



HAL
open science

Comment renforcer la place des paysagistes dans la commande publique française ?

Anthony Guitton

► To cite this version:

Anthony Guitton. Comment renforcer la place des paysagistes dans la commande publique française ?. Sciences agricoles. 2016. dumas-01388685

HAL Id: dumas-01388685

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01388685>

Submitted on 27 Oct 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

AGROCAMPUS
OUEST

CFR Angers

CFR Rennes



Année universitaire : 2015 - 2016

Spécialité : Paysage

Spécialisation :

Ingénierie des territoires

Mémoire de fin d'études

- d'Ingénieur de l'Institut Supérieur des Sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage
- de Master de l'Institut Supérieur des Sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage
- d'un autre établissement (étudiant arrivé en M2)

Comment renforcer la place des paysagistes dans la commande publique française ?

Par : Anthony GUITTON

Soutenu à Angers, le 15/09/2016

Devant le jury composé de :

Président : Hervé DAVODEAU

Maître de stage : Karine MANGIN

Enseignant référent : Thomas COISNON

Les analyses et les conclusions de ce travail d'étudiant n'engagent que la responsabilité de son auteur et non celle d'AGROCAMPUS OUEST

Ce document est soumis aux conditions d'utilisation
« Paternité-Pas d'Utilisation Commerciale-Pas de Modification 4.0 France »
disponible en ligne <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fr>



Table des matières

Remerciements.....	
Table des abréviations.....	
Table des illustrations.....	
Introduction.....	1
1 Que recouvre le terme de commande publique en paysage ?.....	3
1.1 La commande publique.....	3
1.1.1 Définition.....	3
1.1.2 Une situation budgétaire tendue.....	5
1.1.3 Une dépendance au calendrier électoral.....	6
1.1.4 Un contexte de réorganisation territoriale.....	7
1.1.5 Conséquences.....	7
1.2 Le paysage dans la commande publique.....	8
1.2.1 Description.....	8
1.2.2 Des acteurs nombreux et variés.....	8
1.2.3 Fonctionnement des marchés publics de paysage.....	9
2 Comment évaluer la commande publique en paysage ?.....	12
2.1 Revue de la littérature.....	12
2.2 Constitution de la base de données.....	14
2.2.1 L'échantillonnage.....	14
2.2.2 La source de la base.....	14
2.2.3 Les mots clés.....	14
2.2.4 La zone géographique.....	15
2.2.5 Les catégories retenus.....	15
2.2.6 Le recueil des données.....	16
2.3 Enquête auprès des différents acteurs du paysage.....	17
2.3.1 Echantillonnage.....	17
2.3.2 Choix des questions.....	17
2.3.3 Prise de contact.....	18
2.3.4 Déroulé des entretiens.....	18
3 Quel est l'état de la commande publique en paysage ?.....	19
3.1 Les appels d'offres.....	19
3.1.1 Une maîtrise d'ouvrage avant tout communale.....	19
3.1.2 Une commande publique tournée vers la maîtrise d'œuvre urbaine.....	20
3.1.3 Des paysagistes appelés au sein d'équipes pluridisciplinaires.....	22
3.2 Les résultats d'attribution.....	24

3.2.1 Des paysagistes sélectionnés mais peu mandatés.....	24
3.3 La perception des acteurs du paysage.....	27
3.3.1 Un contexte économique et institutionnel peu favorable.....	27
3.3.2 Le paysage, une notion mal connue des décideurs publics.....	28
3.3.3 Une commande peu qualitative.....	29
4 Quelles orientations prendre pour renforcer la place des paysagistes au sein de la commande publique ?.....	31
4.1 Accentuer les dispositifs en faveur d'une meilleure prise en compte du paysage.....	31
4.1.1 Améliorer les réglementations.....	31
4.1.2 Renforcer les outils existants et en créer de nouveaux.....	32
4.1.3 Revoir le système de rémunération.....	32
4.2 Sensibiliser et convaincre les décideurs publics des bénéfices du paysage.....	32
4.2.1 Faire évoluer les pratiques au sein des collectivités.....	33
4.2.2 Faire prendre conscience de l'intérêt économique du paysage.....	34
4.2.3 Adapter le métier aux attentes des collectivités.....	35
4.3 Faire évoluer les pratiques et les formations.....	36
4.3.1 Clarifier le positionnement du paysagiste.....	36
4.3.2 Structurer la profession et son organisation.....	36
4.3.3 Former aux enjeux actuels et futurs.....	37
Retour critique.....	38
Perspectives.....	38
Conclusion.....	39
Bibliographie.....	41
Sitographie.....	42
Annexe I : Tableau présentant l'ensemble des paramètres de la base de données.....	43
Annexe II : Liste des personnes interrogées.....	46

Remerciements

Je tiens à remercier vivement toutes les personnes qui m'ont accompagné pendant ces 6 mois de stage au Ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer, et plus particulièrement :

Karine Mangin, ma maître de stage pour son formidable investissement et ses nombreux conseils tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Juliette Faivre, Perrine Laon et toute l'équipe du bureau des paysages et de la publicité, pour l'accueil chaleureux qu'ils m'ont réservé et avec qui j'ai eu plaisir à travailler.

L'ensemble des acteurs du paysage qui ont répondu favorablement à mon enquête et qui m'ont fait partager avec passion, leurs visions du paysage.

Thomas Coisson, enseignant-chercheur à Agrocampus-Ouest et tuteur de stage, pour son encadrement et ses recommandations.

Jean-François Seguin, ancien chef du bureau des paysages et de la publicité, pour la mise à disposition de sa base de données sur la commande publique.

Julien Salanié, enseignant-chercheur à l'université de Saint-Etienne pour ses conseils avisés en matière de statistique.

Ainsi que Rachel, Paul et Séraphin, mes surprenants collègues du bureau 0472.

Table des abréviations

AdCF : Assemblée des Communautés de France
AMO : Assistance à Maîtrise d'Ouvrage
APCE : Association des paysagistes conseils de l'Etat
BOAMP : Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics
CMP : Code des Marchés Publics
ENSP : École Nationale Supérieure du Paysage de Versailles
EPCI : Etablissements publics de coopération intercommunales
FFP : Fédération Française du Paysage
IFLA : Fédération Internationale des Architectes Paysagistes
Loi CAP : Loi sur la « Liberté de la création, architecture et patrimoine »
Loi MAPTAM : Loi de « Modernisation de l'Action Publique Territoriale et d'Affirmation des Métropoles »
MEEM : Ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer
MFCP : Ministère des Finances et des Comptes Publics
MLHD : Ministère du Logement et de l'Habitat Durable
MOE : Maîtrise d'œuvre
OPH : Office Public d'Habitat
PACA : Provence Alpes Côte d'Azur
PIB : Produit Intérieur Brute
SEM : Société d'Economie Mixte
SPL : Société Publique Locale
TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée
ZAC : Zone d'Aménagement Concerté

Table des illustrations

<i>Figure 1 : Répartition de la commande publique entre les commanditaires, sur la période 2012-2014.....</i>	<i>4</i>
<i>Figure 2 : Montant de l'ensemble de la commande publique en milliards d'euros.....</i>	<i>6</i>
<i>Figure 3 : Répartition moyenne régionale pour 100 commandes.....</i>	<i>20</i>
<i>Figure 4 : Répartition moyenne régionale pour 100 paysagistes.....</i>	<i>25</i>
<i>Tableau 1 : Type de maitre d'ouvrage en %.....</i>	<i>19</i>
<i>Tableau 2 : Type de marché en %.....</i>	<i>20</i>
<i>Tableau 3 : Type de demande en %.....</i>	<i>21</i>
<i>Tableau 4 : L'appel à un paysagiste ou sa compétence en %.....</i>	<i>22</i>
<i>Tableau 5 : Mention du titre ou de la compétence en %.....</i>	<i>22</i>
<i>Tableau 6 : L'appel à d'autres professions en %.....</i>	<i>23</i>
<i>Tableau 7 : Détail des professions appelés en %.....</i>	<i>23</i>
<i>Tableau 8 : Détail du mandataire en %.....</i>	<i>24</i>
<i>Tableau 9 : Sélection d'agence de paysage, en %.....</i>	<i>25</i>
<i>Tableau 10 : Sélection d'agence généraliste, en %.....</i>	<i>25</i>
<i>Tableau 11 : Type de contrat pour le paysage en %.....</i>	<i>26</i>
<i>Tableau 12 : Détail prestataire en %.....</i>	<i>26</i>
<i>Tableau 13 : Détail mandataire des marchés pluridisciplinaires, en %.....</i>	<i>27</i>

Introduction

« Politique du paysage » désigne la formulation par les autorités publiques compétentes des principes généraux, des stratégies et des orientations permettant l'adoption de mesures particulières en vue de la protection, la gestion et l'aménagement du paysage.

Article 1-b de la Convention européenne du paysage (2000)

20 ans après la loi paysage de 1993 et sous l'impulsion du Ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer – autorité publique chargée de piloter la politique en matière de paysage sur le plan national – la ministre Ségolène Royal a lancé un « Plan d'actions pour la reconquête des paysages et la place de la nature en ville », en 2014.

Le paysage fait effectivement l'objet depuis ces dernières années, d'interventions, de démarches ou de réalisations qui améliorent le cadre de vie, confortent la biodiversité, créent du lien social (projet collaboratif, participatif, partagé...), font émerger une culture et contribuent au développement de l'emploi. Le ministère de l'Environnement encourage la multiplication de ces démarches sur l'ensemble du territoire et incite les décideurs à y apporter leur concours.

Ce plan d'actions concourt également à soutenir la prise en compte du paysage comme composante opérationnelle des démarches d'aménagement du territoire et à renforcer la sensibilisation des acteurs de l'aménagement et du public aux paysages (MEEM, 2014).

Dans ce cadre, le ministère a développé différents outils et procédures depuis deux décennies :

- Des outils de connaissance, avec d'une part les atlas de paysages, documents dans lesquels sont identifiés les caractéristiques des paysages, les valeurs qui leur sont attachées, ainsi que les dynamiques et pressions qui les modifient. Et d'autre part, les observatoires photographiques du paysage, photographies à intervalles de temps réguliers d'un même point de vue afin d'évaluer l'impact des politiques publiques sur les paysages.
- Des outils de projet, tels que les plans de paysage, qui conduisent à la formulation d'objectifs de qualité paysagère pour un territoire et identifient les mesures à prendre, en vue de les atteindre.
- Des actions d'animation de réseaux : écoles de paysage¹, soutien aux associations œuvrant dans le domaine du paysage, sensibilisation au paysage (Grand Prix national du paysage, journées des paysages, etc.) et valorisation de la profession (FFP, APCE, etc.).

Le rôle-clé des paysagistes dans la mise en œuvre de ces politiques d'aménagement du territoire a été rappelé par la ministre de l'Environnement, en réaffirmant son appui à la reconnaissance pleine et entière du métier de paysagiste dans l'axe 7 de son plan d'actions.

Ainsi, après le décret de novembre 2014 portant création du diplôme d'Etat de paysagiste, un pas supplémentaire a été franchi dans la reconnaissance de la profession avec la création du titre de paysagiste-concepteur, dans la loi pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages, adoptée par le Parlement le 20 juillet dernier. Ce titre va permettre de mieux identifier un métier essentiel dans la conception d'aménagement, pour les territoires comme pour les villes (Val'Hor, 2016).

¹ Ecoles supérieures de paysage : ENSP Versailles-Marseille, ENSAP LILLE, ENSAP Bordeaux, INSA-ENP Blois, Agrocampus-Ouest Angers et ESAJ Paris.

Le ministère est aussi très attentif aux conditions d'exercice des paysagistes, à la reconnaissance de leurs compétences par les maîtrises d'ouvrage publiques et à leur bonne intégration dans les marchés publics.

La profession souffre en effet d'un manque d'engagement des décideurs publics. La majorité des collectivités territoriales mobilise peu leurs compétences en tant que mandataire, autrement dit de pilote de projet, car le métier semble mal connu (Donadieu, 2014). Selon un inspecteur général du ministère de l'Environnement, c'est le terme même de paysage qui est victime d'idées reçues, ces dernières étant très largement partagées par les concitoyens et les élus locaux :

- Le paysage, c'est la conservation ;
- Le paysage, c'est la ruralité, c'est la campagne ;
- Le paysage, c'est l'esthétique, c'est quelque chose qui va embellir ;
- Le paysage, c'est du végétal, ce n'est que le végétal ;
- Le paysage, c'est subjectif.

Pourtant, et c'est peut-être une particularité française, l'activité des paysagistes s'exerce selon des estimations, à plus de 80% dans le cadre de commande publique (Donadieu, 2014). Le métier est donc particulièrement dépendant des collectivités locales telles que les communes, intercommunalités, conseils départementaux ou régionaux. Or, les élus étant peu sensibilisés à cette approche, ils préfèrent privilégier pour les appels d'offres leurs concurrents architectes ou urbanistes. Le paysagiste n'est donc pas souvent en posture de mandataire, il est tributaire des décisions qui sont pilotées par d'autres maîtrises d'œuvre.

S'ajoute à ce constat, une situation budgétaire difficile pour les collectivités, maîtres d'ouvrage des projets, avec comme répercussion une diminution ces dernières années, des études et des projets d'aménagements. La commande publique en est alors fragilisée. La dépendance vis-à-vis du calendrier électoral ne favorise pas non plus le développement de cette commande. Ce sont donc toutes les professions de la conception, et en particulier celle des paysagistes, qui vivent une période difficile, voire critique.

Ainsi, au vue de l'importance des enjeux, le présent travail pose la question suivante :

Comment renforcer la place des paysagistes dans la commande publique française ?

Autrement dit, quelles orientations prendre pour que la profession soit davantage reconnue dans les politiques publiques ? Par quels moyens, peut-on stimuler cette commande ?

Il s'agira dans une première partie de comprendre ce que recouvre le terme de commande publique en paysage et de placer cette dernière dans son contexte institutionnel. Dans une seconde partie, nous présenterons la méthodologie adoptée pour évaluer la commande sur les cinq dernières années. Les résultats seront ensuite analysés dans une troisième partie, pour comprendre son état. Et enfin dans la dernière partie, suite à des entretiens menés avec différents acteurs du paysage, nous suggérons une liste de préconisations et de propositions pour stimuler cette commande.

1 | Que recouvre le terme de commande publique en paysage ?

Cette première partie commence par définir ce que recouvre la notion de commande publique de manière générale, sa répartition géographique et par domaine d'activité, ses donneurs d'ordre ainsi que le contexte dans lequel elle se place. Puis dans un second temps, nous nous intéresserons à la commande publique en paysage, avec une description de son fonctionnement et de ses acteurs.

1.1 | La commande publique

1.1.1 | Définition

Par la commande publique, on entend l'ensemble des contrats passés par une institution pour satisfaire ses besoins. C'est une notion très large qui englobe plusieurs formes de contrats tels que les marchés publics, les délégations de services publics et les contrats de partenariat public/privé (Ministère de l'intérieur, 2014).

L'article 1^{er} du code des marchés publics énonce trois principes fondamentaux concernant cette commande :

- « *la liberté d'accès à la commande publique* »,
- « *l'égalité de traitement des candidats* »,
- « *la transparence des procédures* ».

Ces principes sont opposables à tous les acheteurs publics, quel que soit le montant du marché et quelle que soit la procédure utilisée.

D'après une étude commandée par la Caisse des Dépôts et Consignations et l'Assemblée des communautés de France, les donneurs d'ordre, c'est-à-dire ceux qui sont à l'origine de la commande publique, sont les suivants (AdCF, 2016) :

- Dans la sphère d'Etat :
 - o l'Etat et ses services déconcentrés (préfectures, directions régionales, etc.),
 - o les établissements de santé
 - o les grands opérateurs (établissements publics tels que les universités, parcs nationaux, etc.)
- Dans la sphère locale :
 - o les communes, établissements publics de coopération intercommunales et syndicats
 - o les conseils départementaux et régionaux
 - o les bailleurs sociaux (office public d'habitat, etc.)
 - o les établissements publics locaux (SPL, SEM, etc.).

La répartition des donneurs d'ordre au sein de cette commande est représentée dans la figure 1.

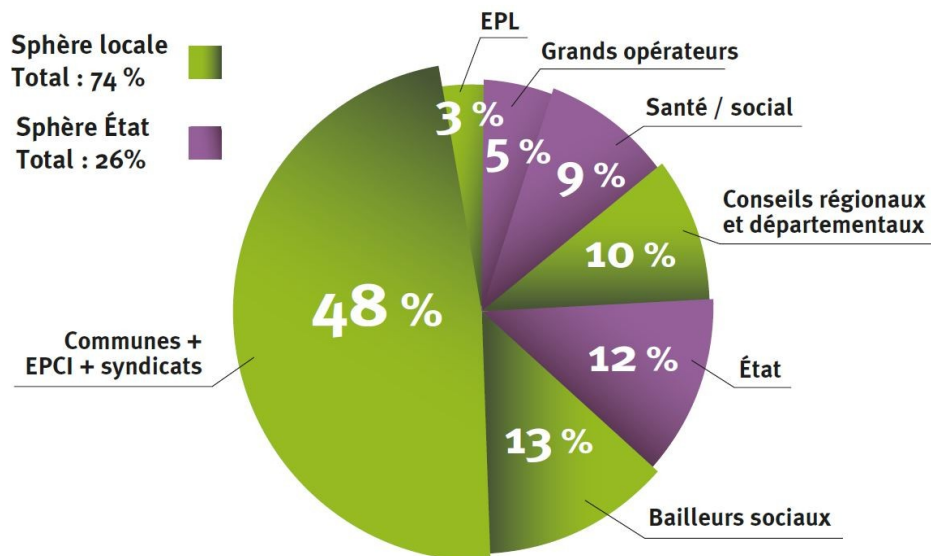


Figure 1 : Répartition de la commande publique entre les commanditaires, sur la période 2012-2014 (Interco, 2016)

Au sein de cet ensemble, la sphère locale domine largement, en concentrant 74 % des marchés passés. En effet, les collectivités du bloc communal (communes et intercommunalités), sont les principaux donneurs d'ordre, avec un volume global de commandes de 30 milliards d'euros en moyenne sur la période 2012-2014 ; les syndicats (5,5 milliards d'euros), les conseils départementaux et régionaux (7,5 milliards d'euros) et les principaux opérateurs des collectivités (établissements publics locaux (2,6 milliards d'euros) et bailleurs sociaux (9,3 milliards d'euros)) viennent compléter cet ensemble qui dépasse les 55 milliards d'euros (Interco, 2016).

Globalement, la commande publique générée par les dépenses de fonctionnement et d'investissement de l'ensemble des maîtrises d'ouvrage publique, représente annuellement environ 10 % du PIB français, soit 200 milliards d'euros [1]. Au niveau des investissements, les deux tiers se répartissent ainsi en 2014 (AdCF, 2016) :

- les bâtiments des collectivités : 8,5 milliards d'euros,
- l'habitat : 8,3 milliards d'euros,
- la voirie : 6,9 milliards d'euros,
- la santé et l'action sociale : 6,8 milliards d'euros,
- les équipements scolaires : 6,3 milliards d'euros,
- et les autres bâtiments publics : 5,7 milliards d'euros.

Derrière ces six grands secteurs, plusieurs autres dépassent ou approchent le seuil des 2 milliards d'euros de dépenses annuelles dont les transports, les aménagements urbains et les équipements culturels et sportifs.

Les régions qui recensent les marchés publics les plus importants en 2015 sont l'Île-de-France (1 858 euros par habitants), la Corse (1 282 euros/hab), Provence Alpes Côte d'Azur (1 170 euros/hab) et Auvergne Rhône-Alpes (1 134 euros/hab). Les commandes des autres régions oscillent entre 893 euros et 933 euros par habitant (AdCF, 2016). Cette hétérogénéité des résultats peut sans doute s'expliquer par la part plus importante du secteur du BTP en région parisienne et dans les régions du sud-est, participant ainsi à l'augmentation de la valeur des marchés publics.

Mais depuis plusieurs années, la part des investissements consacrée à la commande publique à tendance à se fragiliser pour diverses raisons que nous allons détailler maintenant.

1.1.2 | Une situation budgétaire tendue

Alors qu'elles assurent près de 60 % de l'investissement public [2], les ressources des collectivités locales (communes, intercommunalités, conseils départementaux et régionaux) sont de plus en plus dépendantes de l'État et des arbitrages des gouvernements successifs.

Ainsi en 2016, d'après le Rapport de l'Observatoire des Finances Locales, les ressources des collectivités locales devraient progresser de manière moins forte qu'en 2015. La loi de programmation des finances publiques qui prévoit une réduction de 50 milliards d'euros sur la période 2015-2017, en est la principale cause. Les collectivités locales participent en effet à cet effort à hauteur de 11 milliards d'euros, réparti de la façon suivante (Dallier et al., 2016) :

- le bloc communal : 6,2 milliards d'euros (dont 70% pour les communes et 30% pour les intercommunalités),
- les départements : 3,5 milliards d'euros,
- les régions : 1,3 milliards d'euros.

Selon le ministère de l'économie et des finances, les dotations de l'Etat représentent en moyenne 19 % des recettes de fonctionnement des collectivités, loin derrière la fiscalité (60 %) : taxe d'habitation, taxe foncière, cotisation foncière des entreprises, etc. Mais cela n'est qu'une moyenne et recouvre des réalités bien différentes. Pour les grandes villes, les dotations de l'Etat peuvent représenter environ 15% des recettes alors que cette part peut atteindre près de la moitié des recettes pour une petite commune [3].

L'effort demandé aux collectivités locales au nom du redressement des comptes publics, a donc un impact sur l'ensemble des collectivités, bien que les petites communes soient les plus touchés du fait de leurs dépendances plus importantes aux dotations de l'Etat. Les communes de moins de 10 000 habitants représentent pourtant la moitié des marchés du bloc communal (AdCF, 2016). Pour faire face à cette baisse de ressource, elles ont dû diminuer leurs dépenses d'investissement, réduisant ainsi leurs commandes et les perspectives de relance de l'économie. De ce fait, l'anticipation de cette baisse, couplée à la prudence des exécutifs locaux en période électorale, a entraîné une baisse de 10% des investissements locaux en 2015 (Dallier et al., 2016). Autre illustration, selon l'association des maires de France, l'investissement des communes sur la période 2014-2019 ne devrait être que de 130 milliards d'euro alors qu'il s'élevait à 200 milliards d'euros sur la période 2001-2007.

Face au risque d'assèchement de l'investissement public local, le Gouvernement a souhaité atténuer l'effort demandé au principal acteur de la commande. En clôture du congrès des maires en juin dernier, le Président de la République a ainsi annoncé la réduction de moitié de la baisse des dotations au bloc communal pour l'année 2017, soit un effort sur la période 2015-2017 de 5,2 milliards d'euro au lieu des 6,2 milliards prévus initialement [4].

Toutefois, malgré cette baisse des dotations aux collectivités, la commande publique dans son ensemble s'est redressée en 2015, après trois ans de forte baisse (Fig.2). La politique de rigueur des pouvoirs publics s'est clairement répercutée dans leurs achats, tombés de 80,1 milliards d'euros en 2012, un point haut, à 66,5 milliards en 2014. Mais la commande a fini par rebondir l'an dernier de plus de 1 milliard d'euros (AdCF, 2016).

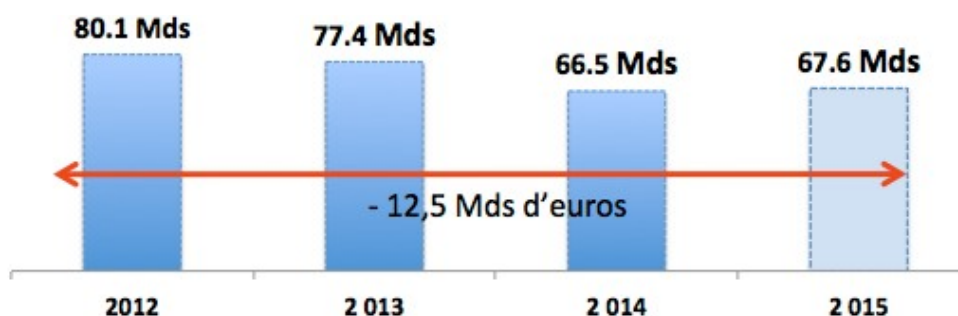


Figure 2 : Montant de l'ensemble de la commande publique en milliards d'euros (AdCF, 2016)

Certes, cela n'est pas vrai pour tous les acteurs de la commande. En effet, les collectivités connaissent une différence importante entre d'une part, le bloc communal, dont les marchés affichent une hausse de 8% en 2015 et d'autre part, les départements et les régions, pour lesquels la poursuite de la baisse est toujours sérieuse : -11%. (Mallet, 2016). Les élections et les difficultés financières qui touchent les départements peuvent en partie expliquer cette diminution.

Cette légère reprise de la commande publique laisse présager *"une inversion de tendance"* et donc *"des résultats encourageants pour les mois qui viennent"* selon la Caisse des Dépôts. Sachant que les données relatives aux commandes peuvent ainsi être interprétées comme un indicateur avancé de l'investissement public (AdCF, 2016).

1.1.3 | Une dépendance au calendrier électoral

Chaque année en France, près de 380 000 marchés sont conclus dans le secteur public. La commune se révèle être l'acteur le plus important puisqu'elle est à l'origine de 60 % de la commande publique locale (Chevalier, 2013). Mais avec en moyenne six élections par quinquennat, dont trois locales : municipale, départementale et régionale [5], la question se pose de l'impact de ces différents scrutins sur la commande publique.

Généralement, l'impact des élections est favorable sur la commande publique l'année qui précède le scrutin. En effet, dans le but de terminer les projets entrepris durant un mandat, les achats sont accélérés. Puis une baisse survient le trimestre précédent l'élection, jusqu'à ce que les nouvelles équipes élues prennent leurs postes, engagent un état des lieux de la situation, installent leurs techniciens et redéfinissent les projets. La commande peut alors reprendre mais au prix de nombreux mois d'attentes et d'incertitudes. Dans le cas d'un changement de majorité, c'est l'ensemble du plan de développement de la commune qui évolue, les délais peuvent donc être encore plus importants.

Une étude menée par Vecteur Plus, spécialiste de la veille commerciale et stratégique, montre cependant que lors des dernières élections municipales de 2014, la situation décrite précédemment ne s'est pas produite.

Ainsi, il n'y a pas eu d'augmentation significative de la commande un an avant l'élection. De 31 000 appels d'offres recensés au 3^{ème} trimestre 2012, le chiffre est tombé à 24 000 sur la même période en 2013 (Chevalier, 2013). Cette diminution s'est ensuite accélérée au fur et à mesure de l'avancée de l'élection. Plusieurs raisons peuvent expliquer ce phénomène : le

contexte économique difficile et la révision générale des politiques publiques². De ce fait, les investissements dans des projets de construction (bâtiment, voirie, aménagement urbain, etc.) ont connu une forte baisse. A contrario, les marchés de service comme l'entretien des espaces-verts n'ont pas été impactés et ont continué à faire l'objet d'appels d'offres réguliers.

Après cette élection, les nouvelles équipes municipales se sont retrouvées confrontées à des défis financiers relativement important du fait du contexte actuel et ont alors privilégié la maîtrise de leurs achats. La commande publique n'a donc pas pu compenser le creux des mois précédents. La montée en puissance des intercommunalités ou encore le développement des partenariats publics-privés, n'ont pas permis de renverser la tendance. En cette année 2014, la commande a d'ailleurs atteint son niveau le plus bas observé depuis de nombreuses années (Cf. : Fig. 2).

1.1.4 | Un contexte de réorganisation territoriale

Ces dernières années, plusieurs réformes importantes ont redéfinie le rôle et les compétences de l'Etat ainsi que des collectivités : loi de réforme des collectivités territoriales en 2010, loi de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (loi MAPTAM) en 2014, loi portant sur la nouvelle organisation territoriale de la République (loi NOTRE) en 2015. Ces réformes ont notamment entraîné le redécoupage des régions, l'émergence des métropoles, le renforcement des intercommunalités ou encore la modification de la répartition des compétences entre collectivités [6].

Face à ce nouveau fonctionnement territorial, les collectivités doivent se réorganiser et se restructurer. Cela peut retarder des investissements non prioritaires et donc avoir des conséquences sur la commande publique.

1.1.5 | Conséquences

Une situation budgétaire tendue, une dépendance au calendrier électoral et une réforme des collectivités territoriales ont pour effets secondaires d'augmenter considérablement la concurrence entre les entreprises sous-traitantes. Les appels d'offres étant moins nombreux, des entreprises qui ne répondaient auparavant qu'aux plus gros marchés ont commencé à se positionner sur des marchés moins conséquents afin de maintenir leurs chiffres d'affaires. Ainsi, dans le cadre d'un appel d'offre de valeur égale, pour cinq entreprises qui répondaient en 2012 on en dénombrait quinze en 2013 (Chevalier, 2013). Mécaniquement, les prix ont donc tendance à être tirés vers le bas.

La dégradation des finances publiques a aussi des répercussions négatives sur les délais de paiement qui ne cessent de s'allonger au détriment des entreprises, ainsi que sur le manque de visibilité en termes de réalisation et de finalisation des marchés publics. Conséquence : les trésoreries des entreprises sont mises à mal.

Intéressons nous maintenant à la place du paysage dans cette commande publique, pour en savoir davantage sur cette commande bien particulière.

² La révision générale des politiques publiques (RGPP) consiste en une revue de l'ensemble des politiques publiques, donnant lieu au fur et à mesure des décisions, à un diagnostic très précis de l'action publique, avec à la clef un ensemble de réformes des structures et des politiques publiques (MFCP, 2012).

1.2 | Le paysage dans la commande publique

1.2.1 | Description

La commande publique en paysage correspond à l'ensemble des contrats passés entre un maître d'ouvrage public et une entité dont le domaine d'intervention est le paysage. Cette dernière agit soit en tant qu'assistant à maîtrise d'ouvrage, soit en tant que maître d'œuvre.

La distinction entre maîtrise d'ouvrage, assistance à maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre est essentielle dans le déroulement de la commande publique en paysage, car elle permet de distinguer les responsabilités de chacune. La loi relative à la maîtrise d'ouvrage publique et à ses rapports avec la maîtrise d'ouvrage privée, communément appelée loi MOP [7] indique que :

- Le maître d'ouvrage est « *la personne morale pour laquelle l'ouvrage est construit. Il lui appartient, après s'être assuré de la faisabilité et de l'opportunité de l'opération envisagée, d'en déterminer la localisation, d'en définir le programme, d'en arrêter l'enveloppe financière prévisionnelle, d'en assurer le financement, de choisir le processus selon lequel l'ouvrage sera réalisé et de conclure, avec les maîtres d'œuvre et entrepreneurs qu'il choisit, les contrats ayant pour objet les études et l'exécution des travaux. Le maître de l'ouvrage définit dans le programme les objectifs de l'opération et les besoins qu'elle doit satisfaire ainsi que les contraintes et exigences de qualité sociale, urbanistique, architecturale, fonctionnelle, technique et économique, d'insertion dans le paysage et de protection de l'environnement, relatives à la réalisation et à l'utilisation de l'ouvrage.* » (loi MOP, 1985).
- L'assistant à maîtrise d'ouvrage apporte au maître de l'ouvrage « *une assistance générale à caractère administratif, financier et technique* » (loi MOP, 1985). Il se situe principalement au niveau des études pré-opérationnelles, de la définition du programme et de l'enveloppe prévisionnelle.
- Le maître d'œuvre a pour mission « *d'apporter une réponse architecturale, technique et économique à un programme défini par le maître d'ouvrage* » (loi MOP, 1985). Sa mission peut être résumée ainsi : il produit les études architecturales et techniques et établit l'estimation du coût de l'ouvrage, il établit les documents nécessaires à la demande de permis de construire et autres autorisations, il assiste le maître d'ouvrage pour le choix des entrepreneurs et la passation des marchés de travaux, il dirige et contrôle l'exécution des travaux et assiste le maître d'ouvrage pour leur réception.

1.2.2 | Des acteurs nombreux et variés

La commande publique en paysage déclenche la mise en relation d'un réseau d'acteurs qui interviennent tout au long du processus (Rambonilaza et al., 2010) :

- Les acteurs publics :
 - o Le ministère de l'Environnement conduit la politique du paysage au niveau national, donne les grandes orientations et met en place des outils à destination des collectivités. Ses services déconcentrés accompagnent les collectivités dans leurs mises en œuvre. Le ministère et ses services fournissent un appui aux collectivités dans leur rôle de maîtrise d'ouvrage.

- Les collectivités locales (communes, intercommunalités, conseils départementaux et régionaux, etc.) possèdent des compétences en matière d'aménagement et d'urbanisme, selon leurs échelons. Elles assurent la maîtrise d'ouvrage dans la commande publique en paysage et sont à l'origine de la production de documents réglementaires (SCOT, PLU,...).
 - Les Conseils en Architecture, Urbanisme et Environnement (CAUE), les Parcs Naturels Régionaux (PNR) et les agences d'urbanisme peuvent accompagner la mise en œuvre de la commande publique en paysage, en ayant généralement le rôle d'assistance à maîtrise d'ouvrage.
 - La gestion et l'entretien des aménagements urbains sont assurés quant-à-eux par les services techniques des communes et des villes (direction d'espaces verts, service paysage et urbanisme...).
- Les intervenants professionnels :
- Les paysagistes-concepteurs sont des professionnels dont les missions sont très variées : définition et mise en œuvre des politiques de paysages, conception d'atlas de paysage, plans et chartes, diagnostics, études préalables aux documents d'urbanisme, participation à leur élaboration (SCOT, PLU, chartes de PNR, etc.), conception et aménagement de l'espace (conception et maîtrise d'œuvre des espaces extérieurs). Leurs domaines d'intervention sont tout aussi diversifiés : grand territoire, espaces naturels, sites à réhabiliter, espace rural, espace urbain et péri-urbain, gestion de l'eau et des ressources naturelles, parcs, jardins et promenades, infrastructures et équipements, espace public, sites touristiques, espaces et sites protégés, sites historiques, etc. Et pour tous ces domaines, les paysagistes peuvent exercer des activités de conseil, d'expertise, de communication et de pédagogie.
Ils travaillent souvent au sein d'équipes pluridisciplinaires, c'est-à-dire en associant leurs compétences avec celles des architectes, des urbanistes, des bureaux d'études d'ingénierie, d'environnement, etc.
Ils ont avant tout le rôle de maître d'œuvre mais lors de certaines phases (diagnostic, programmation...), ils peuvent assurer des fonctions d'assistance à maîtrise d'ouvrage.
 - Les entrepreneurs du paysage sont chargés de la phase opérationnelle des projets, en réalisant les travaux paysagers conçus par les maîtres d'œuvre (création mais aussi entretien). Selon les projets, elles peuvent travailler avec d'autres entreprises de travaux publics (voirie, terrassement, assainissement...)
- La demande sociale locale :
- Depuis la loi sur la solidarité et le renouvellement urbain (2000), qui rend obligatoire les procédures de concertation avec les publics concernés par les aménagements, la prise en compte de l'avis des populations est de plus en plus importante. La profession de paysagiste est l'une des mieux à même pour discuter et pour trouver un consensus face aux nombreux enjeux qui composent les territoires.

1.2.3 | Fonctionnement des marchés publics de paysage

Il est important de comprendre les interactions entre les différents acteurs de la commande publique en paysage pour connaître l'impact que ces interactions peuvent avoir sur le développement de la profession de paysagiste.

Ainsi pour élaborer un marché public de paysage, plusieurs phases sont nécessaires :

- La phase de mise en projet permet, via des études et de la concertation, de préparer les arbitrages politiques concernant les futures actions paysagères à engager. Les collectivités locales et/ou les services de l'Etat représentent la maîtrise d'ouvrage. Les structures d'assistance à maîtrise d'ouvrage (CAUE, agence d'urbanisme), les syndicats mixtes ou les bureaux d'études peuvent être impliqués pour aider le maître d'ouvrage à comprendre le contexte du projet et à formuler le programme.
Dans le but d'améliorer l'intégration des projets d'aménagement dans leurs milieux, le recours à des professionnels du paysage dans cette phase (qu'ils soient en agence ou paysagiste-conseil) est de plus en plus courant (Rambonilaza et al., 2010).
- La phase d'appel à candidature engage les procédures des marchés publics, pour permettre de retenir la maîtrise d'œuvre chargée des réalisations. Les appels d'offres de maîtrise d'œuvre sont publiés dans un journal habilité à recevoir les annonces légales, si le montant du marché est supérieur à 90 000€ HT. En dessous de cette somme, le maître d'ouvrage doit procéder à une « *publicité suffisante permettant une mise en concurrence effective* » (Guibal et Charrel, 2016).
Le contenu de l'appel à candidature est laissé à la libre appréciation du maître d'ouvrage. Néanmoins, certaines informations sont nécessaires pour assurer la liberté d'accès et l'égalité des candidats à un marché public (notamment la description de l'opération et le lieu d'exécution, l'enveloppe financière des travaux, le contenu de la mission confiée, les compétences et références souhaitées, les critères de sélection des candidatures, le contenu du dossier de candidature, la date limite et le lieu de réception).

Il existe plusieurs formes d'organisation pour inclure le paysagiste dans la maîtrise d'œuvre :

- Soit le volet paysager est intégré dans l'ensemble du projet et le maître d'œuvre peut s'associer à des professionnels du paysage pour répondre au projet dans sa globalité. Généralement, ce sont des bureaux en urbanisme ou en architecture qui assurent la maîtrise d'œuvre, autrement dit mandataires, et qui font appel à des professionnels du paysage pour s'occuper du volet paysage, tout en restant pilote des opérations. Le paysagiste est donc rarement mandataire et est contraint au niveau de sa liberté de création et de ses modalités d'intervention.
- Soit le volet paysager est indépendant et les professionnels du paysage concourent pour en assurer la maîtrise d'œuvre. Le paysagiste retenu pilote alors l'ensemble du projet, il procède à des actions de conception, réalise des documents techniques et assiste le maître d'ouvrage pour le suivi des travaux.

Selon la formulation des appels d'offres, il est souvent nécessaire d'avoir une équipe pluridisciplinaire composée d'urbanistes, d'architectes, de paysagistes et d'autres compétences en gestion des milieux naturels, en environnement ou en écologie par exemple. Le regroupement de structures (association entre bureaux d'études en paysage, urbanisme, architecture) est donc répandu dans les réponses d'appels d'offres. Les grandes structures intégratives (composées de bureaux d'étude polyvalents) sont cependant de plus en plus présentes (Rambonilaza et al., 2010).

- La phase de sélection, organisée par le maître d'ouvrage, permet de choisir parmi les différents maîtres d'œuvres qui ont candidaté, celui qui remportera le marché. Si la passation de marché de maîtrise d'œuvre est un concours, il existe 4 types de procédures (Leger-Smith, 2014) :

- le concours de maîtrise d'œuvre (trois équipes mises en concurrence par le maître d'ouvrage),
- la procédure de dialogue compétitif ou marché de définition (trois équipes sélectionnées, diagnostic commun, puis mise en compétition des équipes),
- la procédure restreinte (choix d'un maître d'œuvre parmi trois par le maître d'ouvrage),
- la procédure de Zone d'Aménagement Concertée.

Le marché public une fois attribué, est publié dans un journal officiel. L'avis d'attribution de marché permet au pouvoir adjudicateur de faire connaître les informations suivantes : l'intitulé, la date d'attribution du marché, le nombre d'offres reçues, le nom et l'adresse du ou des opérateurs économiques en faveur duquel une décision d'attribution du marché a été prise et le montant du marché.

Les orientations et les choix des maîtres d'ouvrage dans la façon dont ils vont aborder le processus de la commande publique, vont ainsi avoir un impact sur la sélection des professions intervenant pour mettre en œuvre les projets.

Les projets qui impliquent un aménagement paysager n'exigent pas forcément la présence d'un paysagiste dans l'équipe, le professionnel du paysage n'est donc pas requis obligatoirement pour un marché public. Autrement dit, la commande publique en paysage n'est pas toujours confiée à des paysagistes de formation (par exemple des études d'impact avec un volet paysage peuvent-être réalisées par des généralistes de l'environnement, sans que le paysagiste y soit associé). Parallèlement, il y a des paysagistes qui travaillent sur de la commande plus proche de créneaux d'autres professions : urbaniste, architecte, environnementaliste, ingénieur, etc.

→ Malgré tout, la profession de paysagiste est reconnue pour sa connaissance du vivant et des milieux. Elle voit donc son champ d'action s'agrandir et sa présence est de plus en plus importante dans les équipes pluridisciplinaires. Les architectes et urbanistes restent toutefois majoritairement mandataires. Ainsi, la place des paysagistes dans l'activité d'aménagement se dilue en raison de l'imbrication d'interventions avec ces autres métiers. L'analyse des appels d'offres et des résultats de marchés publics du paysage va permettre de retracer les liens entre les différents acteurs et de comprendre « qui commande quoi et à qui ? ».

2 | Comment évaluer la commande publique en paysage ?

Cette deuxième partie, explique comme a été évaluée la commande publique en paysage, en s'appuyant sur des travaux semblables qui ont déjà été menés par le passé. Puis la méthodologie de la mise en place de l'évaluation est exposée avec d'une part la création d'une base de données et d'autre part, l'organisation d'une enquête auprès de différents acteurs du paysage.

2.1 | Revue de la littérature

Les premiers travaux notables sur la commande publique en paysage ont été initiés en 1999. C'est en effet cette année là que le Ministère de l'Aménagement du territoire et de l'environnement confie à une chercheuse en sciences sociales, une étude sur « l'évolution de la commande dans le champ du paysage depuis 1945 » (Varlet, 2002).

Ces travaux ont pour objectif de déterminer l'évolution de la commande en paysage dans les collectivités locales, depuis l'année de création de la section « paysage et art des jardins » à l'École nationale d'horticulture de Versailles (qui deviendra l'ENSP en 1976) [8]. Ils ont aussi pour but de faire ressortir les différents facteurs qui ont induit, favorisé et orienté ces évolutions. Varlet réalise alors un dépouillement des appels d'offres du BOAMP sur une période de 50 ans, soit de 1957 (année de création du BOAMP) à 1997, par tranche de 10 années. L'ensemble des marchés de travaux³ et des marchés de services⁴ sont analysés.

Cette première étude a contribué à mettre en lumière l'importance de la commande publique nationale dans la filière du paysage mais un dépouillement du BOAMP sur une période aussi longue, abaisse la précision des données.

Quelques années plus tard, le chef du Bureau des paysages et de la publicité au ministère de l'Écologie, décide de réaliser sur son temps personnel, un dépouillement des appels d'offres parus dans ELANEWS, bulletin d'information électronique belge contenant les passations de marché au niveau européen (Seguin, 2010). Il réalise ainsi une analyse de la situation de la commande publique en France, de juin 2003 à octobre 2010 et est le premier à mettre en évidence les liens entre les différents acteurs de la commande. Au total, 993 appels d'offres sont collectés, tous répondant au mot clé « paysag » et à la catégorie des marchés de services. Seguin a classé l'ensemble des annonces dans des rubriques précises selon notamment la nature des commandes (AMO, MOE, Etude) et leurs types (planification, aménagement, infrastructure de déplacement, etc.). Il a ensuite cherché quels professionnels étaient appelés, leurs nombres et leurs compétences.

Cette analyse a l'avantage d'être claire, synthétique et opérationnelle mais les résultats de marchés n'ont pas été renseignés. De plus sur les 7 années observées, le dépouillement n'a pas été fait de manière systématique. Toutefois, étant donné le nombre de données renseignées, le biais⁵ doit être léger (Back, 2009).

Deux chercheurs sont à l'origine de la troisième base de données. Ils ont analysé les appels d'offres du BOAMP (marchés de travaux et de services), durant sept mois, de novembre 2008 à juin 2009 (Oueslati et Salanié, 2010). Les mots-clés recherchés étaient « paysage » et « paysagiste ». Afin d'éviter les appels d'offres sans attribution correspondante, ils ont d'abord

³ Marché de travaux : procédure destinée aux entreprises, pour la phase opérationnelle d'un projet.

⁴ Marché de services : procédure destinée aux maîtres d'œuvre et assistants à maîtrise d'ouvrage, pour l'étude et/ou la conception d'un projet.

⁵ Biais d'un estimateur : différence entre la valeur de son espérance et la valeur de la variable aléatoire qu'il est censé estimer (Wikipedia, 2016).

recherché les résultats de marché, puis les appels d'offres équivalents. Par la suite, une comparaison de leurs résultats avec ceux de Seguin a été réalisée. Des rubriques nouvelles apparaissent (en plus de celle fournies dans la base de données de Seguin), telles que la forme juridique des prestataires, le nombre de lots des marchés ou les types de contrat. C'est un travail complet que les deux chercheurs ont fourni mais le travail de comparaison entre les deux bases est difficile à apprécier. En effet, les deux études n'analysent pas les mêmes marchés (marché de service et travaux pour Oueslati et Salanié / marché de service pour Seguin) et même quand le travail de comparaison est réalisé entre les marchés présents dans les deux bases de données (marché de service), la première est composée de 54 offres alors que la seconde en compte plus de 15 fois plus, soit 827 offres. L'écart est donc relativement important pour envisager une analyse précise.

Dans le même prolongement, le travail de thèse d'une ingénieure paysagiste a consisté en un dépouillement d'appels d'offres de mai 2010 à juin 2011, soit une période d'un an (Leger-Smith, 2014). La particularité de son travail, est qu'elle l'a axé sur l'analyse de la planification et de l'aménagement des quartiers durables. Une étude d'un échantillon de 196 offres a été faite. Concernant les rubriques, elles diffèrent peu de la troisième base de données, avec malgré tout quelques éléments recherchés supplémentaires comme celui des groupements de compétences attribuées. Les résultats sont riches. Mais tout comme le précédent travail, l'ensemble des données recherchées ne s'avère pas toutes nécessaires à l'élaboration de l'observatoire de la commande publique.

L'analyse de la littérature existante nous montre que depuis une quinzaine d'années, les études sur la commande publique en paysage progressent. Elles sont de plus en plus précises à la fois sur la période étudiée que sur les catégories renseignées. Le travail de Varlet au début des années 2000, traitait de la commande dans sa globalité sur une échelle de 50 ans, tandis que la dernière étude en date, celle de Leger-Smith, développe une analyse des commandes spécifiques aux quartiers durables, sur un créneau d'une année.

Cette évolution des études de la commande publique se traduit aussi dans les résultats de ces travaux. Par exemple, au cours des 50 années étudiées par Varlet, l'auteur note une amplification de l'intérêt pour les collectivités locales, de la question du cadre de vie et des usages. Ainsi, en 1957 les annonces sont en faible nombre et touchent un nombre réduit de domaines d'intervention (l'armée, l'eau) alors qu'en 1997, le nombre d'annonce s'est multiplié (1 680 annonces par an en 1957 contre 41 600 en 1997), les domaines d'intervention se diversifient, se ramifient et s'étendent (la rubrique « travaux public » devient « travaux de génie civil » et « travaux de génie agricole », puis se répartit dans différentes tâches précises, jusqu'à la qualification de l'opération, telle que « l'assainissement »). En dernier lieu, on constate une corrélation entre l'adoption de certaines lois (la loi sur l'architecture en 1977, loi sur la décentralisation en 1983 ou encore loi sur le paysage de 1993) et l'apparition de la commande de paysage dans le domaine de la conception (Varlet, 2002).

Les propos relevés dans le rapport de Varlet sont toujours d'actualité, avec une prise en compte de plus en plus importante de l'écologie et du développement durable dans les aménagements, comme le démontre par exemple, le travail de Leger-Smith.

Il convient maintenant de sélectionner les éléments les plus intéressants à étudier, pour d'une part, recueillir des données nous permettant d'avoir un état des lieux actuel de la commande, et d'autre part, évaluer l'évolution de cette commande entre 2010 et 2015.

2.2 | Constitution de la base de données

L'objectif de départ explicitement exprimé par le ministère, était de poursuivre le travail mené par Seguin de 2003 à 2010. C'est à dire de réaliser un dépouillement de l'ensemble des offres des marchés de service, de 2011 à 2015. Afin d'enrichir la base de données existante, nous avons intégré des critères supplémentaires pour observer davantage la commande dans sa globalité.

2.2.1 | L'échantillonnage

En matière d'échantillonnage, un choix a dû être entrepris selon plusieurs possibilités :

- La première est d'étudier l'évolution des marchés au fil des ans (2011-2012-2013-2014-2015), mais pour que ce soit réalisable dans le temps imparti, il nous faut diminuer la taille de l'échantillon (exemple : s'appuyer sur seulement 50 appels d'offres par an) et donc avoir une précision moindre des résultats.
- La seconde est d'étudier la tendance à plus long terme, il est alors préférable de sélectionner deux années (exemple : 2013 et 2015), on a donc deux échantillons consécutifs et la précision est beaucoup plus importante.

Après réflexion, il a semblé que la meilleure option était la seconde mais nous avons choisi d'y intégrer le dépouillement des offres de l'année 2010, faite par Seguin. Ainsi nous allons pouvoir analyser les appels d'offres sur 3 années, selon des pas de temps réguliers (2010, 2013, 2015), en s'appuyant sur un échantillon de 300 annonces (soit 100 par an). Ce travail nous permettra ainsi d'avoir une précision correcte de nos données et de mettre éventuellement en lumière des facteurs conjoncturels qui pourraient expliquer les évolutions de la commande publique.

2.2.2 | La source de la base

Etant donné que la base initiale de Seguin (Elanew) n'existe plus, il nous faut choisir une autre source d'information pour extraire les données. Plusieurs sont disponibles : Le Moniteur, e-marchespublics.com, BOAMP, etc.

Le bulletin officiel des annonces des marchés publics, accessible en ligne sur www.boamp.fr, nous semble être l'outil le plus adapté, de part sa facilité d'accès, sa fiabilité et sa gratuité (contrairement aux autres). Il publie l'ensemble des avis d'appel public à la concurrence et les avis d'attribution des marchés publics de l'Etat Français, des collectivités locales et des établissements publics. L'inconvénient est qu'il regroupe les marchés de services et les marchés de travaux. En faisant le travail d'extraction, il nous faudra donc supprimer toutes les offres destinées aux entrepreneurs du paysage et non aux paysagistes-concepteur.

2.2.3 | Les mots clés

La sélection des données est une étape importante. Dans le BOAMP, il existe une rubrique « espaces verts » mais celle-ci regroupe des appels d'offres qui concernent davantage les missions d'un entrepreneur du paysage (entretien, nettoyage, élagage, fourniture de produits...) que d'un paysagiste concepteur.

L'intégration de mots clés dans la base est donc essentielle pour extraire les appels d'offres que l'on souhaite étudier. Le moteur de recherche sonde alors sur la base de ces mots, l'intégralité du texte publié ainsi que les mots descripteurs associés. L'utilisation des termes « paysage » et

« paysagiste » (comme utilisés par Oueslati et Salanié (2010)) semble logique mais la question du choix de ces mots a été posée.

On peut effectivement s'interroger si les appels d'offres répondant à d'autres mots tels que « paysagement » ou « paysager » sont différents statistiquement. D'ailleurs pour en rassembler le plus, Seguin avait utilisé le terme « paysag » dans ses recherches sur Elanews (ce qui est impossible aujourd'hui dans le BOAMP).

Pour en savoir plus, une analyse des 10 premiers appels d'offres répondant à chacun de ces mots clés a été faite. Trois rubriques ont été comparées par rapport à ces 4 mots clés : la nature du marché (AMO, étude, exécution...), le type de pouvoir du maître d'ouvrage (commune, département, région...) et le type de demande (aménagement de site, infrastructure, planification environnementale...).

Le premier constat est que l'utilisation du mot « paysage » seul n'est pas possible car le BOAMP recherchant tous les appels d'offres contenant ce mot, de nombreux marchés ne correspondent pas à nos attentes (ceux comportant par exemple « paysage syndical », « format A4 paysage »...). Sur les 10 premiers appels d'offres du mot paysage, 4 n'étaient pas valides. Pour compenser cette perte, les 4 appels d'offres suivants ont été étudiés.

Le second constat est qu'il y a globalement peu de différence entre ces 4 termes concernant l'hétérogénéité des résultats, puisqu'ils comportent au moins 10 à 12 résultats différents chacun, sur les 18 possibles. Quand on analyse rubrique par rubrique, on note malgré tout quelques différences sensibles.

Les résultats de nature de marché sont légèrement plus diversifiés avec le mot clé « paysage ». Parmi eux, les études sont surtout révélées avec « paysage », les marchés d'exécution avec « paysager » et ceux de maîtrise d'œuvre avec « paysagiste » et « paysager ».

La diversification des types de pouvoir du maître d'ouvrage est surtout mise en avant par les termes « paysagement » et « paysager ». Dans cette catégorie, les communes sont principalement citées avec « paysage » et « paysagiste ». Le reste des maîtres d'ouvrage se démarque peu selon les mots clés.

Les types de demande sont quant à eux relativement homogènes, quelques soient les mots clés utilisés. Seule remarque de cette rubrique, les travaux d'infrastructures sont liés pour beaucoup au « paysagement ».

En résumé, le choix des mots clés s'avère complexe. Pour avoir la meilleure représentation possible et pour se rapprocher du travail de Seguin, nous décidons d'utiliser les 4 termes suivants, sous cette forme : paysagiste OU paysage OU paysagement OU paysager.

2.2.4 | La zone géographique

Pour avoir un état des lieux au niveau national, l'étude est réalisée dans l'ensemble des régions métropolitaines françaises, ainsi que dans les territoires d'outre-mer.

2.2.5 | Les catégories retenues

Les différentes catégories retenues ont été sélectionnées pour connaître au mieux les marchés publics des paysages. Elles se divisent en deux parties : les appels d'offres et les résultats de marchés.

Le choix des catégories des appels d'offres a été influencé par la base de données de Seguin. Les différentes informations renseignées dans son travail répondaient tout à fait aux attentes de

la mission. Par ailleurs, voulant utiliser les données qu'il a recueilli sur l'année 2010 pour les comparer avec celles de 2013 et 2015, il est apparu nécessaire que les mêmes catégories soient présentes et codées d'une manière identique.

Les catégories renseignées pour les appels d'offres sont les suivantes :

- le numéro de l'annonce ;
- la date limite de réponse ;
- le département ;
- la région ;
- le maître d'ouvrage ;
- le type de pouvoir du maître d'ouvrage ;
- l'intitulé de l'offre ;
- la nature du marché ;
- le type de demande ;
- le type de demande plus détaillé ;
- le montant estimé des travaux ;
- le montant estimé des études ;
- l'appel ou non à un paysagiste ;
 - o si oui, la demande à une compétence en paysage ou à un titre ;
 - la formulation détaillée de cette demande ;
 - o si oui, le besoin ou non d'une équipe pluridisciplinaire ;
 - les professions demandées dans cette équipe ;
 - o si oui, la présence ou non d'un mandataire ;
 - la qualification demandée pour ce mandataire.

Pour les catégories liées aux résultats de marchés, la base de données de Seguin ne renseignant pas cette partie, le choix s'est donc fait en s'inspirant de celles de Oueslati et Salanié (2010), ainsi que de Leger-Smith (2014). Néanmoins, parmi l'ensemble des informations recueillies dans leurs travaux, plusieurs n'ont pas été retenues car leurs présences est très aléatoires selon les appels d'offres, comme par exemple les formes juridiques ou les types de procédures des marchés.

Les catégories renseignées pour les résultats de marchés sont les suivantes :

- la date d'attribution du marché ;
- le budget global ;
- le type de contrat pour le paysage ;
- le budget paysage ;
- le département du siège de l'agence du paysagiste ;
- la région du siège de l'agence du paysagiste ;
- la compétence du mandataire final ;
- la composition de l'équipe.

Ces paramètres sont détaillés en Annexe I.

2.2.6 | Le recueil des données

Le travail de collecte se fait année par année (2013 puis 2015). Dans la recherche avancée du BOAMP, nous sommes partis des résultats d'attribution correspondant aux mots-clés définis ci-dessus et aux dates de début et de fin des années étudiées (01/01/2013 au 31/12/2013 et 01/01/2015 au 31/12/2015). Après avoir choisi de trier les résultats par dates limites de réponse (pour avoir une hétérogénéité des offres, des acheteurs, des dates de publication et de lieu), la

liste des résultats de marchés s'affiche alors, avec l'annonce correspondant à chacun. Puis, il nous faut vérifier pour chaque résultat de marché que le lien avec le paysage et plus particulièrement avec la compétence de paysagiste-concepteur est réel. Ainsi, près de 80% des annonces sont retirées car ne correspondant pas aux objectifs de départ. Les marchés de travaux dédiés aux entrepreneurs du paysage représentent une très large part de ces annonces non retenues. Il faut ensuite rechercher pour chaque résultat, l'appel d'offre équivalent, via dans la plupart du temps un lien direct vers l'annonce.

L'étape suivante est le tri de l'information et le remplissage de la base de données sur un tableur Excel. Au total, 200 appels d'offres assortis de leurs avis d'attribution sont retenus. Ils s'ajoutent aux 100 offres extraites du travail de Seguin sur l'année 2010. Pour rappel, ces dernières ne sont cependant pas associées à leurs avis de marchés, Seguin n'ayant pas entrepris cet exercice.

2.3 | Enquête auprès des différents acteurs du paysage

Des entretiens semi-directifs ont été menés auprès de différents acteurs du paysage (Annexe II) pour recueillir leurs perceptions de la commande publique en paysage. L'objectif est également d'appréhender les facteurs qui freinent cette commande et les éléments qui pourraient l'améliorer. Une approche essentiellement quantitative, avec exclusivement le dépouillement d'appels d'offres, n'aurait pas permis de comprendre en profondeur l'état de la commande et son fonctionnement.

2.3.1 | Echantillonnage

Pour avoir des discours avec des points de vue hétérogènes, qui représentent au mieux la réalité des choses, il a été choisi de rencontrer des profils diversifiés. Des décideurs publics aux paysagistes, en passant par les représentants de fédérations et les enseignants des écoles de paysage, 23 personnes ont été sélectionnées pour être interrogées. Ces acteurs du paysage sont issus de formations diverses, exercent dans des milieux variés (urbain, rural) mais sont tous liés, de manière plus ou moins forte selon les parcours, à la commande publique en paysage.

La sélection des interlocuteurs s'est faite en grande partie grâce à l'important réseau de partenaires que possède le Ministère de l'Environnement. Certaines personnes ont quant à elles, été interviewées suite à des recommandations qui nous ont été faites par des acteurs lors des entretiens.

2.3.2 | Choix des questions

Les personnes interrogées étant très sollicitées, elles ont généralement peu de temps à nous consacrer, il n'était donc pas envisageable de réaliser des entretiens trop long. C'est la raison pour laquelle, le choix a été fait de poser, pour une durée d'entretien estimée entre 20 à 30 minutes, seulement ces 4 grandes questions :

- 1) Quelle est votre perception de la commande publique en paysage aujourd'hui ?
- 2) Quel impact peut-on attendre de la réforme des marchés publics en cours ?
- 3) Selon vous, quelles sont les perspectives d'évolution pour la commande publique en paysage dans les années à venir ?
- 4) Et quels sont d'après vous, les facteurs qui permettraient de faire croître cette commande ?

Ces questions ont l'avantage d'être simples, très ouvertes et permettent d'avoir un regard complet sur la commande publique en paysage, répondant ainsi à l'objectif initial de l'enquête.

2.3.3 | Prise de contact

Une première prise de contact a été réalisée par mail pour avoir l'accord des différentes personnes et convenir d'un créneau. Dans la majorité des cas, les enquêtes ont ensuite été réalisées de manière téléphonique, afin de faciliter les échanges et éviter les déplacements. Ce mode de prise de contact s'est avéré efficace puisqu'il n'y a eu aucun refus sur les 23 personnes choisies.

2.3.4 | Déroulé des entretiens

Les entretiens se sont avérés enrichissants pour comprendre les atouts et faiblesses de la commande. La plupart ont été réalisés par téléphone entre juin et juillet 2016, soit avant la période de congés estivaux. Ils ont tous été enregistrés pour être à l'écoute des interlocuteurs et faciliter par la suite le travail d'analyse. La durée moyenne de l'échange s'est approchée des 45 minutes, soit un temps plus important que prévu initialement, ce qui démontre l'intérêt que portent les différents acteurs du paysage à la commande publique. Une retranscription de l'ensemble des échanges a ensuite été réalisée avant l'analyse des résultats.

→ Les méthodologies concernant la constitution de la base de données et la mise en place d'une enquête auprès des acteurs du paysage viennent d'être décrites et précisées. La première est davantage quantitative, tandis que la seconde est exclusivement qualitative, elles sont donc complémentaires l'une de l'autre.

Intéressons nous maintenant aux résultats que ces deux évaluations apportent pour en savoir davantage sur l'état de la commande publique en paysage de 2010 à 2015.

3 | Quel est l'état de la commande publique en paysage ?

Cette troisième partie analyse les résultats qui permettent de comprendre comment est répartie et comment évolue la commande publique en paysage. Elle permet également d'en savoir plus sur le rôle et la place du paysagiste dans cette commande. Les résultats proviennent d'un échantillon de 300 appels d'offres. Ces derniers ont été sélectionnés équitablement sur chacune des trois années étudiées : 2010, 2013 et 2015. Afin d'enrichir l'analyse, 200 résultats d'attribution ont été ajoutés à la base de données. Ils proviennent des années 2013 et 2015. Le tableau rassemblant l'intégralité des données n'a pas été joint au document mais il est consultable sur demande.

Par ailleurs, pour évaluer quantitativement la progression de la commande dans le temps, une enquête auprès de différents acteurs du paysage a été menée, afin de compléter l'étude initiale.

3.1 | Les appels d'offres

3.1.1 | Une maîtrise d'ouvrage avant tout communale

D'après le tableau 1, les commandes du bloc communal (commune et intercommunalité) représentent en moyenne plus de la moitié de la commande (55%). On peut attribuer ce fort pourcentage à la loi relative à la répartition des compétences (1983), qui confie l'aménagement de l'espace aux communes (Seguin, 2010). Les intercommunalités, malgré les pouvoirs de plus en plus importants dont elles sont dotées, depuis notamment la loi sur la réforme des collectivités territoriales (2010) [9], restent derrière les communes en termes de maîtrise d'ouvrage.

La part des autres collectivités territoriales (conseil départemental et régional) représente à peine 10% des appels d'offres passés. Cette part a tendance à augmenter d'année en année pour les départements. Cependant, la loi de 2015 portant sur une nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe), qui applique désormais le principe de spécialisation des départements et des régions, a entraîné une diminution des compétences du département et parallèlement, a augmenté celles des régions. L'aménagement du territoire est ainsi une fonction renforcée à l'échelon régional [10]. Par conséquent, la commande publique générée par ces deux institutions devrait évoluer dans les années à venir.

L'Etat et ses établissements publics sont à l'origine de 10% des appels d'offres. Quant aux structures diverses (Société d'économie mixte, Société publique locale, Office public d'habitat, etc.), elles émettent près d'un quart des marchés. Malgré une diminution entre 2010 et 2015, cette part semble beaucoup plus importante qu'il y a quelques années (Seguin, 2010). Elles sont dorénavant soumises, depuis juillet 2015, à l'ordonnance des marchés publics, ce qui devrait renforcer leurs places dans la commande publique [11].

Tableau 1 : Type de maître d'ouvrage en % (Guillon, 2016)

Maitre d'ouvrage	2015	2013	2010	Moyenne
Commune	34	21	39	31
Intercommunalité	21	30	21	24
Conseil départemental	13	9	2	8
Conseil régional	0	0	1	0
Etat	2	3	4	3
Etablissement public	7	11	6	8

Structures diverses ⁶	23	26	27	25
----------------------------------	----	----	----	----

Quand on s'intéresse à l'origine géographique de ces commanditaires (Fig.3), on remarque que pour 100 commandes passées, l'Île de France est la principale région pourvoyeuse (27). Loin derrière, la région Rhône-Alpes arrive à la seconde position avec 10 commandes, suivie des régions PACA, Pays de la Loire (8 commandes chacune) et Nord-Pas-de-Calais, Aquitaine (6 chacune). Le reste des régions participe assez peu à la commande publique. Sur l'échantillon étudié, la région Limousine est même absente de cette commande.

La répartition de la commande semble proportionnelle à la richesse produite par chaque région (PIB). Plus les régions ont un PIB élevé, plus elles ont des métropoles fortes, plus elles sont susceptibles de générer des commandes d'études et d'aménagements en paysage.

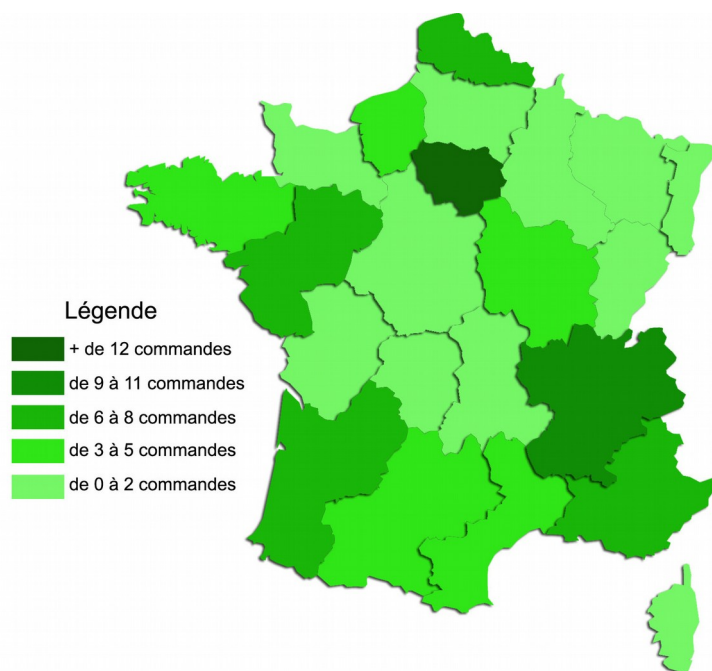


Figure 3 : Répartition moyenne régionale pour 100 commandes (Guitton, 2016)

3.1.2 | Une commande publique tournée vers la maîtrise d'œuvre urbaine

Les deux tiers des appels d'offres concernent les marchés de maîtrise d'œuvre (Tab.2). Cette part est constante pour les 3 années étudiées. Le reste de la commande est réparti entre un quart de marchés d'étude et moins de 10% d'assistance à maîtrise d'ouvrage. Les marchés d'étude ont tendance à diminuer depuis 2010, tandis que les marchés d'assistance à maîtrise d'ouvrage augmentent progressivement.

Tableau 2 : Type de marché en % (Guitton, 2016)

Nature du marché	2015	2013	2010	Moyenne
Assistance à maîtrise d'ouvrage ⁷	9	7	5	7
Etude ⁸	21	27	29	26
Maîtrise d'œuvre ⁹	70	66	66	67

⁶ Structures diverses : toutes les autres collectivités publiques, telles que les sociétés d'économie mixte (SEM), sociétés publiques locales (SPL), les offices publics d'habitat (OPH), etc.

⁷ Marché d'assistance à maîtrise d'ouvrage : a pour objet, d'accompagner le commanditaire en amont, pour mettre en place les études d'opportunité et de faisabilité d'un projet.

⁸ Marché d'étude : a pour objet l'analyse d'un espace, pour en définir les orientations d'aménagement et de gestion (phases d'état des lieux, de diagnostics et/ou d'enjeux).

⁹ Marché de maîtrise d'œuvre : a pour objet, en vue de la réalisation d'un projet urbain ou paysager, l'exécution d'un ou plusieurs éléments de mission (phases d'esquisse, d'avant-projets et/ou de projet).

La commande publique concerne de la planification urbaine dans la moitié des cas (Tab.3). Cette part diminue cependant de façon importante entre 2010 et 2015 (-23 points). Les infrastructures de déplacement représentent en moyenne 16% des marchés, les aménagements et équipements de sites, 13%. La part des commandes concernant les aménagements et équipements de site connaît une augmentation importante entre 2010 et 2015, avec une multiplication par 12 de ce type de commande. En revanche, la planification environnementale se stabilise à environ 4%. Quant à la commande de planification rurale, elle est quasiment inexistante.

Tableau 3 : Type de demande en % (Guitton, 2016)

Type de demande	2015	2013	2010	Moyenne
Aménagements et équipements de site ¹⁰	13	14	13	13
Construction de bâtiments et aménagement de leurs abords	24	9	2	12
Infrastructures de déplacement ¹¹	14	22	11	16
Planification environnementale ¹²	3	4	4	4
Planification urbaine ¹³	46	51	69	55
Planification rurale ¹⁴	0	0	1	0

Quant on entre dans le détail des principaux appels d'offres, on s'aperçoit que les aménagements de sites de tourisme, sport et loisir ainsi que des espaces verts, représentent la moitié des aménagements et équipements de site. Les projets de voiries urbaines représentent également la moitié des commandes d'infrastructures de déplacement, suivie par les voies douces puis les routes et les autoroutes. La planification urbaine est caractérisée par une part importante de chantiers de renouvellement urbain, de ZAC et d'espaces publics.

On constate que les commandes des communes, des intercommunalités et des autres structures (SEM, SPL...) portent majoritairement sur de la planification urbaine. Cette catégorie de commandes est aussi émise par les établissements publics et l'Etat. Hormis pour les communes, cette part est de plus en plus importante entre 2010 et 2015. En revanche, les conseils départementaux sont davantage tournés vers la mise en place d'infrastructures de déplacement. On constate ainsi une multiplication par 7 en valeur, des commandes de ce type entre 2010 et 2015. Le fait qu'ils aient des compétences en matière de gestion des routes départementales peut expliquer cette augmentation [10].

Près des 2/3 des aménagements et équipements de site sont réalisés par les communes et structures diverses. Les constructions et aménagements de leurs abords sont aussi très présentes dans les structures diverses. Ces dernières ont d'ailleurs multiplié par 8 en valeur, leurs commandes dans ce domaine, entre 2010 et 2015. Les entretiens individuels menés permettent d'attribuer ce phénomène au fait que les collectivités délèguent de plus en plus leurs projets aux SEM, SPL et OPH (Cf. : partie 3.3.3). Les infrastructures de déplacement et la planification environnementale sont partagées entre les communes (23%), les intercommunalités (32%) et les conseils départementaux (28%). Les conseils régionaux sont à l'origine de la planification rurale. Quant aux études de planification urbaine, elles sont générées

¹⁰ Aménagements et équipements de sites : espace dont la propriété foncière est unique.

¹¹ Infrastructures de déplacement : routes, autoroutes, transports urbains, voirie urbaine, voie douce.

¹² Planification environnementale : aménagement de berges, valorisation d'espaces naturels.

¹³ Planification urbaine : étude ou projet portant sur la totalité ou une partie d'une commune.

¹⁴ Planification rurale : étude portant sur un milieu agricole.

prioritairement par les communes (36%), les intercommunalités et les structures diverses (28% chacune).

3.1.3 | Des paysagistes appelés au sein d'équipes pluridisciplinaires

Le professionnel du paysage ou sa compétence sont appelés en moyenne dans 8 demandes sur 10, part en relative augmentation depuis 2010 (Tab.4). Dans le reste des cas, soit les professionnels recherchés ne sont pas désignés, soit le paysagiste ou sa compétence ne sont clairement pas demandés.

Tableau 4 : L'appel à un paysagiste ou sa compétence en % (Guitton, 2016)

Paysagiste / compétence appelés ?	2015	2013	2010	Moyenne
Oui	85	89	71	82
Non	15	11	29	18

Le paysagiste ou sa compétence sont avant tout demandés par les communes (31%), les intercommunalités (24%) et les structures diverses (24%). Statistiquement, c'est l'Etat qui fait le moins appel aux professionnels du paysage et les conseils régionaux qui en font le plus appel. Il faut relativiser ces chiffres, car l'Etat, dont la mission est avant tout de garantir sur le territoire la mise en œuvre des politiques publiques, n'est à l'origine que de seulement 3% de la commande. Ainsi en moyenne, sur 3 marchés passés, le paysagiste est appelé deux fois. Idem pour les conseils régionaux, sur les 300 appels d'offres étudiés, un seul émane de ce type de structure et fait appel à un paysagiste.

Quand l'approche paysagère est souhaitée (Tab.5), les maîtres d'ouvrage font références au professionnel du paysage, soit par l'exigence d'un titre (55% en moyenne), soit par l'exigence de compétences (45%). Cette dernière part est de plus en plus souhaitée, le recours à l'exigence de compétence a en effet doublé entre 2010 et 2015.

Tableau 5 : Mention du titre ou de la compétence en % (Guitton, 2016)

Mention du titre ou de la compétence ?	2015	2013	2010	Moyenne
Compétence	59	46	31	45
Titre professionnel	41	54	69	55

Parmi les différents titres recensés (architecte-paysagiste, paysagiste, ingénieur-paysagiste, paysagiste-concepteur), c'est celui de paysagiste qui est le plus fréquemment employé dans les appels d'offres (80% des cas). Le terme de paysagiste-concepteur ne représente qu'1% des offres. Cependant, on peut s'attendre à ce qu'il se développe dans un futur proche, avec la récente réglementation de la profession, par la protection du titre de paysagiste-concepteur (Loi pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages, 2016).

Concernant les notions de compétences, ce sont celles concernant le paysage qui sont majoritairement mentionnées (51%), suivi de celles en matières d'aménagement paysager (26%), d'étude paysagère et de paysagisme (6% chacune).

Dans les projets de paysage, l'association d'autres professionnels, en plus des paysagistes, semble être courante. Les commanditaires sont en effet, dans près de 90% des offres, demandeurs d'équipes pluridisciplinaires pour mener les projets (Tab.6). Ce constat est observé

sur les 3 années, mais particulièrement sur l'année 2010 où quasiment tous ces appels d'offres étaient pluridisciplinaires.

Tableau 6 : L'appel à d'autres professions en % (Guitton, 2016)

Appel à plusieurs autres professions ?	2015	2013	2010	Moyenne
Oui	84	81	99	88
Non	16	19	1	12

Le recours à d'autres professionnels, en plus des paysagistes, est en avant tout répandu dans les communes (31%), les intercommunalités (24%) et les structures diverses (26%). Les établissements publics semblent moins enclins que les autres commanditaires à faire appel à d'autres professions. Ils le font tout de même dans 7 appels d'offres sur 10.

Les associations disciplinaires ont été analysées en identifiant 4 catégories : les architectes, les urbanistes, les paysagistes et les ingénieurs¹⁵ (Tab.7). Les équipes pluridisciplinaires mentionnées rassemblent en moyenne 2 catégories de professionnels (19% des annonces), 3 catégories de professionnels (42% des annonces) ou 4 catégories de professionnels (38% des annonces). La tendance actuelle est d'associer trois professionnels (+17 points entre 2010 et 2015). A l'inverse, les équipes de 4 professionnels ont connu sur la même période une chute de 25 points.

Parmi ces équipes, le paysagiste est associé à l'ingénieur dans plus de 90% des projets pluridisciplinaires, à l'architecte dans près de 70% des projets, et à l'urbaniste dans un peu moins de 60% des projets.

Tableau 7 : Détail des professions appelés en % (Guitton, 2016)

Détail équipe avec paysagiste	2015	2013	2010	Moyenne
P+A	3	0	1	1
P+U	1	1	0	1
P+I	17	24	11	17
P+A+I	34	21	14	23
P+A+U	4	8	6	6
P+I+U	13	13	14	13
P+A+I+U	28	33	53	38

P = paysagiste, A = architecte, U = urbaniste, I = ingénieur

Le souhait du professionnel mandataire est précisé dans 54% des annonces pluridisciplinaires (Tab.8). Dans ce cas, l'architecte est désigné comme mandataire, unique ou associé à d'autres professions, dans plus de la moitié de ces projets en moyenne (53%). Il est suivi de l'urbaniste (32% des projets). Dans près de 20% des appels, c'est le paysagiste qui est désigné comme unique mandataire. Ce taux atteint 30% si l'on tient en compte des désignations où il est associé. Depuis 2010, cette part a chuté de 27 points (40% en 2010 contre 13% en 2015). Quant aux ingénieurs, ils sont seulement désignés dans 13% des appels d'offres.

¹⁵ Ingénieur : désigne toutes les autres professions (ingénieur en travaux publics, en voirie, en réseau, en environnement, en éclairage, en acoustique, en scénographie, etc.). Les ingénieurs en paysage font bien-entendu partie de la catégorie des paysagistes.

Tableau 8 : Détail du mandataire en % (Guitton, 2016)

Détail mandataire ¹⁶	2015	2013	2010	Moyenne
P	10	26	22	19
A	58	29	14	33
U	13	5	16	11
I	13	13	11	12
A-U	5	21	19	15
P-U	3	3	5	4
P-A	0	3	5	3
P-I	0	0	3	1
P-A-U	0	0	5	2

P = paysagiste, A = architecte, U = urbaniste, I = ingénieur

Lorsque l'on compare ce tableau avec celui présentant les types de maître d'ouvrage, on s'aperçoit que les conseils départementaux (55%), les structures diverses (57%), les établissements publics (84%) et l'Etat (100%) placent majoritairement l'architecte (unique ou associé) comme mandataire. Dans une moindre mesure, les communes (43%) aussi. En effet, les communes demandent le paysagiste (unique ou associé) comme mandataire dans 38% des appels d'offres. Dans les intercommunalités, ce taux est de 35%.

Globalement, ce sont dans les communes (57%) que le paysagiste (unique ou associé) est avant tout appelé pour diriger une équipe. Puis viennent les intercommunalités (27%) et les structures diverses (15%).

En résumé, les communes et collectivités sont les principales structures à l'origine de la commande publique en paysage. Elles sont situées principalement dans les régions dotées de métropoles importantes et au PIB élevé. Les marchés de maîtrises d'œuvre représentent 2/3 de la commande. C'est plus précisément la planification urbaine qui occupe une part importante des marchés. Pour réaliser les projets, les maîtres d'œuvre font appel à un paysagiste ou à sa compétence dans 8 offres sur 10. Cependant, le paysagiste pour son titre n'est demandé que dans seulement la moitié de ces offres, soit au total dans 4 appels d'offres sur 10. La pluridisciplinarité est très courante dans les marchés (9 commanditaires sur 10). La plus en vue est celle qui associe le paysagiste avec l'architecte, l'ingénieur et l'urbaniste. Dans cette association de professionnels, l'architecte est majoritairement mandataire, le paysagiste n'arrive qu'en troisième position derrière l'urbaniste.

Etudions maintenant les résultats de marché pour vérifier si les souhaits exprimés dans les appels d'offres par les commanditaires sont suivis d'effets.

3.2 | Les résultats d'attribution

3.2.1 | Des paysagistes sélectionnés mais peu mandatés

Quand on se penche sur les résultats d'attribution, on observe que les agences de paysage sont retenues en 2013 et 2015, dans la moitié des cas (Tab.9).

¹⁶ Mandataire : le paysagiste est responsable d'une équipe pluridisciplinaire composée d'autres professions (architecte, urbaniste, ingénieur, etc.).

Tableau 9 : Sélection d'agence de paysage, en % (Guitton, 2016)

Agence de paysage ¹⁷	2015	2013	Moyenne
Oui	51	50	51
Non	49	50	50

Si l'on prend en compte les agences généralistes, alors les professionnels du paysage sont représentés dans environ 8 marchés sur 10 (Tab.10). Cependant, entre 2013 et 2015, ce chiffre baisse de 9 points. Le choix d'agences généralistes par le commanditaire semble donc se faire de moins en moins. En revanche, comme observé dans le tableau 9, la sélection d'agences spécialisées en paysage est stable sur la même période.

Tableau 10 : Sélection d'agence généraliste, en % (Guitton, 2016)

Agence généraliste ¹⁸	2015	2013	Moyenne
Oui	77	86	82
Non	23	14	18

Les communes (29%), les intercommunalités (26%) et les structures diverses (22%) sont les maîtres d'ouvrages qui choisissent le plus de paysagistes (en agence spécialisée ou généraliste). Dans 90% des résultats de marché d'une commune, on trouve un paysagiste. Ce chiffre est de seulement 67% et 69% pour l'Etat et les conseils départementaux.

On s'aperçoit, si l'on compare ces données avec les intentions initiales exprimées dans les appels d'offres, que lorsqu'un paysagiste ou sa compétence sont appelés, dans 82% des cas il sera retenu. Cela signifie que dans 18% des cas, il n'a pas été sélectionné alors qu'il était demandé.

Le rôle des paysagistes en agence généraliste est à relativiser. Les équipes pluridisciplinaires peuvent avoir la compétence paysage mais cela ne veut pas dire que le paysagiste est majoritaire et que ses avis sont toujours pris en compte.

Concernant l'origine géographique des professionnels, pour 100 paysagistes, en moyenne 42 sont installés dans la région parisienne (Fig.4). Ces professionnels franciliens travaillent pour moitié dans leur région, et pour l'autre moitié, dans 12 autres régions différentes. C'est aussi dans cette région que l'on recense dans les commandes, le plus de paysagistes venant de l'extérieur.

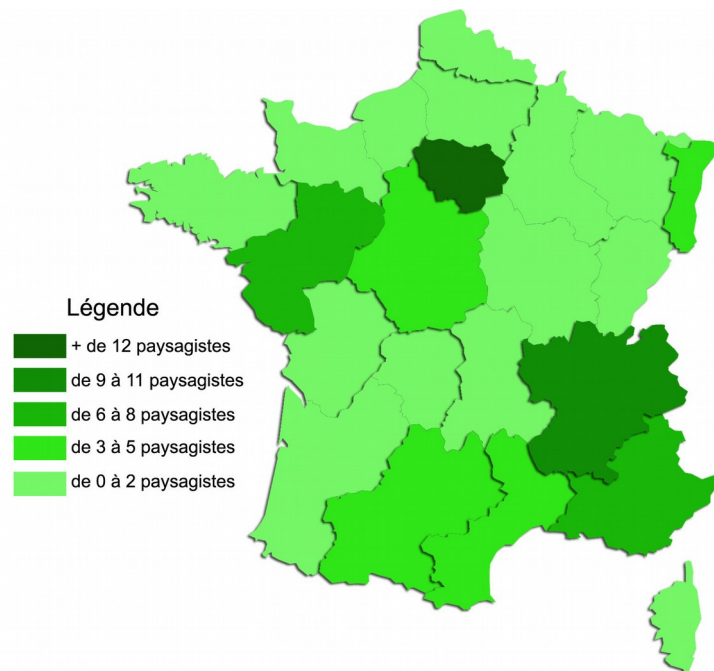


Figure 4 : Répartition moyenne régionale pour 100 paysagistes (Guitton, 2016)

¹⁷ Agence de paysage : établissement composé d'un ou plusieurs paysagistes, dont la spécialité est le paysage.

¹⁸ Agence généraliste : établissement composé de professionnels de la conception (architecture, urbanisme, paysage et/ou ingénierie), dont le paysage n'est qu'une partie des compétences.

Puis vient la région Rhône-Alpes assez loin derrière, avec 11 paysagistes. Suivent ensuite les Pays-de-la-Loire et PACA, avec chacun 7 paysagistes. Les autres régions possèdent moins de 5 paysagistes.

Quand un paysagiste est choisi (qu'il soit en agence de paysage ou généraliste), il a avant tout le rôle de cotraitant (56%) d'après le tableau 11. Cette part a tendance à augmenter entre 2013 et 2015. Le statut de mandataire représente seulement 20% des projets. Quand on fait la somme de ces deux types de contrats (cotraitant + mandataire), on s'aperçoit qu'en moyenne, 76% des marchés où le paysagiste est présent sont pluridisciplinaires. Cette part a tendance à augmenter entre les deux années étudiées. Quand il n'est pas en association avec d'autres professionnels, le paysagiste exerce sous un contrat de type prestataire, dans environ 24% des marchés.

Tableau 11 : Type de contrat pour le paysage en % (Guitton, 2016)

Type de contrat pour le paysage	2015	2013	Moyenne
Cotraitant ¹⁹	58	53	56
Mandataire ¹⁶	19	21	20
Prestataire ²⁰	22	26	24

75% des contrats de types prestataires sont passés par les communes, les intercommunalités et les structures diverses. Le bloc communal est à l'origine de plus de la moitié des contrats de cotraitances et de mandataires.

Quand les communes, intercommunalités et conseils départementaux font appels à un paysagiste, il est principalement désigné comme cotraitant. L'Etat et les structures diverses le placent avant tout comme prestataire. Les établissements publics sont plus partagés, les trois types de contrats sont équitablement répartis.

Quand il exerce comme prestataire, le paysagiste travaille seul dans près de la moitié des cas (45%), chiffre en augmentation de 17 points entre 2013 et 2015 (Tab.12). Quand le paysagiste n'exerce pas dans cette situation, il travaille alors dans un peu moins de 30% des cas, dans des agences tri disciplinaires (associant à la fois paysage, architecture et urbanisme), ou des agences dédiées, en plus du paysage, à l'urbanisme (21%) ou à l'architecture (21%).

Tableau 12 : Détail prestataire en % (Guitton, 2016)

Détail prestataire	2015	2013	Moyenne
P	53	36	45
P-A	6	5	5
P-U	24	18	21
P-A-U	18	41	29

P = paysagiste, A = architecte, U = urbaniste

Dans les marchés pluridisciplinaires où les paysagistes sont présents, l'architecte est l'unique mandataire dans 34% des cas (Tab.13). Ce chiffre atteint même 53% si l'on prend en compte les équipes qui associent l'architecture avec d'autres professions. Les bureaux d'études en ingénierie sont mandataires pour leur part, dans 30% des marchés. Les paysagistes le sont dans 13% des projets, voire 27% si l'on ajoute les associations paysage-architecture-urbanisme.

¹⁹ Cotraitant : le paysagiste travaille en association avec, et sous le contrôle, d'autres professions (architecte, urbaniste et/ou ingénieur).

²⁰ Prestataire : le paysagiste exerce seul, il n'est en association avec aucune profession.

Quant aux urbanistes, ils pilotent les projets dans seulement 5% des cas, 23% si on élargie aux équipes polyvalentes.

Tableau 13 : Détail mandataire des marchés pluridisciplinaires, en % (Guitton, 2016)

Détail compétence mandataire finale des marchés pluridisciplinaires	2015	2013	Moyenne
A	38	30	34
P	10	16	13
U	3	5	4
I	25	36	30
A-U	8	2	5
P-A-U	5	6	6
P-U	10	6	8

P = paysagiste, A = architecte, U = urbaniste, I = ingénieur

Quand l'on compare ces données avec les intentions de départ exprimées dans les appels d'offres, on observe que lorsqu'un paysagiste est demandé initialement comme mandataire, il est finalement retenu dans près de 85% des cas, et même 95% si l'on tient compte des associations avec d'autres professions. Dans le reste des cas, c'est l'architecte qui devient au bout du processus mandataire.

Pour résumer, le paysagiste est absent dans 1/3 de la commande publique en paysage, puisqu'il n'est pas sélectionné dans 18% des appels d'offres et dans 15% des avis d'attribution. Les communes – collectivités qui passent le plus de marchés – sont aussi celles qui font le plus appel aux paysagistes. Ces derniers proviennent en majorité des régions urbaines et attractives économiquement (Ile-de-France, Rhône-Alpes, etc.) Ces régions sont celles où l'on recense d'ailleurs le plus de commande en quantité. La profession est donc présente là où il y a de l'offre. Les contrats passés sont majoritairement des contrats de cotraitance. Le paysagiste exerce alors sous le contrôle d'autres professions, en particulier celles de l'architecture et de l'ingénierie. Il est rarement mandataire.

Ces résultats nous permettent d'avoir un état des lieux de la répartition de la commande publique en paysage, et de savoir « qui commande quoi à qui ? ». L'analyse étant réalisée sur un échantillon d'appels d'offres, elle n'est donc pas complètement exhaustive. Pour compléter ces chiffres, nous avons jugé utile de recueillir les témoignages de professionnels qui sont confrontés à cette commande publique en paysage. Nous vous en proposons ci-dessous une synthèse.

3.3 | La perception des acteurs du paysage

3.3.1 | Un contexte économique et institutionnel peu favorable

Les paysagistes sont unanimes pour constater le faible nombre de commandes depuis plusieurs années. La cause en est attribuée à la conjoncture et à la crise économique qui ont impacté les finances publiques. Cette crise aurait été décalée par rapport à la crise financière d'origine qui date de 2008, elle ne se serait pas faite ressentir toute suite. Mais ils estiment que depuis 2010-2011, il est beaucoup plus difficile pour eux de remporter des marchés et par conséquent, d'exercer leur métier.

La profession dépendant essentiellement des marchés publics, les paysagistes sont donc tributaires des commandes des collectivités. Or d'après les deux élus interrogés (petite commune rurale et ville moyenne), certaines structures publiques sont dans une telle difficulté financière que les projets d'aménagement, de paysage ne semblent pas la priorité. S'il y a des choses à reporter dans un calendrier d'un mandat politique, ce sont ces chantiers qui sont aux yeux des décideurs publics, « *pas vitaux et urgents pour la vie quotidienne des gens* ».

Il y a aussi les périodes d'élections qui sont des phases d'attente très forte dans les collectivités publiques, c'est en tout cas le constat que font de nombreux paysagistes. Les professionnels du paysage sont ainsi dans la plupart des cas, dépendant du calendrier électoral, notamment celui des communes. Ces dernières représentent pourtant l'essentiel des donneurs d'ordres (Tab.1 – partie 3.1.1.). Leur activité est cyclique. Autrement dit, la profession connaît une pointe de commandes les années pré-électorales, et un creux les années post-électorales. Cependant, selon les personnes interrogées, pour les dernières élections municipales de 2014, l'embellie pré-électorale n'a pas eu lieu, pour les raisons conjoncturelles expliquées précédemment, confirmant ainsi les propos de Vecteur plus (Partie 1.1.3) et expliquant la baisse importante de commande constatée en 2013, en provenance des communes (Tab.1 – partie 3.1.1.). Ces périodes électorales donnent aux professionnels du paysage, un sentiment d'aggravation de la commande.

La crise et la rareté de l'argent public sont à l'origine d'une diminution du nombre de commandes et par contrecoup, ont accentué la concurrence entre les concepteurs. Pour remporter les marchés et pour arriver à vivre, les multiples petites agences de paysage, mais aussi toutes les autres entreprises de conception, répondent ainsi aux appels d'offres en baissant les prix. En période de rareté, cela provoque un phénomène de dumping des prix. Or, les paysagistes jugent que cela est très dommageable à la profession puisque les conditions d'exercice ne sont plus là pour produire un travail de qualité. Avant la crise, les honoraires de travaux tournaient selon les professionnels, autour de 10% en moyenne. Aujourd'hui, certains concepteurs n'hésitent plus à baisser ce taux à 2% ! Les paysagistes considèrent donc que ce phénomène génère une dégradation des conditions de travail, de l'ambiance dans les entreprises, voire même dans de nombreux cas, de licenciements et/ou de dépôt de bilan. Et comme l'attente reste plus forte que les moyens alloués à cette attente, cet écart participerait aussi à l'augmentation de tensions entre les maîtrises d'ouvrage et les maîtrises d'œuvre.

3.3.2 | Le paysage, une notion mal connue des décideurs publics

De manière générale, la sensibilité des élus aux questions du paysage semble de plus en plus palpable mais les effets en termes de commandes ne se ressentent pas concrètement. Cette impression est confirmée par les intentions beaucoup plus grandes des maîtres d'ouvrage en faveur de la compétence ou du titre du paysagiste, entre 2010 et 2015 (Tab.4 – partie 3.1.3.). Toutefois, les professionnels et élus interrogés estiment que le paysage n'est pas pour autant une priorité des décideurs publics. C'est moins un manque de sensibilité au paysage qu'une méconnaissance des professionnels et de leurs compétences, analyse les paysagistes. Avec l'idée relativement présente, que le paysage est « *la caution finale* », le « *géranium sur la fenêtre* ». Le paysagiste intervient alors pour « *créer des espaces verts* » ou pour « *fabriquer l'emballage* », autrement dit « *rendre un peu mieux présentable, un projet qui a déjà été complètement conçu* ». Les souhaits des pouvoirs publics, de voir des paysagistes responsables de projets sont d'ailleurs peu fréquents (Tab.7 – partie 3.1.3.)

En écoutant les propos des différents acteurs du paysage, on peut constater que la profession elle-même, semble avoir du mal à valoriser ses compétences vis-à-vis des maîtres d'ouvrage.

Le paysagiste, et plus globalement la notion de paysage, apparaît de ce fait, comme une dimension mal définie, mal comprise par les commanditaires. Dans certains cas, le paysage est même un élément repoussoir pour les décideurs publics. « *On n'en parle pas car c'est un terme qui est non objectif, qui ne parle pas aux élus, [...] c'est une chose qui les rebute !* » évalue un professionnel. Un autre ajoute que pour certains élus, le paysage est un inconvénient : « *chez nous maintenant, tout est préservé donc on ne sait plus où l'on va construire* ». Dans d'autres cas, ce sont les services techniques des collectivités, formés davantage à l'ingénierie, qui sont moins enclins à travailler avec les métiers liés au paysage. Il y a de ce fait, un vrai déficit en termes d'acculturation du personnel politique et technique à ces enjeux de paysage.

La commande lorsqu'elle existe, n'est globalement pas générée spontanément. Elle est plutôt produite d'une part, par des niveaux d'exigences et d'ambitions que portent des maîtres d'ouvrage à la faveur de leurs propres convictions. Mais cela reste plutôt confidentiel selon les paysagistes. Ou d'autre part, elle est portée par des dispositions réglementaires et législatives qui « *obligent* » à recourir à un professionnel du paysage. Or les décisions qui ont été prises depuis le Grenelle de l'environnement de 2007, apparaissent plutôt comme des dispositions orientées vers l'écologie et non vers le paysage. Par contrecoup, cela rendraient moins indispensables et moins prioritaires (surtout dans une période de rareté budgétaire), le recours à la compétence paysage.

« *Si l'on caricature, le paysage est la préoccupation de tout le monde, puisque tout le monde en fait quelque part, mais c'est la préoccupation principale de personne. Voilà pourquoi la commande n'émerge pas facilement ou qu'elle émerge de façon marginale* » résume un paysagiste.

3.3.3 | Une commande peu qualitative

Le contexte économique et institutionnel difficile ainsi que le manque de culture du paysage parmi les maîtres d'ouvrage, ont entraîné une raréfaction de la commande publique. Mais cette dernière n'est pas inexistante jugent certains paysagistes : « *on continue de faire de l'espace public, cependant le client n'est plus le même* ». Certaines commandes passent maintenant par des maîtrises d'œuvre privées ou semi-privées, telles que des promoteurs immobiliers, des offices publics d'habitats ou des SEM. Le tableau 1 (Partie 3.1.1.) démontre d'ailleurs la proportion importante d'une partie de ces structures, dans la répartition de la maîtrise d'ouvrage. Cela confirme aussi la multiplication par 8 de leurs commandes, dans le domaine de la construction de bâtiments et de l'aménagement de leurs abords, évoquée dans la partie 3.1.2. Ainsi dans un souci d'économie, les villes délèguent davantage, elle vendent des terrains à ces organismes qui mettent en concurrence différentes équipes d'architectes, d'urbanistes, de paysagistes et de bureaux d'études pour construire leurs projets. Aux yeux des professionnels, ces opérateurs n'ont pas toujours les mêmes attentes que les collectivités. Selon certains concepteurs, ils cherchent la rentabilité et ont une culture de l'espace assez pauvre. Les projets sont pourtant souvent encadrés par les municipalités, via des cahiers des charges. Cependant, plusieurs paysagistes estiment que ces règlements sont souvent peu étoffés, les structures arrivent donc facilement à les contourner et cela se traduit dans les aménagements finaux : nombre de mobilier réduit, utilisation de matériaux « bas de gamme », etc.

Cela renvoie aussi à la place du paysage dans les compétences attendues, avec les effets de concurrence qui peuvent exister entre les autres métiers de la conception (architecte et urbaniste). La plupart des personnes interrogées, pensent que la place naturelle et logique sur une question aussi large que celle du paysage, doit revenir au paysagiste en tant que mandataire, dès lors qu'il y a une réflexion d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'espaces

publics. Or ce n'est pas forcément le cas, même plutôt rarement selon eux. Le recours accru à des équipes pluridisciplinaires semble réel (Tab.6 – partie 3.1.3), mais cela n'encourage pas forcément les maîtrises d'ouvrage à placer le paysagiste en posture de pilote, en responsable des équipes. Le faible taux de contrats de type mandataire et la part importante de contrats de cotraitance (Tab.11 – partie 3.2.1.), illustrent le ressenti de la profession.

Autre constat, la structuration actuelle par petite agence de paysage (un ou quelques salariés) fait qu'il est difficile pour le paysagiste de faire le poids face à des services juridiques et à des services de marchés publics d'agglomération de plusieurs milliers d'habitants. Le modèle économique n'apparaît donc plus adapté à la judiciarisation des pratiques et à l'organisation actuelle de la commande publique.

Au delà de la sensibilité à la question du paysage des acteurs publics, certains paysagistes relèvent le fait que les élus et services techniques ne parviennent pas à différencier, ce qui est une petite amélioration par rapport à l'ordinaire, de ce qui est une vraie qualité paysagère dans les projets. Par exemple, pour des élus qui vont avoir besoin de faire une requalification d'espace public, ils ne verront peut-être pas l'intérêt d'une démarche paysagère ou d'une conception par un paysagiste car ils ne savent pas ce que recouvre le terme de « qualité paysagère », en tant que telle. Avec souvent l'idée, que les termes plus-value et qualité paysagère sont identiques. Alors qu'un aménagement avec une démarche de paysage peut être très économique, très sobre, dans des matériaux courants et communs, mais avec un vrai effort de composition, pour s'inscrire dans la ville et être pertinent en termes d'usage et d'image, par rapport à son contexte et aux attentes.

Par ailleurs, l'indexation des honoraires des paysagistes sur le montant des travaux de maîtrises d'œuvre, représente un vrai problème. En effet, les interventions des paysagistes faisant une large place au végétal, elles sont peu coûteuses et donc peu rémunératrices. Ce système pousse donc les paysagistes à proposer des dispositifs plus coûteux (arrosage automatique, lampadaire, terrasse, etc.) afin d'être mieux rémunérés. On voit donc ici l'effet pervers du système actuel, qui conduit paradoxalement les paysagistes à proposer des solutions coûteuses, alors que la plus-value de ce métier réside dans sa capacité à intervenir de manière sobre et économique, dans une optique de développement durable des territoires. Le fonctionnement actuel n'encourage donc pas l'ingénierie en amont des aménagements, il participe à la standardisation et au nivellement pas le bas des projets.

De plus, les demandes de prise en compte de la population, de participation, sont exprimées dans les cahiers des charges des maîtres d'ouvrage mais les moyens financiers ne suivent pas. C'est pourtant une activité très chronophage pour la profession. C'est une mission supplémentaire, que les paysagistes ont une vraie légitimité pour faire, mais qui n'est pas rémunérée à sa juste valeur.

→ Le paysagiste n'a pas toujours la place qu'il devrait avoir au sein de la commande publique. En effet, dans de nombreux cas, le professionnel du paysage n'est pas acteur de la commande, autrement dit le commanditaire. Il est plutôt tributaire des décisions prises par d'autres professionnels de la conception (architecte, ingénieur, urbaniste). Il doit aussi faire face à des maîtres d'ouvrage qui n'ont pas toujours la culture de l'espace et du paysage. L'impact sur la quantité et la qualité de la commande publique est donc important. Il est alors essentiel de réfléchir à des pistes, à des orientations, pour tenter de remédier à ce constat et ainsi offrir au paysagiste la place qu'il mérite dans la commande publique en paysage.

4 | Quelles orientations prendre pour renforcer la place des paysagistes au sein de la commande publique ?

Les parties qui précèdent ont mis en évidence la place souvent limitée du paysagiste dans la commande publique en paysage. Au-delà de la présence de la profession au sein de cette commande, c'est surtout le rôle que les maîtres d'ouvrage lui donnent, qui semble important. L'intérêt que porte la maîtrise d'ouvrage à la question du paysage est donc déterminant pour que le paysagiste soit davantage pilote des projets initiés.

Les entretiens menés avec les différents acteurs de la filière et le rapport du conseil général de l'environnement et du développement durable (Clément et al., 2014), ont permis de mettre en lumière, des propositions d'orientations susceptibles de répondre à cet enjeu. Cette quatrième partie présente en conséquence, un ensemble d'actions pouvant être envisagées pour renforcer la place des paysagistes au sein de la commande publique en paysage.

4.1 | Accentuer les dispositifs en faveur d'une meilleure prise en compte du paysage

« *Le paysage est un bien commun, patrimoine de la nation* » (article 1^{er} du code de l'urbanisme). Une politique d'Etat plus ambitieuse en matière de paysage, semble donc essentielle. Le rôle des collectivités locales est déterminant, en raison de leurs responsabilités en matière d'aménagement et d'urbanisme, mais il revient à l'Etat de donner de nouvelles impulsions à travers sa politique nationale. C'est en promouvant le paysage auprès des différents échelons territoriaux et en les accompagnant dans la mise en œuvre de leurs politiques, que le paysagiste a des chances d'être davantage présent au sein de la commande publique.

Avant toute chose, une orientation semble incontournable pour promouvoir une politique du paysage plus cohérente :

- Engager une stratégie paysagère nationale à long terme (5-10 ans) pour avoir une vision d'ensemble et établir des objectifs et champs d'action à atteindre.

Parallèlement à cette stratégie, plusieurs dispositifs pourraient être mis en place.

4.1.1 | Améliorer les réglementations

- Renforcer les dispositifs législatifs et réglementaires pour contraindre les décideurs publics et les maîtres d'ouvrage à couramment faire appel au paysagiste (comme c'est le cas avec les architectes, par exemple).

Exemples :

- > rendre obligatoire le recours à un paysagiste dans l'élaboration des documents d'urbanisme, tels que les SCoT et PLUi.
- > installer des paysagistes dans les commissions d'appels d'offres concernant les projets d'études et/ou d'aménagements paysagers.
- > étendre à la profession, l'obligation d'avoir recours aux paysagistes dans les projets de lotissements, au-delà d'un certain seuil. Cette obligation est déjà applicable pour les architectes (Loi CAP, 2016)

Comme le fait remarquer un paysagiste : « *L'Etat paie des écoles à former des concepteurs paysagistes sur l'aménagement des territoires, mais ne leur donne pas la priorité dans ses marchés. Cela n'a pas de sens !* »

Ces réglementations n'empêchent pas de continuer à valoriser les dispositifs incitatifs qui ont toutes leurs importances. Ils permettent ainsi aux collectivités de se les saisir d'elles mêmes et de profiter des opportunités qui leurs sont données.

4.1.2 | Renforcer les outils existants et en créer de nouveaux

- Développer des plans de paysage thématiques pour qu'ils soient davantage opérationnels et ciblés.

Exemple :

> Un plan de paysage est actuellement en cours autour de la question des carrières, un autre sur la reconquête agricole. Mais d'autres thématiques pourraient être valorisées : l'eau, les risques, les mobilités, les patrimoines naturels et culturels, les formes urbaines, les énergies, etc.

- Mettre en place des schémas départementaux, voire régionaux de paysage. Ces outils ne seraient ni des instruments de connaissance comme les atlas, ni des outils de projet comme les plans de paysage, ils seraient davantage des outils stratégiques de planification sur le long terme.
- Accroître le soutien financier pour inciter les collectivités à se saisir des outils mis en place par le MEEM. Il faut que ce soutien soit au niveau de l'ambition que l'Etat souhaite porter.

Exemple :

> S'inspirer des montants des aides consacrées à chacun des 212 « territoires à énergie positive pour la croissance verte » (500 000 €), pour rendre plus attractives les démarches de plans de paysage (actuellement 30 000 € pour chacun des 25 territoires).

- Améliorer l'accompagnement des collectivités dans la mise en œuvre de ces outils. Ces derniers sont souvent liés à des études et des programmations, les collectivités sont alors parfois démunies pour les faire vivre par la suite.

La valorisation des outils permettrait notamment d'aider au développement de la commande dans les territoires ruraux.

4.1.3 | Revoir le système de rémunération

- Adapter le fonctionnement de la commande au métier du paysagiste, qui s'inscrit dans la durée. Il faudrait mettre en place un mode de rémunération, non plus basé sur le pourcentage des montants des travaux (Cf. partie 3.3.3.), mais plutôt un mode qui prennent en compte le temps passé, les démarches participatives entreprises et les bénéfices apportés par le paysage : les économies réalisés, le foncier valorisé, etc.

4.2 | Sensibiliser et convaincre les décideurs publics des bénéfices du paysage

Les paysagistes sont nombreux à dire qu'il y a un important travail de pédagogie à faire auprès des pouvoirs publics, à l'échelon territorial.

4.2.1 | Faire évoluer les pratiques au sein des collectivités

- Intégrer davantage de paysagistes au sein des services techniques des villes.

Exemple :

> En permettant à tous les paysagistes, l'accès à la filière technique du concours d'entrée de la fonction publique territoriale. Il faudrait alors privilégier, non plus la notion actuelle du diplôme²¹ mais plutôt la notion du cursus réalisé par le professionnel. Pour ce faire, les épreuves du concours devraient évoluer pour qu'elles puissent juger de la capacité des candidats à travailler dans la fonction publique.

- Faire en sorte, lors d'un aménagement, de développer la prise en compte d'une échelle plus large que celle du projet visé (tenir compte de la géographie, de l'histoire des lieux, etc.) et ainsi mieux insérer les projets dans leur environnement.
- Privilégier des critères de jugement des appels d'offres basés, non pas sur les prix, mais sur la qualité des projets pour influencer sur le choix en faveur des maîtrises d'œuvre de paysage, sélectionnés dans ces projets.
- Diffuser une culture du paysage aux élus et à leurs services techniques afin de faire évoluer le regard du paysagiste.

Exemple :

> organiser des modules de formation à l'intention des pouvoirs publics.

La montée en puissance des intercommunalités et des métropoles, conjuguée à leurs compétences en matière de planification et d'urbanisme (loi MAPTAM, 2014), doit pouvoir améliorer à terme, l'intégration de paysagistes dans ces structures. L'intérêt des regroupements des collectivités et de l'augmentation de la taille des structures territoriales, permet d'avoir des services experts dans certains domaines. Il y a en effet, une taille critique nécessaire pour avoir des spécialistes en paysage.

Pour les villes moyennes et petites qui ne parviennent pas à atteindre cette taille critique, d'autres solutions seraient à développer et à généraliser :

- Solliciter des paysagistes-conseils extérieurs pour des projets structurants en matière de paysage.

Exemple :

> Un responsable de service espace vert d'une ville explique qu'a été mis en place dans sa structure, un marché à bon de commandes qui permet de faire appel à un paysagiste quand il y a un besoin particulier.

- Renforcer le rôle des CAUE en matière de paysage et leur donner les moyens d'agir pour qu'ils puissent accompagner les collectivités dans les démarches paysagères qu'elles entreprennent (de l'étude jusqu'à la réalisation).

²¹ Concours de la fonction publique territoriale : aujourd'hui seuls les ingénieurs paysagistes de l'école de paysage d'Angers peuvent passer ce concours via la filière technique, les non ingénieurs en sont exclus.

4.2.2 | Faire prendre conscience de l'intérêt économique du paysage

Quand les collectivités connaissent des restrictions budgétaires, les élus se focalisent avant tout sur les politiques en matière d'économie, d'emploi et de social. Faire comprendre que le paysage est une plus-value pour un territoire, qu'il peut être bénéfique en termes économiques, est relativement compliqué.

Pour ce faire, trois stratégies complémentaires sont ici proposées :

- Démontrer « qu'un euro investi dans le paysage est un euro qui rapporte ».

L'investissement dans le paysage contribue au développement économique d'un territoire, par rapport à l'image et à l'attractivité que cela peut représenter. Cette mise en avant des services rendus par la nature en ville, et notamment sur des questions de santé publique, de qualité de l'air, d'adaptation au changement climatique, de gestion alternative de l'eau, de valorisation du foncier ou encore de création d'emploi, ne peut que sensibiliser les élus à l'importance du paysage. Il y a une demande sociale par rapport à la valeur ajoutée qu'apporte la nature dans la qualité de vie. On peut donc penser, que même dans une situation conjoncturelle où les collectivités ont moins d'argent à investir, elles puissent faire des choix audacieux en matière d'investissements paysager. Ces choix seront vertueux au regard des services qu'ils vont rendre. Contrairement à d'autres projets d'infrastructures, de réseaux, qui coûtent très chers et qui finalement peuvent avoir des conséquences négatives.

Mais les bénéfices sont assez mal mesurés aujourd'hui. Des chercheurs aux Etats-Unis travaillent sur la valeur éco systémique du végétal, pour démontrer qu'un arbre planté, rapporte x dollars à une collectivité. En France, on peut noter aussi le fait que Plante & Cité ait sorti une revue très intéressante sur les bienfaits du végétal en ville²², tout comme l'UNEP et son rapport sur les espaces verts urbains²³. Ce même exercice n'a pas été fait pour le paysage en tant qu'outil d'aménagement et d'urbanisme. Il y a un vrai axe de recherche et de développement à entreprendre.

Cependant d'après un élu, cette stratégie est utile et nécessaire mais elle ne suffit pas pour convaincre les décideurs publics. En effet, chaque secteur d'activité, qu'il soit sportif, social ou encore culturel, utilise aussi cet argument, puisque finalement chaque euro investi quelque part, est censé rapporté. Cet élu précise : « *Le problème pour le maire, est qu'il doit équilibrer son budget tous les ans. Alors les retombées à 7€ dans 10 ans, personne n'ira les mesurer, personne ne saura que c'est lui* ».

- Expliquer aux décideurs publics que « par le paysage, le projet coûtera moins cher ».

Il faut que les paysagistes puissent montrer que grâce à leur façon de travailler, leur façon de voir un espace public, ils vont optimiser l'argent public. C'est en aidant les collectivités à optimiser leurs investissements, en faisant en sorte de travailler plus juste pour éviter des dépenses jugées inutiles (liés par exemple à des habitudes techniques, à des façons de faire fonctionnaliste et ancienne), que les élus seront convaincus.

²² Laille P., Provendier D., Colson F., Salanié J., 2013. Les bienfaits du végétal en ville : étude des travaux scientifiques et méthode d'analyse. Plante & Cité, Angers, 31 p.

²³ Bouzou N., Marques C., 2016. Les espaces verts urbains : lieux de santé publique, vecteurs d'activité économique. Rapport Asteres pour le compte de l'Union Nationale des Entreprises du Paysage, 56p.

La profession doit alors se positionner dans la justesse de l'investissement public. Elle doit démontrer ce qu'elle apporte aux collectivités, expliquer « *qu'un mètre carré d'espace vert perméable, coûte moins cher qu'un mètre carré d'espace imperméable* », etc.

Un paysagiste précise : « *Le maitre d'ouvrage dit, 'tel chantier va coûter un million d'euro, selon le calcul des services techniques', et bien nous on lui dit 'pour 700 000€ ça va être beaucoup mieux !' Parce que ça va être mieux adapté au terrain, il y aura peut-être moins de dispositifs techniques, parce que des noues c'est moins cher que des tuyaux ou des avaloirs... On a des tas de discours à porter. On dépense moins d'argent dans la technique, le projet sera du point de vue de sa relation à l'environnement, beaucoup plus juste, et en vous apportant ça, voilà combien on coûte !* » Pour en arriver là, il existe cependant un frein, c'est celui de la rémunération. Comme expliqué dans la partie 3.3.3, le fait d'être rémunéré aux pourcentages des montants de travaux, n'est pas suffisamment rémunérateur pour les paysagistes et par conséquent n'encourage pas cette pratique.

- Valoriser les projets exemplaires auprès des élus pour favoriser un phénomène d'entraînement et d'émulation.

Exemple :

> Mettre en valeur d'une part, des projets en matière d'aménagements comme le font par exemple avec leurs « grands prix », le Ministère de l'environnement ou l'interprofession Val'hor. Et d'autre part, des références en matière d'études pour connaître des démarches intéressantes en termes de paysage, dans des documents d'urbanismes, dans le cadre de conception urbaine, etc. Cela est en revanche beaucoup moins fréquent.

4.2.3 | Adapter le métier aux attentes des collectivités

Pour que les collectivités fassent davantage appel aux paysagistes, il faut que ces derniers soient à l'écoute des collectivités.

- Encourager les paysagistes à engager davantage de concertation avec les services techniques des collectivités, en amont des projets, pour que leurs réussites soient durables. Cette collaboration encourage alors les équipes communales à participer à la valorisation du projet une fois terminée.
- Inciter les paysagistes à élaborer des cahiers des charges de gestion et d'entretien chiffrés, qui permettent à la maîtrise d'ouvrage de savoir ce que va lui coûter l'aménagement, lors des premières années de sa mise en œuvre.
- Ne pas perdre de vue que le cœur de métier du paysagiste, est d'adapter les projets qu'il conçoit aux territoires et à ses caractéristiques.
- Accompagner les collectivités sur le suivi des aménagements achevés, avec des missions ponctuelles pour que le paysagiste puisse donner des préconisations d'entretien aux équipes de jardiniers et qu'il puisse voir comment le projet évolue.
- Elaborer une méthodologie pour aider les maitres d'ouvrage et leurs services techniques, à intégrer le paysage dans les documents d'urbanisme et dans les projets d'aménagement.

Exemple :

> En montrant comment on peut formuler des exigences en matière de qualité paysagère, comment on peut formuler des compétences à attendre, quel processus enclencher pour positionner le paysagiste dans la commande, etc.

- Lier le paysage à des problématiques plus facilement appréhendables par les décideurs publics, telles que le patrimoine, le tourisme ou encore les déplacements urbains.

Ces orientations permettent d'instaurer un climat de confiance et encourage par la suite les collectivités, à refaire appel aux professionnels du paysage. Ce sont donc des perspectives supplémentaires pour la commande publique en paysage.

4.3 | Faire évoluer les pratiques et les formations

Pour faire face au contexte économique actuel, il semble important de faire évoluer la profession. L'objectif est de mettre en place les conditions nécessaires pour que les paysagistes puissent trouver toute leur place au sein de la commande publique.

4.3.1 | Clarifier le positionnement du paysagiste

- Savoir expliquer auprès des pouvoirs publics et des maîtres d'ouvrage, le rôle, les compétences et la façon d'exercer des paysagistes. Et pouvoir se situer par rapport aux autres professionnels. Parfois certains élus s'étonnent que le paysagiste sache coordonner l'ensemble des corps de métier. Ils l'imaginent simplement cantonnés aux plantations.
- Faire en sorte d'atténuer le positionnement conflictuel qui existe parfois entre les architectes, les urbanistes et les paysagistes. Ces professions ont pourtant trois approches différentes de la production urbaine. Comme le rappelle un paysagiste, *« l'architecte va plutôt l'aborder avec un regard d'une personne qui fait des objets construits, l'urbaniste va l'aborder par une approche plus stratégique, plus programmatrice et le paysagiste, va l'aborder par une manière plus globale et systémique »*.
- Elargir les différents domaines d'intervention du paysagiste pour avoir un positionnement, qui ne se cantonne pas seulement à la maîtrise d'œuvre de l'espace public (rue, place, jardin) mais qui se diversifie autour des problématiques de grands territoires, d'infrastructures, d'urbanisme, d'écologie, d'énergie, etc. Au-delà de la conception, les compétences peuvent aussi se tourner vers la médiation, le pilotage des politiques publiques, l'assistance à maîtrise d'ouvrage, le conseil, etc.

4.3.2 | Structurer la profession et son organisation

Pour se faire entendre des pouvoirs publics et pour défendre ses intérêts, il faudrait sans doute que la profession soit mieux organisée et unifiée. Il faut en effet être visible face aux 40 000 architectes, aux centaines de milliers d'ingénieurs et aux milliers d'urbanistes.

- Faire évoluer la Fédération Française du Paysage en faveur d'une meilleure représentativité de la profession et de sa diversité, pour qu'elle continue de défendre le métier auprès des institutions.

- Inciter les professionnels à se regrouper au sein d'agences de tailles plus importantes pour faire face aux regroupements des collectivités et à leur organisation de plus en plus centralisée.

De nos jours, les paysagistes qui s'en sortent le mieux sont, soit ceux qui sont parvenus à se faire un nom dans le domaine, soit ceux qui travaillent sur des niches (spécialiste d'atlas et de plan de paysage par exemple), ou soit ceux qui sont réunis dans des bureaux d'études de plusieurs dizaines de personnes, et dans lesquels on trouve une concentration de métiers. Cette pluridisciplinarité peut se traduire par la présence de professions liées :

- à la conception : architecte, ingénieur, paysagiste, urbaniste, etc.
- à des métiers complémentaires : écologues, géographes, sociologues, etc.
- à d'autres professionnels de la filière, tels que les entrepreneurs du paysage, permettant ainsi d'allier la conception et la réalisation.
- mais aussi par exemple à des spécialistes des marchés publics, de droits, etc.

Ces structures sont alors davantage enclines à engager des discussions avec la maîtrise d'ouvrage. De plus, le fait de travailler tous ensemble permet aussi d'être plus fort et peut améliorer l'ouverture du métier à l'international. En conquérant des marchés plus importants, en étendant leurs périmètres de commandes et en améliorant leur rentabilité, les agences peuvent alors être plus à même de valoriser les salaires de la profession.

Par ailleurs, les bureaux d'étude structurés ainsi pourraient être en mesure de faire de l'analyse de coût des projets à 1, 2, 3 voire 10 ans, après la conception de l'aménagement. Cela permettrait alors d'intégrer les coûts globaux des projets (de l'étude jusqu'à l'entretien) lors des passations de marché avec les collectivités (Cf. : partie 4.2.3).

Toutefois, le risque de cette concentration est que le paysagiste soit davantage positionné comme salarié de ces bureaux d'études généralistes et donc qu'il soit au bout du compte moins écouté. Dans les pays anglo-saxon mais aussi germaniques, ce type d'organisation est beaucoup plus présent. Il est alors courant de trouver des agences regroupant 100-150 paysagistes.

4.3.3 | Former aux enjeux actuels et futurs

Faire évoluer le métier implique de faire évoluer la formation tant au niveau initial que continu.

- Former les paysagistes à appréhender la complexité territoriale et à se positionner comme ensamblier. C'est-à-dire à avoir une vision de l'espace, dans sa dimension historique, géographique ou encore écologique, pour qu'ils puissent apporter davantage que simplement la somme de la prise en compte de ces éléments. Il faut aussi qu'ils sachent manager et coordonner d'autres professionnels. Ils mettront ainsi en place de vastes projets qui sont véritablement attachés au territoire et à ses perceptions.
- Savoir conduire des actions de médiation et de participation, les élus cherchant à donner une assise de plus en plus démocratique à leurs actions.

- Renforcer les compétences du paysagiste en matière d'architectures et d'urbanismes (réglementaire, technique et opérationnel) dans les formations, car ils sont amenés à travailler très souvent avec d'autres métiers.
- Favoriser le travail collectif pour que les professionnels aient l'habitude de travailler en transversalité et de s'adresser à une multitude d'interlocuteurs.

Exemple :

> organiser davantage de workshops, de projets collectifs, etc.

- Sensibiliser les paysagistes à l'intérêt des débouchés dans la fonction publique territoriale et former davantage les volontaires aux sciences et la technique, afin qu'ils puissent être préparés au mieux à la réussite du concours.

Retour critique

Nous pouvons constater plusieurs limites dans l'étude réalisée. La première, est que le BOAMP recense essentiellement les marchés dont les seuils sont supérieurs à 90 000 euros (en dessous du seuil, les maitre d'ouvrage n'ont pas l'obligation de publier leurs appels d'offres dans un journal d'annonce officiel), l'étude ne prend donc pas en compte tous les marchés inférieurs à cette somme, elle n'est ainsi pas représentative de l'ensemble de la commande publique en paysage. Il est d'ailleurs difficile d'avoir des estimations de la proportion des marchés qu'elle prend en compte.

La seconde concerne les appels d'offres et les résultats de marché intégrés dans le BOAMP. Ils sont tellement hétérogènes dans leur rédaction, qu'il est parfois complexe d'analyser certaines données. Par exemple, les données budgétaires ont été extraites quand elles étaient présentes dans le BOAMP mais elles ne prenaient pas en compte toujours les mêmes critères. Parfois il s'agissait de coût global, c'est-à-dire le prix de l'étude, de la conception et de l'aménagement réunis. Dans d'autres cas, était seulement présent un coût partiel du projet. La prise en compte de la TVA n'était pas non plus toujours indiquée. Il est donc difficile ensuite de pouvoir comparer et analyser des données qui sont aussi diversifiées.

La troisième limite vise le questionnaire des enquêtes. La question à propos de l'impact que pourrait avoir la réforme des marchés publics sur la commande n'a pas pu être traitée. Nous nous sommes aperçu, que cette question n'était sans doute pas tout à fait pertinente au regard des personnes interrogées. En effet, pour de nombreux professionnels, cette réforme reste assez floue et mal connue car sans doute trop récente. Ils n'étaient donc pas en mesure de répondre à la question.

Perspectives

Les pistes restant à explorer semblent nombreuses. Il serait intéressant d'effectuer une veille concernant l'évolution du marché public du paysage dans le temps. Ce qui permettrait de confirmer ou d'infirmer les tendances actuelles du marché.

Même si les marchés privés sont moins importants pour la profession, l'étude pourrait être élargie à ce type de commande, pour ainsi avoir une analyse complète des marchés des paysagistes.

La mise en place d'un observatoire de la commande publique au niveau européen pourrait aussi être envisagée, en lien avec l'IFLA.

Conclusion

D'après l'étude mandatée par le Ministère de l'Environnement, les paysagistes sont largement tributaires de la commande publique : marchés issus des communes et intercommunalités (55%), des structures publiques locales et bailleurs sociaux (25%), de l'Etat et ses établissements publics (11%) ainsi que des conseils départementaux et régionaux (8%).

Leur présence dans la commande publique est donc importante. Ils sont d'ailleurs identifiés (en agence spécialisée ou généraliste) dans 82% des résultats de marché qui leur sont destinés. Mais au-delà de cette présence, c'est le positionnement au sein même de la commande qu'il faut observer. En effet, les paysagistes interviennent dans 76% des cas, en interaction avec d'autres professionnels de la conception (architecte, urbaniste, ingénieur), ils sont alors en pluridisciplinarité. Le type de relation qu'ils ont avec eux - mandataire ou cotraitant - a donc un impact sur la façon dont les professionnels du paysage vont exercer leur métier.

- Quand il est mandataire (26%), le paysagiste est pilote des projets, il peut ainsi apporter tout son savoir-faire à la réalisation de l'étude ou de l'aménagement. Cependant, dans les équipes pluridisciplinaires, ce rôle revient avant tout à l'architecte (53%) ou à l'ingénieur (30%).
- Lorsque le paysagiste est cotraitant (74%), il doit respecter les intentions des professionnels qui l'accompagnent (dans près de 80% des cas, on en dénombre deux ou trois autres) et est donc dépendant de leurs décisions. Au risque de ne pas pouvoir intégrer le paysage comme il se doit dans les projets ou d'être exclus en cas de budget insuffisant.

Quand les maîtres d'ouvrage ne demandent pas une équipe pluridisciplinaire (24% des cas), le paysagiste intervient alors en tant que prestataire. Il exerce alors en agence spécialisée en paysage dans 45% des marchés. Dans le reste des cas, il est représenté par une agence généraliste (55%).

La comparaison des appels d'offres avec les résultats d'attribution permet de mettre en lumière que le paysagiste est absent dans 1/3 des marchés de paysage. En effet, dans 18% des appels d'offres, il n'est pas demandé. Et quand bien même le professionnel du paysage est demandé, il n'est finalement pas sélectionné dans 15% des avis d'attribution.

Cet état des lieux s'inscrit dans un contexte particulier pour les maîtres d'ouvrage et les paysagistes. La crise économique, la baisse des dotations de l'Etat aux collectivités ou les périodes électorales entraînent une diminution du nombre de commandes. Pour faire face à cette baisse, les professionnels du paysage et de la conception en général, sont obligés de diminuer leurs marges, impactant ainsi la qualité même des projets et obligeant de nombreuses agences à licencier, voire à déposer le bilan.

Par ailleurs, même si les décideurs publics semblent de plus en plus sensibilisés au paysage, les effets en termes de commandes ne se ressentent pas complètement. C'est loin d'être encore la priorité des élus et des services techniques. La commande lorsqu'elle existe, est donc dans la plupart des cas issue d'obligations réglementaires et trop rarement de maîtres d'ouvrage convaincu des bienfaits du paysage.

De plus, on constate un changement de clientèle pour les paysagistes. Ils doivent désormais compter avec les sociétés publiques locales. Les communes et intercommunalités leurs déléguant des missions d'aménagements par soucis d'économie. Face des attentes nouvelles

(la rentabilité notamment), cela peut avoir des conséquences négatives sur la qualité des projets. Cette problématique renvoie au rôle des paysagistes dans la commande. Pour les maîtres d'ouvrage, ce n'est ainsi pas toujours très clair de faire appel à un professionnel du paysage pour piloter des réflexions d'aménagement du territoire, d'urbanisme ou encore d'espaces publics.

Le place et le positionnement du paysagiste au sein de la commande publique en paysage est donc un enjeu essentiel pour l'évolution de la profession.

Pour y faire face, il semble essentiel que l'Etat incite les collectivités territoriales, à porter haut l'ambition paysagère. L'amélioration des réglementations, le renforcement des outils existants ou encore la modification du système de rémunération sont des pistes que les pouvoirs publics peuvent étudier.

La sensibilisation des élus et des services techniques apparaît aussi importante. En valorisant la profession auprès des services techniques, en leur faisant prendre conscience de l'intérêt économique du paysage et en adaptant le métier à leurs attentes, on peut les convaincre de faire davantage confiance au paysagiste dans les projets qu'ils mènent.

La solution passe aussi par l'évolution des pratiques et des formations des paysagistes. Il faudrait en effet que les professionnels du paysage clarifient et assument leur positionnement par rapport aux autres concepteurs (urbaniste, architecte), se structurent davantage et soient formés aux enjeux actuels et futurs, pour s'adapter à la commande publique et au contexte dans lequel elle évolue.

Toutes ces orientations ont pour but de faire en sorte que la profession devienne un élément incontournable des études et des aménagements du territoire, que ce soit en termes d'urbanisme, d'écologie, d'infrastructure ou d'énergie. C'est ainsi que l'on réussira à renforcer la place du paysagiste au sein de la commande publique en paysage.

Avec le développement des notions de ville verte, de cadre de vie, de développement durable, les perspectives de croissance de l'activité des paysagistes dans les années à venir, sont plutôt encourageantes. Mais avec des problématiques financières et environnementales de plus en plus importantes, nous entrons dans une ère qui sera plutôt celle du ménagement des territoires et des villes, que de l'aménagement. Cet enjeu pose la question de l'intensité de l'intervention des professionnels de la conception dans la transformation des lieux. Ménager un territoire, ce n'est pas la même chose que l'aménager. Cela suppose des interventions « moins interventionnistes ». Demain, de nouvelles formes d'expressions mériteront alors de se déployer et de prospérer au sein de la commande publique. L'objectif sera de viser le « moindre coût » mais pas la « moindre qualité », tout en prenant davantage en compte les usages, les pratiques et les attentes des citoyens.

Bibliographie

AdCF (2014). Du traitement paysager à la politique paysagère. Revue Interco, n°191, p11.

AdCF (2016). 2012-2015 : Observatoire de l'évolution de la commande publique. Note d'analyse, 13p.

AdCF (2016). 2012-2015 : La commande publique à la loupe. Revue Interco, n°206, p7.

BACK A. (2009). Analyse des marchés publics du paysage. Rapport de niveau M1 - spécialité Paysage, Agrocampus Ouest, Angers, 55p.

CHEVALIER H. (2013). 2014 : année électorale. Quelles conséquences sur la commande publique ? Avis d'expert – Vecteurplus. 2p.

CLEMENT D. ; CABRIT J-C. ; DOIZELET M-P. Paysage et aménagement : propositions pour un plan national d'action. Paris : Conseil Général de l'Environnement et du Développement Durable - Ministère de l'Ecologie, 2014. 116p. Rapport n°008333-01.

DALLIER P. ; GUENE C. ; MEZARD J. (2016). L'évolution des finances locales à l'horizon 2017 (tome III) : les conditions d'une réforme soutenable, équitable et durable. Paris : Sénat, 2016. 108p. Rapport n°527.

DONADIEU P. (2014). Les paysagistes dans le monde. Texte collectif, 64p.

GUIBAL M. ; CHARREL N. (2016). Code pratique des marchés publics. Le Moniteur. 1800p.

LEGER-SMITH F-A. (2014). Évolution des pratiques des paysagistes face aux enjeux écologiques de la conception urbaine. Thèse de doctorat, Université d'Angers, 288p.

MALLET C. Baromètre de la commande publique locale : premiers signes de reprise. Article Localtis, 09/02/2016. 3p.

OUESLATI W. ; SALANIE J. (2010). Etat d'avancement - Observatoire des pratiques et des métiers du paysage. UMR GRANEM, Université d'Angers et Agrocampus Ouest, Angers, 24p.

MINISTERE DE L'ECOLOGIE. Communication relative à la reconquête des paysages et à la place de la nature en ville. Communiqué de presse, Paris, 25/09/2014. 32p.

MINISTERE DE L'INTERIEUR (2014). Préfecture de l'Eure : Commande publique, 2p.

RAMBONILAZA T. ; AMBLARD L ; AZNAR O ; DEPRES C. MANN C et al.. Les nouveaux enjeux économiques des actions paysagères, éléments pour une nouvelle orientation de l'économie du paysage. 2010, 140p.

SEGUIN J-F. (2010). Note sur la commande publique de paysage. Document de travail. Ministère de l'Ecologie, Paris, 10p.

VAL'HOR. Projet de loi dit «Biodiversité» - Val'hor : le titre de «paysagiste concepteur» confirmé au Sénat. Communiqué de presse, Paris, 27/01/2016. 2p.

VARLET C. (2002) L'évolution de la commande de paysage en France. Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement, Paris. 159p.

Sitographie

[1] Conseil économique, social et environnemental. Commande publique responsable : enjeux/actions. [en ligne]. 2016. [Référence du 27/07/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <<http://www.lecese.fr/content/commande-publique-responsable-enjeuxactions>>

[2] Cour des comptes. Les finances publiques locales . [en ligne]. 2015. [Référence du 02/09/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <<https://www.ccomptes.fr/Actualites/A-la-une/Les-finances-publiques-locales2>>

[3] Le Monde. Que représentent les dotations de l'Etat dans le budget d'une commune ? . [en ligne]. 2015. [Référence du 02/09/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/09/18/baisse-des-dotations-pourquoi-les-maires-manifestent_4762973_4355770.html>

[4] Gazette des communes. Baisse des dotations : une si longue histoire. [en ligne]. 2016. [Référence du 20/08/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <<http://www.lagazettedescommunes.com/455909/baisse-des-dotations-une-si-longue-histoire/>>

[5] Service-public.fr. Quelles sont les dates des prochaines élections ? [en ligne]. 2016. [Référence du 27/07/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F1939>>

[6] Vie-publique.fr. Quelles évolutions les collectivités territoriales ont-elles connues ? [en ligne]. 2016. [Référence du 02/09/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <<http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/institutions/collectivites-territoriales/evolutions-collectivites-territoriales/qu-est-ce-que-modernisation-action-publique-territoriale-entreprise-2012.html>>

[7] Legifrance. Loi n° 85-704 du 12 juillet 1985 relative à la maîtrise d'ouvrage publique et à ses rapports avec la maîtrise d'oeuvre privée. [en ligne]. 2016. [Référence du 02/09/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000693683>>

[8] ENSP. Historique. [en ligne]. 2016. [Référence du 21/07/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <http://www.ecole-paysage.fr/site/ecole_fr/historique.htm>

[9] ADCF. Qu'est-ce que l'intercommunalité? [en ligne]. 2016. [Référence du 28/08/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <<http://www.adcf.org/qu-est-ce-que-intercommunalite>>

[10] Vie-publique.fr. Quelles sont les compétences des collectivités territoriales ? [en ligne]. 2016. [Référence du 22/08/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <<http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/institutions/collectivites-territoriales/competences-collectivites-territoriales/quelles-sont-competences-exercees-par-departements.html>>

[11] Le portail de l'état au service des collectivités. Les sociétés d'économie mixte locales. [en ligne]. 2015. [Référence du 29/08/2016]. Disponible sur le World Wide Web : <<http://www.collectivites-locales.gouv.fr/societes-deconomie-mixte-locales-semi>>

Annexe I : Tableau présentant l'ensemble des paramètres de la base de données

Appel d'offre				
Numéro fiche				
Département				
Région				
Maître d'ouvrage	Commune			
	Intercommunalité			
	Conseil départemental			
	Conseil régional			
	Etat			
	Etablissement public			
	Société d'Economie Mixte			
	Syndicat mixte			
	Société publique locale			
	Office public de l'habitat			
Objet de la commande	Intitulé de l'offre			
	Nature du marché	Assistance à maîtrise d'ouvrage		
		Etude		
		Maîtrise d'oeuvre		
	Type de demande	Planification urbaine	Espaces publics	
			Renouvellement urbain – GPV	
			ZAC	
			Entrée de ville, zone d'activité	
			PLU - SCoT - PSMV - ZPPAUP - SAR	
			Extensions urbaines	
			Voirie urbaine – système de transport	
			Charte architecturale / paysagère, plan de paysage	
		Aménagements et équipements de site	Site de tourisme, sport et loisirs	
			Espaces verts	
			Requalification de friches	
Campus universitaire				
Infrastructures de déplacement	Espaces extérieurs			
	Routes et autoroutes			
	Voiries urbaines			
	Transports			
	Voies vertes et sentiers			
	Voies ferrées			

		Planification environnementale	Aménagement de fleuve ou de rivière	
			Plans de paysage	
			Aménagements liés aux risques naturels	
			Trames vertes	
		Construction de bâtiments et aménagement de leurs abords		
		Planification rurale		
Montant de la commande				
Professionnels appelés	Un paysagiste est-il appelé ?	Oui		
		Non		
	Mention du titre ou de la compétence ?	Titre		Paysagiste
				Architecte paysagiste
		Compétences		Paysage
				Aménagement paysager
				Etudes paysagères
				Paysagement
		Diverses		
		NP		
		NP		
	Appel à une ou plusieurs professions ?	Pluri		Paysagiste + architecte
				Paysagiste + ingénieur
				Paysagiste + urbanistes
				Paysagiste + architecte + ingénieur
				Paysagiste + architecte + urbaniste
			Paysagiste + urbaniste + ingénieur	
			Paysagiste + architecte + urbaniste + ingénieur	
Mandataire est-il signalé ?	Non			
	Oui		Architecte	
			Architecte ou paysagiste	
			Architecte ou paysagiste ou ingénieur	
			Architecte ou Urbaniste	
			Ingénieur	
			Paysagiste	
			Urbaniste	
	Urbaniste ou Paysagiste			
Résultats d'appels				
Information sur le projet	Date d'attribution du marché			
	Budget global (HT)			
		Mandataire		


	Type de contrat pour le paysage	Cotraitant	
		Prestataire	
	Budget paysage (HT)		
	Département de l'entreprise paysage		
	Région de l'entreprise paysage		
Les compétences professionnelles attribuées	Compétence du mandataire finale	Architecte	
		Architecte ou paysagiste	
		Architecte ou paysagiste ou ingénieur	
		Architecte ou Urbaniste	
		Ingénieur	
		Paysagiste	
		Urbaniste	

Annexe II : Liste des personnes interrogées

Non	Prénom	Fonction	Date d'échange
AGGERI	Gaëlle	Ingénieur paysagiste	04/08/16
		Responsable nationale du pôle de compétence Ingénierie écologique du CNFPT (Centre National de la Fonction Publique Territoriale)	
ANSART	Cédric	Paysagiste-urbaniste,	28/07/16
		Chargé d'études sur les espaces publics et l'aménagement urbain au CEREMA (Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement)	
BEAUTE	Thibaut	Directeur général adjoint de la communauté d'agglomération de Cergy-Pontoise	23/06/16
		Secrétaire général de la Société National de l'Horticulture Française	
		Trésorier du Conseil National des Villes et Villages fleuris	
		Président sortant de l'association HORTIS (les responsables d'espaces nature en ville)	
		Maire de Notre-Dame-de-l'Isle	
BERGER	Patrick	Ingénieur paysagiste	27/06/16
		Directeur du service « Paysage et de la Biodiversité » à la ville de Montpellier	
		Président de l'AITF (Association des Ingénieurs Territoriaux de France)	
BERTAND	Etienne	Paysagiste	01/07/16
		Directeur du bureau d'études des Jardins de Gally	
		Professeur à l'Ecole Nationale Supérieure du paysage de Versailles	
BIASS-MORIN	Cathy	Directrice des espaces verts de la ville de Versailles	23/06/16
BONNEAUD	François	Paysagiste	11/07/16
		Membre de l'APCE (Association des Paysagistes Conseils de l'État), spécialiste du grand territoire	
CHOTTEAU	Patrick	Architecte-urbaniste en chef de l'État	07/07/16
		Secrétaire Général adjoint de la MIQCP (Mission Interministérielle pour la Qualité des Constructions Publiques)	
		Professeur à l'Ecole Spéciale d'Architecture de Paris	
CLEMENT	Denis	Inspecteur général des ponts, des eaux et des forêts	03/08/16
		Membre du Conseil général de l'Environnement et du développement durable	
		Co-auteur du rapport ministériel « Paysage et aménagement : propositions pour un plan national d'action » (2014)	
		Membre du comité national de la politique publique du paysage	
FOLLEA	Bertrand	Paysagiste-urbaniste	08/07/16
		Membre de l'APCE (Association des Paysagistes Conseils de l'État)	
		Directeur de la chaire d'entreprise 'Paysage et énergie' à l'Ecole Nationale Supérieure du Paysage de Versailles	

		Professeur à l'Ecole Nationale Supérieure de la Nature et des Paysages de Blois et à l'Ecole Nationale Supérieure du paysage de Versailles Lauréat du Grand Prix national du paysage 2015	
GAULIER	Jean-Marc	Architecte-urbaniste-paysagiste Vice-président de l'APCE (Association des Paysagistes Conseils de l'État)	11/07/16
GIORGIS	Sébastien	Architecte-urbaniste-paysagiste Adjoint délégué à l'urbanisme de la ville d'Avignon Membre de l'APCE (Association des Paysagistes Conseils de l'État) Enseignant à l'Ecole Nationale Supérieure du Paysage de Versailles et à l'Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Marseille Luminy Membre du comité scientifique international de l'ICOMOS-Paysage culturel	06/07/16
KAUFFMANN	Valérie	Paysagiste Directrice adjointe du CAUE de l'Essonne	27/06/16
LABAT	Didier	Paysagiste Chef de projet TVB & Planification au Ministère de l'Environnement	27/06/16
LE ROY	Hervé	Paysagiste Trésorier de la FFP (Fédération Française du Paysage) et Président de la Fédération Régionale du Paysage Champagne-Ardenne	04/07/16
LEGER-SMITH	Fanny-Anaïs	Paysagiste-urbaniste exerçant au Royaume-Uni Auteur d'une thèse sur l'évolution des pratiques des paysagistes face aux enjeux écologiques de la conception urbaine	23/08/16
LUENGO	Ana	Architecte-Paysagiste Espagnole Membre du conseil exécutif et ancienne présidente de l'IFLA Europe (International Federation of Landscape Architects)	02/08/16
MORIN	Sylvain	Ingénieur paysagiste-urbaniste Vice-Président de la Fédération Régionale du Paysage Île-de-France Professeur à l'Ecole Nationale Supérieure de la Nature et des Paysages de Blois	15/06/16
PLANCHAIS	Laure	Paysagiste Membre de l'APCE (Association des Paysagistes Conseils de l'État) Membre de la FFP (Fédération Française du Paysage) Lauréate du Grand Prix National du Paysage 2012 Enseignante à l'Institut de Géoarchitecture de Brest	30/06/16
QUERU-FERNANDEZ	Véronique	Directrice des marchés publics de la ville de Versailles	23/06/16
QUINIOU	Emmanuelle	Urbaniste Directrice de l'AURA (Agence d'urbanisme de la Région Angevine) Administratrice de l'école d'architecture de Nantes Membre du comité national de la politique publique du paysage	02/08/16

SEGUR	Frédéric	Directeur du service Arbres et Paysage de l'agglomération du Grand Lyon	01/07/16
		Membre du Conseil Scientifique de Plante & Cité	
		Membre de l'AITF (Association des Ingénieurs Territoriaux de France)	
		Membre de l'association Hortis	
THIBAUT	Jean-Pierre	Vice-président de Qualipaysage (Association de qualification des entreprises du paysage)	12/07/16
		Inspecteur Général de l'administration	
		Membre du Conseil général de l'Environnement et du développement durable	
		Membre du comité national de la politique publique du paysage	

	Diplôme : Ingénieur en paysage Spécialité : Paysage Spécialisation / option : Ingénierie des territoires Enseignant référent : Thomas COISNON
Auteur(s) : Anthony GUITTON	Organisme d'accueil : Ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer
Date de naissance* : 16/02/1992	Adresse : Tour Séquoia 92055 LA DEFENSE Cedex
Nb pages : 48 Annexe(s) : 2	Maître de stage : Karine MANGIN
Année de soutenance : 2016	
Titre français : Comment renforcer la place des paysagistes dans la commande publique française ? Titre anglais : How to strengthen the place of the landscape architect in the French public order?	
Résumé : Tributaire des commandes des collectivités locales (communes, intercommunalités, conseils départementaux, etc.) et de l'Etat, les paysagistes connaissent actuellement une période tourmentée. Crise économique, baisse des dotations de l'Etat, dépendance au calendrier électoral sont autant d'éléments qui fragilisent la commande publique. A ce constat, s'ajoute une mauvaise connaissance de la profession de paysage et de ses missions de la part des pouvoirs publics. Ces derniers mobilisent peu leurs compétences lorsqu'ils entreprennent des études ou des aménagements paysagers, au détriment parfois de la qualité des projets. Le renforcement de la place des paysagistes au sein de la commande publique est donc un enjeu essentiel pour la profession mais aussi plus généralement pour notre cadre de vie. Il s'agira tout d'abord de préciser ce que recouvre le terme de commande publique en paysage. Une méthode pour analyser cette commande sera expliquée dans un second temps. Les résultats de cette analyse apporteront ensuite un éclairage sur l'état de la commande. Enfin des orientations pour renforcer le paysagiste au sein de la commande seront exposées.	
Abstract : Mostly dependent on orders placed by local authorities (municipalities, inter-communal bodies, departmental councils) and the State, French landscape architects are currently going through distressful times. Economic crisis, reduction of state endowments, dependence on the electoral agenda, contribute to weaken public procurement. In addition, landscape architects suffer from a lack of recognition on the part of public authorities. Indeed, those professionals are still too rarely solicited for territorial studies or projects, very often at the expense of the quality of the environment. As a result, it is an important challenge for the profession, as for the quality of our living environment, to strengthen its role in public procurement. In the first part, we will give a definition of the notion of landscape public procurement. The method used to analyse it will be explained in the second part. The results of this analysis will follow. Finally, we will propose some policy orientations and guidelines to help landscape architects occupy a more prominent position in public procurement.	
Mots-clés : marché publique, paysagiste, commande Key Words: public procurement, landscape architect, purchase orders	

* Elément qui permet d'enregistrer les notices auteurs dans le catalogue des bibliothèques universitaires