



Intervention de Julien Transy, chargé de mission Paysages au Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire

On a souvent tendance à associer les paysages comme appartenant à une sphère privée, à des loisirs que l'on peut ensuite partager avec ses proches. C'est oublier le rôle des politiques publiques pour ces paysages.

Le paysage désigne à la fois la réalité matérielle et la représentation de cette réalité. Cette conception varie selon les langues. Par exemple, les termes anglais ou allemand (*Landscape*, *Landschaft*) présentent une conception bien plus attachée au pays, au terroir. Le terme « paysage » est un néologisme venant du monde de la peinture au XVe siècle, désignant le fait de peindre les paysages. Les paysagistes sont d'ailleurs les peintres spécialistes de ces sujets. Petit à petit, le mot a désigné non seulement la représentation mais la chose elle-même.

La politique des paysages est née à la fin du XIXe siècle d'une émotion liée à la transformation industrielle de la société : il s'agissait de la crainte que des sites comme Fontainebleau ne ressemblent plus aux tableaux qu'on en avait fait. C'est ce risque qui motive la protection. La loi de 1906 instaure alors la protection des sites naturels, selon plusieurs critères et notamment celui de « pittoresque », c'est-à-dire le fait d'être digne d'être peint. Cette loi de 1906 est reprise par la loi de 1930 encore utilisée aujourd'hui, qui est probablement la loi la plus ancienne du droit de l'environnement. Elle témoigne d'une intégration des problématiques paysagères dans la question patrimoniale et culturelle. Cela se retrouve à la fois dans la terminologie (sites classés et inscrits) et dans la philosophie (on classe des éléments de paysages notables, comme un arbre, une cascade...). Cette vision évolue, pour apprécier de plus en plus d'ensembles paysagers (ex. : cols du Galibier ou du Tourmalet). Ces deux exemples montrent d'ailleurs comment la vision du paysage conserve sa philosophie initiale, en passant de l'émotion du peintre à celle du téléspectateur du Tour.

La politique de classement est aujourd'hui toujours active et importante, mais ne concerne que 2,5% du territoire. Des outils sont donc nécessaires pour la compléter. Dans les années 1970 a ainsi émergé la politique des Grands Sites, qui sont des sites ayant acquis une notoriété telle qu'une sur-fréquentation touristique entraîne des risques. L'enjeu est alors de concilier le tourisme de masse avec l'esprit des lieux et les habitants locaux. C'est notamment le cas dans la Baie de Somme, à Carcassonne,

sur la montagne de la Sainte Victoire, la Dune du Pilat... Cette politique marie une politique d'Etat (régalienne, avec notamment des servitudes pour les sols) et une logique partenariale et contractuelle avec les acteurs locaux dans le cadre de la décentralisation.

Le troisième temps de la politique des paysages peut être daté de 2000, avec la convention européenne du paysage sous la responsabilité du Conseil de l'Europe. La philosophie a été de porter un égal intérêt à tous les paysages, qu'ils soient ruraux ou urbains, exceptionnels ou dégradés, du loisir ou du quotidien. Le paysage sort d'une logique purement culturelle et patrimoniale pour s'intégrer dans les politiques traitant du cadre de vie, avec des logiques de gestion au quotidien. Cela se retrouve d'ailleurs dans l'organisation concrète du Ministère, puisque le bureau des paysages est situé dans la sous-direction à la Qualité du cadre de Vie, et sous tutelle des deux Ministères de l'Environnement (Transition Ecologique et Solidaire) et du Logement (Cohésion Territoriale) dans la Direction à l'Habitat, l'Urbanisme et les Paysages. Cette convention est déclinée selon trois outils :

- Des outils de connaissance, avec notamment l'Atlas des paysages, co-porté par l'Etat et les collectivités. Cet outil, ayant déjà quelques années, a été reconnu par la loi de Reconquête de la Biodiversité et des Paysages de 2016, en intégrant la notion d'unité paysagère. Ainsi, en regardant le territoire à travers le filtre des paysages, cela permet d'interroger sur le périmètre administratif sur ce qui rassemble des communes regroupées récemment dans une nouvelle intercommunalité.
- Les observatoires photographiques des paysages consistent en la photographie selon un même angle des paysages à des intervalles réguliers, pour apprécier la dynamique des paysages. Cela permet notamment de lutter contre l'idée que le paysage est quelque chose de figé, qui ne devrait pas évoluer.
- Le dernier outil est un outil de projet, visant à coordonner les politiques territoriales et les politiques sectorielles des ministères qui ont un impact visible sur les territoires. Il s'agit du plan de paysage, reposant sur une démarche volontaire des collectivités. Le rôle du Ministère est alors d'impulser via des appels à projet (1^{er} appel à projets en 2013, puis logique biannuelle), de sélectionner des territoires lauréats qui sont alors accompagnés financièrement (30 000€ par lauréat), même si cet aspect financier n'est pas déterminant. Ce qui intéresse le plus les collectivités, c'est l'accompagnement méthodologique par la réunion des lauréats pour qu'ils s'inspirent tout en comprenant la spécificité de leurs territoires.

Intervention de Pierre-Yves Thouault, directeur adjoint au cyclisme à Amaury Sport Organisation

Amaury Sport Organisation (ASO) appartient à un groupe de presse (Groupe Amaury) qui détient notamment *L'Equipe*, de nombreux magazines (*Vélo Mag...*) et *Le Parisien* jusqu'à récemment. Amaury Sport Organisation est une filiale dédiée à l'organisation de compétitions, dans laquelle 300 personnes travaillent, sur 60 événements (Marathon de Paris, mais aussi beaucoup de compétitions cyclistes : Tour de France, Tour d'Oman, Paris-Nice, Paris-Roubaix, Flèche Wallone, Liège-Bastogne-Liège, Tour du Yorkshire, critériums en Chine et au Japon).

Le Tour de France est une énorme organisation, rassemblant près de 5000 personnes à chaque étape, selon une organisation très militaire et hiérarchique. La particularité du Tour est d'ailleurs de ne pas avoir de répétition générale, nécessitant que tout fonctionne à un instant précis pour la retransmission télévisuelle, dans des contextes très différents (de la petite ville de campagne à Paris). Toute cette

organisation, toutes les personnes travaillant autour de la compétition (caravane publicitaire, 2000 journalistes, sécurité) doit être parfaitement maîtrisée pendant trois semaines, avec la particularité d'être une compétition itinérante.

L'entreprise a évolué avec son environnement : alors qu'auparavant il fallait être propriétaire d'un événement pour l'organiser, les organisateurs font de plus en plus appel à des prestataires spécialistes de certains aspects d'une compétition. C'est le cas d'ASO, qui fait appel à des prestataires, et est sollicité pour ce pour quoi elle est la plus performante (notamment la production et la distribution des images).

Le Tour de France, ce n'est pas qu'une compétition, c'est aussi « Des Racines et des Ailes », des vues d'hélicoptère spectaculaires : il y a un lien très fort entre le Tour et les territoires. Le critère touristique n'est toutefois que le second critère dans la construction d'un tracé, derrière les critères sportifs.

Interventions de Marie Guignon et Christian Proponet, de la Fédération Française de Cyclotourisme

Le cyclisme repose sur trois axes, représentés par des organisations différentes :

- Le cyclisme de compétition, porté par la Fédération Française de Cyclisme (FFC), qui a le monopole de l'organisation des compétitions
- La pratique urbaine et la défense des usagers, portée par la Fédération des Usagers de la Bicyclette (FUB)
- Le cyclotourisme et cyclisme de loisir, porté par la Fédération Française de Cyclotourisme (FFCT), qui est, comme la FFC, une fédération délégataire de l'Etat et a le monopole de l'organisation du cyclotourisme en France.

Etre une fédération délégataire de l'Etat signifie que des agents de l'Etat sont mis à disposition de la fédération (Directeur Technique National / Directeurs Techniques Départementaux) pour veiller à ce que la politique du Ministère des Sports soit appliquée.

La FFCT regroupe 125 000 licenciés (à peu près autant que la FFC) dans 3000 clubs et 400 écoles de cyclotourisme. Ses objectifs sont la promotion du cyclotourisme que les territoires prennent de plus en plus en compte. La Loire à Vélo est devenue une référence à ce sujet en France, et les acteurs locaux ont compris les répercussions positives que le cyclotourisme a eu sur la région : les cyclotouristes dépensent en effet 75€ par jour chacun, ce qui est un des taux les plus élevés. La promotion du vélo repose sur un site internet (veloenfrance.fr) regroupant des centaines de parcours dans 95 départements pour la route ou les VTT, associés à un certain nombre de services et en 5 langues.

Il existe deux types de cyclotourisme : le cyclotourisme « en marguerite » et le cyclotourisme « en itinérance », plus dépendant et nécessitant de nouveaux services (protection contre les intempéries, hébergement d'urgence et flexibilité, réparation...). En France, le cyclotourisme est né d'une mission de 2001 pour la valorisation du cyclotourisme, qui a identifié 20 000km de circuits à réaliser d'ici 2020 (2/3 réalisés à ce jour). Il repose sur le marketing territorial que peu de territoires négligent pour développer un « tourisme vert ». La FFCT les accompagne d'ailleurs avec deux labels : 45 « territoire vélo » pour les collectivités et 80 « base VTT » pour les collectivités et les acteurs privés, pour valider la qualité de l'accueil des cyclistes, et accompagner les lauréats par de l'animation.

L'animation est en effet essentielle, et permet de drainer des centaines de touristes vers un territoire pour participer à son développement. Le cyclotourisme permet également aux collectivités de ne plus être en concurrence les unes par rapport aux autres, mais en coopération avec le territoire voisin, en élargissant le territoire administratif pour s'inscrire dans la vision du touriste et du paysage qu'il regarde.

Le cyclotourisme permet de s'approcher au plus près de la nature, de s'y « reconnecter ». Cela permet ainsi de garantir une protection d'espaces sensibles et un tourisme doux, non bruyant, avec le développement du « *slow tourism* », pour déboucher in fine sur une valorisation du territoire, notamment économique.

Questions avec la salle

Comment le Tour de France gère-t-il les pollutions liées à la compétition, notamment des cyclistes qui jettent leurs produits/accessoires ?

Pierre Yves Thouault

Le Tour de France est la meilleure promotion de la France à l'étranger. Mais il y a un paradoxe, car si les sites classés sont mis en avant, il est parfois interdit de les filmer pour protéger la faune locale, alors que les élus locaux râlent car les sites classés ne sont pas valorisés.

Concernant la gestion des déchets, le Tour de France organise des zones de collecte des déchets, après chaque ravitaillement et au pied des cols (les cyclistes veulent être plus légers). Les accessoires des cyclistes sont en général très demandés par les spectateurs, la pollution principale étant faite par les spectateurs. Des images sont souvent diffusées pour montrer les pollutions à l'issue de l'étape, mais des efforts sont faits, notamment au départ et à l'arrivée. Les images sont souvent prises juste après le passage des coureurs, alors que les déchets sont nettoyés par les organisateurs après quelques heures.

Est-il envisagé que le Tour diminue le nombre de voitures utilisées dans le cadre de la compétition ?

Pierre-Yves Thouault

La sécurité est la priorité de l'organisation, et notamment le risque routier qui est le risque numéro 1. Les organisateurs du Tour essayent de réduire le nombre de véhicules, mais c'est très difficile. Pour le moment, le nombre est plutôt stagnant (2000 véhicules environ, en intégrant les équipes, la caravane publicitaire...). Un des gros obstacles représente la réglementation sociale qui impose qu'un travail itinérant ne puisse être fait plus de 6 jours de suite. Ainsi, de très nombreuses personnes interviennent pendant les trois semaines, et une rotation des équipes est organisée. France Télévision, qui mobilise par exemple 250 personnes en permanence, affrète un avion pour changer les équipes. Quant aux alternatives, et notamment les véhicules électriques, les performances ne sont pas encore satisfaisantes pour pouvoir suivre une étape à la vitesse des cyclistes, avec en plus la distance à réaliser vers l'hôtel (un conducteur effectue en moyenne 7000 km pendant le Tour, là où les cyclistes en font 3000). Il y a de plus la question du partenariat qu'a le Tour avec Skoda, qui contraint les véhicules utilisés par l'organisation.

Le cyclotourisme pourra-t-il être un jour classé au patrimoine immatériel de l'humanité, par exemple la Loire à Vélo ?

Marie Guignon

Les circuits de cyclotourisme français comme la Loire à Vélo s'inscrivent dans des circuits européens. Il est donc difficile de s'appuyer sur quelque chose de concret pour inscrire cette pratique au patrimoine immatériel, d'autant plus qu'il s'agit d'une pratique importée des pays nordiques et des Pays-Bas.

Julien Transy

Le classement au patrimoine mondial est la consécration de protections basées sur les outils nationaux, le cyclotourisme doit donc faire l'objet d'une gestion. Mais la question reste pertinente sur ce qui fait la valeur du lieu pour les touristes et les habitants. Par exemple, l'escalade fait pleinement partie de ce qui fait les Calanques ou Fontainebleau, c'est une pratique sportive qui est indissociable des lieux et du patrimoine qu'ils représentent.

Pierre-Yves Thouault

Le Tour de France peut-il être considéré comme faisant partie d'un patrimoine ? Cela a été envisagé en 2013 dans le cadre du Grand Départ en Corse. Il n'est pas certain qu'une démarche aurait pu aboutir, mais cela ne s'est cependant pas fait car le Tour n'est pas menacé, et que cela aurait engendré des contraintes supplémentaires.

Les collectivités doivent-elles payer pour accueillir le Tour ?

Pierre-Yves Thouault

Les collectivités payent un tarif unique, quelle que soit leur taille : 70 000€ pour le départ, 115 000€ pour l'arrivée. C'est en réalité peu cher par rapport à d'autres événements sportifs (Jeux Olympiques bien entendu, mais même l'organisation de championnats nationaux ou mondiaux coûtent très cher), surtout pour ce que cela rapporte. En effet, le montant payé est quasi-intégralement reversé pour l'hôtellerie de l'organisation et les frais divers que cela représente. Il y a ainsi de très nombreuses demandes : environ 200 villes candidatent, pour seulement une trentaine d'élues. Le critère financier n'entre toutefois jamais en considération dans le tracé du parcours.

Le Tour demande une très longue organisation, faite en collaboration avec les territoires. Ainsi, à partir de la liste des villes candidates, et selon des critères avant tout sportifs, un parcours est présenté à près de 4000 personnes au Palais des Congrès le 25 octobre. En mars, le tracé précis est validé après de nombreux échanges avec toutes les parties prenantes de la sécurité, notamment les services préfectoraux. En mars, les équipes de France TV font chaque étape dans un sens puis dans l'autre pour repérer tout ce qu'il y a à voir. Ils rédigent alors un roadbook qui est ensuite transmis à toutes les chaînes qui diffusent le Tour. Cela se fait dans le cadre d'un partenariat avec les monuments historiques, qui accorde l'autorisation de filmer, mais fournit également des informations.

Au-delà des impacts économiques en amont et pendant l'étape (nuitées d'hôtel, consommation...), la plupart des conséquences économiques se font après le passage du Tour, notamment en s'inscrivant dans le cadre du marketing territorial local. On estime ainsi que lorsque la collectivité investit 1€, 6 à 12€ sont récupérés d'une manière ou d'une autre. Parmi les grandes réussites du Tour sur l'appui aux territoires dans leur marketing se trouvent l'Alpe d'Huez dont les activités hivernales comme estivales bénéficient du prestige des étapes qui s'y sont déroulées, ou encore la Planche des Belles Filles, site inconnu jusqu'au passage du Tour, et qui accueille aujourd'hui de nombreux cyclistes et d'autres activités.

Le passage du Tour représente une certaine contrainte pour les collectivités. Les organisateurs n'exigent certes pas une qualité du revêtement, mais font remonter les problèmes qui peuvent porter atteinte à la sécurité des coureurs comme les nids de poule. La plupart des collectivités dépassent souvent les attentes d'ASO, en profitant du passage du Tour pour refaire des routes et d'autres infrastructures, qui sont bénéfiques par la suite : dans ce cas, il représente un déclencheur.

ASO dispose d'un service pour accompagner les villes dans la promotion du Tour de France, en proposant de nombreuses animations. Ont ainsi été organisées des dictées du Tour par exemple. L'organisateur du Tour aide aussi les collectivités dans leur politique cyclable, et peut par exemple proposer d'inviter des coureurs professionnels pour inaugurer des infrastructures cyclables.

Comment la « France moche » (Télérama) des centres-commerciaux est-elle prise en compte dans les politiques de protection des paysages, et comment impacte-t-elle le cyclisme, qu'il soit de compétition ou de loisir ?

Julien Transy

Des appels à projets ont été mis en place pour concentrer les efforts de la politique paysagère sur les entrées de ville. Les principales politiques reposent toutefois sur d'autres volets de l'action publique, notamment la revitalisation des cœurs de bourgs. Traiter la question des entrées de villes permet toutefois de s'inscrire dans la tendance européenne de protection des paysages initiée en 2000, en ne se concentrant pas que sur les paysages exceptionnels.

Marie Guignon

L'entrée dans la ville n'altère pas la qualité de l'ensemble de la randonnée : cela peut même créer un contraste qui valorise les paysages exceptionnels. Se pose toutefois la question des aménagements et du risque de discontinuités dans les périphéries de ville et les zones commerciales. C'est notamment le travail de la Fédération des Usagers de la Bicyclette que de les traiter, mais cela se fait dans le temps. C'est notamment un enjeu de compétences pour coordonner les sorties de ville, alors que communes, intercommunalités et départements se renvoient souvent la responsabilité.

Julien Transy

Traiter ce genre de questions est d'ailleurs un très bon moyen pour rentrer dans les politiques publiques par une approche de projet, d'usage, pour identifier les compétences et les leviers nécessaires.

Peut-on caractériser le dynamisme du cyclisme en France ?

Marie Guignon

Si les fédérations du cyclisme et du cyclotourisme ne connaissent pas de hausse marquée du nombre d'adhérents, ce dynamisme est bien réel et peut être marqué par l'explosion des ventes de vélos : +10% entre 2016 et 2017. Cela s'explique d'une part par le travail de communication de nombreuses collectivités sur le développement des modes de transport doux, qui a entraîné une hausse du nombre de « vélotaffeurs », mais aussi l'émergence du nombre de vélos à assistance électrique (VAE, plus de 200 000 ventes en France en 2017, +90% par rapport à 2016) et le développement du sport-santé (le vélo étant recommandé par de nombreux médecins car c'est un sport moins traumatisant que la course à pied)