

Le paysage comme gage de produits de qualité : une évidence ? Pratiques et discours des éleveurs dans deux études de cas en Auvergne et Morvan

DOBREMEZ L. (1), RAPEY H. (2), CANDAU J. (3), GINELLI L. (3)

(1) Cemagref centre de Grenoble, UR DTM, Domaine Universitaire, BP 76, 38402 Saint-Martin d'Hères cedex

(2) Cemagref UMR 1273 Métafort AgroParisTech-Cemagref-VetAgro Sup-Inra, BP 50085, 63172 Aubière cedex

(3) Cemagref centre de Bordeaux, UR ADER, 50 avenue de Verdun, Gazinet, 33612 Cestas cedex

RESUME - Le paysage est souvent utilisé pour promouvoir la qualité de produits certifiés issus de l'élevage. Ce lien produit-paysage se retrouve-t-il dans les pratiques et les discours des éleveurs ? Que représente le paysage pour eux et sont-ils prêts à s'engager dans des actions publiques à finalité paysagère ? L'étude a porté sur le fromage de l'AOP Saint Nectaire et la marque viande bovine du Parc régional du Morvan. Les éléments emblématiques du paysage pour promouvoir le fromage Saint Nectaire correspondent souvent à des pâtures utilisées par des vaches allaitantes ou des génisses mais pas par des vaches laitières. Les éleveurs enquêtés sont réticents à s'engager dans des actions paysagères, porteuses d'un paysage qui n'a guère de sens pour eux. A l'inverse, dans le Morvan, les éleveurs sont prêts à s'engager pour entretenir le bocage et maintenir un paysage ouvert mais ils s'engagent peu à produire des animaux finis dans le cadre de la marque Parc car l'élevage repose sur la production d'animaux maigres. Ces situations illustrent la difficulté du mariage entre le paysage promotionnel d'un produit et le paysage « laborieux » des agriculteurs et font écho aux réflexions sur l'adoption des MAE.

The landscape as a guarantee for product quality: is this obvious? Livestock farmers' practices and discourses in two French case studies (Auvergne, Morvan)

DOBREMEZ L. (1), RAPEY H. (2), CANDAU J. (3), GINELLI L. (3)

(1) Cemagref centre de Grenoble, UR DTM, Domaine Universitaire, BP 76, 38402 Saint-Martin d'Hères cedex

SUMMARY

Landscape is often used to promote the quality of livestock products with specifications. Is this link present between product and landscape in the farmers' practices and discourses? What does landscape mean for them and are they ready to subscribe to voluntary landscape schemes? This study examines an AOP cheese (Saint Nectaire in Auvergne) and a label of beef in the Regional Park of Morvan. Landscape elements used to promote the cheese are often visible on pastures grazed by suckler cows or heifers and not by dairy cows. Surveyed farmers are unwilling to participate in landscape schemes because this leads to a landscape which does not make much sense for them. On the contrary, in the Morvan region, farmers agree to be involved in schemes for landscape maintenance, but few are involved in the Park label because their livestock activity is based on store cattle only. These cases show the difficult marriage between the promotional landscape of a product and that conceived by the farmers.

INTRODUCTION

Le paysage est souvent utilisé pour promouvoir la qualité des produits issus de l'élevage d'herbivores. Ainsi les professionnels des filières d'appellation d'origine protégée (AOP) affirment volontiers que leur produit, ancré dans un territoire, est « un produit de qualité dans un environnement et un paysage de qualité » (Gauttier, 2006). Il en est ainsi des filières fromagères Beaufort et Comté (Fleury, 2003). Il en est de même pour d'autres produits dont la qualité est certifiée par un cahier des charges. Mais il importe d'aller au-delà de ce qui pourrait n'apparaître que comme un slogan pour se différencier dans un marché fortement concurrentiel. En effet, l'existence de liens spécifiques entre produits certifiés et paysages est loin d'être explicitée dans bon nombre de cas.

La nature de ces liens a été étudiée de différentes manières (Vollet *et al.*, 2008). Chez les géographes, le lien entre produit et terroir est un sujet d'étude ancien (Dion, 1934), et souvent le lien avec le paysage a été présenté comme une évidence (couple pays-paysage cher à Vidal de la Blache) mais sans vraiment le démontrer. En France, plusieurs géographes (Berque, 1991 ; Luginbuhl, 1993) et ethnologues (De la Soudière, 1995) ont montré que le paysage de campagne évoquant la France rurale met en scène un village autour de son clocher niché dans les collines où des vaches pâturent. Attaché à un produit, ce modèle traditionnel est censé attester de son authenticité et de sa qualité. En agronomie, l'organisation spatiale des activités et des pratiques agricoles dans un territoire est un objet de recherche relativement récent (INRA-ENSSAA, 1977 ;

Benoît, 1990). Deffontaines (1996) a parlé de « géoagronomie » pour les travaux plaçant la gestion de l'espace au cœur de la recherche, avec des préoccupations environnementales ou paysagères et plus seulement par rapport à des objectifs de production. La question des objets (paysagers) de l'espace agricole et de leurs relations avec les processus de production et les pratiques agricoles est un des points traités (Deffontaines, 2004 ; Baudry et Thenail, 2001). En sociologie, la plupart des travaux s'intéressent aux processus collectifs qui font du paysage une catégorie d'action collective (Trom et Zimmerman, 2001) et aux représentations paysagères de différentes catégories d'acteurs (Greider et Garkovich, 1994 ; Larrère, 2002), sans interroger cependant l'éventuelle construction conjointe de produits de « terroir ». Les rares études qui analysent cette construction portent sur les discours promotionnels (donc institutionnels) alors vus comme une « mise en folklore » (Laferté, 2003) ou une « mise en scène » (Ginelli et Lewis, 2007).

Mais peu de travaux ont cherché à confronter les composantes matérielles du paysage, les pratiques et les représentations des éleveurs dans des cas de produits certifiés s'appuyant sur le paysage à des fins promotionnelles. Ce lien mis en avant pour la promotion des produits se retrouve-t-il effectivement dans les pratiques des éleveurs et dans leurs systèmes d'élevage ? Que représente le paysage pour ces éleveurs et dans quelle mesure sont-ils prêts à s'engager dans des actions publiques à finalité paysagère qui pourraient éventuellement renforcer ce lien ?

1. MATERIEL ET METHODES

Pour apporter des éléments de réponse à ces questions, nous avons articulé différentes approches (géographique, agronomique et sociologique) et identifié différents types de liens que les éleveurs ou leurs systèmes d'élevage peuvent tisser entre le paysage et le produit certifié. Ces liens sont caractérisables par les éléments matériels de l'espace, ceux invoqués pour faire du territoire un paysage et ceux qui sont le support de pratiques de production. S'ils sont identiques, on pourra dire alors que les systèmes productifs génèrent *de facto* le paysage promotionnel. Les éleveurs peuvent aussi, en souscrivant notamment des mesures agri-environnementales (MAE) paysagères, vouloir favoriser un certain paysage, si tant est que cela ait un sens pour eux. Cette volonté intentionnelle débouche alors sur un service paysager (Aznar, 2002). Ceci nous a conduits à traiter trois aspects complémentaires : (i) identification et comparaison des éléments matériels du paysage (EMP) mis en avant pour la promotion du produit par des producteurs et par d'autres acteurs (de la filière, du tourisme,...) – que nous qualifierons d'EMP emblématiques - ; (ii) mise en évidence des pratiques et des systèmes d'élevage associant ces éléments paysagers dans le parcellaire agricole ; (iii) signification de la notion de « paysage » pour les éleveurs et sens de leur engagement (ou non) dans l'action publique paysagère.

L'étude a été menée sur deux couples produit x territoire : le fromage de l'AOP Saint Nectaire et la marque viande bovine du Parc naturel régional (PNR) du Morvan, afin de cibler sur des systèmes d'élevage utilisateurs de milieux prairiaux et pastoraux, qui sont au cœur d'enjeux paysagers et environnementaux (Béranger et Bonnemaire, 2008).

1.1. DEUX COUPLES PRODUIT X TERRITOIRE

Les deux terrains d'étude se différencient a priori (i) par la nature des systèmes d'élevage et (ii) par l'histoire du lien entre produit et paysage :

- dans le cas de l'AOP Saint Nectaire (69 communes en Auvergne), les paysages sont, de longue date, mis en avant par les promoteurs du tourisme et la filière fromagère, même si le cahier des charges n'y fait pas directement référence. Avec 6200 tonnes de fromage fermier produit par an par 250 producteurs, auxquelles s'ajoutent 7500 tonnes de fromage fabriqué en laiterie, le Saint Nectaire joue un rôle économique important sur son territoire.

- dans le PNR du Morvan (117 communes), une initiative récente vise à promouvoir la viande bovine sous la marque du Parc avec un cahier des charges comportant des clauses relatives à la conduite des troupeaux et des prairies : animaux engraisés d'au moins 30 mois, conduite de type extensif avec chargement inférieur à 1,4 UGB/ha, ration sans ensilage pendant les six derniers mois d'engraissement,... Il comprend aussi des clauses paysagères : entretien mécanique des prairies pâturées (de préférence au désherbage chimique), entretien des haies et des abords d'exploitation,... En 2007, 11 éleveurs s'étaient engagés à produire et vendre quelques animaux sous la marque Viande bovine du Parc.

1.2. IDENTIFICATION D'ELEMENTS PAYSAGERS MIS EN AVANT POUR PROMOUVOIR LE PRODUIT CERTIFIE

L'analyse d'images promotionnelles du produit vise à objectiver le choix des EMP. Pour le fromage Saint Nectaire, nous avons sélectionné 14 photographies provenant de dépliants, ouvrages et cartes postales récents. Une grille de lecture de ces images a été définie pour identifier, quantifier et hiérarchiser la fréquence des EMP en s'inspirant de la démarche du laboratoire ThéMA de Besançon.

Dans le Morvan, le repérage des EMP a été facilité par l'atlas des paysages, qui identifie des EMP liés aux pratiques agricoles. L'étude a été focalisée sur deux ensembles paysagers : la « Dorsale boisée » et le « Morvan des

400 mètres » (Bonneaud *et al.*, 2004) où sont localisés les signataires de la marque viande bovine du Parc.

1.3. PRATIQUES ET SYSTEMES D'ELEVAGE ASSOCIANT CES ELEMENTS PAYSAGERS DANS LE PARCELLAIRE AGRICOLE

Les enquêtes auprès d'éleveurs (10 au cœur de la zone AOP Saint Nectaire et 11 dans le Morvan dont 8 signataires de la marque Parc) ont visé à comprendre le fonctionnement de l'exploitation et son organisation spatiale en particulier. Afin de savoir également quels éléments paysagers ils souhaitent voir associés à leur produit, des appareils photos jetables leur ont été remis (Michelin, 1998). Un second passage a été réalisé auprès des éleveurs ayant pris des photos pour comprendre ce qu'ils ont voulu exprimer et repérer avec eux les pratiques associées aux EMP issus de leurs propres photos et des photos promotionnelles qui leur ont été présentées. 60 prises de vue ont été réalisées par cinq producteurs fermiers de la zone Saint Nectaire tandis que les éleveurs enquêtés dans le Morvan ont tous pris des photos (179 au total).

Au cœur de la zone Saint Nectaire (communes de Chastreix et Muro), trois îlots de 500 hectares chacun ont été sélectionnés. Dans les 476 parcelles, la présence des EMP a été relevée et les modes d'exploitation des prairies (fauche, lot d'animaux pâturant) ont été identifiés sur le terrain ou par recoupement avec les enquêtes en exploitation. Ces observations de terrain n'ont pas été menées dans le Morvan car la présence des EMP emblématiques dans le parcellaire ne prêtait pas à discussion (similitude des EMP entre atlas et éleveurs).

1.4 PAYSAGE ET ACTIONS PUBLIQUES PAYSAGERES POUR LES ELEVEURS

Au plan sociologique, les entretiens auprès d'éleveurs (19 sur le terrain Saint Nectaire et 19 dans le Morvan, signataires ou non de la marque Parc) visaient à connaître le sens que les agriculteurs accordent à la notion de paysage et le lien qu'ils font - ou pas - entre leurs productions et l'évolution du paysage de leur territoire. L'analyse a permis d'identifier les éléments matériels de l'espace présents dans les discours, en distinguant ceux qui servent à décrire les pratiques productives des éleveurs et ceux qui expriment leur attachement au territoire. Ceci permet de tirer des conclusions quant à la pertinence du paysage pour les éleveurs, et de comprendre leur réticence ou non à souscrire des MAE paysagères.

2. RESULTATS

2.1. ESTIVES ET PATURES : UN INTERET PAYSAGER PARTICULIER POUR L'AOP SAINT NECTAIRE

Dans le cas de l'AOP Saint Nectaire, l'analyse des images et photos a permis d'identifier et retenir huit EMP prépondérants qui concernent les surfaces agricoles : les gentianes jaunes, les prairies fleuries, les blocs rocheux, les alignements d'arbres, les arbres isolés, les cours d'eau, les troupeaux bovins, les vaches de race Salers.

Sur le terrain, ces huit EMP sont cependant répartis de façon inégale : si on trouve couramment des arbres en alignement (plus des deux-tiers des parcelles étudiées), d'autres éléments sont plutôt rares, comme les gentianes jaunes (moins du quart des parcelles). Les parcelles avec gentianes et rochers sont en outre disséminées, donc peu visibles.

En associant observations de terrain et données d'enquête auprès des producteurs, on met en évidence des liens entre présence d'EMP emblématiques et mode d'utilisation de la prairie. Ainsi, les arbres isolés et les cours d'eau concernent plutôt les pâtures des vaches laitières, tandis que les rochers et gentianes jaunes se trouvent plutôt dans des estives ou des prairies pâturées par des animaux autres que des vaches laitières (vaches allaitantes, génisses laitières), moins souvent dans les pâtures pour vaches laitières et rarement dans les prairies fauchées. Les prairies pâturées et non

fauchées, avec une conduite souvent peu intensive (chargement inférieur à 1 UGB/ha), apparaissent ainsi les plus porteuses de ces EMP emblématiques.

L'analyse des objets paysagers associés à la production de Saint Nectaire nous a par ailleurs permis de relever une diversité de supports et d'images véhiculant des messages multiples et parfois en décalage avec la réalité du territoire et des systèmes de production. Les EMP promus sont en effet différents selon le type d'acteurs (acteurs touristiques, institutionnels, industriels, producteurs...). Ainsi les photos touristiques insistent sur le caractère ancestral avec les vaches Salers, la traite à l'estive et les burons, tandis que les producteurs fermiers mettent l'accent sur le caractère naturel, la diversité des prairies et la technicité de leur métier (ensilage, bâtiments d'élevage et équipements modernes). D'autres points de vue mélangent ces aspects (images utilisées au sein de la filière, notamment).

2.2. DANS LE MORVAN, UNE IDENTITE DE VUES

Les paysages du Morvan sont marqués en premier lieu par une alternance de zones boisées et de clairières, elles-mêmes individualisées par un maillage bocager plus ou moins dense. L'atlas des paysages, initié par le Parc du Morvan, souligne l'importance des pratiques agricoles dans le maintien d'espaces ouverts et cite comme EMP emblématiques : la clairière, la lisière, la haie, le « petit pré », la « vache au pré », la « mouille » (prairie para-tourbeuse).

Les photos prises par les éleveurs partagent ce point de vue : tous font référence à un paysage vallonné et bocager et associent à ce paysage la présence de l'homme et de l'activité d'élevage, mettant en avant les haies (en montrant le travail que nécessite leur entretien), l'alternance de bois et de clairières (le terme de clairière n'est pas employé au profit du mot « herbe »). L'eau et les animaux de race charolaise complètent ces éléments paysagers. Ce regard d'éleveur (matériels et pratiques d'entretien, troupeaux à la pâture ou dans les bâtiments) n'exclut pas un regard esthétique et même social (photos de villages).

On constate donc sur ce terrain une plus forte convergence entre le paysage promu, les systèmes d'élevage et les pratiques des éleveurs.

2.3. LE PAYSAGE AGRICOLE POUR LES ELEVEURS : UN PAYSAGE « LABORIEUX »

Le paysage, catégorie de pensée pouvant être peu familière aux agriculteurs, a été abordé lors des interviews par le biais des pratiques ordinaires et des objets signifiants qui leur sont associés. Les objets ainsi désignés diffèrent quelque peu selon les caractéristiques physiques de chaque zone (massif du Sancy, forêt pour le Morvan) parfois à petite échelle (prés de fond humides, race de vaches) ; d'autres sont communs tout en étant décrits de façon spécifique (haies, lisières, prairies). Les prairies sont l'objet des discours les plus fréquents des agriculteurs de nos deux zones d'enquête.

Tous ces objets signifiants sont l'occasion pour les éleveurs de parler de leur activité concrète ou d'un changement en cours, qui les préoccupe bien souvent, en faisant état d'une appréciation esthétique mêlée à d'autres critères, notamment techniques, qu'ils jugent généralement plus importants. Nous avons conclu sur nos deux terrains d'étude, à un paysage agricole « laborieux », au double sens du terme. Au sens littéral tout d'abord : ce paysage agricole est largement associé à des pratiques de travail ; de plus, le regard le plus précis et le plus pertinent pour ordonner leurs perceptions des lieux (les villages, les parcelles...) et qualifier les changements du « pays » est sans conteste leur regard professionnel d'agriculteur. Ce paysage agricole est également « laborieux » dans la mesure où il est souvent implicite, peu spontané, voire indicible chez les éleveurs qui n'emploient pas le terme « paysage » pour qualifier les espaces agricoles de leur quotidien. Ils témoignent en revanche d'un souci de maintien du propre, ou d'« entretien de l'espace » (Candau et Deuffic, 2006), qui reste

indissociable de la finalité productive de leur métier. L'observateur extérieur que nous sommes peut voir apparaître un « paysage » dans les récits de pratiques des éleveurs, la description de leurs liens à l'espace, mais cette notion est une interprétation reconstruite à partir de leurs témoignages, plutôt qu'une catégorie de pensée, une façon de voir les choses, qui leur serait familière.

Cette finalité d'entretien inhérente à leur activité peut les amener pourtant à juger sévèrement les MAE proposées car elles « autonomisent » le paysage et le priorisent par rapport aux objectifs de production. Lorsque les décalages sont trop importants entre leurs pratiques et ce qui est prescrit, elles peuvent même être perçues comme une remise en cause radicale de leurs façons de faire. C'est le cas de la plupart des éleveurs rencontrés sur la zone Saint Nectaire, qui, contrairement à ceux du Morvan, sont apparus très rétifs à contractualiser de telles mesures.

3. DISCUSSION-CONCLUSION : PAYSAGE PROMOTIONNEL ET PAYSAGE PRODUIT, UN MARIAGE PARFOIS DIFFICILE

Ces deux études de cas montrent que les EMP emblématiques ne sont pas toujours portés par les producteurs impliqués dans le produit. Il est donc important de ne pas réduire la problématique produit-paysage à la filière, mais de prendre en compte le territoire avec sa diversité de systèmes d'élevage.

Ainsi, dans la zone Saint Nectaire, la présence des EMP emblématiques du fromage est apparue plus fréquente dans les prairies pâturées (non fauchées) par des génisses ou des vaches allaitantes. Les paysages supports de communication du produit s'appuient donc en grande partie sur l'élevage « associé » à la production laitière dans et hors des exploitations productrices de Saint Nectaire et le fromage repose sur une image en partie « fabriquée » par des animaux et des producteurs non directement impliqués dans la production du Saint Nectaire (même s'il faut nuancer selon qu'il s'agit d'animaux allaitants ou de génisses laitières). Le syndicat de l'AOP a programmé à moyen terme une refonte du cahier des charges (suppression de l'ensilage et de l'enrubannage, obligation de renouvellement du troupeau avec des génisses élevées dans la zone AOP) susceptible de modifier le mode d'utilisation de l'espace par les producteurs. Notre travail indique que ces évolutions du cahier des charges pourraient à terme jouer sur le paysage, notamment par le développement des pâturages à génisses peu intensifs, souvent corrélés avec les EMP emblématiques que nous avons identifiés. Toutefois, le développement des surfaces de fauche pour constituer les stocks et parvenir à l'autonomie en foin pour l'hiver pourrait nuancer cette évolution, la plupart des éléments paysagers emblématiques étant contraignants pour la pratique de la fauche.

Dans le Morvan, ce ne sont pas les quelques animaux destinés à être engraisés et engagés sous la marque Parc qui peuvent prétendre influencer sur les éléments paysagers, mais c'est bien l'ensemble du troupeau allaitant, essentiellement producteur de brouards et d'animaux maigres, et l'ensemble du parcellaire, qui est à prendre en compte et non ce qui contribue de manière la plus stricte à la production sous signe de qualité. Les EMP sélectionnés dans le Morvan, aussi bien dans l'atlas des paysages que par les éleveurs, font référence aux pratiques courantes d'entretien. Ces tâches, généralement considérées comme interstitielles (subordonnées aux autres tâches à assumer sur l'exploitation et pouvant être différées) pourraient être abandonnées à terme pour alléger les contraintes de travail, même si elles sont encore rattachées à des pratiques patrimoniales (cf. les murets et les haies basses ou « bouchures »). Par ailleurs, les éleveurs du Morvan font part de leur hostilité vis-à-vis des plantations de « sapins de Noël » et l'importance du maintien de l'ouverture de milieux par les troupeaux herbivores a été maintes fois affirmée, notamment pour soutenir la promotion

du produit sous marque Parc. On peut cependant s'interroger sur les perspectives de maintien des milieux ouverts dans cette région déjà très boisée, dont les exploitations sont sensibles (comme à Saint Nectaire) aux évolutions du contexte socio-économique (charges d'alimentation des troupeaux, prix des carburants) mais peut-être plus encore en raison de la faible valorisation des broutards (la valorisation des animaux finis restant encore « confidentielle »). Dans cette région les systèmes d'élevage allaitants (bovins et ovins) sont très dépendants des aides publiques, en particulier celles relevant du second pilier de la PAC : indemnité compensatoire de handicaps naturels, prime herbagère agro-environnementale et autres MAE. L'évolution sera donc aussi très liée au devenir de ces aides.

Dans le Morvan, l'image du produit est en cours d'élaboration et sa renommée est encore limitée, mais le consensus qui transparait quant aux éléments paysagers caractéristiques du territoire et de son élevage nous laisse penser à des liens entre produits et paysages plus solides et plus ancrés dans la réalité locale. Le rôle du PNR est ici particulièrement important dans la mesure où il est à la fois impliqué dans les démarches de mise en place de la filière, de promotion du produit, mais aussi de communication et de sensibilisation sur les enjeux paysagers et le rôle prépondérant des agriculteurs dans le territoire. Le fromage Saint Nectaire, plus ancien, est promu par une multiplicité d'acteurs, certains liés à la filière et d'autres à la promotion du territoire, ce qui favorise la complexité et le manque de lisibilité des liens entre les pratiques productives actuelles et le paysage promu.

Que le paysage produit spontanément par les systèmes d'élevage soit en phase avec le paysage promotionnel du produit certifié (Morvan) ou qu'il le soit moins (Saint Nectaire), les éleveurs cherchent-ils à renforcer volontairement cette cohérence ? La question ne se pose pas vraiment en ces termes puisque les éleveurs sont réservés quant à porter une lecture paysagère de leur espace de production qui serait une lecture contemplative et avant tout esthétique. Pour autant, entretenir l'espace les préoccupe et certains d'entre eux, en particulier les morvandiaux, jugent légitimes les contreparties qui leur sont demandées en échange d'une aide publique à laquelle ils ont le sentiment d'avoir librement consenti, dans le cas des CTE et des MAE sur prairies paratourbeuses. Ainsi, les MAE participent à renforcer ce lien - déjà plus cohérent - dans le Morvan entre le paysage promu et les systèmes d'élevage, ce qui n'est guère le cas dans le Saint Nectaire. Plus que les profils sociaux des exploitants (sensibilité syndicale, inscription dans une filière conventionnelle ou biologique), les caractéristiques de l'agriculture locale (structures foncières des exploitations, systèmes d'élevage pratiqués et contraintes de travail qui leur sont liées) permettent de comprendre ces différences d'engagement dans des actions paysagères. Mais elles tiennent aussi à des perceptions différentes concernant les MAE à finalité paysagère. Dans le Morvan, l'entretien du paysage est vu par certains comme une source « ordinaire » de revenus, parfois indispensable. Dans la zone Saint Nectaire, les critiques vis-à-vis des MAE s'accompagnent d'avis souvent défavorables quant à la rémunération de services paysagers ou d'entretien de l'espace par les agriculteurs. Ces différences de perception ne sont probablement pas sans lien avec la dynamique agricole et paysagère de chacune des régions, l'effet de la déprise étant largement plus perceptible dans le Morvan que dans la zone Saint Nectaire. A n'en pas douter, elles tiennent aussi au décalage (avéré à Saint Nectaire, moins prégnant dans le Morvan) entre aspirations des agriculteurs et MAE paysagères. Le rôle des institutions intermédiaires (PNR et réseaux locaux du développement agricole) est à ce sujet décisif car il permet de mener un travail au cours duquel un dispositif européen et national (tel celui des MAE) est ajusté aux réalités géographiques et professionnelles d'une zone. Outre la prise en considération de leurs pratiques, ce travail de réflexion doit aussi permettre aux éleveurs de confronter

leurs qualifications de l'espace à celles des institutions locales qui mettent en œuvre les MAE afin de concevoir des façons de faire nouvelles ou renouvelées. A l'instar de ce qui a été constaté pour la préservation de la biodiversité (Thévenet et al., 2006), les MAE doivent permettre une reconnaissance sociale du rôle de l'agriculture. Autrement dit, les agriculteurs doivent en être un des acteurs au sens où ils doivent être partie prenante dans la conception de ce qui doit se faire techniquement.

Sans cela, les liens entre l'espace de production et le paysage promotionnel du produit certifié sont plus fragiles, et de surcroît les producteurs peuvent s'estimer dévalorisés dans la mesure où les récits et images qui transforment un espace en paysage ne disent rien ou pas grand-chose de leur activité telle que eux la conçoivent et la gèrent collectivement.

Ces travaux ont bénéficié du soutien financier du ministère chargé de l'environnement (Direction de la nature et des paysages). Merci aux éleveurs et autres acteurs rencontrés pour leur disponibilité et leur accueil et aux collègues qui ont contribué à l'étude : L. Ménadier, Y. Michelin, F. Guerreiro, E. Perret, C. Ernoult, D. Vollet, O. Aznar, F. Landré.

- Aznar O., 2002.** Thèse de sciences économiques et de Gestion, Université de Bourgogne, 266 p.
- Baudry J., Thenail C., 2001.** Comptes-rendus de l'Académie d'Agriculture de France, 87, 155-163.
- Benoît M., 1990.** Mappemonde, 4.
- Béranger C., Bonnemaire J., 2008.** Prairies, herbivores, territoires : quels enjeux ? éd. Quae, Paris, 178 p.
- Berque 1991.** Le débat, 65, 4-13.
- Bonneaud F., Bertin S., Schmutz T., Vertes J., 2004.** Atlas des paysages du parc naturel régional du Morvan. CD-Rom.
- Candau J., Deuffic P., 2006.** Le retour des paysans ? A l'heure du développement durable. L. Auclair, C. Aspe et al. (dir.), éd. EDISUD, Aix en Provence, 155-174.
- Colquhoun M., 1997.** Agriculture, Ecosystems and Environment, 63 (2-3), 145-157.
- Deffontaines J.P., 1996.** Comptes-rendus de l'Académie d'Agriculture de France, 82, 57-69.
- Deffontaines J.P., 2004.** Natures Sciences Société, 12, 299-304.
- De La Soudière M., 1995.** Paysage au pluriel : pour une approche ethnologique des paysages. C. Voisenat (dir.), éd. Maison des sciences de l'homme, Paris, 77-87.
- Dion R., 1934.** Essai sur la formation du paysage rural français. éd. Arrault, Tours, 162 p.
- Fleury Ph., 2003.** Actes du séminaire du 28 octobre 2003 de l'Association Française pour la Production Fourragère, 77-83.
- Gauttier M., 2006.** AOC et paysages. INAO et Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (éd.), Paris, 75 p.
- Ginelli L., Lewis N., 2007.** Colloque CNRS Héritages et trajectoires rurales en Europe, Montpellier, 6-7 septembre 2007, 9 p.
- Greider T., Garkovich L., 1994.** Rural Sociology, 59, 1-24.
- INRA-ENSSAA, 1977.** Pays, paysans, paysages dans les Vosges du Sud. INRA (éd.), Paris, 192 p.
- Kim K.H., Pauleit S., 2007.** Land Use Policy, 24, 264-274.
- Laferté G., 2003.** Ethnologie française, 37(2), 435-442.
- Larrère R., 2002.** Agriculteurs, ruraux et citoyens les mutations des campagnes françaises, J. P. Sylvestre (éd.). éd. Educagri / CRDP, Dijon, 193-208.
- Luginbuhl Y., 1993.** Peuples méditerranéens, 62-63, 89-96.
- Michelin Y., 1998.** Cybergeog, 65.
- Thévenet C., Dobremez L., Fleury Ph., Larrère R., 2006.** Fourrages, 188, 495-510.
- Trom D., Zimmerman B., 2001.** Les formes de l'action collective. Mobilisation dans les arènes publiques. Cefaï D., Trom D. (éd.), éd. EHESS, Paris, 281-315.
- Vollet D., Candau J., Ginelli L., Michelin Y., Ménadier L., Rapey H., Dobremez L., 2008.** Landscape Research, 33(3), 365-384.