

OUTILS POUR LA MAINTENANCE DES SERVICES ÉCOSYSTÉMIQUES

PATRICE VALANTIN

Lorsque l'on parle de biodiversité, il est de bon ton de s'émouvoir si l'aspect monétaire est abordé. Sous prétexte qu'il s'agit de bien commun, seuls l'État ou les collectivités sont ainsi légitimes pour financer la préservation de la nature. Scientifiques et ONG ne veulent pas voir le « monde du profit » dans leur domaine et les entreprises n'ont pas intérêt à supporter davantage de charges. Il n'est cependant pas certain que les populations vivantes non-humaines en tirent bénéfice. Il est urgent et indispensable d'intéresser le monde économique à la maintenance des services écosystémiques⁽¹⁾. Il faut pour cela supprimer nos barrières mentales vis-à-vis de l'argent dans ce domaine. Il n'est pas ici question de donner un prix à la nature mais de rémunérer la maintenance des services, ce qui est totalement différent. La prise en compte de la valeur de la vie permettra d'engendrer des flux financiers pour préserver ce capital naturel. Des nouveaux outils pourront ainsi être développés, dans les domaines juridiques, mais aussi marketing, afin de mutualiser les moyens d'intervention au niveau du territoire.

VALORISER POUR ENGENDRER DES FLUX MONÉTAIRES

Les forêts sont souvent citées en exemple pour démontrer la valeur de la biodiversité puisqu'il s'agit en effet d'écosystèmes productifs, directement exploitables par l'humain. Les flux financiers engendrés par l'exploitation forestière, produits ou charges, ne choquent personne dans ce cas alors qu'il s'agit bien du bénéfice d'un service écosystémique. Pourtant, en ne favorisant que ce seul service d'approvisionnement, nous risquons d'augmenter la surface boisée tout en diminuant la biodiversité forestière (par exemple, en remplaçant des forêts diversifiées de feuillus par des plantations monospécifiques de résineux). Nous altérerons ainsi les trois autres catégories de services (régulation, soutien, culturels) parce que nous sommes incapables de concrétiser leur valeur par des flux financiers induits qui, bien qu'indirects, n'en sont pas moins réels. En dissociant les services d'approvisionnement des trois autres catégories de services, nous créons une situation paradoxale tout à fait opposée aux principes de l'évaluation des écosystèmes pour le millénaire⁽²⁾, où chaque composante du bien-être de l'humanité est liée à l'ensemble des services écosystémiques.

Nous pouvons librement parler d'argent lorsqu'il s'agit d'exploiter la nature mais il est plus difficile d'aborder ce sujet pour la préservation des écosystèmes. Les flux monétaires pour la main-

(1) Les services écosystémiques correspondent aux bénéfices que retirent les humains du bon fonctionnement des écosystèmes. Ils sont généralement classés en quatre catégories : approvisionnement (alimentation, bois, fibres...), régulation (épuration des eaux, climat, cycle de l'eau...), culturels (valeur spirituelle, tourisme, paysage...) et soutien (cycles des éléments nutritifs, du carbone...).

(2) L'évaluation des écosystèmes pour le millénaire (ou *Millennium Ecosystem Assessment* ou MEA) est un programme international commandé par l'ONU qui a rendu son rapport en 2005, après quatre années de travail par 1 350 scientifiques du monde entier. Ce rapport a mis en évidence l'importance de la préservation des écosystèmes pour le bien-être de l'humanité.

tenance des services de régulation, de soutien ou culturels sont très minoritaires alors que la pérennité du service d’approvisionnement est intimement liée aux trois autres. Il est donc essentiel de briser nos barrières psychologiques pour générer des flux financiers sur la valeur de la biodiversité générale (appelée parfois « ordinaire »). Il faut de l’argent pour la biodiversité, beaucoup d’argent, car nous risquons d’en perdre encore plus à moyen terme. Il n’y a pas de honte à en parler, à en chercher et à l’utiliser.

FINANCEMENTS DE LA MAINTENANCE DES SERVICES ÉCOSYSTÉMIQUES

Historiquement, et dans nos schémas traditionnels, l’État et les collectivités sont les seuls responsables de la préservation de la vie, s’agissant d’un bien commun. À la marge peut-on occasionnellement obtenir un peu de financement de la part des entreprises dans le cadre d’opérations de mécénat. Cependant, les moyens techniques et financiers disponibles ne permettent pas d’entretenir correctement l’ensemble de cet outil de production de ressources qu’est la nature et dont toute la société bénéficie. L’échec des objectifs de 2010 en est le meilleur exemple⁽³⁾. Le gouvernement pourrait réfléchir à de nouvelles taxes, imaginer une autre affectation du budget ou instaurer par décret des méthodes complexes de répartition des responsabilités, mais cela consisterait à dissocier l’impact de ses conséquences, l’exploitation de ses externalités.

L’humanité est directement bénéficiaire des services écosystémiques et 40 % de notre économie dépend de la biodiversité⁽⁴⁾. Cependant, aucun compte de charges dans les résultats des entreprises n’est affecté à cet objet : pas d’amortissement du capital naturel permettant de financer son renouvellement ou de charges de maintenance comme pour tout autre outil de production. Il est logique d’intégrer la maintenance des services écosystémiques dans les modèles économiques eux-mêmes, puisqu’ils en bénéficient, en les altérant bien souvent. Assurer leur maintenance n’est pas une sanction pour l’entreprise ou une charge supplémentaire, mais un acte de bonne gestion pour préserver le capital. C’est simplement un investissement pour l’avenir.

Cette participation à la maintenance des services écosystémiques pourrait prendre la forme de compensations volontaires ou réglementaires, d’actions dans le cadre de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) ou encore d’une partie des budgets de communication qui bénéficieraient d’un effet de levier important pour la notoriété de l’entreprise. C’est le plus souvent une réaffectation de postes de charges existant déjà, qui pourront éventuellement être défiscalisés. La difficulté majeure résidera surtout dans la dissymétrie des temporalités entre les écosystèmes et les entreprises : les « pas de temps » de la gestion ne sont pas les mêmes. L’entreprise doit payer à court terme pour éviter de perdre beaucoup plus à long terme, et mener des actions dont les effets bénéfiques sont différés. C’est pourtant une stratégie gagnant-gagnant, voire soignant-soignant, qui nécessite une pédagogie adaptée. Dès lors, il devient raisonnable d’utiliser tous les outils de l’économie de marché pour sécuriser ces services. La destination des biens naturels est universelle : le financement de la préservation de ces biens doit donc être tout autant universel et pas seulement réservé à l’État ou aux collectivités.

Il est possible de créer un marché pour les services écosystémiques. L’objectif n’est pas de vendre ni de monétariser la nature, mais de monétariser les services écosystémiques pour en assurer la maintenance et éviter des pertes prévisibles.

(3) L’Europe et ses États membres s’étaient engagés en 2002 à stopper l’érosion de la biodiversité sur ses territoires pour 2010. C’est un échec à l’échéance puisqu’il semble même que le rythme de l’érosion ait continué à croître.

(4) Programme des Nations Unies pour le Développement, 2003.

LE MARKETING DE LA BIOSPHERE

Le marketing est le principal moteur de notre société de consommation et il est capable de générer des flux financiers vers des biens ou services qui ne sont pas toujours indispensables. Or, aujourd'hui, cette société de consommation a de nombreux impacts négatifs sur le vivant. En utilisant le marketing au profit de la biodiversité, il est possible de générer des financements qui atténueront les impacts de la consommation des biens naturels. Le marketing est simplement un ensemble d'outils et de techniques permettant l'accès au marché. Il n'est ni bon ni mauvais en soi, c'est son utilisation qui peut éventuellement être mauvaise. Il n'y a pas de contre-indications à l'utiliser pour les biens naturels. Si nous étudions la forêt comme un objet de marché global et pas seulement réservé à la production de bois, nous pouvons mettre en évidence un ensemble de services proposé aux consommateurs d'un territoire : régulation des climats globaux et locaux, stockage de carbone, biomasse, participation au cycle de l'eau, habitats naturels... et surtout des services culturels tangibles pour nous : paysages, plaisir des sens, stabilité émotionnelle et psychologique, chasse, randonnée... Chaque service peut être caractérisé en prenant en compte ce qu'il nous apporte et ce que nous perdrons s'il disparaît. Comme tout bien ou service étudié dans le cadre du marketing, il s'agit d'identifier les facteurs-clés de succès et les avantages concurrentiels d'une forêt diversifiée.

IDENTIFIER LES CLIENTS : LA MUTUALISATION DES FINANCEMENTS

Bien évidemment, cette réflexion serait très théorique sans clients pour financer la maintenance des services écosystémiques. Il faut à cet effet créer des entités spécifiques, personnalisant le bien commun. Des « contrats territoriaux pour la vie » (CTV) permettront de regrouper les acteurs publics et privés en vue d'actions concrètes et locales en créant les conditions d'une nouvelle gouvernance de notre environnement naturel.

Prenons par exemple le cas d'une tourbière appartenant à un propriétaire privé agriculteur. Il n'en tire généralement pas de revenus. Elle est souvent l'objet de mesures de protection et est techniquement non exploitable. Ce milieu naturel se dégrade lentement en raison de son évolution naturelle vers un milieu boisé, diminuant ainsi son intérêt spécifique. Le coût d'entretien nécessaire pour conserver les fonctions écologiques de cet écosystème incombe au propriétaire qui n'est pas responsable de sa dégradation et ne tire aucun avantage financier des actions de maintenance. C'est pourtant l'ensemble des personnes humaines et non-humaines du territoire proche de la tourbière qui bénéficie de la valeur de ce milieu patrimonial. Même si les avantages ne sont pas toujours identifiables et formalisables, ils n'en sont pas moins réels. Les biens naturels ont une destination universelle alors que la charge de leur entretien revient souvent à un petit nombre d'acteurs qui ne sont pas toujours en mesure de l'assumer.

Quatre-vingt-douze pour cent du territoire français étant privé, ce problème est largement généralisable. Pour assurer la maintenance des services écosystémiques, il faut auparavant personnaliser ce bien commun par une forme de gouvernance spécifique à la gestion du vivant sur les territoires, et instaurer de nouveaux outils de management territoriaux dépassant dans leur finalité l'organisation de la vie sociale humaine. Nous voulons ainsi créer très concrètement une clientèle solvable pour les services écosystémiques. Il s'agira de personnes morales, par exemple des associations *ad hoc* regroupant les parties intéressées d'un territoire spécifique et identifié, manifestant leur intérêt pour la préservation du capital naturel. Ces nouveaux CTV doivent regrouper toutes les catégories d'acteurs. Ils constituent un outil opérationnel à la fois pour mutualiser les financements et coordonner les opérations de maintenance, y compris sur les terrains privés. Un de leur intérêt majeur est de personnaliser le bien commun, par une gouver-

nance basée sur la concertation et la définition d'un consensus sur les enjeux du territoire. Ils permettent aussi d'être destinataires d'une partie des flux financiers issus des mécanismes de compensation. Cette compensation, qui peut être volontaire ou réglementaire, sera ainsi locale et gérée par les acteurs locaux. Ces CTV matérialisent la valeur immatérielle des biens et services naturels. Ils sont une plateforme de marché où les propriétaires de biens naturels peuvent mettre en vente les services induits auprès des bénéficiaires de ces services. La communication et le marketing sont mutualisés par ces outils, et peuvent être proposés sous une forme commercialisable à des acteurs qui ont un intérêt direct à financer les services écosystémiques, pour de nombreuses raisons : la pérennité d'un modèle économique, l'internalisation des externalités, l'atténuation des impacts, le bien-être des collaborateurs, l'image ou la notoriété, la communication interne ou externe, la RSE, la compensation carbone ou biodiversité...

PROSPECTIVE ET RÉALISATION

Bien évidemment, certains peuvent affirmer qu'il s'agit là d'une idée impossible, irréaliste ou utopique. C'est simplement indispensable, et il faut donc la réaliser. L'utopie est certainement la meilleure piste pour sortir des crises économiques et environnementales que nous traversons. Nous ne pourrions plus modifier ce monde qui a une très forte inertie ; il faut donc en imaginer un nouveau. La meilleure manière de prouver que ce projet est possible est de le réaliser.

Aujourd'hui, deux projets sont en phase de démarrage. Tout d'abord le projet FIPAN, « Fonds d'intervention sur le patrimoine naturel », visant à préserver ou reconquérir des espaces naturels patrimoniaux. C'est une application directe des principes précédents, auxquels nous ajoutons une dimension culturelle forte, en faisant intervenir des artistes pour la valorisation de l'espace. Eux seuls sont capables de parler à notre être profond pour changer le regard que nous avons sur la vie. Le deuxième exemple sera le projet VIVATERR, « Vie, valeur et territoires », plus spécifiquement adapté aux milieux agricoles et forestiers. L'objectif du projet VIVATERR est de rémunérer directement les exploitants agricoles et forestiers pour la maintenance des services écosystémiques liés à la biodiversité générale, en particulier dans le cadre des trames verte et bleue. Ces projets sont développés en lien avec le monde économique, en particulier celui des entreprises.

CONCLUSIONS

Nous sommes dans une période de combat où l'action prime sur les discours. « *Ne le dis pas, fais-le !* » pourrait être la devise. La prise de conscience de la finitude des ressources naturelles augmente encore la nécessité de garantir leur destination universelle. C'est une formidable opportunité de mettre à nu nos modèles pour les revisiter et inventer le monde qui naît. Ce n'est pas par la contrainte ou la peur que l'on construit une civilisation, mais par l'espérance et les valeurs, en s'appuyant sur le principe de subsidiarité à tous les échelons pour garantir la légitimité et la pérennité des actions. Il s'agit de mettre en œuvre de nouveaux outils pour le développement humain. La mobilisation du plus grand nombre d'acteurs en faveur des CTV peut être une formidable occasion de rupture pour innover de nouvelles formes de gouvernance.

Patrice VALANTIN
Directeur de DERVENN⁽⁵⁾
Le Chemin Chaussé
F-35250 MOUAZE
(pat@dervenn.com)

(5) Dervenn est une entreprise spécialisée en génie écologique, qui assure travaux, études et conseil pour la biodiversité. Dervenn s'adresse aux acteurs publics et privés pour réintégrer notre éco-socio-système humain dans la biosphère.

OUTILS POUR LA MAINTENANCE DES SERVICES ÉCOSYSTÉMIQUES (Résumé)

Les enjeux liés à la biodiversité dépassent le cadre éthique de la préservation de la nature : la pérennité de notre qualité de vie et de nos modèles économiques est directement concernée. Les services écosystémiques sont tout simplement indispensables au bien-être, voire à la survie de l'humanité. Les actions en faveur du vivant ont donc une portée stratégique. Il est indispensable aujourd'hui de créer de nouveaux outils pour financer les investissements nécessaires dans le capital naturel et garantir ainsi sa pérennité. Ces outils de l'économie de marché permettront de valoriser la vie et les services écosystémiques sans qu'il soit nécessaire de définir systématiquement un « prix du vivant ». Les mécanismes de compensation, la responsabilité sociale et environnementale (RSE) ou le mécénat pourront être mobilisés sur de nouveaux « contrats territoriaux pour la vie » (CTV), orientés sur la biodiversité locale, tant générale que remarquable. Dans tous les cas, il s'agit de mettre en œuvre des outils de « paiement pour service écosystémique » afin d'en assurer la maintenance.

TOOLS FOR MAINTAINING ECOSYSTEM SERVICES (Abstract)

The implications arising from biodiversity go beyond the ethical framework of nature conservation. Biodiversity has a direct incidence on the sustainability of our quality of life and of our economic models. Ecosystem services are quite simply indispensable to the well-being and even the survival of mankind. Actions in favour of living beings therefore are of strategic significance. It is essential today to create new tools to finance the necessary investments in natural capital and ensure its sustainability. These market economy tools provide a means of valuating life and ecosystem services without necessarily requiring a "price of life" to be defined. Funds can be raised through compensation mechanisms, social and environmental responsibility schemes or corporate sponsorship under new CTV contracts [*contrats territoriaux pour la vie*] that focus on local biodiversity, both general and specific. What is important in all these cases is that payment of environmental services is implemented so as to ensure these services are maintained.
