



Comment valoriser les services rendus par les espaces naturels de montagne ?



Thibault DAUDIGEOS · Frédéric BALLY · Michele COLETTI · Marie MICOL

Enseignants-chercheurs, Grenoble École de Management (GEM)

Les crises sanitaires et environnementales que nous traversons semblent avoir accéléré la prise de conscience que les espaces naturels alpins ont plus à offrir que les pentes pour les sports d'hiver ou la production hydroélectrique. Grands espaces, air pur, fraîcheur en été, productions alimentaires locales de qualité, refuge pour la biodiversité..., la montagne se trouve parée de mille vertus et élargit la palette de services offerts au plus grand nombre.

Mais elle est aussi victime de son succès : la pression foncière est forte, les usages s'intensifient et se concentrent sur certaines destinations, menaçant les ceintures vertes autour des villes de montagne. Se pose alors la question de la valeur économique des services rendus par ces infrastructures vertes (réseau constitué de zones naturelles et semi-naturelles de qualité, par exemple bois, vergers, marais, prairies, cours d'eau...), qui a parfois du mal à être prise en compte dans les décisions d'aménagement ou tout simplement à générer des revenus et des emplois.



5. FLEXION, RÉFLEXION - TENDANCE 5



ENVIRON-
NEMENT

LES SERVICES ÉCOSYSTÉMIQUES : UN CADRE POUR PENSER LES SERVICES RENDUS PAR LES ESPACES NATURELS

Depuis près de 20 ans, des écologues et des économistes ont proposé le cadre des services écosystémiques pour penser les services rendus par la nature aux humains. Ils distinguent quatre grands types de services :

- » Les **services d'approvisionnement** sont les plus simples à appréhender et à valoriser. Ils couvrent par exemple la fourniture de nourriture, de combustible ou encore de molécules médicinales, tirés de la nature.
- » Les **services de régulation** fournissent des avantages plus intangibles, mais néanmoins tout à fait nécessaires à notre vie quotidienne, comme la pollinisation ou la régulation du climat, des pollutions urbaines et des inondations. Ces services sont aujourd'hui affectés par les activités humaines et la priorité est donnée aux services d'approvisionnement.
- » Les **services socioculturels** sont immatériels et couvrent les bénéfices esthétiques, récréatifs, spirituels ou de bien-être, que les humains tirent de leurs interactions avec la nature. La montagne a depuis longtemps su tirer des revenus de ces aménités et la crise environnementale actuelle les met encore plus en valeur.
- » Enfin, les **services de soutien** sont les services fondamentaux qui assurent le bon fonctionnement de la biosphère et qui sont donc, directement ou indirectement, nécessaires à tous les autres services écosystémiques. C'est, par exemple, le cycle hydrologique par lequel l'eau de surface s'évapore et est relâchée sous forme de pluie ou de neige sur nos montagnes.



« Réfléchir aux business models des infrastructures vertes entourant et traversant les villes de montagne ne peut donc qu'être une démarche collective multi-acteurs, qui permet de développer une vision commune entre les différentes parties prenantes du projet. »

L'enjeu de faire reconnaître et d'évaluer les services écosystémiques est double. Il s'agit d'abord d'éviter la concurrence entre services : par exemple, en privilégiant un approvisionnement productiviste au détriment d'autres services aux bénéfices plus indirects. Ensuite et surtout, il s'agit d'éviter la concurrence avec d'autres usages du territoire, qui font progressivement disparaître ces infrastructures vertes, notamment à proximité des centres urbains.

5. FLEXION, RÉFLEXION - TENDANCE 5



ENVIRON-
NEMENT

« Le Label bas-carbone (créé par le ministère de la Transition Écologique) permet ainsi, depuis 2019, aux pratiques agricoles ou forestières vertueuses d'obtenir des crédits carbone monnayables, par exemple dans des coopératives locales de compensation carbone, ou à travers les actions du Centre National de la Propriété Foncière (CNPf). »

DES INNOVATIONS DE BUSINESS

MODEL POUR VALORISER

LES SERVICES ÉCOSYSTÉMIQUES

De réels progrès ont été réalisés ces dernières années sur la mesure et la cartographie des services écosystémiques, et la diminution franche des infrastructures vertes est maintenant bien documentée, dans toutes les régions de montagne¹. Selon une étude d'Agreste Primeur, le service Statistiques du ministère de l'Agriculture, on sait par exemple que la France a perdu 20% de ses vergers sur la période 2000-2010.

En revanche, l'intégration de ces infrastructures vertes dans les circuits économiques semble encore balbutiante. À tel point que de nombreuses voix, qui auparavant avaient promu le concept de services écosystémiques, soulignent aujourd'hui les limites de leur valorisation économique et prônent des mesures de protection stricte des espaces verts autour des villes de montagne, qui sont les plus menacées.

Pourtant, sur le terrain, de nombreuses initiatives expérimentent des innovations de modèles d'affaires pour valoriser les services rendus par ces infrastructures vertes. Réfléchir collectivement à ces innovations de « business model » est une nécessité pour amplifier leur sauvegarde.

Un business model est un outil conceptuel qui décrit à la fois :

- » La valeur qu'une entreprise a à offrir à des clients ou à des parties prenantes ;
- » Les activités de l'entreprise et de ses partenaires économiques, qui permettent la création de cette valeur ;
- » Et enfin, les mécanismes générant un flux de revenus stables et rentables.

Réfléchir aux business models des infrastructures vertes entourant et traversant les villes de montagne ne peut donc qu'être une démarche collective multi-acteurs, qui permet de développer une vision commune entre les différentes parties prenantes du projet. Quitte à réaliser ensemble qu'il n'y a parfois pas de modèles économiques simples à mettre en œuvre et qu'un soutien public est nécessaire.



5. FLEXION, RÉFLEXION - TENDANCE 5



ENVIRON-
NEMENT

LA CHANCE DES CIRCUITS COURTS

La tendance la plus marquée est de valoriser les services d'approvisionnement des ceintures vertes. On voit ainsi se développer des circuits d'alimentation en circuit court, qui mettent en avant la production des vergers et des champs périurbains. Pour augmenter la valeur ajoutée produite, les entreprises de transformation se développent également en proposant des produits à base de ressources naturelles locales (pain, confiture, jus de fruits, glaces, savons, cosmétiques...).

La deuxième tendance de fond est la valorisation des services culturels des espaces de montagne et notamment leur dimension bien-être/soins. Les concepts marketing se multiplient pour attirer des nouveaux segments de clientèle. C'est le cas, par exemple, de l'offre « forest therapy », dont la Slovénie veut devenir une destination prisée.

Mais il reste très difficile de valoriser les services de régulation et de soutien. Et c'est là que les innovations sont les plus nécessaires. Prenons par exemple le cas des haies bocagères, qui n'ont cessé de diminuer depuis 70 ans, alors que leur impact sur la préservation de la biodiversité et sur la régulation des ravageurs et maladies agricoles est aujourd'hui largement prouvé. Les haies sont arrachées, car elles vont à l'encontre de la mécanisation des pratiques agricoles, qui a besoin de grandes surfaces pour être rentable. Comment peut-on alors générer de la valeur avec ces haies ? Certains prônent de développer leur service d'approvisionnement en plantant des haies fruitières (fruits rouges par exemple) et en créant les circuits pour valoriser les produits de la taille en bois de chauffage urbain. D'autres organisent des ateliers avec des agriculteurs pour les sensibiliser aux effets positifs des haies sur leur rendement : diminution des nuisibles et des maladies, protection contre le vent et les ruissellements...

Enfin, face à la difficulté, une voie de salut pourrait venir de la mise en place de business models plus complexes, où payeurs et bénéficiaires peuvent ne pas être les mêmes personnes. Le Label bas-carbone (créé par le ministère de la Transition Écologique) permet ainsi, depuis 2019, aux pratiques agricoles ou forestières vertueuses d'obtenir des crédits carbone monnayables, par exemple dans des coopératives locales de compensation carbone ou à travers les actions du Centre National de la Propriété Foncière (CNPF). Ainsi, la restauration des haies bocagères pourrait être financée non pas par les agriculteurs, mais par des parties prenantes, qui bénéficient très indirectement de leurs services écosystémiques.



GREEN INFRASTRUCTURE GOES BUSINESS AWARD!

Dans le cadre de la présidence française de la SUERA (Stratégie de l'Union Européenne pour la Région Alpine), un prix vient d'être lancé pour récompenser les innovations de business model pour mieux gérer ou restaurer les infrastructures vertes alpines. Des projets de maturité différente peuvent concourir depuis la simple idée innovante, jusqu'à la nouvelle offre d'une entreprise bien établie.

Pour en savoir plus : www.gi-goes-business.eu

1 Des travaux scientifiques montrent par exemple que les haies bocagères ont diminué de 70 % depuis les années 50 en France et continuent de diminuer de 8000 km par an. Nous savons aussi que les vergers ont fortement diminué. Par exemple, le nombre d'arbres fruitiers dans le canton des Grisons en Suisse a été divisé par 6 depuis les années 50.

5. FLEXION, RÉFLEXION - TENDANCE 5



ENVIRON-
NEMENT



Thibault DAUDIGEOS 

Professeur de management à Grenoble École de Management et coordinateur de la chaire de recherche et d'enseignement Territoires en Transition. Ses travaux portent sur l'émergence de nouveaux modèles d'organisation qui intègrent les enjeux de soutenabilité dans les activités économiques. Il dirige un programme de recherche sur la manière dont l'économie de plateforme peut servir la transition écologique et solidaire des territoires.



Frédéric BALLY 

Post-doctorant à Grenoble École de Management au sein de la Chaire Territoires en Transition. Anciennement consultant à l'OCDE en évaluation des infrastructures de recherche, il est titulaire d'un doctorat en sociologie. Ses recherches portent sur les liens entre collectifs d'habitants et valorisation de la nature.



Marie MICOL 

Sciences politiques, commerce international, investissements à impact, organisations caritatives... : Marie Micol a pris plusieurs détours avant de trouver sa passion pour l'environnement. Forte de ses expériences complémentaires, en tant que consultante pour la gestion des espaces protégés et la coordination de leurs actions, elle apporte une vision holistique et un regard neuf.



Michele COLETTI 

Professeur Associé d'innovation à Grenoble École de Management, avec un passé de consultant pour entreprises privées et administrations publiques, Michele Coletti a obtenu un Doctorat en Sciences de Gestion au Politecnico de Milan en Italie. Il est coordinateur du projet européen LUIGI : Linking Urban and Inner-Alpine Green Infrastructures - Multifunctional Ecosystem Services for more liveable territories.