

LA PUBLICISATION DES ESPACES AGRICOLES PERIURBAINS : DU PROCESSUS GLOBAL A LA FABRIQUE DU LIEU

CAMILLE CLEMENT

Face à l'urbanisation du monde, un nombre croissant d'espaces agricoles se trouvent sous l'influence des villes. Leur multifonctionnalité se renforce : production, réserve foncière, paysage, réservoir de loisirs, ceinture verte... Les espaces agricoles périurbains sont l'objet de pratiques et de débats ce qui brouille les frontières entre le public et le privé d'où l'émergence de la notion de publicisation des espaces agricoles périurbains. L'objectif de ma thèse a été de définir et de tester la pertinence de cette notion pour la géographie et pour l'action grâce à une démarche exploratoire (figure 1) faite d'allers et retours entre théories empruntées à plusieurs disciplines et terrains en France (Lunellois) et au Portugal (aire métropolitaine de Porto).

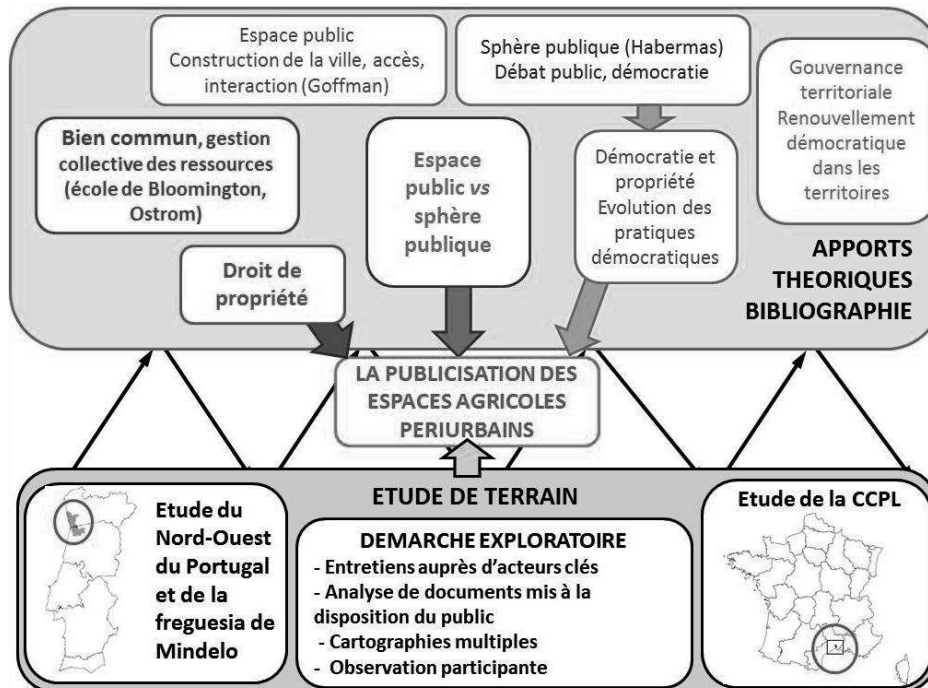


Figure 1 : La démarche « hypothético-inductive » conduite pendant ma thèse

La première partie de ma thèse vise à définir la publicisation des espaces agricoles périurbains et à déterminer une démarche de recherche.

Ma définition de cette notion met en lien deux processus souvent étudiés de manière distincte (figure 2). Premièrement, le débat public se renforce à propos des espaces agricoles périurbains : faut-il les préserver, les protéger, faut-il les urbaniser ou encore faut-il les intégrer au système urbain en créant de nouvelles modalités de fonctionnement ? Toutes ces questions se posent à plusieurs échelles : aux échelles nationales et européennes pour élaborer une politique commune de gestion et aux échelles locales (région, EPCI, commune...) pour mettre en œuvre localement cette politique globale. Deuxièmement, les pratiques spatiales se développent. Dans les espaces agricoles périurbains elles vont de la simple fréquentation des espaces agricoles pour les loisirs à des pratiques plus innovantes comme les fermes de cueillette.

L'originalité de mon approche tient dans le rapprochement de ces deux processus qui désigne la publicisation des espaces agricoles périurbains. Mon objectif a été d'étudier et d'évaluer ce processus général dans des espaces agricoles périurbains précis.

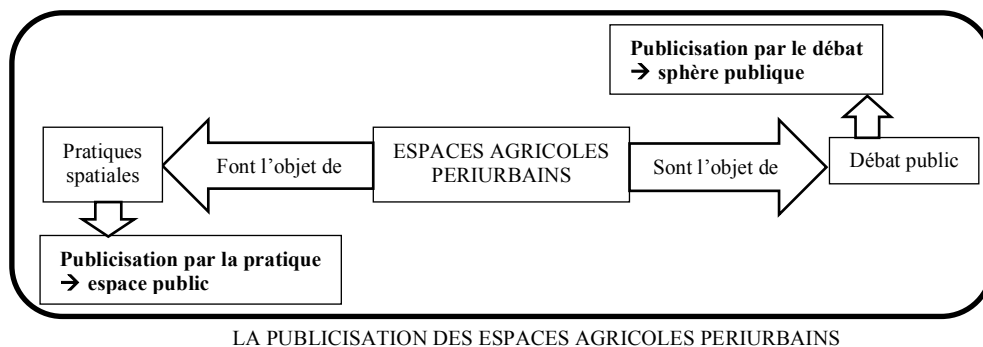


Figure 2 : La définition de la publicisation des espaces agricoles périurbains

Deux temps ont animé ma démarche de recherche sur le terrain.

Premièrement, j'ai voulu comprendre comment le développement durable mettait en débat les espaces agricoles périurbains et renouvelait les pratiques spatiales (deuxième partie de ma thèse). Pour cela j'ai étudié un type de dispositif : l'Agenda 21 Local. Leur étude comparée en France et au Portugal a montré que cet outil de politique publique était surtout urbain. L'étude approfondie de la région Nord du Portugal puis d'un Agenda 21 en particulier, celui de Mindelo¹, m'a permis de mettre en évidence la place des espaces agricoles dans ces documents. Traités en marge, ils sont soit transformés en patrimoine (création d'un musée consacré aux anciennes pratiques agricoles) soit abordés par la problématique environnementale (pollution de l'eau et de l'air que l'agriculture génère). A Mindelo, l'analyse des débats initiés dans le cadre de l'Agenda 21 m'a permis de saisir l'importance de l'échelle micro-locale dans le processus de publicisation des espaces. A cette échelle pratiques et débats se mêlent créant parfois des lieux agricoles.

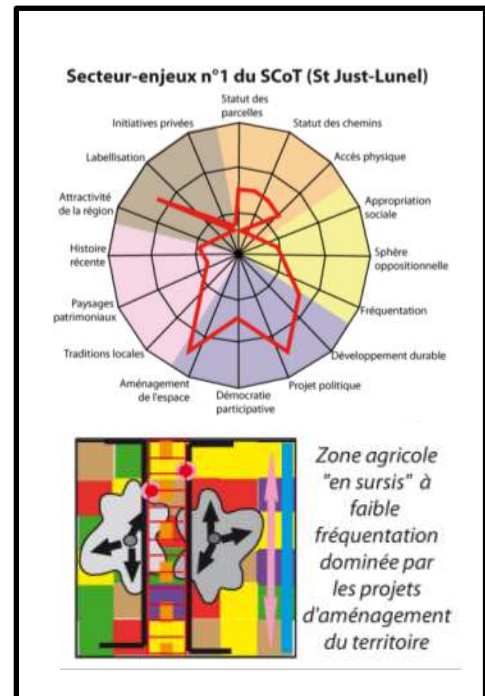
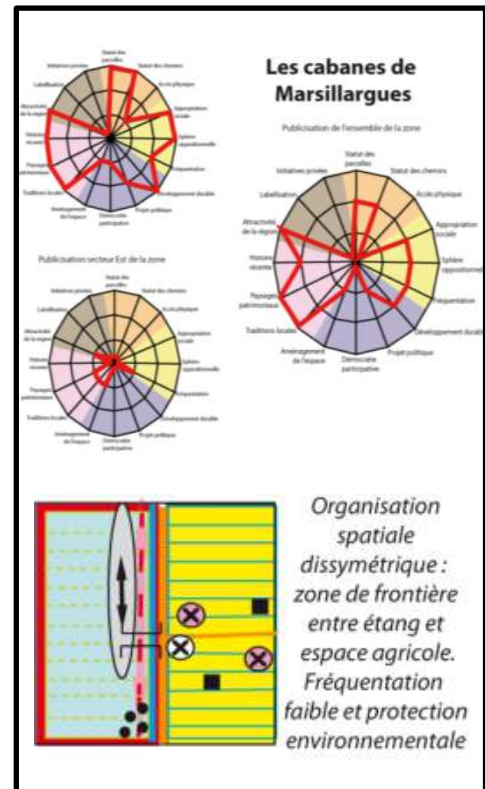
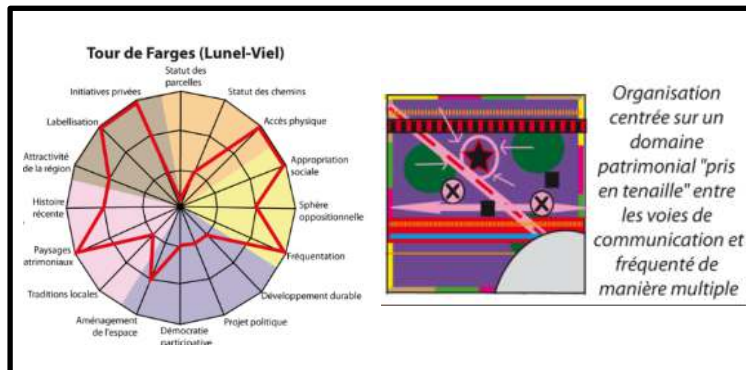
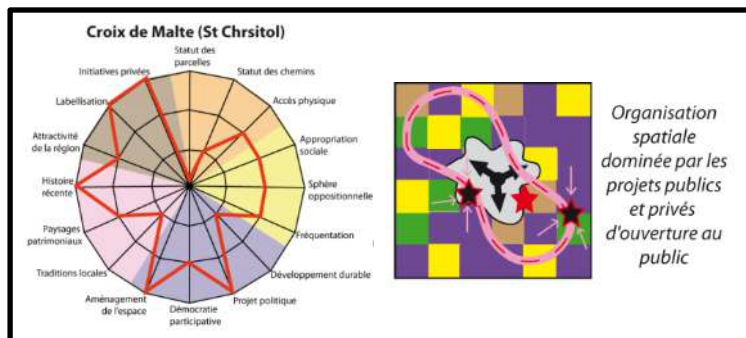
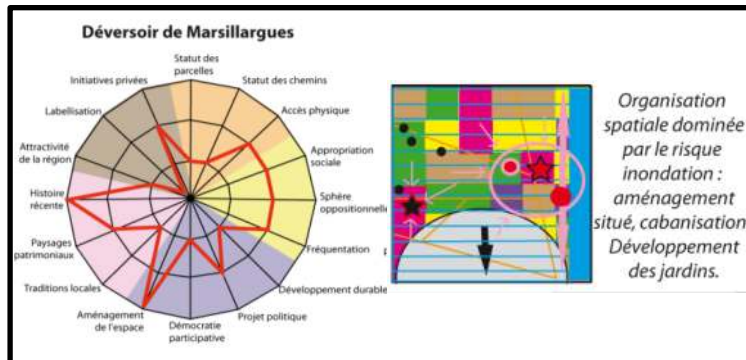
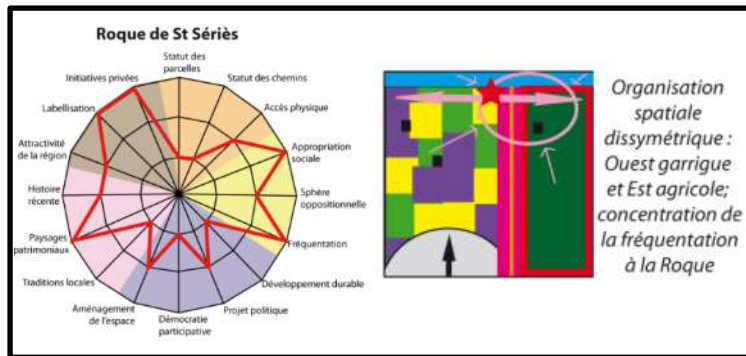
¹ Une freguesia (plus petit échelon administratif portugais) de l'aire métropolitaine de Porto.

Cette étude d'un débat m'a permis de confirmer et de compléter le deuxième temps de ma démarche de recherche : l'étude de la communauté de communes du pays de Lunel située entre Montpellier et Nîmes. Constituée d'un diagnostic de territoire résumant ses principales caractéristiques sociales politiques et agricoles puis d'une étude approfondie de six zones micro-locales, cette troisième partie de ma thèse se focalise sur l'échelle du lieu agricole. D'abord, la combinaison de plusieurs études cartographiques (cadastre pour la propriété foncière, occupation du sol...) m'a permis de construire une représentation chorématique pour chaque zone (figure 3).

Puis, j'ai rempli une grille de lecture de la publicisation des espaces agricoles périurbains. Constituée de cinq dimensions (juridique, social, politique, historique et économique) et de 17 critères (renseignés par de multiples indicateurs), cette grille, élaborée dans la première partie de ma thèse, permet de saisir les caractéristiques de la publicisation d'une zone micro-locale (figure 3).

Enfin, la comparaison des six zones m'a permis de faire une typologie de lieu agricole :

- type 1 : l'espace agricole est au centre de la zone et l'origine de la publicisation est liée au projet politique, aux traditions anciennes ou au marketing territorial ;
- type 2 : l'espace agricole jouxte un espace naturel qui est l'objet de la publicisation (la publicisation de l'espace agricole dépend de l'intensité des interactions entre le naturel et l'agricole) ;
- type 3 : l'espace agricole n'est ni au centre ni à l'extérieur mais périphérique, dans ce cas c'est un objet intermédiaire comme un fleuve qui est l'objet de la publicisation.



Légende

- Dimension juridique
- Dimension sociale
- Dimension politique
- Dimension économique
- Dimension historique

Figure 3 : Etude comparée des six zones micro-locales de la communauté de communes du Pays de Lunel

Au final, cette recherche exploratoire pose de nouvelles connaissances :

- La publicisation est un processus multi-échelle : du global (débat sur le développement durable, politiques publiques...) au local (lieu agricole, appropriations territoriales...).
- Ce processus anime l'espace agricole périurbain alors que la privatisation domine l'espace périurbain résidentiel.
- La publicisation n'est pas qu'un processus général, elle peut s'étudier de manière concrète grâce à une grille de lecture en cinq dimensions....

Elle ouvre aussi de nouvelles pistes de recherche : quels liens existent-ils entre débat public, action publique et pratiques spatiales ? Comment étudier la publicisation en entrant par les spatialités ? Comment prendre en compte l'émergence de lieux agricoles dans la planification urbaine ?

Fiche informative

Lien électronique prochainement disponible sur HAL

Discipline

Géographie et aménagement de l'espace

Directeur

Lucette LAURENS

Université

Université Montpellier III Paul Valéry

Laboratoire à l'origine du sujet de thèse et laboratoire d'accueil durant la thèse : UMR Innovation 951 et équipe innovations territoriales (thèse financée par l'INRA-SAD et SupAgro).

Membre du jury de thèse soutenue le 7 décembre 2012

- Mayté BANZO, professeure à l'Université Bordeaux 3 (rapporteur)
- Lucette LAURENS, professeure à l'Université Montpellier 3 (directrice)
- Michel LUSSAULT, professeur à l'ENS de Lyon (président)
- Monique POULOT, professeure à l'Université Paris Ouest - Nanterre (rapporteur)
- Margarida QUEIROS, professeure à l'Université Nouvelle de Lisbonne
- Christophe SOULARD, ingénieur de recherche et directeur d'unité à l'INRA (co-encadrant)

Situation professionnelle actuelle

ATER à temps plein à l'Université d'Artois (site d'Arras) / membre de l'UMR Innovation 951 (Inra – SupAgro – Cirad) de Montpellier.

Courriel de l'auteur

camilleclement@laposte.net