

MUSICAL - Résultats

Multifonctionnalité et identité locale en tant que paradigmes pour une agriculture durable et compétitive

DUREE DU PROJET
15/12/2006 – 31/01/2011

BUDGET
791.649 €

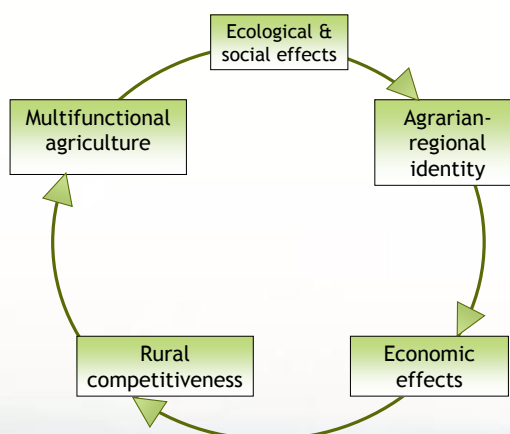
MOTS CLES

Multifonctionnalité, compétitivité, identité territoriale, produits de haute qualité, durabilité, partenariat local

CONTEXTE

La multifonctionnalité est un terme qui signifie que l'agriculture, en plus de produire des aliments et de fibres, peut aussi offrir d'autres services sociaux tels que la gestion de la nature, de l'eau et des paysages. Dans la littérature actuelle plusieurs références indiquent que l'agriculture multifonctionnelle contribue au développement économique des zones rurales et péri-urbaines. Cela se traduit par un impact sur la valeur des propriétés (par exemple, Cheshire et Sheppard, 1995, Garrod et Willis, 1992b, Irwin, 2002) ou sur le prix de l'hébergement touristique (par exemple, Tchetchik et Fleischer, 2005a; Vanslebrouck, et al, 2005), etc. Il existe également des preuves soutenant que si l'agriculture devait disparaître d'une région, cela pourrait avoir des effets négatifs sur le paysage et les systèmes agro-écologiques (MacDonald et al, 2000). Par ailleurs, l'acceptabilité sociale de l'agriculture augmente avec son degré de multifonctionnalité (Bennett, et al, 2004; Poe, 1999). En raison de leur attrait pour les touristes, certains éléments agricoles d'une région sont souvent utilisés dans les processus de 'regional branding', qui constitue une nouvelle tendance dans le développement rural (Hegger, 2007). Ce terme renvoie à la valorisation d'un territoire, notamment en lui conférant une image de marque.

Ces exemples de la littérature indiquent que l'agriculture a un impact sur l'identité d'une région et que cette identité régionale agricole peut également avoir des effets économiques et donc un effet positif sur la compétitivité des zones rurales. Dans le projet MUSICAL, nous supposons que l'agriculture multifonctionnelle peut profiter de l'identité régionale et des effets économiques que cette dernière crée dans une région. C'est le cas par exemple de la région italienne où le fromage 'Parmigiano Reggiano' est produit, et où les agriculteurs possèdent et gèrent avec succès l'ensemble de la chaîne alimentaire (Roest et Menghi, 2000). Le raisonnement de base du projet est décrit schématiquement ci-dessous

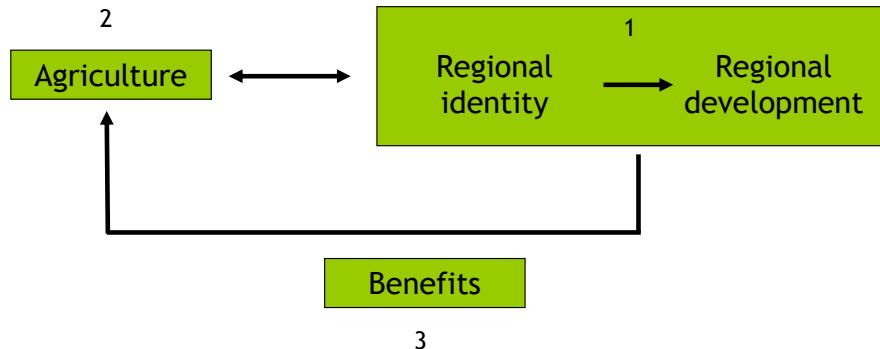


MUSICAL – Résultats

Multifonctionnalité et identité locale en tant que paradigmes pour une agriculture durable et compétitive

OBJECTIFS

L'objectif principal du projet MUSICAL est de comprendre la contribution de l'agriculture multifonctionnelle à l'identité régionale ainsi que son impact sur la compétitivité et la viabilité des zones rurales. L'hypothèse principale de ce projet est que la multifonctionnalité n'est pas un obstacle à la compétitivité de l'agriculture. Nous nous opposons à l'image de l'agriculteur multifonctionnel non-compétitif. Nous considérons les autres services rendus par une agriculture multifonctionnelle comme un levier pour le développement rural à travers l'identité régionale. La figure ci-dessous montre les trois composantes du projet. La première partie décrit la relation entre l'identité d'un territoire et le développement de celui-ci, en particulier dans le contexte des zones rurales et périurbaines. La deuxième partie de la recherche se concentre sur le rôle que l'agriculture peut jouer dans le développement régional basé sur l'identité. Enfin, la troisième partie du projet étudie les avantages économiques d'un développement régional fondée sur l'identité, tant pour l'agriculture que pour d'autres secteurs économiques, dans les zones rurales et péri-urbaines.



La méthodologie du projet est basée principalement sur l'analyse comparative de territoires avec une approche reposant sur la théorie enracinée ('grounded theory'). Les données ont été recueillies par le biais d'entretiens et d'enquêtes dans sept régions belges: Hesbaye dans le Limbourg, Meetjesland en Flandre orientale, Westhoek en Flandre Occidentale, Pajottenland en Brabant flamand, le Parc Naturel des Deux Ourthes et la Gaume dans la province du Luxembourg. Deux cas de meilleures pratiques internationales ont également été inclus dans l'étude: West Cork en Irlande et Groene Woud aux Pays-Bas. Toutes ces régions sont très différentes en termes de degré de ruralité, de caractéristiques géographiques et économiques, de caractéristiques relatives à l'identité de la région et du point de vue de leur développement. Cette diversité dans les études de cas a été souhaitée afin de disposer d'un grand nombre de points de vue pour appréhender le développement d'un territoire fondé sur l'identité de celui-ci, en lien avec le rôle de l'agriculture à cet égard.

CONCLUSIONS

Comme déjà indiqué par des recherches antérieures, en milieu rural l'identité d'un territoire est fortement influencée par le **secteur agricole**. La contribution principale de l'agriculture à l'identité d'un territoire est liée à son rôle de gestionnaire du paysage, bien que l'impact de l'agriculture sur le paysage ne soit pas toujours positif, comme en témoigne l'intégration parfois médiocre des bâtiments modernes dans le paysage. Grâce à son rôle en tant qu'utilisateur des terres et gestionnaire des paysages, l'agriculture a un impact sur l'identité régionale, l'attractivité d'une région et ainsi aussi sur les prix de l'immobilier et de l'hébergement touristique. Nos résultats indiquent cependant que cet effet dépend du type d'agriculture. L'impact est positif lorsque l'agriculture est tournée vers l'élevage extensif ainsi que vers la conservation de la nature. Des pratiques agricoles plus intensives semblent avoir plutôt un impact négatif sur le tourisme et l'immobilier.

Même si l'agriculture a un impact important sur l'identité et l'image des régions rurales, elle n'est pas déterminante à elle seule. Les zones rurales peuvent en effet avoir plusieurs identités, et l'identité agricole existe souvent à côté d'autres identités culturelles, sociales, historiques, etc. Ces identités (souvent basées sur des histoires, des images, des traditions) s'influencent mutuellement et sont sujettes à des évolutions. C'est pourquoi nous avons étudié dans notre projet l'identité régionale **d'un point de vue constructiviste**, comme étant une notion subjective, multiple, manipulable et fonction des rapports de force. Les acteurs d'un territoire ont des préférences différentes pour une identité particulière comme point de départ pour le développement régional. Dans de nombreux processus de regional branding, l'identité régionale sert comme point de départ pour créer une image spécifique ou une réputation, ce qui peut contribuer à accroître la compétitivité du territoire. Toutefois, comme les différents acteurs préfèrent différentes identités en tant que points de départ de ces processus, cela peut conduire à de la concurrence et à des jeux de pouvoir, à l'intérieur, mais également entre les régions.

Comme déjà mentionné, l'intérêt de ce projet porte sur le développement régional basé sur l'identité de l'agriculture. Cependant nous tenons à souligner que **ceci n'est qu'une des possibilités pour démarrer un processus de développement**. Chaque région doit choisir sa propre voie de développement en fonction de ses propres caractéristiques géographiques, naturelles, culturelles et agricoles. L'agriculture intensive pourrait être un point de départ idéal pour le développement économique d'une région, mais cela sera un développement qui n'est basé ni sur le tourisme ni sur une stratégie de regional branding. Même les régions bien dotées en termes de patrimoine naturel, culturel et / ou agricole ne sont pas toutes capables de construire une forte identité. En effet, un certain nombre de conditions doivent être rassemblées pour que cela soit possible.



MUSICAL – Résultats

Multifonctionnalité et identité locale en tant que paradigmes pour une agriculture durable et compétitive

La première condition est liée à la **coopération**, tant entre les acteurs qu'entre les niveaux politiques. Un développement régional réussi, fondé sur une identité de territoire, commence à partir des idées partagées au sein d'un solide réseau d'acteurs qui pourra donner lieu à des partenariats. De nombreuses régions ont déjà compris cela et impliquent différents niveaux politiques et différents types d'acteurs dans leur processus de développement. La coopération entre les différents niveaux politiques est importante dans le processus de développement régional. Les échelons locaux auront à diriger le processus, tandis que les échelons plus élevés faciliteront et soutiendront ce type de démarches. Une combinaison entre les approches 'top-down' et 'bottom-up' est par conséquent idéale. La coopération avec d'autres régions peut également être bénéfique, même si celles-ci ont un caractère urbain. Les zones rurales ont souvent une tendance à fortement protéger leur identité contre les influences urbaines, alors que la proximité des villes et des marchés urbains peut aussi être une force pour le regional branding. Une deuxième condition est la **coordination**. Un développement basé sur l'identité régionale peut être abordé sous différents angles et acteurs au sein d'une région. D'où la nécessité d'avoir une personne ou une organisation centrale qui intègre les diverses initiatives dans la région et qui veille à ce que tout le monde tire sur la même corde. Une bonne coordination centrale est un défi, étant donné que les différents acteurs peuvent avoir des vues divergentes sur le développement de la région, et aussi parce qu'il y a souvent des chevauchements entre cette organisation et d'autres organisations sectorielles, ce qui peut conduire à des conflits de pouvoir. Troisièmement, la **communication et la participation** sont également importantes. La participation des habitants de la région est cruciale et le processus de développement devrait viser à améliorer la situation et la qualité de la vie de tous les résidents, et pas seulement celles d'un petit groupe d'acteurs économiques spécifiques. Si chacun ne bénéficie pas du développement régional, cela peut conduire à des effets indésirables tels que des réactions de résistance et de protestation. L'implication des citoyens aura par ailleurs des retombées positives pour la promotion de la région. Si les gens adhèrent à cette identité et en sont fiers, ils pourront jouer un rôle d'ambassadeurs de leur région.

Dans le projet MUSICAL nous nous concentrons sur le rôle de l'**agriculteur**. Tout comme pour les autres acteurs locaux et les habitants, il est également important d'impliquer les agriculteurs dans le développement rural. Dans les territoires étudiés, la majorité des exploitants agricoles sont impliqués dans les processus de développement de leur région, notamment par leur rôle dans la gestion du paysage. Bien que les agriculteurs prennent souvent l'initiative, les organisations impliquées dans le développement régional basé sur l'identité peuvent encourager les agriculteurs à initier une action coordonnée et les aider financièrement à prendre des mesures pour améliorer l'attractivité du paysage. Ceci est déjà le cas dans certaines des régions étudiées. Les raisons pour lesquelles les organisations impliquent des agriculteurs dans ces processus peuvent être fondées sur des raisons opportunistes (ils détiennent déjà une grande partie de la gestion du paysage), idéologiques (par principe, ils doivent être impliqués en tant que gestionnaires du paysage), pratiques (c'est moins cher de laisser ce rôle aux agriculteurs) ou sociales (pour soutenir le secteur agricole local). Les agriculteurs de leur côté, font le choix d'éventuellement se lancer dans de la multifonctionnalité pour différentes raisons. Soit ils considèrent qu'il s'agit d'un devoir moral, soit cela leur fait plaisir et leur donne de la fierté, soit ils y voient un complément à leur revenu agricole. Une autre raison souvent évoquée est la contribution positive à l'image de l'agriculture. La raison la plus fréquente pour laquelle les agriculteurs disent ne pas être impliqués dans le développement régional est qu'ils ne sont pas conscients des possibilités. Cependant, les agriculteurs mentionnent aussi un certain nombre d'obstacles à une participation à ces processus, tels que la peur de la paperasserie, la perte de flexibilité, le fait d'être limité à la gestion de la ferme, certaines imprécisions au niveau légal ou encore la peur d'être mal vu. Il y a aussi des difficultés pratiques comme le manque de temps, de matériel, d'expertise ou les craintes d'y perdre en termes financiers.

La meilleure façon d'encourager les agriculteurs à être impliqués dans le développement d'un territoire, c'est de créer de la confiance, de préférence par des contacts personnels avec l'agriculteur. Les agriculteurs ont besoin de savoir à quoi s'attendre, jusque dans les détails pratiques, et recevoir l'information de la part d'une personne fiable. Leur participation devrait également être intéressante financièrement. Enfin, le fait de communiquer sur le rôle important des agriculteurs auprès des autres acteurs du territoire peut augmenter la fierté des agriculteurs et les rendre plus disposés à participer à une dynamique locale.

D'un autre côté, il y a aussi un certain nombre de raisons pour lesquelles les organisations œuvrant au développement d'un territoire ne veulent pas inclure les agriculteurs dans la dynamique. Un facteur important est le manque de ressources financières. En général, le financement du développement territorial basé sur l'identité est un point faible. La raison est que les fonds disponibles sont souvent basés sur des projets, et donc de nature temporaire. Ceci constitue une limitation majeure pour créer une vision à long terme et décourage le processus de développement régional intégré. Explorer les possibilités de **financement alternatif** a constitué une partie importante de notre recherche. Nous avons analysé d'autres sources de financement qui aident à créer une identité régionale attractive. L'accent a été mis principalement sur le financement de la participation des agriculteurs, mais l'argent peut aussi être utilisé à d'autres fins ou pour d'autres secteurs. Divers mécanismes de financement ont été étudiés et documentés. Une analyse d'acceptabilité dans deux régions a montré que des mécanismes de contribution financière volontaires sont plus acceptables pour les parties prenantes. Mais les mécanismes volontaires, tels que les dons par compte bancaire, ou les ventes aux enchères, ne peuvent pas garantir que suffisamment de fonds seront collectés pour soutenir la dynamique dans le long terme. La meilleure option semble alors être une combinaison de différents mécanismes de financement: des mécanismes volontaires, combinés avec des taxes/payements associés à l'utilisation du paysage, et la construction de fonds. Les fonds régionaux semblent être particulièrement prometteurs. Pour que ces mécanismes de financement soient opérationnels, un certain nombre de conditions doivent être remplies, dont certaines se chevauchent avec les conditions pour un 'regional branding' réussi. Un solide réseau est essentiel, avec des personnes inspirantes ou des organisations centrales qui prennent l'initiative de mettre en place ces mécanismes. Deuxièmement, une vision sur l'évolution souhaitable du paysage est nécessaire. Les habitants devraient être associés à celle-ci, par principe, mais aussi étant donné qu'ils sont des donateurs potentiels.



MUSICAL - Résultat

Multifonctionnalité et identité locale en tant que paradigmes pour une agriculture durable et compétitive

L'implication directe et l'attachement des habitants à leur région semble donc être un facteur important et peut nécessiter qu'on réduise l'échelle de la région, dans laquelle les mécanismes de financement alternatifs sont développés. Enfin, l'implication des agences gouvernementales est également cruciale pour le développement de ces mécanismes de régulation des marchés, simulation et structuration.

Un autre objectif du projet MUSICAL a été de déterminer si l'agriculture peut bénéficier de l'identité d'une région, à laquelle elle contribue elle-même. Ceci peut être réalisable grâce à des financements alternatifs, qui rétribuent les agriculteurs pour leur contribution à l'identité du territoire. Une autre possibilité pour les agriculteurs de tirer profit de l'identité régionale est par la diversification, comme le tourisme à la ferme ou la vente de produits agricoles (transformés ou non) à la ferme. L'étude a montré que dans les régions où le processus de valorisation du territoire a déjà bien progressé, et où les habitants sont plus attachés à leur région, les agriculteurs ont davantage diversifié leurs activités. De plus, davantage d'habitants disent y acheter des produits à la ferme. En concordance avec les recherches antérieures, nous n'avons pas pu montrer que la diversification a augmenté les revenus des agriculteurs. Cependant, la diversification peut compenser les pertes liées à la diminution de la production agricole de telle manière que le revenu final reste le même. Par conséquent, la diversification peut protéger les agriculteurs et les aider à maintenir une activité agricole. L'étude a également montré que les fermes diversifiées sont plus attrayantes visuellement, contribuent davantage à la biodiversité, et aux attentes sociétales. La diversification peut ainsi améliorer la durabilité du secteur, mais pour que les agriculteurs en tirent un revenu supplémentaire le marché doit être développé davantage. La promotion spécifique des produits locaux dans la valorisation de territoires en s'appuyant sur l'identité peut contribuer à atteindre cet objectif.

CONTRIBUTION DU PROJET À LA COMPRÉHENSION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les résultats du projet MUSICAL montrent que l'agriculture multifonctionnelle, par sa contribution à l'identité régionale, peut contribuer à la compétitivité des zones rurales et péri-urbaines, bien qu'un certain nombre de conditions doivent être remplies. (Pour plus d'informations au sujet de ces conditions, veuillez consulter le chapitre "Policy recommendations" dans le rapport final du projet). La multifonctionnalité de l'agriculture, malgré son caractère 'durable', a toujours eu une réputation de pratique non-concurrentielle. Toutefois, en mettant l'accent sur sa contribution à l'identité d'un territoire, elle peut représenter un point de départ pour la création de nouveaux marchés dans une région, ce qui peut générer des avantages pour différents secteurs économiques, y compris l'agriculture. De cette façon, le développement territorial basé sur une identité, avec des composants agricoles, peut créer une dynamique dans les régions où le paysage agricole est auto-financé et aider le processus de développement à atteindre un niveau supérieur.

CONTACT INFORMATION

Coordinateur

Guido Van Huylenbroeck
Universiteit Gent (UGent)
Department of Agricultural Economics
Coupure Links, 653
B-9000 Ghent
Tel:+32 (0)9 264 59 26
Fax:+32 (0)9 264 62 46
Guido.VanHuylenbroeck@Ugent.be

Partenaires

Georges Allaert
Universiteit Gent (UGent)
Centre for Mobility and Physical
Planning
Krijgslaan 281 S8A3
B-9000 Ghent
Tel:+32 (0)9 264 47 17
Fax:+32 (0)9 264 49 86
georges.allaert@ugent.be/
hans.leinfelder@ugent.be

Etienne Van Hecke
Katholieke Universiteit Leuven
(KULeuven)
Department of Geography
Centre for Social and Economic
Geography
Celestijnenlaan 200E
B-3001 Heverlee
Tel:+32(0)16 32 24 41
Fax:+32(0)16 32 29 80
etienne.vanhecke@geo.kuleuven.ac.be

Ludwig Lauwers
Instituut voor Landbouw- en
Visserijonderzoek (ILVO)
Eenheid Socio-Economie
Burg. Van Gansberghelaan 109
B-9820 Merelbeke
Tel: +32 (0)9 272 23 56
Fax: +32 (0)9 272 23 41
ludwig.lauwers@ewbl.vlaanderen.be/
frank.nevens@ewbl.vlaanderen.be

Michel Jourez
Fondation Rurale de Wallonie
Avenue Reine Astrid, 14,
B – 5000 Namur
Tel:+32 (0)81 23 75 00
Fax:+32 (0)81 23 75 05
cm.leroy@frw.be

