 2.1 – Localisation du Pays Cœur d’Hérault dans la région Languedoc-Roussillon.....	70
Fig. 2.2 – Le terrain d’étude dans le Pays Cœur d’Hérault et dans la zone d’appellation Terrasses du Larzac	70
Fig. 2.3 – La trame topographique et hydrographique de la zone d’étude.....	73
Fig. 2.4 – Vues « paysagères » dans la zone d’études.....	76
Fig. 2.5 – Photographie aérienne du terrain d’étude.....	76
Fig. 2.6 – Unités paysagères de la zone d’étude.....	77
Fig. 2.7 – Vues paysagères dans le Pays Cœur d’Hérault.....	78
Fig. 2.8 – Occupation du sol dans la zone d’études en 2006.....	80
Fig. 2.9 – Occupation du sol dans la zone d’études en 2006.....	80
Fig. 2.10 – Labels ou autres signes distinctifs pouvant être liés à la commune de Saint Guilhem le Désert.....	82
Fig. 2.11 – Vue panoramique des monts de Saint-Guilhem et de la vallée de l’Hérault.....	83
Fig. 2.12 – Le Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l’Hérault.....	85
Fig. 2.13 – Extrait de la Carte de Cassini avec une partie de la zone d’études.....	88
Fig. 2.14 – Caves coopératives concernant la zone d’études.....	93
Fig. 2.15 – Surfaces viticoles arrachées entre les années 2005 et 2009 dans le Pays Cœur d’Hérault.....	94
Fig. 2.16 – Abandon et plantation de vignes en plaine et en coteau, respectivement.....	97
Fig. 2.17 – Nombre d’exploitations bio en France en 2012, par département.....	98
Fig. 2.18 – Evolution depuis 1995 du nombre de producteurs et autres opérateurs bio et des surfaces en mode de production biologique en France.....	99
Fig. 2.19 – Répartition régionale des surfaces viticoles en mode de production biologique en 2009 et répartition moyenne des surfaces en production végétale présentes sur les exploitations viticoles biologiques en 2009.....	99
Fig. 2.20 – Différentes parcelles de vignes sur le terrain d’études, en automne et en été.....	108
Fig. 2.21 – Organisation archétypique des paysages ruraux des campagnes européennes.....	109
Fig. 2.22 – Quelques villages de la zone d’étude et leurs espaces bâtis (Domus).....	109
Fig. 3.1 – Objectifs du Chapitre 3.....	118
Fig. 3.2 – Les cinq grandes thématiques (axes) dans l’analyse de la médiatisation du paysage à travers les photographies des sites Internet par les acteurs économiques, dans une échelle spatiale.....	124
Fig. 3.3 – Grille de lecture organisée et regroupée dans un graphique du type radar.....	125
Fig. 3.4 – Graphique du type radar construit à partir des données du Tableau 3.1.....	126
Fig. 3.5 – Grille de lecture pour l’analyse des pages d’accueil (et la construction des graphiques).....	128

Fig. 3.6 – Quelques exemples de photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le village.	130
Fig. 3.7 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le « grand » patrimoine.	130
Fig. 3.8 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le « petit » patrimoine.	131
Fig. 3.9 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le relief.	131
Fig. 3.10 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie la garrigue ou le bois.	132
Fig. 3.11 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie la faune et/ou la flore.	132
Fig. 3.12 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le sol.	133
Fig. 3.13 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le raisin.	133
Fig. 3.14 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie les vignes.	133
Fig. 3.15 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie les oliviers et/ou les olives.	134
Fig. 3.16 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le travail.	134
Fig. 3.17 – Photographie de la Cave Coopérative de Montpeyroux où j'ai identifié les éléments travail, homme et savoir-faire.	135
Fig. 3.18 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie de(s) bâtiment(s).	135
Fig. 3.19 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie l'équipement.	135
Fig. 3.20 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie le savoir-faire.	136
Fig. 3.21 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie l'homme.	136
Fig. 3.22 – Exemple de photographie où l'on identifie l'histoire personnelle.	137
Fig. 3.23 – Quelques exemples des photographies des sites Internet des acteurs économiques où l'on identifie plusieurs éléments dans une même image.	137
Fig. 3.24 – Éléments du paysage mis en valeurs sur les photographies des sites Internet par groupe d'acteurs.	139
Fig. 3.25 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments de l'histoire et de l'environnement dans leur médiatisation du paysage.	141
Fig. 3.26 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments de l'histoire, de l'environnement et de l'espace cultivé dans leur médiatisation du paysage.	142
Fig. 3.27 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement les vignes et le relief dans leur médiatisation du paysage.	142
Fig. 3.28 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement l'homme et le travail, mais encore les vignes, l'environnement et le patrimoine dans leur médiatisation du paysage.	143

Fig. 3.29 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments de l’environnement et de l’espace cultivé, mais aussi l’homme et le travail dans leur médiatisation du paysage.....	143
Fig. 3.30 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments physiques du terroir (l’espace cultivé et l’environnement), mais aussi des éléments de l’exploitation et de la maison dans leur médiatisation du paysage.....	144
Fig. 3.31 – Acteur économique du territoire qui met en valeur un peu de tous les éléments dans sa médiatisation du paysage.....	144
Fig. 3.32 – Les acteurs économiques du territoire qui mettent en valeur spécialement des éléments de la maison et de l’exploitation dans leur médiatisation du paysage.....	144
Fig. 3.33 – Comparaison entre les vigneronnes des différentes appellations d’origine par rapport à la mise en valeur d’éléments sur les pages d’accueil de leurs sites Internet.....	147
Fig. 3.34 – Acteurs qui valorisent surtout l’histoire, l’environnement et l’espace cultivé dans la mise en valeur du paysage sur les pages d’accueil de leurs sites Internet.....	148
Fig. 3.35 – Acteurs qui tiennent la médiatisation du paysage sur les pages d’accueil autour spécialement des éléments physiques liés au terroir.....	149
Fig. 3.36 – Acteurs qu’au-delà des éléments physiques du terroir portent aussi des mises en valeur vers l’exploitation et la maison, famille sur les pages d’accueil.....	149
Fig. 3.37 – Extrait de la Carte de Cassini du terrain d’étude.....	153
Fig. 4.1 – Objectifs du Chapitre 4.....	160
Fig. 4.2 – Distribution spatiale et nombre de vigneronnes (autonomes) enquêtées, par commune.....	161
Fig. 4.3 – La diversité des visions de monde autour du paysage par les producteurs.....	188
Fig. 4.4 – Nombre de producteurs par commune, qui mettent en valeur le « paysage domestique / du quotidien » dans leurs discours.....	190
Fig. 4.5 – Nombre de producteurs par commune, qui mettent en valeur le « paysage des loisirs » dans leurs discours.....	192
Fig. 4.6 – Le lac du Salagou et ses alentours, vue aérienne à partir de Salelles du Bosc.....	194
Fig. 4.7 – Nombre de producteurs par commune, qui mettent en valeur le « paysage comme ressource commerciale (liée à leur activité), qu’il faut préserver » dans leurs discours.....	195
Fig. 4.8 – Nombre de producteurs par commune, qui mettent en valeur le « paysage patrimoine » dans leurs discours.....	197
Fig. 4.9 – Vue aérienne, Montpeyroux, Mont Baudille.....	202
Fig. 4.10 – L’arrachage et l’abandon des vignes à Lodève, envahies par les friches est évident dans cette photo.....	209
Fig. 4.11 – Carrière à Aniane.....	215
Fig. 4.12 – Projet d’aménagement des abords du Pont du Diable, opération Grand Site Saint Guilhem le Désert et Gorges de l’Hérault. Source : Vallée de l’Hérault, carnet de bord, 2008.....	217
Fig. 4.13 – Maison du Grand Site, au sein du Grand Site de France® « Saint Guilhem le Désert – Gorges de l’Hérault », entre Aniane et le pont du Diable.....	218
Fig. 4.14 – Photographie aérienne du Pont du Diable et de ses abords, où l’on observe le projet d’aménagement mis en place.....	218
Fig. 4.15 – Le jardin d’essences méditerranéennes du Mas de la Séranne.....	220
Fig. 4.16 – Les propriétaires du Mas de la Séranne, avec l’entrée du caveau en arc au fond, sa seule partie visible à l’extérieur.....	220
Fig. 4.17 – Parcelle de vigne en pergola au Domaine Villa Dondona.....	221

Fig. 5.2 – Découpages administratifs du Pays Cœur d’Hérault, avec ses trois communautés de communes.	240
Fig. 5.3 – Rencontre amicale d’été (grillade) et récolte des olives par l’association « Les Amis des Vieux Oliviers » à Puéchabon.....	245
Fig. 5.4 – Territoires de forte exigence environnementale dans le Pays Cœur d’Hérault.....	256
Fig. 5.5 – Dimension spatiale des actions de l’échantillon, leur « nature » (collective ou publique) et leurs protagonistes.....	258
Fig. 5.6 – Localisation des actions sur le terrain.....	259
Fig. 5.7 – Les « types » de paysages mobilisés (« paysage donné à voir » et « paysage vécu ») et ses éléments ou « dérivations »	269
Fig. 5.8 – Les paysages, leurs éléments et leurs « catégories » mobilisés dans les actions publiques et les actions collectives	275
Fig. 5.9 – Les relations entre les actions collectives et publiques et les paysages	278
Fig. 5.10 – « Système » d’actions collectives et publiques autour des paysages dans le terrain d’étude.....	279
Fig. 6.1 – Schéma de la construction du dessin riche à partir des approches analysées précédemment...287	
Fig. 6.2 – « Dessin riche » (rich picture) qui représente les paysages complexes du piémont et des contreforts du Larzac	294
Fig. 6.3 – Exemple de carte de système des constructions mal intégrées aux paysages du piémont et des contreforts du Larzac	296
Fig. 6.4 – Exemple de diagrammes d’influence dans la région du piémont et des contreforts du Larzac. 297	
Fig. 6.5 – Le cycle de questionnement/apprentissage à travers le dessin riche (situation–problème perçue dans le monde réel).....	298

Table de matières

Introduction	17
Chapitre 1 – Le paysage : de sa source académique à la ressource territoriale	27
Introduction	27
1.1 Les origines du paysage	29
1.2 Le paysage en géographie	30
1.2.1 Le paysage et la géographie de Vidal de La Blache	31
1.2.2 Le paysage et la géographie sociale et culturelle	32
1.2.3 Le paysage et la géographie rurale	33
1.3 Le paysage vu et le paysage vécu	36
1.3.1 Le paysage vu	36
1.3.2 Le paysage vécu	39
1.4 Le paysage une ressource pour le développement	41
1.4.1 Une demande sociale croissante de paysage et de nature en milieu rural	41
1.4.2 L'apport de l'économie territoriale	44
1.4.3 Le paysage comme ressource territoriale	47
1.4.4 Le processus d'activation : de la ressource paysagère au développement territorial	48
1.5 Problématique, hypothèses et méthodologies : la construction du chemin	52
1.5.1 Hypothèses	53
1.5.2 Différentes approches du paysage pour la construction d'un « paysage riche » : où les regards font plus que la somme des parties	54
1.5.3 La pensée et la pratique systémique : un outil pour penser l'action et le développement territorial à travers le paysage relationnel	57
1.5.4. Les dessins riches de Peter Checkland	62
Conclusion	64
Chapitre 2 – La Connaissance du Paysage : le Piémont et les Contreforts du Larzac	67
Introduction	67
2.1 Délimitation de la région d'étude	69
2.2 Le pays Cœur d'Hérault : des paysages riches et divers	74
2.3 L'occupation des sols : un territoire viticole et « naturel »	79
2.4 Le Grand Site Saint Guilhem le Désert – Gorges de l'Hérault : un élément fédérateur pour les communes	81
2.5 L'histoire et développement de l'activité viticole en Languedoc et la zone d'étude : un espace agricole en mutation	86
2.6 Nouveaux temps pour la viticulture du territoire : qualité, méthodes de travail et les néo-vignerons	94
2.7 Trois appellations d'origine dans la zone d'étude, trois cas différents	101
2.8 Les espaces organisationnels des paysages au piémont et aux contreforts du Larzac : diversité et complexité dans l'ensemble, le paysage n'est pas que viticole	106
2.9 Les acteurs du paysage viticole et leur art de vivre : « on aime ce qu'on fait »	110

Conclusion.....	114
Chapitre 3 – Le Paysage donné à voir par les acteurs économiques.....	117
Introduction.....	117
3.1 Matériaux et méthodes.....	121
3.1.1 La collection d’images.....	123
3.1.2 Les pages d’accueil.....	126
3.1.3 Les mots-clés et « une autre façon de montrer le paysage ».....	128
3.2 La médiatisation du paysage à travers les images : l’analyse des photographies.....	129
3.2.1 Les éléments médiatisés dans les images.....	129
3.3 La médiatisation du paysage sur les pages d’accueil.....	145
3.4 Analyse de mots-clés sur les sites Internet.....	149
3.4.1 Les Appellations d’Origine.....	153
Conclusion.....	154
Chapitre 4 – Le Paysage Vécu des Producteurs.....	157
Introduction.....	157
4.1 Profil des vignerons enquêtés.....	160
4.1.1 Des hommes et des femmes : l’activité est aujourd’hui menée et assumée par les deux sexes.....	160
4.1.2 Origine et trajectoire.....	162
4.1.3 Profil de l’activité.....	175
4.2 Le paysage à travers les mots : des paysages « invisibles » ?.....	185
4.2.1 Le paysage dans la vision des acteurs.....	186
4.2.2 Le paysage et ses symboles.....	198
4.2.3 Le paysage avec un fond sentimental ou patrimonial.....	203
4.2.4 Le paysage et les caves coopératives : quels problèmes et quelles perspectives ?.....	206
4.2.5 Le paysage et les « éléments gênants » ou l’urbanisation : des externalités négatives.....	211
4.2.6 Le paysage et les circuits courts.....	221
4.2.7 Une vraie crise, ou pas de tout ?.....	222
Conclusion.....	225
Chapitre 5 – Le Paysage dans les actions collectives et publiques.....	231
Introduction.....	231
5.1 Matériaux et méthodes.....	234
5.2 Les actions collectives et publiques « locales » : objet de l’analyse.....	236
5.2.1 L’échantillon d’actions dans l’analyse.....	236
5.2.2 Les protagonistes derrière les actions.....	238
5.2.3 Les objectifs des actions : entre l’immatériel et l’économique.....	248
5.2.4 Des actions liées au maintien des paysages : depuis quand ?.....	252
5.2.5 Les dimensions spatiales des actions : où se passent-elles ?.....	257
5.2.6 Les instruments et les stratégies des actions.....	261
5.2.7 Existe-t-elle une corrélation entre les actions et « le paysage de la vigne et/ou de l’olivier »?.....	265
5.3 Quels paysages figurent dans les actions ?.....	268
5.3.1 Les paysages « donnés à voir » : l’image toujours présente.....	269
5.3.2 Les « paysages vécus » mobilisés dans les actions collectives et publiques.....	272
5.3.3 Les paysages mobilisés davantage dans les actions : la « combinaison » de différents paysages.....	274
5.4 Les actions et le maintien des paysages : dans quel sens tournent les relations ?.....	278
Conclusion.....	280

Chapitre 6 – Un Paysage Collectif pour l’Avenir : la construction du dessin riche.....	283
Introduction	284
6.1 Le dessin riche : pourquoi avoir ce « nouveau regard » sur le paysage ?	288
6.2 La construction du dessin riche pour représenter les paysages complexes du piémont et des contreforts du Larzac.....	290
Conclusion.....	300
Conclusion.....	303
Bibliographie	313
Annexe 01 : Le programme PATERMED.....	335
Annexe 02 : Comment les acteurs s’identifient par rapport au Larzac ?	339
Annexe 03 : Le CATWOE et la compréhension de la <i>Weltanschauung</i>	343
Annexe 04 : Grille d’analyse de la typologie et des discours des producteurs par rapport à leur « paysage vécu ».....	347
Annexe 05 : Extrait de la grille d’analyse des actions publiques et collectives sur le terrain d’études	351
Annexe 06 : Projet d’Aménagement des abords du Pont du Diable	353

Les paysages dans leur complexité : une ressource pour le développement territoriale du piémont et des contreforts viticoles du Larzac

Avant de devenir objet de préoccupations politiques et d'aménagement de l'espace, le paysage a été sujet dans les plus différents et divers courants de la pensée scientifique. Aujourd'hui, le paysage occupe une place importante et croissante dans les politiques et les actions publiques, notamment dans le cadre des problématiques de développement durable à l'échelle des territoires. Il sort ainsi de la « connaissance scientifique » vers « l'agir dans le monde ». Cette thèse se propose d'étudier dans quelles mesures les paysages du piémont et des contreforts du Larzac – marqués par la vitiviniculture – peuvent être un élément moteur dans les processus de développement territorial durable. Avec l'appui de la théorie des ressources territoriales, cette thèse propose dans un premier temps d'éclairer comment le paysage devient ressource. La conception et les dynamiques du paysage sont complexes et souvent difficilement saisissables par les acteurs du territoire, ce qui complique les processus de valorisation et d'activation de la ressource. Avec l'appui de la pensée systémique, ce travail de recherche propose donc une « nouvelle forme » de représenter les paysages dans leur complexité- le dessin riche. Ceci est un outil efficace pour les acteurs locaux dans les processus d'autoréflexion et d'auto-apprentissage, qui permettent la définition de stratégies et d'actions qui activent la ressource pour promouvoir un développement territorial durable et le maintien des paysages non simplement « beaux », mais aussi « vivants », avec la participation et selon les regards des acteurs.

Mots-clés : paysage, ressource, développement territorial, approche systémique, vitiviniculture, représentation du paysage, dessin riche (*rich picture*).

Landscapes in their complexity: a resource for territorial development of the viticultural Piedmont and foothills from Larzac

Before becoming subject of political and spatial development concerns, landscapes have been subject into the most different and various currents of scientific thought. At present, landscapes have an important and increasing role into politics and public actions, particularly in the sustainable territorial development. Landscapes therefore “leave” from the scientific knowledge to “act in the world”. They are then auspicious to be a resource to engender territorial development. The conception and dynamics of landscapes are though complex and often difficult to be understood (into their complexity) by the actors from the territory, which complicate the process of resource activation. The aim of this thesis is to study how the landscapes from the Larzac piedmont and the foothills – characterized by the vitiviniculture – can be a driving force into the process of (sustainable) territorial development. With support of systems thinking, this research also provides a "new method" to represent landscapes in their complexity. This representation is an efficient tool for local actors to self-reflection and self-learning processes that allows strategies definition and actions to activate the resource and then promote sustainable territorial development, as well as the maintenance of a “beautiful” but also “living” landscape, with actors' visions and participation.

Key words: landscape, resource, territorial development, systemic approach, viticulture, landscapes representation, rich picture.