

Titre du papier

Paysage et développement local

Auteur

François Facchini

CES Université de Paris 1 (Equipe, MATISSE) et Université de Reims (France)

<http://matisse.univ-paris1.fr/facchini>

facchini@univ-paris1.fr

Version provisoire, ne pas citer



2èmes journées de recherches en sciences sociales

INRA SFER CIRAD

11 & 12 décembre 2008 – LILLE, France

INTRODUCTION

Cet article se propose d'expliquer pourquoi le paysage contribue au développement local. Le paysage est défini comme une étendue vue d'un point de vue. Il est un bien joint à l'usage du sol (Facchini 1993, 1997). Initialement le paysage est un bien commun ou un bien libre. Il n'est ni un bien collectif ni un bien privé. Il n'est pas un bien collectif au sens de Samuelson (1954) parce qu'il n'est pas le résultat d'un acte de production. Il n'est pas un bien privé parce qu'il est accessible à tous sans exclusivité et sans rivalité. Le paysage comme bien libre peut cependant devenir soit un bien privé soit un bien collectif. Il sera, alors, produit, offert par les entrepreneurs pour répondre à la demande. Le paysage entre dans le calcul économique des agents dès qu'il est à l'origine d'une opportunité de profit autrement dit dès qu'il est capable de générer un échange mutuellement avantageux non encore exploité par le marché. Le développement local est initié par la vigilance au profit des entrepreneurs (Facchini et Koning 2008a et 2008b).

Le paysage contribue, dans ces conditions, au développement local s'il est à l'origine d'une opportunité de profit non encore exploitée par les acteurs sur le marché. L'origine du profit est la demande des consommateurs. L'entrepreneur est, en effet, toujours payé par les consommateurs en échange d'un service. Les consommateurs demandent du paysage et sont prêts à payer pour le consommer. Cette demande de paysage peut s'expliquer par l'augmentation du niveau de vie. La société trouve que le coût marginal du service d'un actif non productible croît relativement au coût marginal des biens reproductibles. L'augmentation des revenus dans les sociétés riches conduit à faire d'un bien de luxe un bien normal, à créer la demande de paysage (Facchini 2007). Les individus deviennent demandeurs de paysage de qualité. Ils expriment cette demande en payant plus cher leur logement, en se déplaçant, en soutenant des politiques publiques locales favorables à l'amélioration de leur cadre de vie et la valeur esthétique de l'espace en particulier (Facchini 1994) et/ou en acceptant de payer pour entrer sur un site protégé. Les entrepreneurs offrent du paysage parce qu'ils peuvent en tirer un profit.

Le paysage n'est pas, cependant, la seule source de profit. Certains entrepreneurs peuvent estimer qu'il est préférable de mobiliser le territoire pour entasser des carcasses de voiture, élaborer un parc éolien et/ou traiter les ordures ménagères. Ils préfèrent exploiter des opportunités de profit qui ne valorisent pas la qualité des paysages. Ce choix a des effets sur le niveau des profits des activités qui exploitent la demande de paysage.

Il est soutenu dans cet article que le paysage contribue au développement local parce qu'il est demandé et à l'origine de profits pour les entrepreneurs. -1- Une première section décrit les conditions sous lesquelles l'exploitation de la demande crée de la richesse. Le paysage est une source de création de richesse parce qu'il peut être un extrant ou un intrant. Comme intrant il peut agir sur la productivité des facteurs de production (1), sur la localisation des firmes (2) et/ou sur le prix de services comme le logement, l'hébergement, les repas, les produits du terroir, etc. -2- Une deuxième section rappelle que la rentabilité de l'exploitation de la demande de paysage ne suffit pas pour s'engager dans ce type d'activité. Il faut que les profits

issus de tels activités soient supérieurs aux profits d'activités *a paysagères*. La deuxième section envisage la situation où les activités *a paysagères* nuisent aux profits des activités de mise en valeur du paysage. Elle traite des effets des externalités sur la stratégie des entrepreneurs. -3- La conclusion réunit l'ensemble de ces résultats et soutient que le paysage ne participe au développement local que s'il est à l'origine d'une dynamique entrepreneuriale favorable à l'exploitation de la demande de paysage et défavorable aux activités *a paysagères*.

1 Offre et demande de paysage : les conditions d'une relation positive entre paysage et développement économique

L'objectif de cette première section est d'intégrer le paysage dans la dynamique de la production de biens et services.

Généralement la théorie économie décrit le processus de création de richesse comme un processus d'affectation des ressources rares. L'entrepreneur ou plus exactement le producteur maximise ses profits sous contrainte de coût. La théorie de l'entrepreneur complète cette approche en montrant, d'une part, l'importance des déséquilibres de prix dans le processus de recherche de profit et en insistant, d'autre part, sur les qualités de vigilance au profit des entrepreneurs. Elle rappelle que la composition de la fonction de production est le résultat de la vision des affaires de l'entrepreneur et non d'un calcul d'optimisation où l'individu n'a le choix que d'une solution parmi une. Elle rend ainsi impossible la substitution d'un système d'affectation centralisé à un système décentralisé par les prix. Elle rappelle, enfin, que l'entrepreneur est celui qui fait d'un objet, d'un service une ressource rare. La notion de ressource suppose un savoir et ce savoir sur l'usage des biens, autrement dit leur utilité sociale n'est pas le même dans un système décentralisé où l'entrepreneur prend toute sa place et un système centralisé. Ces résultats acquis on peut dire que le paysage contribue au développement économique d'un territoire dès lors qu'il entre dans le calcul économique des agents. Il entre dans le calcul économique des agents de deux manières comme bien final (extrant) (1.1) et/ou comme facteur de production (intrans) (1.2). Dans les deux cas c'est l'existence d'une demande solvable de paysage qui explique l'attitude des entrepreneurs vis-à-vis du paysage. C'est la demande qui fait du paysage une ressource.

1.1 Le paysage comme bien final et création de richesse

Le paysage est un bien final lorsqu'il agit directement sur les recettes de l'entreprise. Les recettes issues de la vente du paysage comme bien final dépendent du nombre de ticket d'entrée vendu et des coûts de l'exclusivité ($p.Q$) avec p les prix des tickets d'entrée, et Q le nombre de visiteur. Le paysage a ici la nature d'une peinture. Les consommateurs engagent des revenus pour le voir, le sentir, l'entendre. L'espace, comme pour l'ensemble de ces biens artistiques, exclut ceux qui ne paient pas pour son usage. Le mur est la protection la plus sûre. Il est possible, dans ces conditions, d'investir des ressources pour rendre exclusif le paysage, le privatiser.

$$(1) \pi = p.Q - \text{coûts} = p.Q - (wL + iK + rT),$$

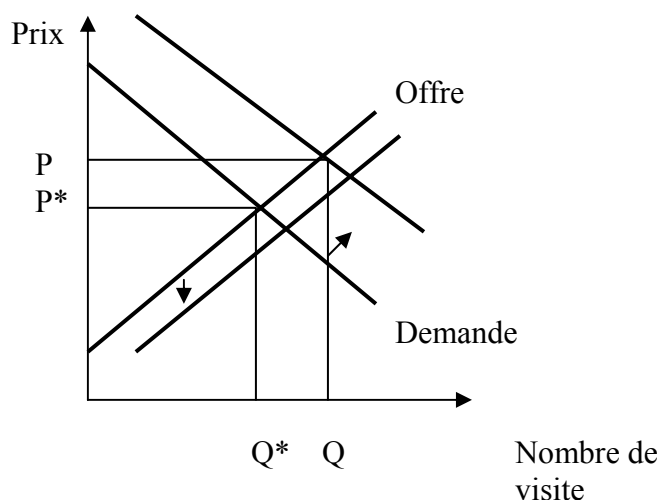
avec w le salaire,

L le travail,
i le taux d'intérêt
K le capital,
r la rente foncière
T la terre.

Dans le modèle microéconomique le plus simple le producteur maximise son profit sous sa contrainte de production. A l'optimum le prix du paysage (ticket) est égal à son coût marginal. Toute augmentation de la demande augmente les profits et favorise le déplacement des facteurs de production vers cette activité. La privatisation des paysages est la conséquence d'une telle exploitation de la demande.

L'entrepreneur rend le paysage exclusif afin de le vendre. Il rend le paysage exclusif en achetant la propriété du sol et/ou en signant des contrats avec les autres propriétaires (Facchini 2007). Il engage des ressources pour monter un mur, interdire l'accès, empêcher ceux qui ne paient pas de consommer le paysage. Dans un monde de rationalité parfaite on peut dire qu'il égalise le coût marginal de la mise en œuvre de l'exclusivité à ses bénéfices marginaux. On peut décrire cette évolution par un graphique d'offre et de demande (Graphique 1).

Graphique 1 : Offre et demande de paysage



Le déplacement de la demande vers la droite traduit l'augmentation de la demande de paysage et l'ajustement de l'offre.

L'offre de paysage comme extrant dépend de l'évolution du prix des facteurs de production. La courbe d'offre se déplace vers la droite lorsque les coûts marginaux de chaque unité de facteur (travail, capital ou terre) diminue, autrement dit lorsque les salaires, le taux d'intérêt et la rente foncière baisse. Cela signifie que lorsque le prix des biens agricoles baisse l'offre de paysage a tendance à augmenter (Facchini 1995b). Cela signifie aussi que lorsque le prix de l'exclusivité baisse la privatisation du paysage s'intensifie.

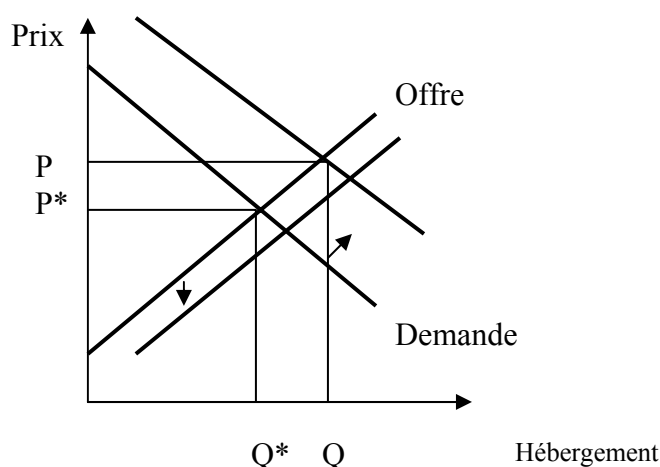
1.2 Le paysage comme intrant et création de richesse

Le paysage est un facteur de production lorsqu'il entre dans la fonction de production d'autres biens. Les travaux de Candau, Ginelli, Michelin, Ménadier, Rapey, Dobremez, Perret et Vollet, de Mollard (2003) ou de Pecqueur (2001) analysent l'effet du paysage sur le développement local de cette manière.

Paysage et augmentation du prix des biens et services

Le paysage est une caractéristique de l'offre des biens complexes territorialisés. Les consommateurs valorisent la proximité et l'identité territoriale du bien. Ils sont prêts à payer plus et/ou à choisir un bien territorialisé plutôt qu'un bien sans identité territoriale. Cela explique l'investissement que les producteurs font dans l'image de leurs territoires et/ou dans le territoire. Graphiquement le paysage est l'origine du déplacement de la courbe de demande d'un certain nombre de biens et services vers la droite.

Graphique 2 : Paysage et offre et demande d'hébergement



Ce déplacement de la courbe de demande vers la droite peut-être interprété de trois manières. Deux interprétations sont sources d'erreurs, la troisième nous paraît correcte.

-1- On peut, tout d'abord, soutenir, que le prix du paysage est la somme de toutes les rentes et qu'il intègre, de ce fait, la qualité du paysage. Toute augmentation de la demande de paysage provoque une augmentation du prix des terres capable d'y répondre. Le paysage est pris en compte dans le calcul économique des producteurs au moment de l'achat du sol.

Ce raisonnement se place dans ce que Mises appelle un monde imaginaire où l'économie tourne en rythme uniforme. « *Dans un tel monde tous les facteurs reçoivent un prix en fonction des services qu'ils rendront en divers moments de l'avenir, compte tenu de la préférence de temps. La terre productrice de rente, c'est-à-dire celle qui comparée à la terre marginale rapporte davantage par unité de capital et de travail, reçoit un prix en fonction du degré de cette supériorité. Son prix est la somme de toutes ses rentes futures, chacune d'elles affectée d'un escompte au taux de l'intérêt originaire* » (Mises 1985, Chapitre XXII de *l'Action Humaine*).

Dans le monde réel, autrement dit en économie de marché les prix reflètent les jugements des agents sur les prix de marché des services rendus par le sol. Il est possible, dans ces conditions, qu'ils ne perçoivent pas l'effet de la demande de paysage sur le prix du sol. Les agents sont dans l'incertitude. Ils sont prêts à acheter plus cher un terrain s'ils pensent que la demande de paysage lui donnera un prix plus élevé demain. La qualité du paysage peut, dans ces conditions, être à l'origine d'une augmentation du prix de la terre, mais cet effet n'est pas mécanique. Cela laisse une place à l'entrepreneur. C'est lui qui perçoit l'opportunité de profit que représente l'achat d'une terre située dans un paysage de qualité. Il anticipe une variation de prix que les autres ignorent.

-2- On peut, ensuite, arguer que le paysage est à l'origine d'une rente différentielle et d'une rente résiduelle au sens de Ricardo.

Pour Ricardo, en effet, des terres de différentes qualité et fertilité produisent des revenus différents par unité d'intrant. Cela est juste. Un homme qui dispose d'un meilleur outil a de meilleurs rendements qu'un homme qui a des outils moins pratiques. Pour un même nombre d'heure il produit plus. Un homme plus habile et plus laborieux gagne plus que ses compétiteurs moins talentueux et moins industriels. Une terre localisée sur un paysage de qualité peut, de la même manière, être à l'origine de revenus plus élevés. Cet effet de la qualité du paysage sur le prix de la terre s'explique par la manière dont la demande évalue le service rendu par cette terre. La qualité du paysage rend des services. Ces services sont appréciés et valorisés. Comme le dit Mises « *quelqu'un qui ne ressent pas les mérites d'un tableau peut trouver étrange que les collectionneurs soient prêts à payer plus cher pour un tableau de Vélasquez que pour ce lui d'un artiste moins talentueux* ». Personne ne s'étonne que l'agriculteur paie plus cher pour une terre réputée plus fertile. Il est utile, dans ces conditions, de rendre compte de la place du paysage dans la stratégie de différenciation des producteurs (Candau et al. 2007).

Ce qui n'est pas correct, en revanche, c'est de lier la rente différentielle à la notion de coût réel autrement dit de soutenir que le paysage est à l'origine d'une rente résiduelle.

La notion de rente résiduelle utilisée par Mollard (2003, p.41) par exemple et l'ensemble des travaux qui s'inspire de son approche n'existe pas, du moins dans le cadre d'une théorie subjective de la valeur. L'explication moderne ou subjective des prix des facteurs repose sur le consentement à payer des consommateurs. « *La raison pour laquelle le vin de Bourgogne se vend plus cher que le Chianti n'est pas dans le prix plus élevé des vignes bourguignonnes par rapport à celles de Toscane.*

La causalité est en sens inverse. Parce que les gens sont prêts à dépenser davantage pour du Bourgogne que pour du Chianti, les vigneronns sont prêts à payer plus cher des vignobles en Bourgogne qu'en Toscane » (Mises 1985, Chapitre 29). Dans l'économie ricardienne la rente résiduelle apparaît si le prix est supérieur au coût réel. C'est ce qui fonde l'existence d'une rente de qualité territoriale (Mollard 2003, 2001). C'est parce que le coût de production d'un bien ou d'un service est égal alors que les prix sont plus élevés qu'il existe une rente. L'origine de cette conception de la rente nous dit Mises est de penser le problème de la détermination des prix comme subordonnée au problème de la distribution de la richesse. Cela conduit à penser le profit comme un résidu, ce qu'il n'est pas.

La théorie de l'équilibre ou l'économie du monde imaginaire nie tout simplement l'existence de ce résidu en supposant que les producteurs déterminent leur quantité de production jusqu'à ce que le coût que la dernière unité produite s'égalise à son prix. Dans un tel monde il n'y a pas de rente mais un surplus. Il n'y a pas d'écart entre le prix et le coût marginal.

Dans l'économie de marché réelle il n'y a pas non plus de rente résiduelle, mais des profits purs. Le prix des biens et services et des facteurs de production est déterminé par le consentement à payer des consommateurs. Le prix de la chambre d'hôtel, du Saint Nectaire et/ou tout autre bien et service dépend du consentement à payer des consommateurs, autrement dit du service rendu. Les biens et services ne sont pas vendus plus chers que les autres parce qu'ils coûtent plus chers. Le paysage n'est pas à l'origine d'une rente résiduelle parce qu'il permet de vendre plus cher un bien sans faire varier son coût. Il est simplement à l'origine d'un profit pur, d'un échange mutuellement avantageux que personne n'avait perçu auparavant.

Cette conclusion a au moins deux conséquences. -1- Elle donne, tout d'abord, une place à l'entrepreneur, autrement dit à l'agent qui réussit mieux que les autres à prévoir à temps que le paysage va être un facteur de différenciation. Il faut, pour cette raison, cesser de penser que les profits sont un résidu qui reste lorsque la terre, le travail, et le paysage ont été payés. Le paysage est à l'origine d'un pur profit. Ce pur profit n'apparaît au grand jour que si l'entrepreneur le découvre. Le paysage peut aussi être à l'origine de pertes si les anticipations des entrepreneurs s'avèrent faussent.

-2- Elle conduit, ensuite, à soutenir que l'entrepreneur est à l'origine de la prise de conscience des populations locales de la valeur économique de leur paysage. Il réalise par la vision des affaires de l'entrepreneur que leur territoire, leur propriété foncière vaut plus qu'il ne l'imaginait. L'activité de recherche de profit des entrepreneurs peut être, pour cette raison, à l'origine d'une bulle spéculative. Tout le monde perçoit dans le paysage une source de plus value foncière. Cela peut créer une pression à la hausse sur les prix et un intérêt économique pour le paysage et *in fine* une demande de protection.

Paysage et productivité des facteurs de production

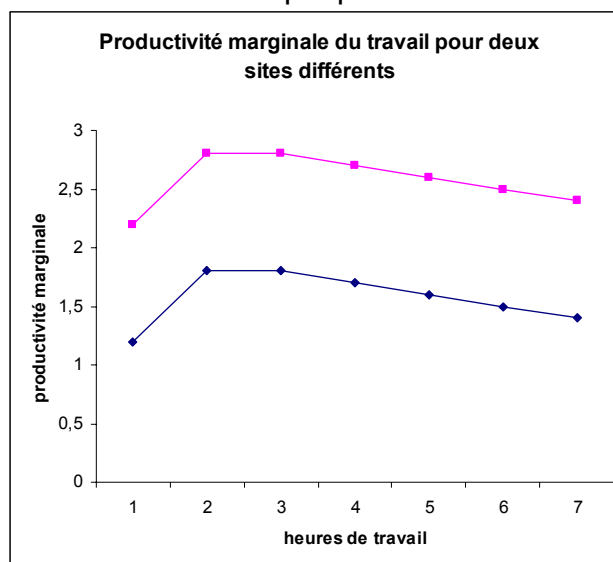
Le paysage joue aussi sur le développement local *via* la productivité des facteurs. La productivité du travail est sous cette hypothèse fonction de la qualité du paysage. Un

chercheur est plus productif s'il travaille en haut d'une tour où il peut admirer la beauté de la ville que s'il est confiné dans une cave. Le tableau 1 résume l'effet possible du paysage sur la productivité du travail. La terre et le capital sont supposés fixes.

Tableau 1

Travail	Production sur un site 1	Production sur un site 2	Productivité du travail sur le site 1	Productivité du travail sur le site 2
0	0	0	1,2	2,2
1	1,2	2,2	1,8	2,8
2	3,6	4,6	1,8	2,8
3	5,4	6,4	1,7	2,7
4	6,8	7,8	1,6	2,6
5	8	9	1,5	2,5
6	9	10	1,4	2,4
E	9,8	10,8		

Graphique 3



Cette hypothèse est plausible. Elle n'est pas non plus évidente. Sous la théorie subjective des prix il existe une autre manière de traiter l'effet de la demande de paysage sur la productivité des facteurs. Dans ce cas le prix des facteurs de production dépend strictement du prix des biens finaux, dans notre exemple du prix de l'hébergement. La demande de paysage favorise une augmentation du prix de l'hébergement (Graphique 2). Le niveau des salaires dépend du prix que les clients consentent à payer pour le service rendu $w=f(p)$. L'entrepreneur propose aux salariés de travailler pour lui, sachant qu'il va pouvoir rendre son offre attractive parce qu'il voit dans le paysage une opportunité que les autres entrepreneurs n'exploitent pas. Il se différencie. Il a une vision des affaires qui séduit les salariés qu'ils emploient. Le paysage joue alors sur le niveau des salaires, le niveau de la demande locale et *in fine* le développement local parce qu'il crée des opportunités d'échange pour d'autres entrepreneurs dans d'autres secteurs d'activités. L'exploitation de la demande de paysage est ici à l'origine d'un cercle vertueux où l'entrepreneur crée l'entrepreneur.

Le paysage entre donc dans le calcul économique des entrepreneurs. Il participe à cette occasion à la création d'entreprise parce qu'il est à l'origine d'opportunités de profit de plusieurs manières. Le paysage participe à la création de richesse pour quatre raisons. -1- Le paysage accroît la productivité des facteurs. -2- Le paysage est pour un certain nombre de biens et services une condition favorable à l'investissement et à la localisation des firmes. -3- Le paysage permet de vendre certains services plus chers. -4- Le paysage est un bien final demandé par les consommateurs. Il est directement à l'origine de profits monétaires.

L'offre de paysage comme bien final oblige l'entrepreneur à rendre son service exclusif. L'exploitation du paysage comme intrant favorable à l'augmentation des prix et/ou à la différenciation de biens et services n'oblige pas l'entrepreneur à rendre le paysage exclusif. Le paysage reste un bien collectif local. L'espace exclut, mais une fois sur le site tout le monde le consomme. Une telle stratégie expose l'entrepreneur à des effets externes négatifs de la part d'autres choix entrepreneuriaux et à des effets externes positifs. Les entrepreneurs ne sont pas, en effet, tous sensibles aux intérêts économiques de l'exploitation de la demande de paysage. Ils peuvent percevoir dans d'autres usages du sol des opportunités de profit. Les usages du sol entrent alors en conflit parce que le choix des uns a des effets sur le niveau des profits des autres. Ce sont ces effets que nous souhaiterions discuter dans une deuxième section.

2 Concurrence entre l'usage des ressources rares et profitabilité de l'exploitation de la demande de paysage

L'entrepreneur cherche le meilleur profit compte tenu de ce qu'il sait et de ces compétences. Il cherche l'activité économique qui lui sera la plus profitable et non l'activité la plus profitable. Il arbitre entre différents types d'usage du sol (2.1). S'il délaisse les profits issus de l'exploitation de la demande de paysage il peut être à l'origine d'externalité négative. Ses choix peuvent nuire à la qualité du paysage et conduire à une baisse des profits issus de l'exploitation de la demande de paysage (2.2). Inversement s'il choisit d'exploiter cette demande il sera à l'origine d'externalités positives et d'une spécialisation du territoire autour de la mise en valeur du paysage (2.3).

2.1 Concurrence et profitabilité de l'exploitation de la demande de paysage

L'entrepreneur arbitre entre deux types de profit. Les profits issus d'activités qui mettent en valeur le paysage- π_1 - et les profits issus d'activité *a paysagère*- π_2 -. On peut écrire π_1 - et π_2 - de la manière suivante :

$$(2) \pi_1 = p_1Q_1 - C_1(Q_1)$$

$$(3) \pi_2 = p_2Q_2 - C_2(Q_2)$$

Q_1 correspond à toutes les activités qui intègrent le paysage dans leur calcul économique (hébergement, logement, repas, activités récréatives, sport, loisir, randonnée, etc.). Q_2 renvoie à toutes les activités qui ignorent la demande de

paysage. La fonction de coût pour les deux types d'activité est supposée identique et de la forme suivante :

$$(4) C_1(Q_1) = Q_1^2 + 100Q_1 - 10$$

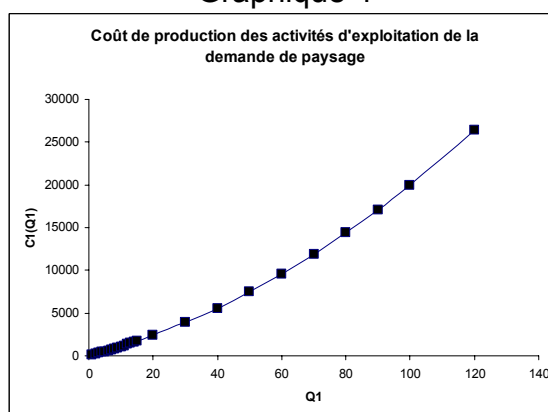
$$\text{soit } \pi_1 = p_1Q_1 - Q_1^2 - 100Q_1 + 10$$

$$(5) C_2(Q_2) = -Q_2^2 + 100Q_2 + 10$$

$$\text{soit } \pi_2 = p_2Q_2 - Q_2^2 - 100Q_2 + 10$$

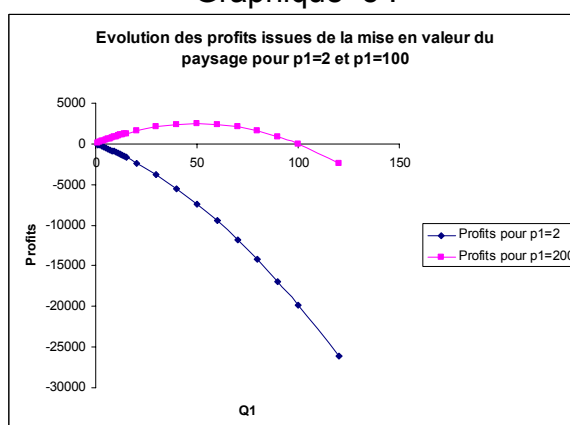
Le graphique 4 indique que le coût de production du bien Q_1 baisse à partir d'une certaine quantité. On suppose qu'il y a des économies d'échelle.

Graphique 4



Le graphique 5 représente l'évolution des profits pour différents niveaux de production de bien Q_1 . Il montre que pour un prix des services ou d'entrée (ticket) de 2 l'entrepreneur commencera à dégager des profits pour un niveau de $Q_1=98,1$ alors que pour un prix de 100 l'entrepreneur sait que son activité est profitable pour $Q_1=3,1$. La comparaison de la rentabilité des deux types d'activité paysagère et non paysagère est représentée par un graphique similaire au graphique 5.

Graphique 5 :



L'entrepreneur hiérarchise les activités en fonction de leurs profits anticipés. L'évolution des coûts relatifs et des prix relatifs sont les déterminants de cette hiérarchie. A coûts fixes une augmentation du prix du paysage ne favorise l'offre de

paysage que si le prix des autres activités augmente moins vite que le prix du paysage. Une augmentation des prix du blé, des biens agricoles, de l'énergie éolienne, des panneaux publicitaires, des ateliers industrielles, du retraitement des déchets industriels, etc. conduit, dans ces conditions, les entrepreneurs à investir leur ressource dans des activités *a paysagères*. Un tel investissement s'accompagne d'externalités négatives qui nuisent à la profitabilité des activités qui exploitent la demande de paysage (2.2). L'entrepreneur qui en revanche choisit d'exploiter la demande de paysage participe à la constitution d'une dynamique de croissance autour de la mise en valeur du paysage (2.3). Les externalités sont donc négatives lorsque Q2 augmentent et positives lorsque Q1 total augmente.

2.2 Externalités et profitabilité de l'exploitation de la demande de paysage

L'entrepreneur qui choisit d'implanter des panneaux publicitaires, une décharge d'ordures ménagères, une zone de retraitement des déchets nucléaires ou un parc éolien nuit à la profitabilité de toute les activités qui exploitent la demande de paysage. L'existence de tels externalités rend les profits issus de l'exploitation de la demande de paysage dépendants des décisions des entrepreneurs qui s'engagent dans un développement *a paysager*. Il existe, pour cette raison, une relation entre π_1 et π_2 car π_1 dépend de la valeur de Q2. Le niveau de production de Q2 a un effet sur le prix des services d'hébergement, de repas, etc. L'équation (6) tient compte de cet effet.

$$(6) p_1 = f(Q_2)$$

La relation entre p_1 et X_2 peut être positive, négative ou être représentée sous la forme d'une courbe en U ou en U inversé. L'hypothèse d'un U inversé est plausible. Il est généralement admis, par exemple, que la production agricole a un effet positif sur le paysage jusqu'à un certain niveau mais qu'au-delà d'un certain seuil cet effet devient négatif (Facchini 1995). Par souci de simplicité nous préférons, cependant, faire l'hypothèse que $p_1 = \alpha/Q_2$. Sous cette hypothèse Q2 a toujours un effet négatif sur p_1 . Le prix des services dépend du niveau de Q2. La mise en valeur des terres par la construction d'une centrale de retraitement des déchets ménagers peut occasionner des nuisances aux effets négatifs sur le développement paysager. L'équation (7) décrit cette situation.

$$(7) \pi_1 = p_1 Q_1 - C_1(Q_1) = f(Q_2) \cdot Q_1 - C_1(Q_1) = \alpha/Q_2 \cdot Q_1 - C_1(Q_1)$$

$$\pi_1 = \alpha/Q_2 \cdot Q_1 - [Q_1^2 + 100Q_1 - 10]$$

L'équation (8) cherche pour une quantité Q1 donnée la quantité de Q2 qui maximise le profit de l'entrepreneur afin d'égaliser $\pi_1(Q_2) = \pi_2(Q_2)$.

$$(8) \text{Max}_{Q_1} \pi_1 = \alpha/Q_2 \cdot Q_1 - [Q_1^2 + 100Q_1 - 10]$$

$$(9) \partial \pi_1 / \partial Q_1 = 0$$

$$\alpha/Q_2 - 2Q_1 - 100 = 0$$

$$2Q_1 = \alpha/Q_2 - 100$$

$$Q_1^* = \alpha/2Q_2 - 50$$

La détermination de la quantité de Q^*_1 optimale permet, dans une deuxième étape de trouver la quantité de Q_2 qui égalise le niveau des profits des deux activités $\pi^*_2 = \pi^*_1$.

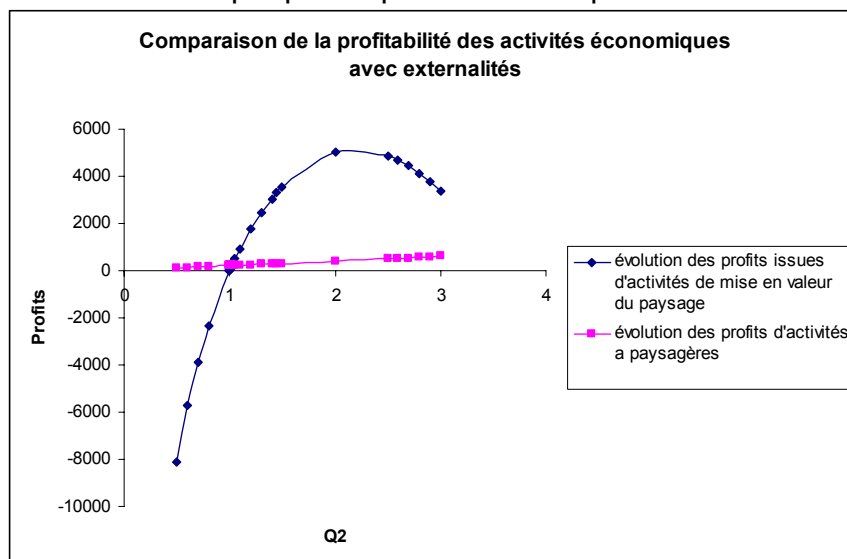
$$(9) \pi^*_1 = \alpha/Q_2 \cdot Q^*_1 - (Q^*_1)^2 - 100Q^*_1 + 10$$

$$\pi^*_1 = \alpha/Q_2(\alpha/2Q_2 - 50) - (\alpha/2Q_2 - 50)^2 - 100(50 - \alpha/2Q_2) + 10$$

$$\pi^*_1 = \pi_2(Q_2) = \pi_2 = p_2Q_2 - Q^2_2 - 100Q_2 + 10$$

Toute variation de $\alpha=100$ et $p_2=300$ modifie la profitabilité relative des deux types d'activité. L'augmentation de Q_2 a le même effet qu'une baisse des prix de p_1 . Toute augmentation des ressources engagées dans le traitement des ordures ménagères a un effet négatif sur la profitabilité des activités d'exploitation de la demande de paysage. A l'inverse, l'entrepreneur qui perçoit dans le traitement des ordures ménagères une source de profit ne supporte aucun coût de la part des entrepreneurs qui exploitent la demande de paysage.

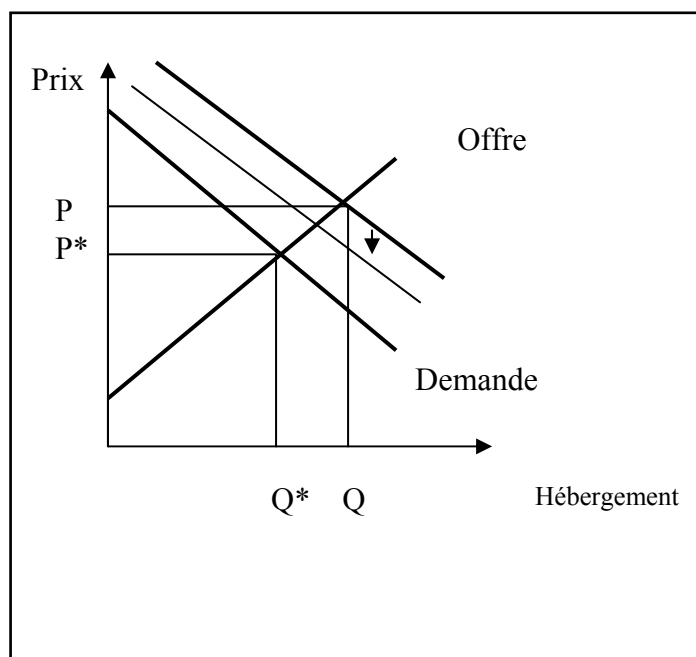
Graphique 6 : pour $\alpha=100$ et $p_2=300$



Le graphique 6 présente les conséquences d'une telle externalité sur le niveau de π_1 . Le prix p_1 baisse et provoque un déplacement vers le bas des profits issus de l'exploitation de la demande de paysage.

Le graphique 7 décrit la baisse des prix des services d'hébergement provoquée par une dégradation du paysage par un déplacement de la courbe de demande vers la gauche. La conséquence de la dégradation du paysage est une baisse de p_1 et *in fine* de π_1 .

Graphique 7
Déplacement de la courbe de demande
à cause d'un investissement dans des activités a paysagères

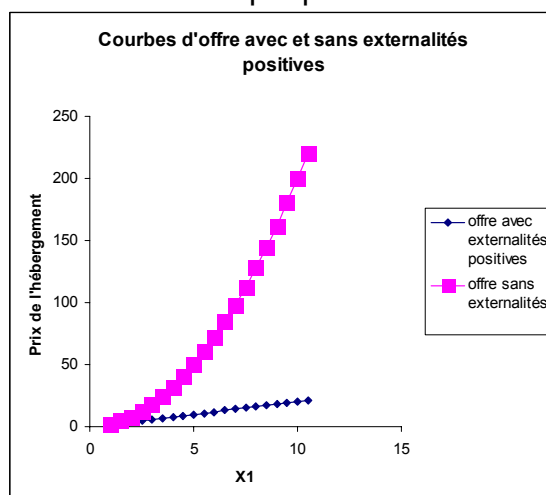


2.3 Externalités positives et exploitation de la demande de paysage

La mise en valeur du paysage pour un entrepreneur favorise, au contraire, la profitabilité de la mise en valeur du paysage par un autre entrepreneur. Il y a un effet de débordement ou effet de réseau.

Le prix de Q_1 dépend du volume de Q_1 . Le graphique 8 représente cette hypothèse en modifiant la fonction d'offre au lieu d'avoir $p_1=f(Q_1)=\alpha.Q_1$ nous avons désormais $p_1=f(Q_1)=\alpha.Q_1^2$.

Graphique 8



Si tous les entrepreneurs mettent en valeur le paysage pour exploiter sa demande se met en place un effet boule de neige. Les activités qui exploitent le paysage sont d'autant plus profitables que le nombre des entrepreneurs qui s'engagent dans cette perspective est grand. La mise en valeur du paysage est d'autant plus grande qu'il

se constitue une sorte de « *district paysager* », de réseau d'entreprises qui dépendent économiquement de la mise en valeur du paysage.

Le retour sur investissement de la mise en valeur du paysage est d'autant plus important que le nombre des entrepreneurs est grand. Plus le nombre des entrepreneurs engagés dans la production de paysage est grande plus le nombre des opportunités de profit exploitant la demande de paysage est grande. Il existe un effet de spécialisation territorial. Le retour sur investissement dans la mise en valeur du paysage est d'autant plus important pour chaque entrepreneur que le montant total des investissements dans la production de paysage est élevé.

4 Conclusion

Cet article a décrit un certain nombre de conditions économiques favorables à l'exploitation de la demande solvable de paysage. L'exploitation de cette demande est une cause du développement local. -1- Elle dépend, tout d'abord, des valeurs relatives de π_1 et π_2 autrement dit des prix et des fonctions de coût. Ce résultat rappelle que toutes les politiques qui versent des subventions à des activités qui n'exploitent pas la demande de paysage vont à l'encontre des politiques favorables à la qualité du paysage. L'Etat joue sur les choix des entrepreneurs en subventionnant ou en taxant certaines activités économiques plutôt que d'autres. Il favorise la mise en valeur du paysage en subventionnant la mise en place de parcs naturels, de parcs régionaux, de logements (point de vue) situés sur des paysages de qualité, d'hébergement, etc. mais détourne les entrepreneurs de la prise en compte du paysage dans leur calcul lorsqu'il subventionne la production de biens alimentaires, d'énergie nucléaire, d'énergie éolienne, de services de retraitement des déchets, etc. S'il subventionne toutes les activités il offre une politique incohérente, autrement dit aux effets contradictoires sur l'offre de paysage et la dynamique entrepreneuriale.

-2- Les valeurs relatives de π_1 et π_2 dépendent aussi de l'ampleur des effets externes négatifs et des effets de réseau. Les effets de réseau conduisent à augmenter la rentabilité de toutes les activités qui se fondent sur la mise en valeur du paysage. Ils favorisent et expliquent la spécialisation des territoires autour du tourisme et de la vente de produits territorialisés. Il serait, dans ces conditions, anti-économique de vouloir aller contre ce mouvement de spécialisation et à limiter les rentes différentielles en transformant la politique de protection des paysages en une politique d'amélioration du cadre de vie. Protéger le cadre de vie se serait finalement vouloir contrecarrer le mouvement de spécialisation et limiter le niveau des rentes différentielles. Les effets externes négatifs rendent, cependant, l'investissement dans les activités qui exploitent la demande de paysage vulnérable. Ils obligent à s'interroger sur les coûts de l'exclusivité ou de la privatisation des paysages. Face à la montée en puissance d'usage du sol dégradant l'offre de paysage les entrepreneurs peuvent, en effet, estimer qu'il est rentable de faire passer le paysage d'un bien public local à un bien privé. Cela dépend du prix anticipé du paysage comme bien final.

Bibliographie :

- Candau J., Ginelli L., Michelin Y., Ménadier L., Rapey H., Dobremez L., Perret E. et Vollet D. (2007), « Mise en évidence d'éléments emblématiques paysagers d'un produit d'origine certifiée. Le fromage AOC Saint Nectaire des ses écrins paysagers », *Second Workshop on Landscape Economics*, 14-15 et 16 juin 2007, Montpellier.
- Facchini F. et Koning M. (2008), « Théorie de l'entrepreneur et croissance de la production dans les régions françaises », Colloque de l'ASRDLF 25 – 27 Août 2008, RIMOUSKI, Canada.
- Facchini F. et Koning M. (2008), « Quelle place pour l'entrepreneur dans la théorie de la croissance régionale ? », Colloque de l'ASRDLF 25 – 27 Août 2008, RIMOUSKI, Canada.
- Facchini F. (2007), « Paysage et droit de propriété sur le foncier », dans Falque M., Lamotte H. et Saglio J-F. (Ed.), *Les ressources foncières. Droits de propriété, économie et environnement*, Bruylant Bruxelles.
- Facchini F. (1997) « Gestion des externalités, droit de propriété et responsabilité civile », *Economie Appliquée*, décembre, tome L., n°4, pp.97-125.
- Facchini F. (1995a), « Economie et paysage: la place de la gestion politique », *L'Espace Géographique*, 4, pp.319-327
- Facchini F. (1995b), « La qualité de l'environnement, nouvel enjeu de la réforme de la politique agricole commune », *Politiques et Management Public*, 13, 1, mars, pp.29-54.
- Facchini F. (1993), « Paysage et économie: la mise en évidence d'une solution de marché », *Economie Rurale*, 218, Nov. - Déc., pp.12-18.
- Mises L. (1985), *L'action humaine*, coll. Libre échange, PUF, Paris.
- Mollard A. (2003), « Multifonctionnalité de l'agriculture et territoires : des concepts aux politiques publiques », *Cahiers d'Economie et de Sociologie Rurales*, 66, pp.27 – 54.
- Mollard A. (2001), « Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente », *Economie rurale*, 261, pp.37 – 49.
- Pecqueur B. (2001), « Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés », *Economie Rurale*, 261, pp.37 – 34.