

## Paysages et théorie (s) du marché

François Facchini

► **To cite this version:**

François Facchini. Paysages et théorie (s) du marché. Walid Oueslati. Analyses économiques du paysage, éditions Quae, pp.25-47, 2011, Update Sciences & Technologies, 9782759209231. 10.3917/quae.ouesl.2011.01.0025 . hal-00637001

**HAL Id: hal-00637001**

**<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00637001>**

Submitted on 28 Oct 2011

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

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

## Chapitre 1

### Paysages et théorie (s) du marché

François FACCHINI

L'étude de la relation paysage – marché n'est pas aisée car elle met en perspective deux réalités difficiles à appréhender : le marché et le paysage. L'introduction du présent ouvrage a exposé une revue des approches et des définitions du paysage. Pour ce chapitre la définition retenue du paysage est assez proche de celle proposée par la convention européenne des paysages : un paysage est une portion de territoire vue par un observateur (Neuray 1982, p.23, Facchini, 1993).

L'économie de marché désigne une réalité concrète et des pratiques sociales. Elle se définit pour Marx et les classiques comme capitaliste ou salariale (Frydman, 1992). Elle se définit pour l'école néoclassique de l'équilibre comme le lieu de la détermination des rapports d'échange. Elle est pour les économistes de l'école autrichienne « *le système social de division du travail, avec propriété privée des moyens de production. Chacun agit pour son propre compte ; mais les actions de chacun visent à satisfaire les besoins d'autrui tout autant que la satisfaction des siens* » (Mises, 1985, p.272). D'un point de vue éthique l'économie de marché renvoie à un ordre économique où le droit de propriété n'est pas remis en cause et la main d'œuvre libre (non forcée) (Stark 2007, p.93). Elle est parfois assimilée à la loi de la jungle ou à la paupérisation des classes laborieuses et fait l'objet de nombreux discours spéculatifs. Sa définition varie ainsi en fonction du point de vue que l'on adopte, autrement dit, du référent que l'économiste choisit pour l'étudier. Chaque définition du marché conduit à une analyse particulière du paysage comme territoire et comme regard sur le territoire.

Les théories critiques du capitalisme comme le marxisme, le socialisme utopique, le conservatisme de droite et l'ensemble des mouvements sociaux démocrates vont développer le thème de la destruction des paysages par les excès du libéralisme. Ces approches sont portées par le discours de l'ensemble des chercheurs anti-capitalistes et par l'idéologie protectionniste ou conservatrice d'un certain nombre d'écrivains et d'artistes. Elle développe une théorie socio-économique des préférences en matière de paysage et pense le paysage actuel comme le résultat du capitalisme ou des lois du marché. Comme territoire, le paysage est le reflet du capitalisme ou des lois de l'offre et de la demande. Comme regard sur le territoire, il est la conséquence des habitus et/ou des capitaux sociaux et personnels des individus.

Les théories favorables à la propriété privée et à l'économie de libre marché vont développer des théories alternatives aux théories anti-capitalistes. Le paysage reflète toujours l'ordre économique, mais désormais l'ordre de la propriété privée est perçu comme à l'origine du développement économique et de la généralisation de la demande de paysage. La propriété privée crée les conditions pour que les individus accèdent au paysage en favorisant la hausse des revenus. Elle invente aussi des paysages d'un type particulier. Le paysage comme territoire devient le reflet de la généralisation de la propriété privée. Dans cette perspective, les représentations du paysage ne sont pas seulement déterminées par les conditions économiques et sociales. Elles trouvent aussi leur origine dans les expériences et les valeurs individuelles. Ces valeurs peuvent être adoptées par imitation, mais aussi être le résultat d'innovations esthétiques ou spirituelles. L'homme n'est plus passif. Il est créateur de concepts, de valeurs morales et de paysages. A l'origine d'une représentation sociale il y a une représentation individuelle partagée. On retrouve alors les lois de l'innovation et de l'imitation d'un sociologue comme Gabriel Tarde. Les goûts ne sont plus déterminés par les conditions sociales mais par les rencontres, les expériences, le hasard, le désir de nouveauté, l'insatisfaction des individus vis-à-vis de leur monde des possibles. Le paysage trouve plus son origine dans l'imaginaire que dans les conditions socio-économiques des acteurs.

Ce chapitre s'organise donc autour de deux sections. La première expose une théorie critique du marché et du paysage qu'il produit et donne à percevoir. Elle montre comment la vision critique du marché conduit à désirer et à valoriser les espaces non appropriés, gratuits. La deuxième section présente *a contrario* la dynamique d'intégration du paysage dans le calcul économique des acteurs et montre comment les individus valorisent les espaces clos, accessibles à ceux qui ont engagé des ressources pour les consommer. Au paysage pour tous s'oppose ainsi le paysage pour les seuls clients.

#### 1. Paysage, capitalisme et socialisme : le désir d'espaces publics

Il existe une approche anti-capitalisme ou social-démocrate du paysage. Elle se fonde généralement comme toute la pensée radicale sur une critique de la propriété privée.

Le socialisme dans la pluralité de ses définitions est une forme d'organisation de la société qui donne une place prépondérante à la dimension collective de l'existence. Pour presque toutes les formes de socialisme la cause du malheur des hommes est l'institution de la propriété privée (Winock 1992, p.14). Elles situent l'origine des inégalités dans l'avènement de la propriété privée des moyens de production. Il n'y a ni droits naturels, ni autonomie de l'individu. Il n'y a que du pouvoir, des conflits et des sociétés composées d'hommes plus ou moins déterminés par leur environnement (Villey 1892, p.402). A l'origine de toutes les inégalités et de toutes les injustices il y a l'institution de la propriété privée. « *Le premier qui ayant enclos un terrain s'avéra de dire ceci est à moi et trouva des gens assez simple pour le croire fut le vrai fondateur de la société civile. Que de crimes, de guerres, de meurtres que de misères et d'horreurs n'eût point épargnés au genre humain celui qui arrachant les pieux (...) eût crié à ses semblables gardez-vous, d'écouter cet imposteur (...) les fruits sont à tous et la terre à personne* » (Rousseau, 1755, p.345). L'idée est simple, c'est la propriété qui engendre la rareté et suscite le conflit entre des hommes par nature bons et paisibles. C'est, pour cette raison, que le gouvernement doit socialiser, soit l'ensemble des moyens de production, soit une partie de ses moyens. L'impôt et la loi sont les principaux instruments que l'Etat met au service de cette cause. Cette approche critique de la propriété privée développe deux types de discours.

Le premier type de discours peut-être rattaché à la géographie radicale (1.1) d'auteurs comme Henri Lefebvre, Manuel Castells ou Alain Lipietz en France dans les années soixante dix et David Harvey aujourd'hui aux Etats-Unis. Il existe un paysage du capitalisme autrement dit de la domination économique et de la lutte des classes (1.1.1). Le paysage est ici la traduction des lois de l'exploitation. A cette théorie holiste du territoire s'articule la sociologie de la distinction qui explique les préférences des acteurs par la place de l'individu dans la société, par leur appartenance à une classe sociale particulière (1.1.2).

Le deuxième type de discours est soutenu par la théorie de l'équilibre. Le paysage est à l'origine de défaillances du marché (1.2). Le système des prix est défaillant en matière de gestion des paysages parce que le paysage est une externalité. Il serait un bien collectif joint à l'usage du sol (1.2.1). La théorie de la rationalité a longtemps ignoré la formation des préférences en justifiant sa position par le fait qu'il n'était pas fructueux de discuter des goûts et des couleurs. Il était préférable, pour cette raison, de rendre compte des comportements uniquement par des variations de prix et de revenus. Cette position soutenue par Becker-Stigler en 1977 a été abandonnée et a donné naissance à la théorie des préférences endogènes (Becker 1996). Les préférences en matière de paysage ne seraient plus le résultat des habitus mais du capital social et du capital personnel des individus (1.2.2).

## **1.1 Paysage et anti-capitalisme**

La théorie marxiste du capitalisme est une théorie générale. Elle a conduit à la production d'une importante littérature sur l'espace (géographie radicale ou critique) et les représentations sociales.

### **1.1.1 Paysage et violence du capitalisme**

L'analyse marxiste de l'espace met en avant l'importance des rapports sociaux et du mode de production (capitaliste) pour comprendre la façon dont se structure un territoire. Le paysage comme territoire est l'espace du capitalisme. L'espace du capitalisme c'est principalement, la ville, l'espace urbain (Harvey 2008). L'espace urbain est la traduction interne des tensions propres aux modes de production capitaliste. La ville domine l'espace rural et impose ses lois, ses représentations.

Avec Marx les sciences sociales ont introduit l'espace dans leur analyse et dans leur géographie. L'espace n'est pas un fait mais un produit, c'est-à-dire un espace qui est signifiant et significatif (Cor van Beunigen 1979). L'espace est produit socialement. Cela ne signifie pas que la montagne n'existe pas en tant que tel, mais que ce qui intéresse le chercheur en science sociale c'est la montagne comme réalité sociale, c'est-à-dire la manière dont elle est perçue et l'influence de cette perception sur les décisions individuelles. L'espace, la forme de l'espace, autrement dit le paysage n'est donc pas une variable indépendante. L'espace est, d'une part, le produit de la formation sociale. Il est un produit dans un double sens. Il est le produit de la perception des agents ; cette dernière étant le produit des lois du capitalisme dans une économie capitaliste et le produit des lois féodales dans une économie féodale. L'espace est, d'autre part, le produit du capitalisme et de ses lois en tant que tel. Le capitalisme impose un rapport nature – culture particulier.

Le marché est le capitalisme et le capitalisme produit un espace dont les déterminants principaux sont les lois du marché et la lutte des classes. En économie capitaliste « *ce qui est à toi n'est pas à moi, lieux et choses* » (Lefebvre 1974, p.70). Au cœur du capitalisme se trouve une contradiction fondamentale, à savoir la participation générale à un processus de production débouchant sur une appropriation privée. Cette ambiguïté du

système se traduit spatialement par la ville qui est le lieu de rassemblement des pouvoirs et la transcription spatiale d'une offre économique et politique. La ville est alors à la fois le lieu de l'appropriation et la visualisation des luttes (Cordey 1978). Le capitalisme naît en ville et la ville façonne à la fois la campagne et le regard que les hommes portent sur la campagne. Le capitalisme légitime une forme d'appropriation de la rente foncière, du tribut foncier (Lipietz 1983). Harvey (2008) reprend ce thème dans l'Art de la rente (Chapitre 1) il montre comment les traditions culturelles et locales sont absorbées dans les calculs de l'économie politique afin de générer des rentes de monopole (Harvey 2008, p.39). Le capitalisme est, dans cette perspective, fondamentalement conflictuel et construit sur la violence symbolique des propriétaires qui imposent leur manière de voir et leur ordre aux non propriétaires.

### **1.1.2 Paysage et habitus**

Comme représentation le paysage est aussi un produit social. La perception des paysages, autrement dit la représentation que chaque individu s'en fait ne dépend pas d'un tempérament, de souvenirs personnels ou de choix personnels, mais d'influences sociales, collectives qui ne sont pas universelles, mais propres au groupe social auquel appartient l'individu. Le regard que les hommes portent sur l'espace est la traduction de ces conditions matérielles. La sociologie de la distinction de Pierre Bourdieu a largement inspiré ce type d'approche.

L'habitus est le concept clé de la sociologie de la distinction. C'est « *Panofsky (1967) dans son essai sur l'architecture gothique et la Pensée scholastique qui a nommé habitus du peintre ou intention objective de l'œuvre cette intention ambiguë qui ne se réduit jamais à l'intention du créateur et qui est fonction des schèmes de pensée, de perception et d'action que le créateur doit à son appartenance à la société, une époque, une classe, un groupe à l'intérieur de cette classe et que P. Bourdieu a tenté de définir, analogiquement avec la grammaire génératrice de Chomsky* » (Marin 1970, p.7). La peinture et le paysage sont à l'origine du concept d'habitus. Les habitus se sont « *des conditionnements associés à certaines conditions d'existence* » (Bourdieu 1980, p.88). Ils sont à la base de ce que Pierre Bourdieu et Monique de Saint-Martin (1976) ont appelé une anatomie du goût (peinture, musique, photographie, cuisine, décoration, vêtement, etc.). Le goût est une dimension de l'habitus, « *c'est-dire d'un système de dispositions durables et transposables qui exprime, sous forme de préférences systématiques, les nécessités objectives dont il est le produit* » (Bourdieu et Saint-Martin 1976, p.2). Le goût d'un groupe, d'une classe n'est pas indépendant du goût d'un autre groupe. La culture populaire n'est pas, en ce sens, indépendante de la culture de la classe dominante. La référence en matière de goût est donc le goût de la classe dominante, à ses styles de vie. Chaque style de vie exprime des conditions économiques (capital économique) et un niveau de capital culturel. La classe dominante détient le monopole de l'aisance et de l'assurance. Elle est le lieu naturel de la distinction mais elle n'est pas unifiée. Il y a des oppositions entre le riche en capital culturel (professeur), le riche en capital économique (patron), le provincial et le parisien, entre l'avant-garde artistique, les intellectuels et les bourgeois (Bourdieu et al. 1976, Brochier 1987, p.101).

Ce type d'explication des représentations développe une théorie de la représentation sociale du paysage qui met l'accent sur la domination. Le goût pour la nature ou les zones pavillonnaires trouve son origine dans l'idéologie dominante et les symboles. Il est l'expression d'une domination sociale ou des exigences du mode de production (Semmoud 2003, p.58). Les choix résidentiels, les préférences en matière de paysage ne relèvent pas d'une réelle liberté mais sont construits par la force de ces idéologies et de ces symboles. Ils ne font que traduire les modèles dominants.

Société et paysage ne sont, dans cette perspective, que les deux aspects d'une même réalité. Le territoire et le paysage (territoire perçu) sont le résultat l'une et l'autre des rapports de production. Le rapport de production capitaliste produit des représentations, des goûts pour certains paysages (zone pavillonnaire par exemple) qui conduisent à la production de ce type de paysage parce qu'ils sont demandés par les habitants. En fait ces choix sont des faux choix ils ne font que refléter la position de l'individu dans la hiérarchie sociale. On est, ainsi, en présence d'une explication holiste des préférences. Les préférences individuelles ne sont jamais indépendantes des préférences du groupe dans lequel l'individu évolue.

## **1.2 Paysage, défaillance du marché et formation des préférences en matière de paysage**

La théorie de l'équilibre propose aussi une définition du marché. Elle explique la formation du paysage par les prix des biens et services et les préférences par un calcul d'optimisation en univers risqué. Son apport à la formation des préférences reste minime et quasiment ignoré de l'économie du paysage qui reste calé sur la sociologie de la distinction et les approches holistes de la formation des préférences. Cela explique pourquoi la sociologie de la distinction a souvent été présentée comme un complément de la théorie de la rationalité des

choix qui a longtemps soutenu qu'il n'était pas possible d'expliquer scientifiquement les préférences (Brochier 1987).

### *1.2.1 Paysage et défaillances du marché*

La théorie de l'équilibre adopte l'individualisme méthodologique et rend compte des phénomènes économiques et sociaux à partir de l'hypothèse de rationalité optimisatrice des agents et de la loi de l'offre et de la demande. Les individus préfèrent généralement consommer plus que moins et acheter au prix le plus bas. Leur demande s'accroît lorsque les prix baissent. Leurs offres de biens et services diminuent, en revanche, lorsque les prix baissent. Cette manière d'aborder le marché comme un échange organisé autour du système des prix permet d'une part de proposer une théorie de la formation des paysages (Huriot 1977) et une théorie des défaillances de la gestion marchande des paysages.

#### *Formation du paysage et théorie de l'équilibre*

La théorie de la formation du paysage économique est l'équivalent individualiste de la géographie critique ou radicale. Elle explique l'affectation de l'espace par les lois du marché et ses imperfections. Elle explique la formation des villes, des réseaux urbains, et la répartition des populations à la surface de la terre (Lifran et Oueslati 2007) par la loi de l'offre et de la demande de biens et services. Le prix des biens et services détermine l'usage économique du capital foncier parce qu'il détermine la localisation des activités économiques.

La théorie des défaillances du marché explique pourquoi l'Etat intervient sur le marché foncier et dans la formation des paysages. Elle est aussi un moyen d'aider les décideurs publics à évaluer le montant des ressources qu'ils doivent affecter aux paysages s'ils veulent réaliser un optimum social de premier ou de deuxième rang. C'est sur ce deuxième aspect de la théorie de l'équilibre que nous voudrions insister ; le premier aspect étant finalement plus éloigné du sujet de notre étude et extrêmement difficile à résumer du fait de l'importance de la littérature récente.

#### *Théorie de l'équilibre et défaillances du marché*

La théorie de l'équilibre estime qu'il y a marché dès que les individus se coordonnent grâce au système des prix. Ces prix peuvent être des prix monétaires ou des quasi-prix. Sur un marché classique où les droits de propriété sont exclusifs et transférables, le prix exprime les consentements à payer des agents et leur permet de les communiquer. Il donne ainsi des informations sur le classement que les individus font entre les biens. Il oriente les ressources vers la production des biens qui ont le plus de valeur, si les individus préfèrent le bien X au bien Y, ils sont prêts à le payer plus cher. La coordination entre l'offre et la demande s'opère ainsi grâce au système des prix, ces derniers étant calés sur la définition et la mise en œuvre de droits de propriété exclusifs et transférables.

La théorie néoclassique de l'équilibre juge le système des prix défaillant en présence d'effets externes, de biens collectifs, de monopole, d'asymétrie d'information et de barrières à l'entrée. Le paysage est à l'origine de certaines de ces défaillances. Il rend l'équilibre offre – demande par les prix défaillant. Il justifie ainsi l'intervention de l'Etat. Le discours n'est plus anti-capitaliste mais favorable à la mixité des systèmes. L'étude ne porte plus sur la relation paysage – marché, mais paysage – défaillances du marché.

Les paysages actuels ne sont pas le résultat du capitalisme mais de l'économie sociale de marché et de la recherche de l'efficacité. Les paysages de l'économie sociale de marché correspondraient à cette recherche d'efficacité. Le paysage n'est plus dessiné par la main invisible du marché mais par la main visible des planificateurs urbains, des aménageurs, des architectes, du droit de l'environnement, de l'urbanisme, rural, etc. L'Etat intervient pour éviter la dégradation et la destruction des paysages<sup>1</sup>. Il investit des ressources pour maximiser le bien être social. Il utilise les connaissances produites par la littérature sur les projets de paysage (paysage des architectes) et s'informe sur les goûts des agents afin de pallier les défaillances du système des prix qui ne réussit pas à répondre à la demande sociale. L'économie publique de l'école de l'équilibre explique ainsi l'intervention massive de l'Etat dans le paysage par la défaillance du système des prix.

---

<sup>1</sup> L'article de Le Floch S., Devanne A.S. et Deffontaines J-P. (2005) montre très bien la construction conceptuelle, administrative et politique de la notion relativement floue de fermeture des paysages qui progressivement s'est imposé comme un concept performateur capable d'inspirer des politiques publiques.

*Paysage, hors marché et intervention publique*

Le paysage est un bien hors marché, sans prix de marché. Il n'y a pas de marché pour les services esthétiques et récréatifs que les individus tirent des paysages et des aménités rurales en général. Ce sont des biens collectifs, au sens où les consommateurs en jouissent conjointement sans exclusion possible des autres utilisateurs. De ce fait ils n'ont pas de prix de marché pour couvrir leurs coûts de production. Seule une organisation collective peut, par la voie réglementaire ou fiscale, les produire parce que les institutions qui encadrent classiquement l'échange économique sur le marché échouent à faire se rencontrer la demande et l'offre de services esthétiques. Personne ne trouve alors intérêt à s'occuper de la production de ce service et le paysage rural des sociétés traditionnelles se dégrade alors qu'il existe une demande sociale pour sa protection. Chaque consommation individuelle est toujours égale à l'offre disponible. Tout le monde a intérêt à attendre que les autres produisent le paysage qu'ils aimeraient consommer. Il y a sous-production de paysage de qualité parce que les individus ont intérêt à se comporter en passager clandestin, consommer le paysage sans participer à ses coûts de production. Dans ce cadre d'analyse la solution est classiquement de lever l'impôt afin de financer une politique capable de produire la quantité optimale de bien collectif, autrement dit de paysage.

La mise en œuvre de transferts en faveur des agriculteurs qui produisent des services esthétiques et récréatifs non rémunérés par le marché est l'exemple emblématique de l'application de cette théorie du marché au paysage (Loyat 1994, Veron 1994, Madelin 1994, 1995, Mahé et Rainelli 1987, Bureau et Bureau 1998). Pour connaître le montant des impôts qu'il faut affecter à la production de paysage et plus particulièrement aux agriculteurs, autrement dit pour estimer le service non rémunéré que les agriculteurs rendent à la nation, les économistes proposent de donner un prix au paysage. Plusieurs techniques d'évaluation des biens sans marchés sont mobilisées (Chapitre 3 de cet ouvrage, Freeman, 1979, Pearce, 1989, Bonnieux et Rainelli, 1991, Desaignes et Point, 1990) et appliquées au paysage (Facchini, 1994, Amigues J.P., Desaignes B. et Vuong Q.H. 1996, Colson et Stenger-Letheux 1996, Judez, de Andres Perez Halgade, Urzainqui et Ibanez 1998, Michallaud et Vollet 1999, Navrud, Ready, Magnussen. et Bergland 2007). La valeur sociale du paysage ainsi évaluée le gouvernement peut demander à son administration de lever l'impôt et de payer les pratiques agricoles favorables à la qualité des paysages. La subvention pallie les défaillances du marché. En l'absence d'une telle politique il y aurait sous production de services esthétiques et récréatifs par les agriculteurs. Le couple impôt – subvention pallie les défaillances du système des prix.

Cette conclusion repose sur l'idée que le paysage est finalement un bien collectif par nature. Dit autrement cela signifie que le paysage est un espace public par opposition aux espaces privés. La théorie de l'équilibre ne condamne pas la propriété privée comme la théorie anti-capitaliste, mais est conduite à des conclusions similaires. Elle véhicule cette idée qu'un marché laissé à lui-même ne produit pas les paysages demandés par les consommateurs. Le laisser faire en matière de paysage serait aussi inefficace que le laisser faire en matière d'échange de marchandise. Sans dénoncer la propriété privée, la théorie des défaillances du marché critique ses effets sur la beauté des paysages. Elle rejoint ceux qui fustigent la multiplication des résidences secondaires qui mitent le paysage pour une appropriation égoïste de la vue (Guéry 1982, pp.16- 18) et ceux qui soutiennent que les bourgeois ont longtemps dérobé les paysages au plus grand nombre par le jardin qui dissimule la nature et plus généralement le mur (Dagognet 1982, p.9). « *Le goût malsain pour une propriété plus solidement enclose entraîne les murs ou les murailles, l'enfermement qui coupe les perspectives* » (Dagognet 1982, p.9). Le paysage appartient à tous et ne peut être dérobé à la communauté. La propriété privée semble à la fois confisquer les paysages au plus grand nombre et détruire les paysages. Le principe de réciprocité défini par Georges Neuray (1982, p.67) exprime parfaitement cette idée. « *Si l'on voit on est vu* ». « *D'après ce principe de réciprocité, une maison permet à quelques-uns de jouir d'un espace d'une grande valeur visuelle (panorama), mais elle peut gâcher la vue d'un très grand nombre de personnes (...)* En principe, aucune construction ne devrait s'établir, sauf exception et études préalables, sur des points élevés qui peuvent être vus d'un grand nombre d'endroits » (Neuray 1982, p.68). Il conclut qu'une telle mesure matérialiserait la solidarité qui doit exister entre tous les habitants. Les privilégiés ne doivent pas gâcher le paysage du plus grand nombre. Le paysage devient un instrument politique pour justifier la socialisation « *S'ouvre, avec le paysage, la dialectique de la fête, d'un bien soustrait à une longue confiscation, celle d'un dehors qui échappe à l'emprisonnement d'un dedans trop cloisonnant, celle d'un plaisir à la fois universel (communautaire même) et inépuisable (la satisfaction ne détruit plus ce qu'elle goûte et sent)* » (Dagognet 1982, p.10). L'argument est ici le même que celui de la théorie des biens collectifs. La satisfaction ne détruit plus ce qu'elle goûte, tous les individus consomment la même quantité de biens collectifs sans que cela nuisent aux autres.

La théorie des défaillances du marché fait donc bloc avec les philosophes de la socialisation des ressources. Elle s'accorde avec tous ceux qui n'acceptent pas la privatisation des ressources naturelles et soutiennent le projet d'une société fondée sur des espaces publics, des paysages collectifs et des droits de propriété publics. Les

puissances publiques ou l'Etat dans son sens générique représentent la société et ses intérêts. Ils interviennent pour empêcher le mitage, protéger les espaces naturels, contraindre les propriétaires fonciers, former le regard et l'esthétisme des citoyens, empêcher une petite minorité riche de se constituer des patrimoines paysagers qu'elle soustrairait au plus grand nombre (nationaliser les jardins), etc. Il existe une palette d'interventions de la collectivisation des paysages à l'utilisation plus raisonnée de l'impôt et de la subvention. La théorie des défaillances du marché justifie le fait que le paysage soit un motif de contraintes réglementaires et fiscales. La suspicion sur les effets et la moralité de la propriété privée et le goût pour la propriété collective et la contrainte légale caractérisent les paysages de l'économie sociale de marché. Les paysages de la France d'aujourd'hui traduisent cette économie de marchés contraints.

### 1.2.2 Paysage et formation des préférences dans le cadre d'une théorie de la rationalité optimisatrice

Longtemps la théorie de l'optimisation a soutenu qu'il était inutile d'expliquer les choix par les préférences. Toutes les évolutions observées sur la fonction de demande étaient le résultat d'une variation des prix ou des revenus.

Il est aisé et relativement convaincant d'appliquer ce principe au paysage. Lorsque le revenu augmente les achats de biens de première nécessité étant effectués, les consommateurs consacrent une partie importante de leurs ressources supplémentaires à l'achat de biens de luxe. Le bien de luxe est le contraire d'un bien normal. Pour un bien normal le doublement du revenu conduit au doublement de leur consommation. Pour les biens de luxe comme les livres ou le paysage l'augmentation des revenus conduit les individus à les consommer. L'individu consacre son revenu supplémentaire en priorité à ce type de bien. L'augmentation des revenus permet ainsi d'expliquer la demande de paysage sans introduire de considérations sur les préférences, les goûts esthétiques. Les individus ont toujours souhaité vivre sur les sommets des montagnes, près de la mer, visiter la haute montagne, apprécier la campagne, mais ils ne pouvaient réaliser leurs rêves parce qu'ils n'avaient pas suffisamment de revenu, pour vivre à la ville, pour travailler et vivre à la campagne, pour profiter de la couleur verte qui les apaise et de la beauté des vallons, des vaches dans les prairies, etc. La demande de paysage s'explique donc assez facilement par l'évolution des revenus. L'histoire de *l'invention du paysage* proposée par Anne Cauquelin (1989) correspond d'ailleurs assez bien à cette analyse. L'histoire du paysage est l'histoire d'un bien de luxe inventé par les élites et qui progressivement est consommé par des foules de consommateur à la montagne, sur le littoral et sur les sommets de collines. C'est « *l'élévation du niveau de vie qui a exacerbé les exigences en matière environnementale et de qualité du cadre de vie* » (Semmoud, 2003, p.58).

Cette explication rend compte du choix des individus entre le blé et le paysage par le niveau de revenu, mais ne dit pas pourquoi l'individu préfère le paysage pittoresque au paysage industriel ou le paysage sans éolienne au paysage avec éolienne. La sociologie de la distinction a donné une explication à cette question. Elle suppose que les goûts des individus dépendent de la fraction sociale auquel ils appartiennent et de la hiérarchie sociale qu'impose le système de domination capitaliste. Gary Becker (1996) propose une autre explication qui a une certaine beauté formelle mais qui sur le fond n'apporte pas grande chose à la théorie des représentations des géographes. Becker rompt avec son principe *De Gustibus Non Est Disputandum* en introduisant dans la fonction d'utilité de l'individu deux nouvelles variables. A côté des quantités de biens et services consommés, il place le capital social et le capital personnel. Le capital personnel intègre l'effet des consommations passées sur la formation des préférences. Le capital social introduit l'effet des consommations des autres sur la formation des préférences individuelles. Il suppose aussi que les préférences sont cohérentes (*consistant*) dans le temps (Becker 1996, p.11). Le comportement est désormais influencé par les habitudes, la culture, la pression sociale et plus généralement l'ensemble des expériences individuelles (Becker 1996, p.23). Cette solution est relativement pauvre car elle n'explique ni le niveau de capital social ni le niveau de capital culturel. Elle oblige à s'engager dans une régression à l'infini. Elle oblige à expliquer le capital social et personnel par les préférences autrement dit des méta-préférences (Barrère 2007<sup>2</sup>, Caplan 2003, Elmoussaoui 2005).

En matière de paysage la stratégie de Becker correspond au travail des sémiologues et d'une partie des géographes qui ont travaillé sur la perception et la représentation. La perception a des déterminants sociaux, culturels et individuels. Elle est aussi influencée par les guides touristiques (Bonin 2001), les calendriers des postes, la publicité, les magazines, etc.

<sup>2</sup> Barrère (2007) propose une analyse critique assez fine de la théorie des préférences endogènes de Becker. Il anime une équipe sur l'économie des biens de goût à l'Université de Reims. Barrère C. (2007), «Un domaine nouveau pour l'analyse économique : les biens de goût », Centre de recherche OMI, Université de Reims, juin christianbarrere@wanadoo.fr

Les déterminants sociaux et culturels entrent dans le capital social alors que les déterminants individuels correspondent au capital personnel. Là encore on peut se référer à Neuray (1982, pp.53-60). D'abord les perceptions sont influencées par la culture. La perception est subjective. Elle traduit une culture. Le goût pour les couleurs est culturel. Neuray (1982, pp.102-108) rappelle que dans certaines langues, le mot rouge et le mot beau ont la même racine. Le vert est souvent associé à la paix (reposant, vert et oasis). La réduction des parties vertes appauvrit pour cette raison un paysage. Michel Pastoureau (2004) a plus récemment approfondi cette relation entre le goût pour certaines couleurs et la culture<sup>3</sup>. Ensuite, la perception est déterminée par le groupe social auquel on appartient. A chaque groupe correspond un niveau d'instruction, une religion, un loisir, un habitat, un revenu, et/ou une manière de ressentir l'environnement (Neuray 1982, p.54). La perception sociale des paysages ne recouvre donc pas l'appartenance de classe. Enfin, la perception individuelle joue un rôle important dans la représentation du paysage et la valeur qu'un individu attribue aux paysages. Les individus peuvent avoir des perceptions singulières parce que chaque individu a un acquis particulier (acquis mentaux ou sociaux, originalité biologique et psychique, mémoire, enfance, adolescence, âge, expérience vécue, etc.). Chaque individu est unique et a une perception unique des paysages. Il se représente les paysages par rapport à son histoire et non par rapport à l'histoire de son groupe ou de la nation. Il est possible, alors, qu'il développe des représentations très différentes de celles de son groupe social d'appartenance.

## **2. Paysage et processus de marché : le désir d'espaces privés et protégés**

Si le marché ne se réduit ni à la définition critique du capitalisme ni à la loi de l'offre et de la demande, le rapport qu'entretient le paysage au marché ne passe, ni par le rapport salarial capitaliste et ses effets sur le territoire ni par le système des prix et ses effets sur la formation du paysage mais par un système de valeur : les valeurs de la propriété, de la liberté, du laisser faire.

L'économie de marché est le système de division du travail, avec propriété privée des moyens de production (Mises 1949, 1985, p.274). Ce système est fondé sur les valeurs de la liberté et le respect des droits de propriété privée. Il favorise le développement de l'esprit d'innovation et s'est construit en Europe sur une philosophie individualiste. Dans cette perspective, l'économie de marché n'est ni la loi de la jungle, ni un système d'aliénation et d'exploitation, ni à l'origine de la paupérisation des classes laborieuses, ni un mécanisme de prix défaillant. L'économie de marché est un processus de découverte des échanges mutuellement avantageux, non perçus par les agents et animé par les entrepreneurs marchands. Le rapport du marché au paysage s'en trouve alors changé.

Dans cette perspective l'économie de marché est à l'origine d'une demande de paysage (2.1) et de paysages (2.2). Elle est à l'origine des paysages de la propriété privée, des enclosures. Le paysage de l'économie de marché est en ce sens le paysage de la prospérité, des villes de la révolution industrielle (Paris, Londres) et de l'opulence. C'est le paysage du libre échange, d'une société qui ne craint pas l'étranger, d'un ordre cosmopolite qui perçoit l'étranger comme un partenaire commercial et non comme un individu appartenant à une autre nation.

L'économie de marché en faisant la prospérité de l'Europe est aussi à l'origine du paysage, car si le paysage est un bien de luxe, la demande de paysage évolue avec l'évolution des revenus. Des individus riches vont demander du paysage. Ils vont chercher à consommer des panoramas, des jardins, de la nature « artialisée ». La prospérité crée les conditions de la création d'un marché du paysage et plus particulièrement d'un mouvement de privatisation des paysages (2.3). La propriété privée invente le développement économique et ses paysages. Elle sort les individus de leur état de pauvreté et leur donne accès à des biens autrefois réservés aux élites politiques et économiques du pays.

### **2.1 Propriété privée, prospérité et paysage**

La théorie économique des biens de luxe précise la théorie selon laquelle l'élévation du niveau de vie favorise les exigences en matière de qualité du cadre de vie et des paysages. La théorie économique des institutions, de la propriété explique les causes de la propriété et ses conséquences (North et Thomas 1980, Rosenberg et Birdzell 1986, Lepage 1985, Facchini 2008a). Elle explique la généralisation de la demande de paysage dans la population des pays riches notamment dans un pays comme la France.

---

<sup>3</sup> Il n'est pas impossible, cependant, que couleur, goût et revenu soient liés. Longtemps en effet la couleur pour les bâtiments était un bien de luxe. Seules les églises et les demeures seigneuriales étaient en couleur (Neuray 1982, p.103).



*Origines et conséquences de la propriété privée*

A l'origine de l'invention et de la généralisation de la propriété privée au sens moderne il y a plusieurs causes : la rationalité des agents, les institutions politiques et l'action de l'Etat et l'environnement idéologique et religieux. D'une part, la rationalité des agents les conduit à minimiser les coûts et à choisir les règles de propriété qui minimisent les coûts de transaction. Les changements institutionnels s'expliquent par la recherche d'une plus grande efficacité économique (passage de la propriété commune des terres à la propriété privée). D'autre part, l'Etat a le pouvoir d'assigner les droits autoritairement aux individus (North 1979, p.49). Il est en ce sens à l'origine de la croissance. Il peut, cependant, aussi être à l'origine du déclin économique s'il retire arbitrairement les droits qu'il a garanti et s'engage dans une stratégie prédatrice de recherche de rente. La lutte pour la distribution de la richesse et des revenus entre Etats et à l'intérieur de chaque Etat peut être à l'origine de la sécurité des droits et/ou de leur insécurité. L'idéologie et la religion, ensuite, jouent un rôle important dans l'émergence des institutions de la liberté parce qu'elles inspirent l'action des élites politiques. Elles forment leur idéal, leur monde des possibles institutionnels. A côté des raisons instrumentales, de l'intérêt économique il faut placer les raisons axiologiques. L'invention des institutions de la liberté a aussi été préparée par une révolution spirituelle, un goût pour la liberté, l'autonomie vis-à-vis de la société. L'homme ne veut plus retirer ses droits de la société comme dans les systèmes antiques mais de lui-même, de son travail, de son esprit d'invention. Il revendique des droits pour lui-même et non pour le fait qu'il appartienne à la société. Cette dimension est importante, car elle rappelle que les paysages du capitalisme sont aussi le résultat de la route éthique de l'économie de libre marché et de ses valeurs morales.

Quelle que soit l'origine de la propriété privée il est admis que la généralisation et la sécurisation des droits de propriété ont eu pour effet de favoriser l'activité productive des entrepreneurs et *in fine* la croissance (de Soto 2005). Plusieurs explications sont avancées pour rendre compte de cette relation positive entre propriété privée et prospérité. La sécurité sur les droits de propriété est, tout d'abord, une condition du calcul économique (Mises 1949, pp.211-212) et du développement d'une rationalité économique qui favorise l'engagement des individus dans la recherche de profit (entrepreneur). Cet engagement dans l'activité productive rend le pays prospère. La propriété privée sécurise, ensuite, les investissements en protégeant les entrepreneurs de l'expropriation (prédation) (Hayek, 1982, p.16, Dawson 1998, Besley 1995). Elle conditionne, enfin, la liberté contractuelle et la possibilité pour chacun d'exploiter un échange mutuellement avantageux non perçu par les autres agents (Kirzner 1992, pp.51-54). A l'inverse, la propriété publique et les abus de pouvoir sur les propriétaires auraient nuï au développement en dirigeant les ressources vers des activités improductives.

*La prospérité et la demande de paysage*

L'économie de libre marché n'invente pas le paysage mais permet au plus grand nombre d'y accéder (Facchini 2007). Elle donne à un plus grand nombre d'individus la possibilité de réaliser leur demande. Elle rend leur demande de paysage solvable. Elle ne nie pas la rareté en imposant le paysage pour tous, mais gère cette dernière en proportionnant l'accès au paysage au revenu. On peut, alors, s'inspirer de l'hypothèse qui préside à la découverte d'une courbe de Kuznets environnementale (Grossman et Krueger 1991) pour mieux comprendre l'histoire du paysage et de ses relations avec le libre marché.

Selon cette courbe il existerait une relation entre le changement des revenus et la qualité de l'environnement. Empiriquement il a été montré que le niveau de CO<sub>2</sub> dans l'air, la qualité de l'eau (matières fécales dans les rivières), la déforestation, l'émission de carbone, et la concentration de sulfure de dioxyde (*sulfure dioxide*) dans l'air<sup>4</sup> baissent à partir d'un certain niveau de revenu par tête (Yandle, Battarai et Vijayraghavan, 2004). La croissance de la production n'est pas nécessairement défavorable à la qualité de l'environnement (Yandle et Morriss, 2001). La qualité de l'environnement se détériorerait avec la croissance du revenu par tête dans un premier temps, puis s'améliorerait. Une courbe en cloche décrirait ainsi la relation entre revenu par tête et qualité de l'environnement. L'industrialisation d'une économie augmente donc la pollution et la dégradation de l'environnement, mais l'âge post-industriel des technologies propres, des industries de service, et l'avènement d'une économie de l'information remplacent les industries polluantes et conduisent à une amélioration de la qualité de l'environnement.

---

<sup>4</sup> La mesure des indicateurs de qualité de l'environnement est proposé par le Global Environmental Monitoring System qui est le résultat du programme environnement des nations unies. Les informations sur la qualité de l'environnement sont disponibles par pays sur le site suivant : [www.wri.org/wri/statistics/unep-gle.html](http://www.wri.org/wri/statistics/unep-gle.html) aller sur Earth Trends, [earthtrends.wri.org/updates/node/363](http://earthtrends.wri.org/updates/node/363), country profiles

La même logique peut présider à l'évolution de la qualité des paysages (Facchini, 2007, 2008b). La croissance industrielle provoque un sentiment de dégradation et de destruction des paysages pour ensuite rendre solvable la demande de paysage et favoriser sa prise en compte par les agents. Les individus engagent, alors, des ressources pour améliorer leur cadre de vie, la qualité de leurs jardins, consommer des panoramas et acheter des résidences dans des paysages correspondant à leurs attentes. Le pays devient un paysage parce qu'il répond aux attentes des riches. L'élasticité de la demande des biens d'agrément comme le paysage varie avec le niveau des revenus. A partir d'un certain niveau de revenu la qualité des paysages n'est plus un bien de luxe, mais un bien normal. Cela favorise la généralisation de la demande de bien environnementaux de qualité. L'offre s'organise, alors, pour répondre à ce changement de goût (l'évolution du goût étant une cause des opportunités de profit) les entrepreneurs, à l'affût de ces opportunités, les perçoivent et s'engagent pour offrir aux consommateurs un environnement naturel de qualité.

## **2.2 Propriété privée et paysage : la prospérité crée des paysages**

L'invention des institutions du libre marché n'est pas sans conséquence sur le territoire et sa forme, le paysage. La propriété privée a au moins deux types d'effets qui ont des incidences sur le paysage. Elle agit, tout d'abord, sur l'innovation technique et l'organisation agraire. En agissant sur l'innovation elle a un effet sur les techniques de communication et les techniques de production en agriculture mais aussi dans l'industrie, les services et le bâtiment. Le droit de propriété privée a en ce sens un effet très important sur les paysages. La propriété privée agit, ensuite, sur l'organisation agraire et plus généralement sur l'organisation de la production des biens et services. Elle est notamment à l'origine de la firme capitaliste. Cette relation a déjà été étudiée par les géographes. Dion (1991) explique, par exemple, l'opposition entre prairies ouvertes sans clôtures séparant les champs et champs clos de haies (bocage) par l'évolution du système juridique et des techniques de production. Les paysages ouverts reflètent des territoires où président des systèmes d'organisation collective du régime agraire, un habitat groupé, des assolements réglementés et des champs ouverts à la libre circulation des bestiaux après la moisson. Ce sont des paysages holistes et communautaires. Les paysages fermés de bocage traduisent au contraire une organisation individualiste du régime agraire, un habitat dispersé, une association entre des pâtures communes (lande) et des champs cultivés.

La théorie économique des institutions contribue à ce type d'analyse lorsqu'elle s'interroge sur l'origine du mouvement des enclosures et de la fermeture des *open field* (McCloskey 1972, Dahlman 1980, Titow 1981). Les institutions s'expliquent par la minimisation des coûts de transaction. Les types d'institutions expliquent les paysages. La minimisation des coûts de transaction en rendant compte des institutions propose une théorie de la formation des paysages. C'est l'équivalent institutionnel de l'économie spatiale. Au lieu d'expliquer la formation des paysages par les coûts de transport on l'explique par les niveaux des coûts de transaction. L'*open field* est un système collectif de mise en valeur du sol. Il était dominant en Angleterre et plusieurs pays d'Europe du Nord au Moyen-âge. Le mouvement des enclosures en Angleterre a profondément réorganisé la propriété foncière et contribué à l'avènement de la révolution industrielle dans ce pays. Pour Dahlman (1980) le mouvement des enclosures a permis d'améliorer l'efficacité du système agricole anglais. Il a conduit à la mise en place de fermes de plus grande taille et à des gains de productivité importants en travail. Cela explique la migration des populations agricoles vers les villes. L'avènement d'une économie de la propriété privée correspond donc à la mise en place d'une philosophie de la clôture, de la propriété.

Les hommes se définissent désormais comme des propriétaires, d'eux-mêmes, de la terre, de leurs talents, de leurs maisons, de leurs corps et de leurs idées. Ils exigent le respect pour ce qu'ils sont et non ce qu'ils représentent. Ils veulent ne pas être vus afin de faire respecter leur espace privé, leur intimité. Ils peuvent réaliser cet objectif parce que leurs droits ne dépendent plus d'une décision politique, mais de leur capacité à offrir un échange mutuellement avantageux à tous les individus qui habitent sur cette planète. L'économie de libre marché rend l'homme autonome vis-à-vis de sa communauté politique. Elle l'oblige à trouver des solutions privées aux problèmes qu'il rencontre. Pour répondre au sentiment d'insatisfaction d'une partie de la population vis-à-vis de son cadre de vie les entrepreneurs vont proposer de nouveaux services. Ils vont produire des points de vue, des paysages. La richesse explique l'émergence d'un marché du paysage. Le paysage devient l'occasion d'échanges mutuellement avantageux.

## **2.3 Prospérité et marché du paysage**

Le marché du paysage ne peut, cependant, se développer que si les services produits par l'entrepreneur peuvent donner lieu à rémunération. Cela signifie que les services esthétiques et récréatifs sont exclusifs, que les entrepreneurs ont trouvé des moyens de faire du paysage un bien privé. Il est possible d'expliquer le passage du paysage bien commun, pâture commune au paysage bien privé par la notion de coût d'exclusivité ou de coût de

la clôture. L'émergence d'une demande de paysage, d'un consentement à payer pour voir crée les conditions de la privatisation des qualités esthétiques d'un espace. Le territoire, d'espace public devient un espace privé, accessible qu'à ceux qui ont payé pour voir.

La théorie des droits de propriété incomplets permet de décrire les raisons qui poussent l'individu à faire ce choix. Elle part de l'idée que la non exclusivité décrite par la théorie des biens collectifs de Samuelson (1954) est le résultat d'un choix. Un droit de propriété est toujours incomplet parce que jamais totalement sécurisé. Ce sont des valeurs subjectives et non identifiables qui guident les décisions de sécurisation des droits. C'est parce que les droits de propriété ne sont pas complets et parfaitement sécurisés que l'exclusivité n'est jamais totale (Barzel 1989). L'absence d'exclusivité est donc le résultat d'un calcul économique. Le propriétaire arbitre entre les gains et les coûts de l'exclusivité. Son calcul évolue en fonction des opportunités de gains présentes sur les marchés et des techniques d'exclusion.

Le fil de fer barbelé est souvent cité comme une invention technique qui a profondément changé les techniques de production agricole aux Etats-Unis. Il a rendu l'exclusivité sur les droits fonciers moins coûteuse et incité les éleveurs à passer des techniques extensives d'élevage à des techniques intensives.

Les opportunités de gain ont plusieurs origines que l'on peut classer en trois catégories : le type de changement, les sources d'opportunité elles-mêmes et l'initiateur du changement (Eckhardt et Shane 2003, p.340). Le type de changement renvoie à la question de savoir s'il s'agit d'un changement provoqué par la création de nouveaux biens et services, de nouvelles aires géographiques de vente, de nouvelles méthodes de production, de nouvelles manières d'organiser la firme et/ou la découverte de nouvelles matières premières. Les opportunités varient aussi selon leur origine. Elles naissent d'asymétries d'informations, de chocs exogènes comme des décisions politiques, de l'évolution démographique ou de découvertes scientifiques. Les opportunités naissent, enfin, des changements dans les conditions d'offre et de demande : goûts, culture, perception ou nouveaux désirs. On peut ainsi retenir que l'individu ferme les paysages, les rend exclusifs si les techniques d'exclusion évoluent et si les opportunités de gains joints à l'exclusivité des paysages augmentent, autrement dit si les individus sont prêts à payer pour consommer les qualités esthétiques d'une partie du pays. La question qui se pose, alors, est de savoir comment rendre le paysage exclusif. Si comme tout le monde s'accorde à le dire le paysage est une partie d'un pays que la nature présente à un observateur, le paysage est une étendue (partie d'un pays) vu d'un point de vue (présente à l'observateur). Pour consommer le paysage il faut se mettre en position pour voir (s'approprier un point de vue). Il faut se localiser pour voir une vallée, une montagne, un paysage maritime, un lac, un étang, une rivière, une simple prairie. Le marché du paysage s'organise autour de l'achat et de la vente de points de vue (Facchini, 1993).

### *Exploiter la rente différentielle*

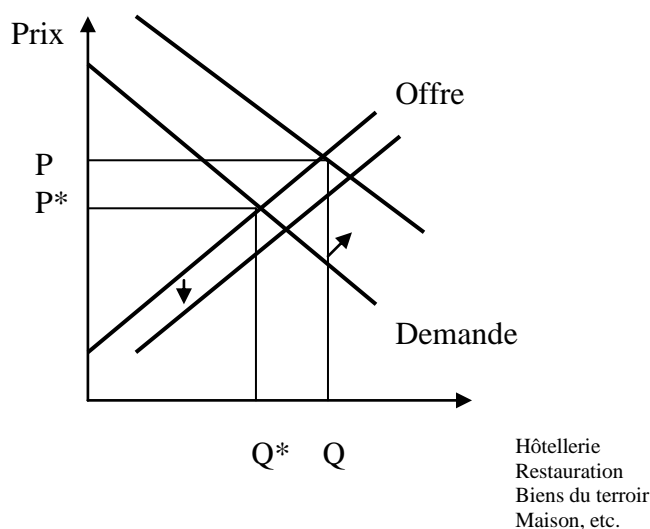
La transformation du pays en paysage introduit une demande d'espace pour des qualités esthétiques spécifiques. Les individus sont prêts à payer plus cher le sol et toute une série de biens et services (restauration, hôtellerie, résidences, maisons, etc.) parce qu'ils donnent accès à un paysage qu'ils apprécient. Les méthodes des prix hédonistes appliquées à l'évaluation du paysage confirment ce point. Elles permettent de révéler ce que les agents sont prêts à payer en supplément pour consommer un paysage qu'ils estiment de qualité. La qualité de la vue se monnaie sur un certain nombre de marché. Le paysage est à l'origine en ce sens d'une rente différentielle. 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 1).

Le paysage est l'origine d'une rente différentielle au sens de Ricardo. Comme 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 (1985, p.668) « *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 celui d'un artiste moins talentueux* ». Le paysage n'est pas, en revanche, à l'origine d'une rente résiduelle<sup>5</sup>. En économie de marché les prix des biens et services et des facteurs de production sont déterminés par le consentement à payer des consommateurs. Le

<sup>5</sup> Mises (1985, ch.XXII, p.668) distingue deux types de rente : les rentes différentielles et les rentes résiduelles. La notion de rente résiduelle est fondée sur la notion de coût réel par opposition à la notion de coût subjectif. Si les Biens et Services sur le paysage A se vendent plus chers que sur le paysage B ce n'est pas parce que le prix des terrains est plus cher en A qu'en B mais parce que les consommateurs sont prêts à payer plus cher pour

prix de la chambre d'hôtel, du Saint Nectaire et/ou de 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. Ce pur profit n'apparaît au grand jour que si l'entrepreneur le découvre. L'entrepreneur est à l'origine, dans ces conditions, de la prise de conscience des populations locales de la valeur marchande de leur paysage. Elles réalisent par la vision des affaires de l'entrepreneur que leur territoire, leur propriété foncière vaut plus qu'elles ne l'imaginaient. 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. L'entrepreneur va produire des points de vue, car il perçoit dans leur vente un profit.

**Graphique 1**  
Paysage et offre et demande d'hébergement



#### *Acheter et vendre des points de vue*

Le propriétaire est alors incité à maximiser le nombre de points de vue afin de vendre son bien le plus cher possible. Il s'agit en fait de faire en sorte que le maximum de monde puisse voir le spectacle. Il faut maximiser le nombre d'entrées sous contrainte spatiale. On peut ainsi écrire un programme de maximisation du nombre de points de vue. Le modèle s'écrit :

Max  $\pi$  sous contrainte technique  $Y = f(S, W)$

avec  $\pi$  le profit,  $Y$  le nombre de points de vue,  $S$  la superficie de la zone à voir et  $W$  les différentes quantités de travail et de capital utilisées pour construire les bâtiments abritant les points de vue.

Le profit correspond aux prix des points de vue par leur nombre moins les coûts, autrement dit le prix du sol ( $P_s$ ) par les quantités de sol ( $S$ ) plus le prix des intrants ( $P_w$ ) par les quantités  $W$ .

$$(1) \text{ Max } P_y \cdot Y - (P_s \cdot S + P_w \cdot W) = P_y \cdot f(S, W) - (P_s \cdot S + P_w \cdot W).$$

L'optimum est atteint pour les quantités  $S$  et  $W$  qui vérifient les conditions suivantes :

---

consommer ces biens et services sur le paysage A. Cela contredit la thèse de Mollard (2003, p.41). 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. 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.

$$\partial \pi / \partial S = 0 \text{ et } \partial \pi / \partial W = 0 \text{ autrement dit, } f_s = P_s \text{ et } f_w = P_w$$

ce qui implique

$$(2) f_s / f_w = P_s / P_w \text{ avec } f_s = \partial \pi / \partial S \text{ et } f_w = \partial \pi / \partial W$$

Le taux marginal de substitution technique (TMST =  $f_s / f_w$ ) mesure le supplément de sol qui permet de compenser une réduction de la quantité d'intrants, le nombre de points de vue restant inchangé. Il mesure l'arbitrage entre les points de vue juxtaposés (largeur) et les points de vue empilés (hauteur). Le rapport des prix entre le prix du sol et le prix des intrants ( $P_s / P_w$ ) mesure le taux auquel le propriétaire – promoteur peut substituer le sol aux intrants en maintenant ses coûts fixes. En respectant l'équilibre de l'équation (2) le propriétaire – promoteur minimise ses coûts et maximise son profit en adoptant la combinaison productive optimale, connaissant les prix des facteurs et leurs productivités marginales. Il égalise ce qu'il gagne à utiliser une unité supplémentaire d'un facteur à ce que cela lui coûte. L'équilibre en valeur s'écrit : (3)  $f_s / P_s = f_w / P_w$  lorsque la combinaison optimale est atteinte le nombre de points de vue par niveau de dépense est identique pour chaque facteur. Si le propriétaire – promoteur respecte cette équilibre il obtient pour un niveau de dépense donné, le nombre de points de vue ouvert le plus grand. Cet équilibre varie avec les valeurs de  $P_s$  et  $P_w$ . Si  $P_s$  augmente par rapport à  $P_w$  il y a substitution d'intrants au facteur sol et une tendance à la construction en hauteur s'impose (à profit constant). Si  $P_s$  décroît par rapport à  $P_w$  il y a substitution du facteur aux intrants et la hauteur des constructions diminue. La variation des prix des facteurs fait ainsi évoluer la forme des constructions. L'épuisabilité de la zone pour voir se traduit alors comme une contrainte sur le facteur S qui n'est pas substituable à l'infini, sa quantité étant limitée. L'exploitation du paysage par la production de points de vue pose, alors, la question de la perpétuation de son activité devant le caractère épuisable de la zone pour voir.

#### *Acheter et/ou protéger l'étendue*

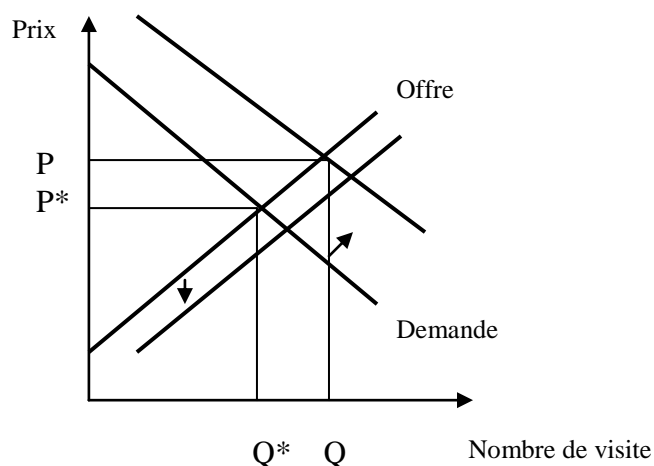
L'acquisition d'un droit de propriété sur le sol qui supporte le point de vue ne rend pas néanmoins la consommation du paysage totalement exclusive. Le point de vue est exclusif. Le propriétaire est le seul à pouvoir voir le Mont Saint Michel de ce point de vue. Il y a exclusivité sur les points de vue. Le propriétaire d'un point de vue n'exclut pas, cependant, les autres de la consommation de la vue du Mont Saint Michel. On est, en ce sens, dans le cas d'un spectacle vivant. Le mur du théâtre ou de salle de concert permet d'exclure tous les individus qui n'ont pas payé le ticket pour entrer. Une fois entrés, les individus sont plus ou moins bien placés mais consomment tous le même spectacle. Dans le cas du paysage le mur (clôture) et la distance à ce qu'il y a à voir sont des instruments d'exclusion. Au-delà d'une certaine distance le Mont Saint Michel n'est plus visible à l'œil nu. Pour voir il faut se localiser. Cela a un coût d'opportunité. Voir le Mont Saint Michel conduit à mobiliser des ressources que l'individu n'affectera pas ailleurs.

Pour que l'analogie avec le théâtre fonctionne, néanmoins, il faut que les murs appartiennent à une même personne, autrement dit qu'un seul propriétaire possède les terres qui permettent de voir le Mont. Dans ce cas pour voir le Mont il faut avoir l'autorisation du propriétaire. Pour entrer il faut que le propriétaire donne son accord. C'est là que l'on retrouve la dynamique de la courbe de Kuznets.

Si personne n'est prêt à payer pour voir le Mont, le propriétaire laisse le libre accès à son territoire et valorise d'autres attributs de sa propriété comme la production de biens alimentaires. La vue du Mont reste non exclusive, car aucune opportunité n'existe. Personne n'est prêt à payer pour entrer sur le territoire du propriétaire et voir le spectacle du Mont. Si le propriétaire, où un entrepreneur qui perçoit que ce dernier n'exploite pas correctement ces droits, réalise qu'il pourrait monnayer l'entrée sur son territoire parce que les individus désormais on fait de cette partie de pays un paysage, il peut organiser la vente des points de vue. Il fait payer l'entrée. 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 2). Le déplacement de la demande vers la droite traduit l'augmentation de la demande de paysage et l'ajustement de l'offre.

#### **Graphique 2**

Offre et demande de paysage



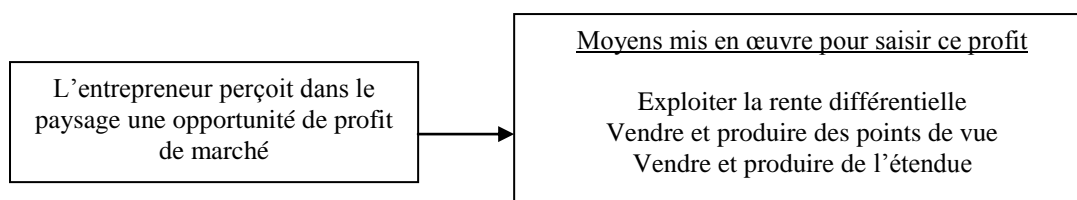
Sous les prémisses de la théorie de l'équilibre l'offre de paysage comme extrant dépend de l'évolution du prix des facteurs de production. La courbe d'offre se déplace vers la droite lorsque les coûts marginaux de chaque unité de facteur (travail, capital ou terre) diminuent, autrement dit lorsque les salaires, le taux d'intérêt et la rente foncière baissent. Sous les prémisses de la théorie radicalement subjective de la valeur, le prix des facteurs de production dépend du prix des biens et services. Les courbes d'offre et de demande se déplacent conjointement vers la droite. L'augmentation du consentement à payer des consommateurs pour le paysage permet aux entrepreneurs d'attirer les facteurs de production par de meilleures rémunérations.

La stratégie du propriétaire ou de l'entrepreneur dépend, dans ces conditions, uniquement des goûts des consommateurs et de leur consentement à payer. Il peut vendre des tickets pour de simples visites, louer des points de vue en organisant l'accès à la Baie et/ou vendre de la terre.

La vente de la terre s'explique par le fait que le propriétaire perçoit une plus valeur foncière. Il exploite sa terre pour produire de la viande de mouton. Le prix de la terre est déterminé par le prix du bien final, la viande de mouton. La vente de sa terre comme point de vue en modifie l'usage et le prix. Désormais le prix de la terre est lié à un usage esthétique. C'est parce que la terre permet d'accéder à la vue sur le Mont que son prix augmente. Le propriétaire foncier peut, alors, juger qu'il est intéressant pour lui de vendre et de déplacer sa production de viande ovine vers des terres ne permettant d'accéder à aucun paysage de valeur (jugement subjectif des agents). Une dynamique économique de production de points de vue est susceptible alors de s'engager sur cette base. Le propriétaire vend des points de vue sur le Mont. Le Mont Saint Michel est le spectacle, le point de vue (sol acheté) est le siège qui permet de le voir. La transformation du pays en paysage conduit alors à une double dynamique, l'achat et la vente des points de vue d'une part et la qualité du spectacle et son évolution d'autre part.

**Figure 1**

Stratégie de valorisation des paysages par l'activité productive des entrepreneurs



*Une nouvelle manière d'interpréter l'obstruction*

L'obstruction d'un point de vue ou plus généralement la dégradation des paysages ne justifie plus dans ces conditions l'intervention de l'Etat. C'est parce que le paysage n'est pas totalement exclusif qu'il peut être dégradé. C'est l'absence d'exclusivité qui explique que les individus ne contrôlent pas correctement l'évolution de leur panorama.

Cela ne permet pas, cependant, d'affirmer comme le fait Galbraith (1975) qu'en présence d'un conflit entre les propriétés industrielles et esthétiques d'un paysage c'est à l'Etat d'imposer les priorités esthétiques. Au regard de ce qui vient d'être dit cette proposition n'est pas juste. L'intervention de l'Etat ne ferait qu'empêcher, d'une part,

les individus d'exprimer leur consentement à payer et affecterait, d'autre part, autoritairement une valeur aux paysages. Si le développement industriel détruit les qualités esthétiques d'une zone c'est tout simplement parce que les individus accordent plus de valeurs aux biens industriels qu'aux paysages.

Cela ne conduit pas non plus aux mêmes conclusions que celle de Coase (1960). Coase soutient que si le juge avait annulé le permis de construire d'un propriétaire parce qu'il obstruait la vue des maisons limitrophes il aurait interdit la formation des villes et fait alors supporter à l'ensemble de la collectivité un coût important en empêchant la formation d'économie d'agglomération. C'est parce que le juge est garant de l'efficacité des décisions qu'il n'a pas donné gain de cause au plaignant.

L'argument développé ici est différent et n'ouvre la voie ni à l'intervention publique ni à l'arbitraire d'une décision de justice qui se donnerait pour objectif de mimer le marché (Facchini, 1997b). Il repose sur un principe simple : l'achat d'un droit de propriété est le meilleur moyen de contrôler l'évolution du paysage. Un individu dont la vue a été obstruée par un autre n'a tout simplement aucun droit puisqu'il n'a pas consenti à engager des ressources pour protéger sa vue. En partant de l'idée que le paysage peut être approprié il n'est plus nécessaire de recourir à un critère hypothétique et plus ou moins arbitraire d'efficacité pour expliquer la décision du juge. Il suffit de soutenir que le juge n'a pour fonction que de faire respecter les droits des propriétaires. S'ils n'ont pas engagé des ressources pour s'assurer de l'évolution de leur panorama, ils en sont responsables. C'est qu'ils ont estimé que cela n'en valait pas la peine, autrement dit que la valeur du paysage n'était pas suffisante pour compenser les coûts de sa protection, de son exclusivité.

La principale stratégie économique pour s'assurer de la qualité de ce que l'on voit est donc l'achat de l'étendue ou la contractualisation (louer l'étendue afin d'éviter l'obstruction). La filière paysage exploite cette demande. Elle entretient et crée des espaces pour les propriétaires fonciers soucieux d'aménager, de rendre leur espace de vie beau et agréable. L'attrait pour toutes les zones naturelles susceptibles de créer un monopole s'explique par cette logique de contrôle du pays par l'achat de l'étendue. Le front de mer, les bords de lac et des rivières ainsi que les panoramas sur les positions dominantes ou les flancs de montagne garantissent aux propriétaires une relative certitude sur la qualité esthétique de leur vue. Ils peuvent s'engager individuellement dans cette stratégie ou développer des formes associatives où la co-propriété, le partage et la redistribution peuvent enrichir le modèle de consommation qui l'on peut appeler purement individualiste.

### 3. Conclusion

L'économie de libre marché privilégie donc la demande individuelle de paysage et sa fermeture (clôture) alors que l'économie sociale de marché préfère protéger des espaces communs, publics quitte à prendre le risque de la gratuité.

Le paysage du libre marché est le paysage des propriétaires et de leurs choix. Leurs choix sont guidés par les prix des biens et services, par les opportunités de profit non exploitées sur le marché et par les techniques et le prix de l'exclusion. D'une part, toute variation du prix des autres biens a un effet sur l'offre et la demande de paysages, d'espaces privés. Le soutien public à l'agriculteur (Facchini 1995a) (subvention, prix de soutien, etc.) constitue une barrière à l'entrée pour les entrepreneurs qui chercheraient à acheter de la terre pour vendre du paysage, du territoire et/ou des points de vue (résidences paysagères, etc.). D'autre part, toute baisse du prix des clôtures (arbres, murs, arbustes, etc.) favorise la privatisation du paysage. Si la concurrence entre les jardinerie favorise la baisse des prix il est probable que cela ait un effet sur la fermeture des paysages, leur privatisation, ce que l'on pourrait appeler un retour au jardin. Enfin, la baisse du prix de la terre (Facchini, 1997a) et la libéralisation des baux ruraux auraient aussi un effet positif sur la production des services esthétiques et récréatifs privés. L'usage récréatif deviendrait plus profitable que l'usage agricole. Les entrepreneurs fonciers seraient, alors, intéressés par la production de paysages (bien de club). Ces paysages seraient collectifs, mais accessibles qu'aux seuls individus qui appartiennent au club. Le paysage ne serait pas une propriété privée exclusive mais une co-propriété.

La critique radicale des paysages du libre marché se présente alors comme une critique politique et morale. Elle est une critique politique, car elle préfère la gestion politique des conflits à un mode de résolution des litiges qui privilégie la propriété, les solutions du *chacun chez soi* et la gestion privée (Facchini, 2008b). Elle est une critique morale parce qu'elle associe propriété privée à individualisme, individualisme à égoïsme et égoïsme à absence de lien social ce qui a pourtant été infirmé par la socio-économie de Viviana Zelizer (2005), par exemple. L'échange commercial n'est pas froid. Il est aussi affectif, chaud, humain, plein de lien social et de connivences implicites. La politique publique en matière de paysage issue de la théorie de la défaillance du

marché n'exprime plus, dans ces conditions, la demande sociale, mais la demande des individus qui jugent la gestion marchande des paysages inefficace voire injuste (scandale de l'appropriation privée).

La gestion politique ou non marchande des paysages a plusieurs effets. Elle impose un système de valeur différent des valeurs du libre marché. Elle décourage la constitution de paysages privés et incite à la socialisation des paysages et de leurs modes d'accès. Le paysage pour tous est un peu comme la culture pour tous, un mot d'ordre qui réunit les tenants de cette position. Elle produit un paysage spécifique. Ce paysage est inspiré par le goût des aménageurs. Il reflète leur habitus, leur culture, leur capital social et leur capital personnel, autrement dit leur parcours esthétique et affectif. Il a en ce sens une dimension éminemment subjective. La gestion marchande fait intervenir des agents différents et donne aux architectes, aux paysagistes et aux clients un rôle déterminant. La gestion politique conduit les élus à représenter les électeurs, les administrations publiques et plus particulièrement les aménageurs à dessiner les paysages de demain. Elle a un coût pour la nation qui est réparti différemment selon les choix réglementaires et fiscaux (Facchini, 1995b). Le paysage de l'économie sociale de marché traduit un équilibre politico-économique. Il reflète les fonctions d'objectifs des élus et des bureaucrates publics et la supériorité des groupes d'intérêt pro Etats en matière de paysage. Le paysage du libre marché serait, au contraire, l'image d'une nation où les groupes favorables au laisser faire en matière de paysage seraient les plus puissants. Le laisser faire du libre marché est le tout venant mais dans le cadre de la propriété privée. Il se distingue alors clairement du laisser faire paysager en économie sociale de marché. On peut, en effet, ne pas avoir de politique de paysage proprement dite et pourtant avoir des paysages en économie de libre marché différents des paysages d'une économie sociale de marché. Cela tient au fait que dès que l'on modifie la hiérarchie des prix relatifs, les individus changent leurs comportements et produisent des paysages différents, clôture ou non leurs espaces.

#### Bibliographie

- Amigues J.P., Desaignes B. et Vuong Q.H. (1996). « L'évaluation contingente : controverses et perspectives », *Cahiers d'économie et de sociologies rurales*, n°39-40, pp.123-150.
- Barzel Y. (1989), *Economics Analysis of Property Rights*, New York: Cambridge University Press.
- Becker G. and Sitgler G. (1977). "De Gustibus Non Est Disputandum", *The American Economic Review* 67, pp.76-90.
- Becker G. (1996). *Accounting for tastes*, Cambridge: Harvard University Press.
- Besley T. (1995). "Property Rights and Investment Incentives: Theory and Evidence from Ghana", *Journal of Political Economy*, vol.103, n°5, pp.903-937.
- Beunigen Von C.(1979). "Le marxisme et l'espace chez P. Claval, quelques réflexions critiques pour une géographie marxiste", *L'Espace Géographique*, 4, pp.263-271
- Bonin S. (2001). « Paysages et représentations dans les guides touristiques. La Loi dans la collection des Guides-Joanne, Guides Bleus (1856 à nos jours) », *Espaces Géographiques*, numéro 2, pp.111-126.
- Bonnieux F. et Rainelli P. (1991). *Catastrophe écologique et dommages économiques*, INRA, Economica, Paris.
- Bourdieu P. (1980). *Le sens pratique*, Ed. Minuit, Paris.
- Bourdieu P. et Saint-Martin de M. (1976). « Anatomie du goût », Actes de la recherche en Sciences Sociales, année 1976, volume 2, numéro 5, pp.2-81.
- Brochier H. (1987). « P. Bourdieu en individualiste méthodologique », *Revue du MAUSS*, juin, pp.87 – 106.
- Bureau D. et Bureau J.C. (1999). « Agriculture et négociations commerciales », rapport pour le Conseil d'Analyse Economique, Paris, La Documentation française.
- Caplan B. (2003). « Stigler-Becker versus Myers-Briggs: Why preference-based explanations are scientifically meaningful and empirically important », *Journal of Economic Behavior and Organization*, 4, pp.391 – 405.
- Castells M. (1972). *La question urbaine*, Maspero, Paris.
- Cauquelin A. (1989). *L'invention du paysage*, Plon, Paris.
- Coase R. (1960). "Le problème du coût social", dans Dorfman R.etN., *Economie de l'environnement*, Calmann-Levy, pp.129-168.
- Colson F. et Stenger-Letheux A. (1996). « Evaluation contingente et paysages agricoles. Application au bocage de Loire-Atlantique », *Cahiers d'économie et de sociologies rurales*, n°39-40, pp.151-179. Cordey P. (1978), « De l'espace produit à l'espace vécu », *Géographica Helvética*, n°2, pp.87 – 92.
- Dagognet F. (1982). « Philosophie du paysage », dans Dagognet F. (éd.), *Mort du paysage ? Philosophie et esthétique du paysage*, collection Milieux, Champ Vallon.
- Dahlman C.J. (1980). *The Open Field System and Beyond : A Property Rights Analysis of an Economic Institution*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Dawson J.W. (1998). « Institutions, Investment and Growth: New Cross-Country and Panel Data Evidence », *Economic Inquiry*, vol.XXXVI, October, pp.603-619.



- Desaigues B. et Point P. (1990). "Les méthodes de détermination d'indicateurs de valeur ayant la dimension de prix pour les composantes du patrimoine naturel", *Revue Economique*, 41, 2, pp.269-319.
- Dion R. (1991), *Essai sur la formation du paysage rural français*, Flammarion, Paris.
- Eckhart J.T. and Shane S.A. (2003). "Opportunities and Entrepreneurship", *Journal of Management*, 29, (3), pp.333-349.
- Elmoussaoui H. (2005). « Fondements de l'endogénéité des préférences », Centre d'Analyse Economique, Aix en Provence, Documents de Recherche, DR 23 – 04/05.
- Facchini F. (2008a). « L'invention des institutions de la liberté en Europe : fragmentation politique et territoriale et religion », *Economie Appliquée* Tome LXI – N°1, mars 2008, pp.71 – 106.
- Facchini, F. (2008b). « Droits de propriété et gestion des conflits agriculture – environnement », ouvrage collectif sous la direction de T. Kirat et Torre A ; (éd.) *Les territoires des conflits : origines, formes et évolutions des conflits d'usage des territoires*, Paris, L'Harmattan (2008).
- 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. (1997a). « Politique agricole et prix de la terre », *Politiques et Management Public*, décembre, vol.15, numéro 4.
- Facchini F. (1997b). « Gestion des externalités, droit de propriété et responsabilité civile », *Economie Appliquée*, décembre, tome L., n°4, pp.97-125.
- Facchini F. (1995a). « 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. (1995b). « Economie et paysage: la place de la gestion politique », *L'Espace Géographique*, 4, pp.319-327
- Facchini F. (1994). « L'évaluation du paysage : une revue critique de la littérature », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n°3, pp.375-402.
- Facchini F. (1993). « Paysage et économie: la mise en évidence d'une solution de marché », *Economie Rurale*, 218, Nov. - Déc., pp.12-18.
- Freeman A.M. (1979). "Hedonic prices, property values and measuring environmental benefits : a survey of the issues", *Scandinavian Journal of Economics*, pp.154-173.
- Frydman R. (1992). « Formes et science du marché. Présentation », *Cahiers d'économie Politique*, 20-21, éditions l'Harmattan.
- Galbraith J.K. (1975). "L'autre dimension", dans *Economie de l'environnement* de R. et N. Dorfman (1975), Calmann-Levy.
- Grossman G.M. and Krueger A.B. (1991). « Economic Growth and the Environment », *Quarterly Journal of Economics*, 110: 353 –377.
- Guéry, F. (1982). « A la recherche du paysage » dans Dagognet F. (éd.), *Mort du paysage ? Philosophie et esthétique du paysage*, collection milieux, Champ Vallon, pp.15 – 21.
- Harvey D. (2008), *Géographie de la domination*, Les Prairies Ordinaires, Paris.
- Hayek F. (1976, 1981). *Law, Legislation and Liberty*, vol.2, Chicago and London, University of Chicago Press, version française 1981, coll. Libre échange, PUF, Paris.
- Hernando de Soto (2005). *Le Mystère du Capital. Pourquoi le capitalisme triomphe en Occident et échoue partout ailleurs ?*, Flammarion (publié en anglais en 2002).
- Huriot J-M. (1977). *La formation du paysage économique. Essai sur l'affectation de l'espace*, éditions Sirey, Paris.
- Judez L., de Andres R. Perez Halgade C., Urzainqui E. et Ibanez M. (1998). « Evaluation contingente de l'usage récréatif d'une réserve naturelle humide », *Cahiers d'économie et de sociologies rurales*, n°48, 3° trimestre, pp.37-60.
- Kirzner I. (1992). *The Meaning of Market Process: Essay in the Development of Modern Austrian Economics*, London: Routledge.
- Lefebvre H. (1974, 1981). *La production de l'espace*, ed. Anthropos, Paris.
- Le Floch S., Devanne A.S. et Deffontaines J-P. (2005). « La fermeture du paysage : au-delà du phénomène, petite chronique d'une construction sociale », *Espaces Géographiques*, numéro 1, pp.49-64
- Lepage H. (1985). *Pourquoi la propriété*, coll. Pluriel, Hachette, Paris.
- Lifran R. et Oueslati W. (2007). « Eléments d'économie du paysage », *Economie rurale*, n°297 – 298.
- Lipietz A. (1977), *Le capital et son espace*, Maspéro, Paris.
- Lipietz A. (1983). *Le capital et le sol*, Coll. La découverte, Maspéro, Paris.
- Loyat J. (1994). « Politiques publiques et efficacité : en agriculture, une intervention nécessaire face à une logique de rente », *Economie rurale*, n°220-221, mars-juin.
- Madelin V. (1995). « La rémunérations services environnementaux rendus par l'agriculture », *Economie et Prévision*, 1-2 numéro 117-118.

- Mahé L.M. et Rainelli P. (1987). « Impact des politiques agricoles sur l'environnement », *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, n°4 avril.
- 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.
- Marin L. (1970). « Signe et représentation : Philippe de Champagne et Port Royal », *Annales*, volume 25, numéro 1, pp.1-29.
- McCloskey D.N. (1972). « The Enclosure of Open Fields : Preface to a Study of its Impact on the Efficiency of English Agriculture in the Eighteenth Century », *Journal of Economic History*, 32, march.
- Michallaud B. et Vollet D. (1999). « Utilisation de la méthode des prix hédonistes pour l'évaluation des aménités agricoles et forestières. Etat des lieux et données disponibles », *Cahiers d'économie et de sociologies rurales*, n°51, 2° trimestre.
- Mises L. (1985). *L'action humaine*, coll. Libre échange, PUF, Paris. traduction française (1949), *Human Action: A Treatise on Economics*, Chicago: Henry Regnery.
- Navrud S., Ready R.C., Magnussen K. and Bergland O. (2007). "Valuing the social benefits of avoiding landscape destruction from overhead power transmission lines – Do cables pass the benefit-cost test?", 2° Workshop on Landscape Economics, June 14 – 16 Montpellier (France).
- Neuray G.(1982). *Des paysages, pourquoi? pour qui? comment?* Presses Agronomiques Gembloux
- North D.C. et Thomas R.P. (1980). *L'Essor du monde occidental*, L'histoire vivante, Flammarion, Paris.
- North D.C. (1979). "A Framework for Analysing the State in Economic History", *Explorations in Economic History*, july, pp.249-259.
- Pastoureau M. (2004). *Une histoire symbolique du Moyen-Age Occidental*, La librairie du XXI°siècle, Seuil, Paris.
- Pearce D.W. (1989). *L'évaluation monétaire des avantages des politiques de l'environnement*, Paris, OCDE.
- Rosenberg N. and Birdzell (1986). *Ho West Grew Rich: the Economic Transformation of the Industrial World*, New York: Basic books, traduction française (1989) Fayard, Paris.
- Rousseau J.J. (1755). *Des inégalités parmi les hommes*, 10/18.
- Samuelson, P. (1954). "The Pure Theory of Public Expenditure", *Review of Economics and Statistics*, 30, 4, 36 – 44.
- Semmoud N. (2003). « L'habiter périurbain : choix ou modèle dominant ? », *Revue de Géographie Alpine*, volume 91, numéro 4, pp.55-64.
- Stark R. (2007). *Le triomphe de la raison. Pourquoi la réussite du modèle occidental est le fruit du christianisme*, Presse de la renaissance, traduction française de l'américain.
- Tarde G. (1895, 1979). *Les Lois de l'imitation*, seconde édition Statkine collection « Ressources », Paris – Genève.
- Titow J.Z. (1981). « The Open Field System and Beyond: A Property Rights Analysis of an Economic Institution by Carl J. Dalhman », *The Journal of Economic History*, vol.41, n°1, The Task of Economic History, mar., pp.210-212.
- Veron F. (1994). « Rémunérations liées à l'entretien de la nature », Madelin V. (1994), « La rémunération des externalités positives », *Economie rurale*, n°220-221, mars-juin.
- Villey (1892). « Le socialisme contemporain », *Revue d'Economie Politique*, Tome VI, pp.402-422.
- Winock M. (1992). *Le socialisme en France et en Europe*, Coll. Points Seuil Histoire, Paris.
- Yandle Bruce, Madhusudan Battarai et Maya Vijayraghavan (2004). « Environmental Kuznets Curves : A Review of Findings, Methods, and Policy Implications », PERC, *Research Study 02-1 Update*. April 2004, [www.perc.org/publications/research/kuznets2.php](http://www.perc.org/publications/research/kuznets2.php)
- Yandle B. and Morriss A. (2001). "The Technologies of Property Rights: Choice Among Alternative Solutions to Tragedies of the Commons", *Ecology Law Quarterly*, 28, (1), pp.123 – 168.
- Zélizer V. (2005). *La signification sociale de l'argent*, Seuil, Paris, coll. Liber, traduit de l'américain par Christian Cler.