

Éditorial

Par Pierre COUVEINHES

Ce numéro de Responsabilité & Environnement a pour thème la biodiversité, un sujet auquel la conférence environnementale des 14 et 15 septembre derniers a porté un intérêt tout particulier. En effet, une des cinq tables rondes organisées dans le cadre de cette conférence y a été consacrée, et tout un ensemble de mesures a été annoncé, parmi lesquelles la mise en place prochaine d'une Agence nationale de la biodiversité.

Il semble en effet urgent de passer à l'action : selon des chiffres cités par Gilles Bœuf dans son article, la disparition des espèces s'effectue actuellement à un rythme de cent à mille fois plus rapide que ce que les paléontologues ont calculé pour les cinquante derniers millions d'années !

Les causes de ce véritable effondrement de la biodiversité (dans lequel certains auteurs voient la sixième « Grande Extinction » d'espèces de l'histoire de notre planète) semblent maintenant bien identifiées : les experts s'entendent pour y voir les effets conjugués de l'artificialisation des sols, de la pollution, de la surexploitation des ressources naturelles, de la dissémination anarchique d'espèces partout sur la planète et, enfin, du changement climatique. Mais pourrions-nous agir assez vite pour enrayer ces évolutions inquiétantes avant que la biodiversité n'ait été irréversiblement érodée ?

La prise de conscience du phénomène ne remonte qu'à quelques décennies. Le terme de biodiversité est lui-même récent : créé dans les années 1980 par des scientifiques, il n'a commencé à se répandre dans le grand public qu'après le Sommet de la Terre tenu en 1992 à Rio-de-Janeiro. Tout d'abord, conformément à l'étymologie, on a nommé « biodiversité » la diversité de la fraction vivante de la nature.

Mais comme le souligne Odile Gauthier, le sens de ce mot a progressivement évolué, son acception s'est élargie au point qu'il désigne désormais le monde vivant dans son ensemble, au-delà d'une de ses caractéristiques particulières. Ainsi, dans le discours public, le terme de biodiversité s'est peu à peu substitué à celui de nature. Mais avec une différence fondamentale : il s'agit d'une nature dans laquelle l'homme a retrouvé sa place. Encore fréquemment, la nature est présentée comme un cadre donné à l'homme, mais celui-ci (contre toute logique) n'est pas considéré comme en faisant réellement partie : dans ces conditions, la nature ne peut être protégée convenablement qu'en excluant l'homme...

La notion de biodiversité permet un changement complet de perspective : l'homme est réintroduit dans la nature et, avec lui, ses interactions avec le reste du vivant. Certes, l'espèce humaine porte une lourde responsabilité dans la disparition récente d'un grand nombre d'espèces. Mais à d'autres époques, l'action de l'homme a contribué, au contraire, à l'essor de la biodiversité. Ainsi que l'indique Eric Giry, les espaces ouverts les plus riches en espèces animales et végétales ont bien souvent été créés par l'activité agricole. C'est le cas notamment des bocages et de leurs haies, des terrasses cultivées et des alpages d'altitude. Aujourd'hui même, la construction et l'entretien de lignes électriques, s'ils sont convenablement menés, peuvent permettre un accroissement local de la biodiversité, comme nous l'apprend l'article de Jean-François Lesigne.

Ce changement de perspective a des implications considérables dans le domaine du développement durable. Aujourd'hui, d'aucuns soutiennent que la croissance économique et sociale (deux des « piliers » du développement durable) ne saurait être obtenue qu'au détriment du

capital naturel (le troisième pilier). Symétriquement, d'autres affirment que le maintien du capital écologique exigerait une croissance zéro, ce qui pose des problèmes inextricables, les pays moins développés souhaitant légitimement voir s'accroître le niveau de vie de leur population.

Bernard Chevassus-au-Louis démontre qu'il est possible d'échapper à ce choix entre deux options peu engageantes, en faisant de la biodiversité un fondement central du développement durable. Il donne plusieurs exemples concrets qui montrent que la restauration du capital écologique peut devenir une source d'activité économique, que le capital écologique peut alimenter le développement économique et social sans être pour autant « consommé ».

Les enjeux financiers de la biodiversité sont mal connus, mais ils sont certainement considérables. La France est aujourd'hui la première destination touristique au monde grâce, en particulier, au charme et à la diversité de ses paysages. Notre pays pourra-t-il conserver durablement cette position (et l'activité économique correspondante) si l'artificialisation des sols, qu'encourage une fiscalité locale inadaptée, se poursuit au rythme actuel ?

Le même raisonnement peut être tenu en ce qui concerne les produits de l'industrie et de l'agriculture. Dans son article, Claire Tutenuit relève fort judicieusement que les consommateurs manifestent de plus en plus une demande de diversité. Un exemple caractéristique est celui du vin, second poste d'exportation bénéficiaire de notre pays. Selon l'Institut national de l'origine et de la qualité, l'INAO, la France produit non moins de 3 420 vins différents regroupés sous 460 appellations. Il me paraît significatif que les plus grands crus adoptent aujourd'hui de manière quasi systématique (mais sans toujours le faire savoir) des méthodes de production biologiques, voire biodynamiques. Le but ainsi visé est d'exprimer la quintessence de la typicité d'un terroir et d'un cépage, grâce à l'entretien de sols vivants, riches en microorganismes, à la réduction au minimum de l'usage d'intrants agricoles, etc.

L'on retrouve ici les analogies entre développement durable et stratégie du luxe, qu'avait mises en évidence Vincent Bastien dans un numéro des Annales des Mines paru il y a deux ans (1) : authenticité, ancrage dans le territoire, savoir-faire (mais aussi surcoût, qu'il faut arriver à couvrir).

Pays aux trois cents variétés de fromages, la France n'a-t-elle pas tous les atouts en mains pour devenir le pays phare de la biodiversité ?

Note

(1) « La stratégie du luxe : un point fort pour la France / une stratégie d'entreprise pour le monde qui advient », *Réalités industrielles* de mai 2010.