

# MOTIFS ET MOYENS DE PRÉSERVER LA VALEUR ÉCONOMIQUE DES ACTIFS PAYSAGERS

Projet de recherche financé par Développement Côte-de-Beaupré,  
organisme gestionnaire de l'Entente sur les paysages de la Capitale Nationale

Document d'appoint au rapport final

La valeur économique du paysage  
et la pertinence d'une politique publique pour la préserver

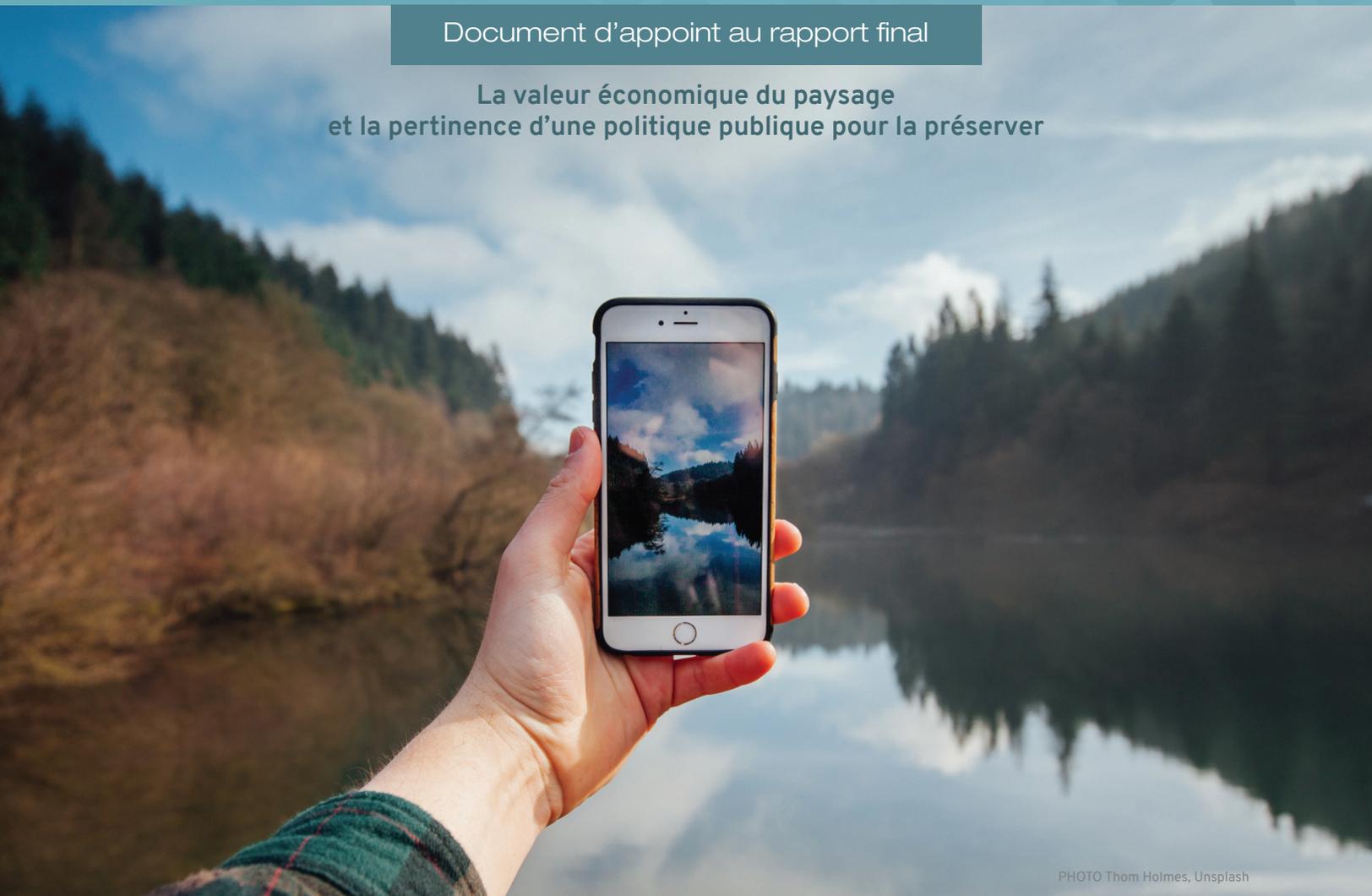


PHOTO Thom Holmes, Unsplash

5 mars 2024



Par Guy MERCIER,  
Étienne BERTHOLD  
et Jean-Bernard GIROUX  
Mise en page : Sylvie ST-JACQUES

Faculté de foresterie,  
de géographie et de géomatique  
Département de géographie



UNIVERSITÉ  
**LAVAL**



# INTRODUCTION

## Objectif

Après avoir expliqué la valeur économique du paysage, le présent document résume les motifs justifiant l'intervention publique en faveur de sa protection et de sa mise en valeur.

## Perspective communicationnelle

Reposant sur des résultats scientifiques probants, l'argumentaire est organisé en une synthèse accessible à un lectorat qui n'est pas rompu aux études paysagères, économiques et aménagistes. En guise de complément, une fiche, structurée selon sept questions, reprend et précise plusieurs éléments de cette synthèse.

## LE PAYSAGE, UNE RICHESSE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

Par l'attrait qu'il suscite, le paysage a une incidence directe sur les préférences et sur plusieurs décisions des consommateurs. Là résident les deux principales sources de sa valeur économique.

D'un côté, le paysage bonifie les valeurs foncières, de sorte qu'il est un facteur de croissance de l'assiette fiscale municipale. Différents types de paysages concourent positivement aux prix de l'immobilier. Les études indiquent que les milieux aquatiques (tels que les lacs et les rivières) offrent les paysages les plus prisés par les acheteurs ou locataires immobiliers. Souvent, les espaces ouverts (par exemple les lots non construits en ville ou encore les terres agricoles) sont aussi générateurs de paysages attrayants. En fait, la beauté, l'harmonie et la préservation des paysages sont si cruciales dans le domaine immobilier que la proximité d'activités industrielles lourdes, comme l'industrie minière, engendre généralement une baisse de la valeur des propriétés résidentielles.

D'un autre côté, le paysage, lorsqu'il est attrayant, favorise l'offre de biens et de services, notamment dans le domaine du sport, du plein air, du loisir et du tourisme. En effet, des pans entiers de ce secteur économique bénéficient directement de paysages attractifs. C'est notamment le cas de l'industrie hôtelière dont le prix des nuitées est, en partie, dépendante de la qualité de l'environnement et de la vue. En d'autres mots, une entreprise hôtelière bénéficie d'être située dans un bel endroit et de l'offrir en spectacle à ses clients.

En somme, sur le plan microéconomique, le paysage produit de la richesse par l'entremise d'une valorisation des titres immobiliers (via la vente, la location ou la taxation), tout autant que par la croissance de l'offre de biens et de services (ce qui génère des profits d'entreprise et crée des emplois, notamment dans l'industrie touristique).

La valeur économique du paysage se manifeste également sur le plan macroéconomique au travers de l'effet positif qu'a le paysage sur la région concernée et sa population. Un paysage de qualité favorise en effet l'attraction et la rétention de la population. Par exemple, dans le Vieux-Québec, parmi les facteurs qui contribuent sensiblement à la consolidation de la population résidentielle, il y a le cachet historique et paysager du site patrimonial. En procurant du bien-être et en embellissant le cadre de vie, le paysage contribue plus généralement à la vitalité du milieu, car il y favorise le maintien, voire l'accroissement d'une main-d'œuvre motivée et qualifiée, d'un noyau dynamique d'entrepreneurs et d'un bassin de consommateurs. À ces avantages macroéconomiques, s'ajoute le gain économique indirect que représente, pour les autorités publiques, l'amélioration de la santé physique et mentale des personnes. La qualité des paysages incitant à l'activité physique, au loisir et à la détente, la population s'en trouve plus active et sereine, si bien qu'elle sollicite moins les services sociaux, communautaires, médicaux et hospitaliers – un facteur qui n'est certainement pas à négliger.



Le paysage concourt grandement à la richesse et à la vitalité des collectivités locales :

- En stimulant la valeur foncière
- En assurant la rentabilité de maintes entreprises
- En favorisant le marché de l'emploi et l'entrepreneuriat
- En contribuant à la santé publique

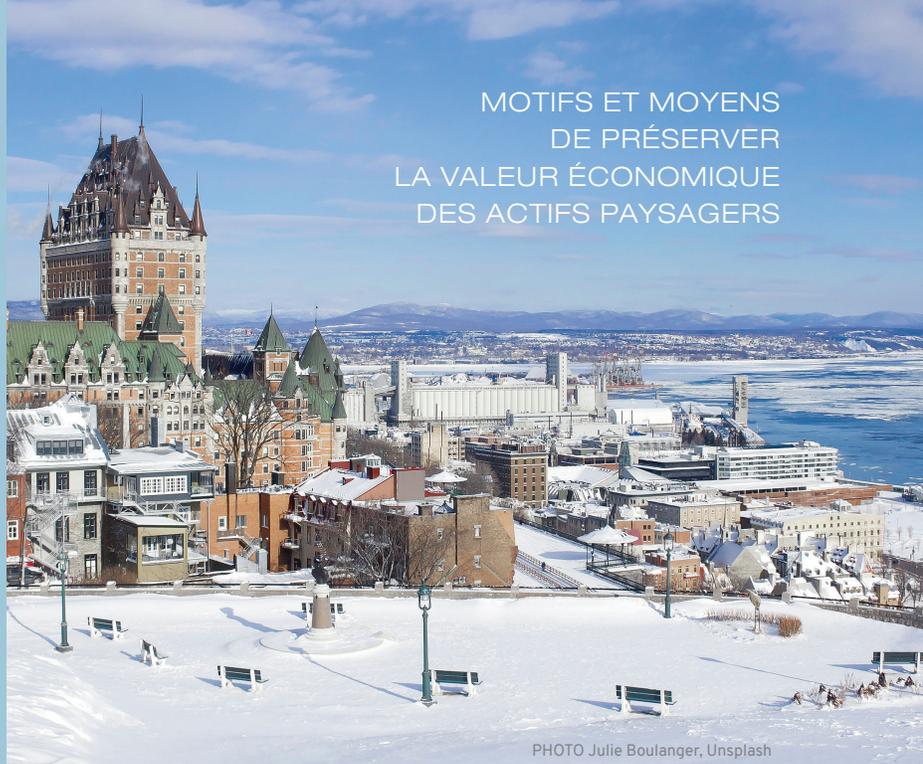


PHOTO Julie Boulanger, Unsplash

## LE PAYSAGE, UN ACTIF COLLECTIF À VALORISER

Les agents économiques privés (les gens d'affaires et les résidents notamment) bénéficient directement du paysage, même si, en revanche, ils n'investissent pas, sinon très peu, dans ce même paysage. De fait, à l'échelle microéconomique, l'essentiel de l'investissement dans le paysage est consenti en-dehors de l'unité économique de chacun des agents. C'est le cas, par exemple, d'un restaurateur dont la clientèle est tout particulièrement attirée par la vue que sa salle à manger offre sur les environs. Ainsi, l'investissement dans le paysage dont il bénéficie directement provient en majorité du voisinage et des autorités publiques. Cela signifie que l'économie du paysage repose objectivement sur la solidarité des agents économiques, privés et publics. Or, puisque le paysage est un actif dont le maintien est financé collectivement, force est de réaliser que les autorités publiques, qui exercent de hautes responsabilités relativement à l'organisation et à la planification du territoire, doivent s'en porter garantes au nom de la population et le protéger tel un fiduciaire. De même, au nom de l'intérêt commun, elles doivent assurer

au mieux la juste répartition des coûts du maintien de l'actif paysager. Elles doivent de plus veiller à ce que les paysages, qui en quelque sorte appartiennent à la collectivité, ne soient pas, par acquisition ou autrement, appropriés par quelques-uns au détriment de tous les autres.

## UNE POLITIQUE PAYSAGÈRE DURABLE ET PRÉVISIBLE

Pour consolider l'actif collectif qu'est le paysage, une politique publique est indispensable. Cette politique ne peut être ponctuelle et irrégulière, car il faut assurer une stabilité des bénéfices que procure le paysage. En conséquence, cette politique doit être ancrée dans le territoire, afin d'en assurer la durabilité et la prévisibilité. À cette fin, elle commande des normes urbanistiques cohérentes et des projets structurants (infrastructures, équipements, parcs, belvédères, etc.).

Cette politique doit également être assortie d'une pédagogie publique, afin de faire comprendre au plus grand nombre possible que la protection et la mise en valeur du paysage sont essentielles à la valorisation foncière, à la rentabilité de maintes entreprises, à la vitalité régionale et à la santé publique.

# L'ÉCONOMIE DU PAYSAGE EN **SEPT QUESTIONS**

- 1** Qu'est-ce que le paysage ?
- 2** Existe-t-il un marché paysager et quels en sont les agents économiques ?
- 3** En quoi le paysage a-t-il une valeur économique ?
- 4** Le paysage est-il un actif ?
- 5** Quels sont les bénéfices économiques à tirer du paysage ?
- 6** Pourquoi les autorités publiques doivent-elles investir dans le paysage ?
- 7** Comment les autorités publiques peuvent-elles agir en faveur du paysage ?



## Qu'est-ce que le paysage ?

Le paysage est défini fort diversement dans la littérature scientifique

Selon le vocabulaire commun, auquel nous nous référons, le paysage a deux significations principales qui s'emboîtent l'une à l'autre :

- Aspect de la surface terrestre (sens large)
- Vue d'une partie de la surface terrestre à partir d'un point d'observation (sens strict)

Il est avéré que l'aspect de la surface terrestre ou plus précisément la vue que nous en avons est en interaction avec nos sentiments

Il est établi sur cette base que chaque personne peut attribuer une valeur au paysage et que cette valeur, susceptible d'évoluer, module son comportement

Ainsi, quand une personne est inspirée par un paysage, elle est disposée à aller le voir; de même, si elle voit un paysage, elle pourrait l'apprécier et être disposée à rester sur place plus longtemps, à y revenir, voire à s'y installer

Comme une valeur peut être partagée par plusieurs personnes, on reconnaît que le paysage a des effets sociologiques

- D'une part, il peut susciter un sentiment de communauté chez certains (on parlera alors d'un paysage identitaire)
- D'autre part, il peut occasionner un engouement collectif et attirer des visiteurs en masse

On dit que la société contemporaine est tout particulièrement portée sur les paysages

- Les communautés locales et régionales sont à l'affût des paysages qui représentent adéquatement autant leur passé que leur avenir
- Un grand nombre de personnes consacrent une bonne partie de leurs loisirs à voyager pour découvrir ou redécouvrir des paysages qui les attirent ou qu'elles apprécient

**PAYSAGE** L'aspect de la surface terrestre ou, plus spécifiquement, la vue que l'on en a ou peut en avoir

**VALEUR** Qualité d'une chose – le paysage par exemple – entraînant son appréciation par une personne ou plusieurs

## Existe-t-il un marché paysager et quels en sont les agents économiques ?

Le paysage est un atout fondamental de l'industrie du sport, du plein air, du loisir et du tourisme, qui est aujourd'hui en plein essor et qui constitue le pilier économique de mainte localité ou région

Quand il est attirant et apprécié, le paysage suscite en effet une demande et une offre qui induisent des dépenses et des investissements

Or une telle demande et une telle offre signifient qu'existe un marché paysager où opèrent des agents économiques, consommateurs ou producteurs

Les agents économiques du marché paysager sont :

- Les visiteurs (touristes ou excursionnistes) qui déboursent pour se rendre ou pour accéder à un endroit où ils peuvent jouir du paysage
- Les résidents qui élisent domicile à un endroit pour y voir le paysage
- Les entrepreneurs qui offrent des biens et des services aux visiteurs attirés en un endroit en raison du paysage
- Les entrepreneurs qui construisent, vendent ou louent des résidences permettant la jouissance du paysage
- Toutes les personnes physiques ou morales qui, établies en une localité ou une région, en façonnent le paysage
  - Parmi ces personnes, les agriculteurs, les propriétaires de lots boisés et les grands propriétaires fonciers en général, considérant l'étendue des superficies qu'ils occupent ou mettent en valeur, ont nécessairement une responsabilité particulière en matière de paysage
- Les autorités publiques qui, en vertu de leur responsabilité, desservent et aménagent un territoire et qui, de ce fait, en façonnent également le paysage
  - Notons que, souvent, les autorités publiques offrent des biens et des services aux visiteurs venus sur leur territoire pour y jouir du paysage

**PAYSAGE ET TOURISME** Il est attesté depuis longtemps que le paysage est un facteur fondamental de l'attractivité touristique

**MARCHÉ PAYSAGER** L'ensemble des agents qui, par leurs déboursés, suscitent ou soutiennent l'offre ou la demande de paysage

## En quoi le paysage a-t-il une valeur économique ?

La valeur économique du paysage correspond d'une part aux dépenses et aux investissements consentis par les agents du marché paysager (perspective microéconomique) et d'autre part aux effets collatéraux de ce marché sur d'autres aspects de l'économie locale ou régionale (perspective macroéconomique)

Le paysage n'étant que l'aspect de la surface terrestre, c'est-à-dire son apparence, il est difficile d'isoler sa valeur spécifique de celle des autres caractères de cette même surface. Par exemple :

- Généralement, un visiteur ne se rend pas en un endroit seulement pour y jouir du paysage ; d'autres intérêts que présente ce même endroit influencent également sa décision
- Un restaurateur peut assurément compter sur la vue sur les environs qu'offre sa terrasse pour attirer des clients, mais il reste que son service et sa cuisine, notamment, peuvent être tout aussi attractifs, de sorte que la part de ses affaires qui tient au paysage n'est pas facile à départager
- Une maison peut donner sur un paysage avantageux, mais la décision d'y résider ne repose pas, habituellement, sur ce seul facteur
- Une autorité publique qui entretient une route panoramique rend de ce fait des services qui ne se limitent pas à la seule consommation paysagère

Il demeure que, souvent, l'attrait paysager déclenche, accélère ou démultiplie des décisions économiques (de consommation ou d'offre de biens et de services) sur le marché résidentiel, récréatif ou touristique

- Le paysage a donc, sur le plan économique, un indéniable effet d'entraînement

**LE PAYSAGE COMME RICHESSE** La valeur économique du paysage correspond aux dépenses et aux investissements consentis par les agents du marché paysager, de même qu'aux effets collatéraux de ce marché sur d'autres aspects de l'économie

**UNE VALEUR ENTREMÊLÉE À D'AUTRES** La valeur économique du paysage est difficile à isoler de l'ensemble des valeurs que recèle un territoire

**UN EFFET D'ENTRAÎNEMENT ÉCONOMIQUE** Le paysage est un pôle structurant de dépenses et d'investissements dans l'industrie du sport, du plein air, du loisir et du tourisme, de même que sur le marché immobilier

## Le paysage est-il un actif ?

Un actif est ce qui est nécessaire pour produire et exploiter un bien ou un service afin d'en tirer un rendement; il est constitué d'immobilisations et de fonds de roulement

Le paysage est un actif immobilisé et nécessite des investissements à ce titre; sa mise en valeur commande également des fonds de roulement

Le paysage, par sa nature même, est un actif qui chevauche le périmètre comptable des différents agents économiques concernés; par exemple :

- Un restaurateur ne paie pas l'entretien des terrains de ses voisins dont ses clients admirent pourtant le paysage depuis sa salle à manger
  - En ce cas, une grande partie de l'actif paysager procure un revenu à un agent économique même si celui-ci n'y a consenti aucun investissement
  - Pour l'agent économique qui en tire avantage sans y investir, le paysage est une externalité positive (advenant qu'un voisin construise un immeuble ou une infrastructure qui cache ou gêne la vue, l'externalité deviendrait au contraire négative)

Le paysage est donc un actif collectif en ce sens où les agents économiques en sont *de facto* solidaires; encore faut-il que les recettes et les charges en soient, d'une manière ou d'une autre, équitablement réparties

- On peut par conséquent assumer que les autorités publiques sont fiduciaires de l'actif collectif que constitue le paysage

**LE PAYSAGE, UN ACTIF** Un actif est ce qui est nécessaire pour produire et exploiter un bien ou un service afin d'en tirer un rendement

### **LE PAYSAGE, UNE EXTERNALITÉ ET UN ACTIF COLLECTIF**

L'externalité positive est un facteur qui favorise le rendement d'un agent économique sans que celui-ci ait à déboursier pour en assurer le maintien ou l'opération. En ce sens, le paysage, qui est largement financé par les occupants d'une localité ou d'une région et par leurs autorités publiques, est fondamentalement un actif collectif

## Quels sont les bénéfices économiques à tirer du paysage ?

Les agents économiques du marché paysager escomptent des rendements (perspective microéconomique), tandis que, à l'échelle locale ou régionale, la collectivité en tire des avantages (perspective macroéconomique)

Les rendements sont de deux types :

- Ceux découlant de la valorisation (vente, location ou taxation) des titres immobiliers
  - La taxation est réservée aux autorités publiques
- Ceux provenant de l'offre de bien et de services sous forme de profits
  - Ces rendements concernent au premier chef l'industrie du sport, du plein air, du loisir et du tourisme

On remarquera que dans les deux cas (valorisation de titres immobiliers et offre de biens et services), l'activité génère aussi, habituellement, des salaires

Les avantages sont eux aussi de deux types :

- Le paysage vaut à une localité ou à une région des avantages comparatifs
  - Un paysage de qualité favorise l'attraction et la rétention de la population
  - Facteur de bien-être et d'embellissement, le paysage améliore le cadre de vie et, du coup, contribue à la vitalité du milieu
    - La qualité du paysage favorise ainsi le maintien voire l'accroissement, à l'échelle locale ou régionale, d'une main-d'œuvre motivée et qualifiée, d'un noyau dynamique d'entrepreneurs et d'un bassin de consommateurs
- Une localité ou une région avantagée sur le plan du paysage bénéficie du gain économique indirect que représente, pour les autorités publiques, l'amélioration de la santé physique et mentale des personnes
  - La qualité du paysage incitant à l'activité physique, au loisir et à la détente, on peut en effet assumer que la population s'en trouve plus active et sereine, de sorte qu'elle sollicite moins les services sociaux, communautaires, médicaux et hospitaliers

**LES RENDEMENTS DU PAYSAGE** Le paysage génère des rendements par la valorisation (vente, location ou taxation) des titres immobiliers et par l'offre de biens et de services associés à la consommation paysagère

**LES AVANTAGES ÉCONOMIQUES DU PAYSAGE** Le paysage vaut à une localité ou à une région des avantages comparatifs et des gains indirects

## Pourquoi les autorités publiques doivent-elles investir dans le paysage ?

Les autorités publiques doivent investir dans le paysage pour deux raisons :

- À titre d'agent économique bénéficiant du paysage par l'entremise de la valorisation des titres immobiliers et de l'offre de biens et services, les autorités publiques ont intérêt à maintenir, voire à bonifier cet actif
- Comme le paysage est fondamentalement un actif collectif, les autorités publiques, qui exercent de hautes responsabilités relativement à l'organisation et à la planification du territoire, doivent s'en porter garant au nom de la population et le protéger tel un fiduciaire
  - Les autorités publiques doivent, au bénéfice de tous les agents économiques du marché paysager, en atténuer les externalités négatives et en accentuer les externalités positives
  - De même, elles doivent renforcer au sein de la localité ou de la région les avantages comparatifs et les gains économiques indirects que procure la qualité du paysage

En plus de tenir un rôle de premier plan dans le maintien de l'actif paysager, les autorités publiques doivent favoriser une juste répartition sociale des coûts et des bénéfices de cet investissement

- Au nom de l'intérêt commun, les autorités publiques doivent :
  - Assurer au mieux une juste répartition des dépenses consenties au maintien de l'actif paysager
  - Veiller à ce que les paysages, qui en quelque sorte appartiennent à la collectivité, ne soient pas, par acquisition ou autrement, appropriés par quelques-uns au détriment de tous les autres

**LE MAINTIEN DE L'ACTIF PAYSAGER, UNE RESPONSABILITÉ COLLECTIVE** Comme le paysage est fondamentalement un actif collectif, les autorités publiques, qui exercent de hautes responsabilités relativement à l'organisation et à la planification du territoire, doivent s'en porter garant au nom de la population et le protéger tel un fiduciaire dans l'intérêt commun et en toute équité

## Comment les autorités publiques peuvent-elles agir en faveur du paysage ?

Pour assurer que le paysage soit et demeure un actif collectif rentable, une politique publique est indispensable à cette fin expresse

La politique publique du paysage ne peut être ponctuelle et irrégulière, car elle doit à tout le moins garantir la stabilité de l'externalité positive que procure l'actif paysager collectif

- C'est pourquoi cette politique doit, pour le bénéfice de tous les agents économiques, être durable et prévisible

La politique publique du paysage doit articuler quatre composantes adéquatement constituées et mises en œuvre :

- Un financement approprié
  - Ce financement est essentiel autant pour l'offre de biens et de services favorisant la consommation de paysages locaux ou régionaux que pour le maintien ou l'ajout d'externalités positives favorables à l'actif paysager collectif
- Des normes urbanistiques cohérentes
  - Ces normes doivent assurer que l'aménagement du territoire imposé ou prôné est compatible, voire utile à l'actif paysager collectif
- Des projets structurants
  - L'installation d'infrastructures et d'équipements (de parcs et de belvédères par exemple) peut inciter non seulement à la consommation paysagère, mais aussi contribuer au développement opportun de l'actif paysager collectif
- Un plan de communication adéquat
  - Pour que les autorités publiques soient légitimées et encouragées à mener une politique paysagère conséquente et soutenue, la population doit comprendre que la protection et la mise en valeur du paysage sont essentielles à la valorisation foncière, à la rentabilité de maintes entreprises, à la vitalité régionale et à la santé publique

## UNE INDISPENSABLE POLITIQUE PUBLIQUE DU PAYSAGE

Cette politique doit, pour maintenir l'actif paysager collectif, comprendre et articuler un financement approprié, des normes urbanistiques cohérentes, des projets structurants et un plan de communication adéquat