

PLAN DE RELANCE POST-COVID

PRINTEMPS 2020



**LES ENTREPRISES DU PAYSAGE : UN
SECTEUR À HAUTE VALEUR
ENVIRONNEMENTALE ET SOCIÉTALE**

INTRODUCTION

Fortement employeur en main d'œuvre non-délocalisable, le secteur du paysage est un acteur incontournable d'un plan de relance économique dynamique et vertueux. La nature même de ses activités (création et entretien de tous les parcs, jardins et aménagements végétalisés) est une des réponses aux enjeux environnementaux, mais également sociétaux.

La crise que nous traversons a exacerbé le besoin d'un retour à la nature : les entreprises du paysage sont désormais en première ligne pour participer à la relance. Engagées dans une croissance économique remarquable depuis trois ans, mais stoppées brutalement depuis deux mois, elles ont désormais besoin d'être entendues et soutenues pour jouer pleinement leur rôle.

Les **29 550 entreprises du paysage forment un secteur économique dynamique et vertueux, générant de très nombreuses externalités positives**. Pourtant le panel de ses activités reste peu connu derrière les images convenues du patrimoine remarquable ou du jardin pavillonnaire (01).

La crise sanitaire est arrivée à la plus mauvaise période, pour une activité aussi saisonnière que le paysage : habituellement, les entreprises du secteur réalisent 2,2 Mds € de CA au printemps, autour d'un produit vivant, périssable et non stockable. Et, malheureusement, le végétal – filière agricole non alimentaire - n'a pas été considéré comme un produit « de première nécessité ». **Composée majoritairement de TPE, PME, c'est donc l'une des seules filières agricoles qui ait été autant touchée** : une enquête de l'Union Nationale des Entreprises du Paysage¹ (Unep), datée du 10 avril, et réalisée auprès de 600 entreprises, relève une **baisse prévisionnelle** de l'ordre de **40 % de ce CA sur le second trimestre**.

Or, à la croisée de deux secteurs – l'Agriculture et les Travaux publics, ces entreprises ont toujours été victimes d'une **méconnaissance de leurs spécificités et de leur modèle économique**. Elles sont souvent écartées des aides agricoles et rurales, et à la marge des plans de soutien régulièrement prévus pour le bâtiment et les travaux publics. Le plan de relance doit enfin y remédier ! (02).

Un soutien du secteur générera de **nombreux bienfaits pour l'environnement et la société, mais aussi sur un plan social, le secteur étant structurellement intensif en main d'œuvre**. Ce soutien doit reposer sur les citoyens, les entreprises et les collectivités : à chaque strate, des solutions existent, ou doivent être pensées, pour accompagner une **relance écologique et économique sur tous les territoires** (03).

Contact : Jean-Philippe Teilhol, jpteilhol@unep-fr.org

¹ L'Unep est la première organisation professionnelle représentative des entreprises du paysage – www.lesentreprisesdupaysage.fr

SYNTHÈSE DES PROPOSITIONS DE L'UNEP

Quatre leviers d'action pour mettre les entreprises du paysage en 1^{ère} ligne de la relance économique, environnementale et sociale

1 - Stimuler le marché des collectivités	<p>Par une action forte de l'État à trois niveaux</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Flécher les aides publiques nationales existantes (Action Cœur de Ville, etc.) et les investissements futurs vers les infrastructures vertes ; ➤ Soutenir la commande publique locale, en augmentant le fonds de compensation de la taxe sur la valeur ajoutée et/ou la dotation d'équipements des territoires ruraux ; ➤ Mieux informer et inciter, par des mécanismes financiers ou législatifs, les collectivités à végétaliser en utilisant les outils existants de planification urbaine (SRADDET, SCOT, PADD, PLU, PLUi, etc.).
	<p>Protéger les entreprises de la spirale du moins-disant dans la commande publique</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Offrir des garanties sur les mécanismes permettant d'écarter les offres anormalement basses ; ➤ Encourager les appels d'offres reposant sur des critères de notation techniques et précis et des méthodes d'appréciation concrètes ; ➤ Créer un observatoire des prix sous l'égide de la Direction générale des entreprises (DGE) ; ➤ Privilégier le sourcing, pour favoriser une commande publique raisonnée et performante.
2 - Soutenir le marché des particuliers	➤ Instaurer une TVA circulaire , pour stimuler la demande des produits vertueux pour l'environnement
	➤ Garantir et renforcer la fiscalité favorable aux services à la personne
3 - Augmenter l'attractivité de l'offre des entreprises	➤ Favoriser l'embauche des apprentis en diminuant les charges patronales
	➤ Accorder une aide à l'investissement , à travers le suramortissement
4 - Améliorer la résilience des territoires	➤ Créer un marché de droit à artificialiser , pour concilier aménagement du territoire et protection de la nature

01 LES ATOUTS DU SECTEUR DU PAYSAGE DANS LA RELANCE ÉCONOMIQUE

LE PAYSAGE, UN SECTEUR DYNAMIQUE EN PERPÉTUELLE ÉVOLUTION

Particulièrement intensif en main d'œuvre², le secteur est pourvoyeur d'emplois non-délocalisables, et répartis sur l'ensemble du territoire ; par ailleurs, il investit fortement dans la formation et l'insertion des jeunes : aujourd'hui, 11 % des salariés de la branche sont en contrat d'apprentissage (contre 2,1 % au niveau national³). Enfin, les entreprises du paysage, socialement et environnementalement vertueuses, sont **exemplaires en matière d'engagements RSE**.

Ce secteur est en permanente évolution, tant au niveau des pratiques et des techniques qu'au niveau des réponses apportées aux attentes sociétales et aux contraintes environnementales. Cette **capacité à innover** est observée dans l'ensemble de ses spécialités : création et entretien d'espaces verts, élagage, reboisement, terrains de sport, génie végétal, arrosage automatique, etc.

Il **accompagne le renouvellement de la ville**. À mesure que l'urbanisation s'accroît, le besoin de nature se fait plus pressant et génère de nouvelles formes d'espaces verts, dont on perçoit l'orientation à travers le développement de murs et toitures végétalisés ou de l'agriculture urbaine. De nombreux projets de quartiers intègrent dès leur conception des zones de plantations, voire de production de fruits et légumes, de potagers partagés, etc.

Derrière cette capacité à innover et à inventer la ville de demain, le secteur du paysage a connu, depuis les années 2000, une **forte croissance tant en termes de nombre d'actifs et d'employés qu'en chiffre d'affaires**. Ce mouvement accompagne naturellement la tendance de fond, de la part des particuliers et des pouvoirs publics, de voir le végétal s'installer durablement dans leur quotidien. Aujourd'hui, la filière compte près de 30 000 entreprises (+ 10 000 en 10 ans), 100 000 actifs et réalise près de 6 Mds € de CA.

² Dans le secteur du paysage, le CA HT par actif est de 60 600 € (Unep, 2018) – à titre de comparaison, et pour les dernières données nationales connues, il était de 301 600 € en moyenne en 2015 dans l'ensemble de l'économie ([INSEE 2017](#)).

³ En 2017, la France comptait 420 000 apprentis (données du ministère de Travail) pour 19,27 millions de salariés dans le privé (données INSEE).

DES ACTIVITÉS DONT LES BIENFAITS SONT AU CŒUR D'UNE RELANCE PÉRENNE

Une telle vitalité s'explique, en partie, par la singularité de l'activité : le besoin de nature est ancré en chacun de nous, parce que nous en avons besoin pour vivre. La période de confinement que nous avons vécue, en pleine période printanière, l'a fait cruellement ressortir – surtout en milieu urbain. La nature n'est pas un bien comme un autre, elle porte de très nombreuses externalités positives.

- ➔ **Lutte contre les îlots de chaleur, la pollution et les inondations** : la nature en ville facilite la gestion des risques et la résilience des territoires⁴ : elle contribue à rafraîchir l'atmosphère en période de forte chaleur, elle stocke le dioxyde de carbone, elle filtre les composés organiques volatils, et enfin, elle limite les inondations en favorisant l'infiltration.
- ➔ **Préservation de la biodiversité** : le végétal, support de la biodiversité, préserve les équilibres naturels des villes.
- ➔ **Amélioration du cadre de vie** : le végétal embellit les lieux de loisirs, de travail, de vie quotidienne. C'est un atout majeur pour les collectivités locales, puisqu'il améliore grandement l'image, la qualité et l'attractivité de leurs territoires.
- ➔ **Réduction de la consommation énergétique des bâtiments** : en réduisant les îlots de chaleur, les espaces verts limitent l'utilisation des climatiseurs. Les infrastructures vertes, comme les toitures végétalisées, permettent une régulation thermique plus importante⁵.
- ➔ **Contribution à la santé physique et mentale, au bien-être** : en plus du lien social créé dans les parcs et jardins, le végétal contribue à la bonne santé physique et mentale des populations (activité physique, meilleure qualité de l'air, réduction du stress). + 10 % d'espaces verts permet d'économiser 94 millions d'euros en dépenses de santé⁶.

Ces bénéfices font des aménagements paysagers un investissement parmi les plus rentables.

Pour toutes ces raisons, **le verdissement des villes est plébiscité par les Français** : 9 sur 10 considèrent qu'il est important de conserver un contact quotidien avec le végétal⁷ ; 8 sur 10 souhaiteraient vivre dans un environnement plus vert⁸.

En cette période exceptionnelle, les bienfaits de la nature prennent tout leur sens : **le confinement a été plus facile à vivre pour les plus de 60 % de Français qui se sont confinés dans une maison avec un jardin**. Ainsi, d'après une récente étude Ipsos⁹, moins de la moitié des personnes ayant un jardin ont souffert de stress (41 %), alors que ce dernier a touché plus des deux tiers de la population française sans jardin (67 %).

⁴ Etude [climat I4CE « Végétaliser la ville », 2016](#)

⁵ Etude du centre d'écologie urbaine de Montréal, 2011

⁶ Etude Asterès « [Les espaces verts urbains : lieux de santé publique, vecteurs d'activité économique](#) », 2016

⁷ « [Jardins et espaces verts, l'exception culturelle française ?](#) », enquête Unep-Ipsos (2013)

⁸ « [Le quartier idéal de demain, c'est quoi](#) », enquête Ipsos pour Altarea Cogedim (juillet 2015)

⁹ Etude [Ipsos pour Consolab, 23 mars 2020](#)

02 UN SECTEUR DUREMENT TOUCHÉ PAR LA CRISE

UN MODELE UNIQUE, À PRÉSERVER

La crise sanitaire est arrivée à la plus mauvaise période, pour les entreprises du paysage. Selon le baromètre de la profession (I+C / Agrica pour Val'hor / l'Unep), **2,2 Mds € de CA en création ou entretien de jardins, parcs et espaces verts publics ou privés sont réalisés sur la période mars-mai**. Les entreprises du paysage ont vu leurs contrats annulés, réduits ou reportés (report d'exécution des contrats publics, annulation des contrats privés).

Face aux **difficultés de mise en œuvre des gestes barrière**, nombreuses entreprises ne pouvant assurer la sécurité de leurs salariés ne reprennent pas ou de manière dégradée leur activité. Celles qui reprennent ont des difficultés en approvisionnement, en logistique de transport/livraison liées à la fermeture des fournisseurs de matériel. Une enquête de l'Unep, datée du 10 avril, et réalisée auprès de 600 entreprises du paysage, relève une baisse prévisionnelle de l'ordre de 40 % du chiffre d'affaires sur le second trimestre.

Les entreprises du paysage doivent dorénavant être structurellement soutenues, dans la durée. D'une part pour leur activité, bénéfique à l'ensemble de la collectivité sur les plans sanitaire, environnemental, écologique, économique et sociétal. D'autre part pour l'exceptionnel modèle social que le secteur représente :

- particulièrement intensif en main d'œuvre¹⁰, pourvoyeur d'emplois non-délocalisables, répartis sur l'ensemble du territoire ;
- fortement investi dans la formation et l'insertion des jeunes : aujourd'hui, 11 % des salariés de la branche sont en contrat d'apprentissage (contre 2,1 % au niveau national¹¹) ;
- socialement et environnementalement vertueuses, exemplaires en matière d'engagements RSE.

L'ARBRE DERRIÈRE LA FORÊT : UN SECTEUR TROP MÉCONNU DES POUVOIRS PUBLICS

L'importance des enjeux autour de la nature en ville devrait favoriser un suivi attentif, par les pouvoirs publics, des entreprises du paysage. Or, **à la croisée de plusieurs secteurs – l'Agriculture, le Bâtiment et les Travaux publics** –, intervenant dans des domaines indispensables et non-couverts par ces activités (génie végétal, génie écologique, maîtrise de la nature et de sa biodiversité, ...), par ailleurs compétentes en ville comme dans le monde rural, ces entreprises sont aujourd'hui victimes d'une méconnaissance de leurs spécificités et de leur modèle économique.

Pour toutes ces raisons, **elles sont tout le temps écartées des aides** agricoles et rurales, mais aussi des plans de relance régulièrement prévus pour le bâtiment et les travaux publics.

¹⁰ Dans le secteur du paysage, le CA HT par actif est de 60 600 € (Unep, 2018) – à titre de comparaison, et pour les dernières données nationales connues, il était de 301 600 € en moyenne en 2015 dans l'ensemble de l'économie ([INSEE 2017](#)).

¹¹ En 2017, la France comptait 420 000 apprentis (données du ministère de Travail) pour 19,27 millions de salariés dans le privé (données INSEE).

03 PROPOSITIONS POUR METTRE LES ENTREPRISES DU PAYSAGE EN 1^{ÈRE} LIGNE D'UN PLAN DE RELANCE DURABLE

L'Union Nationale des Entreprises du Paysage (Unep) réaffirme les propositions structurelles émises dans le cadre du Grand Débat, puis auprès de la Convention Citoyenne pour le Climat. Elles sont issues de l'expérience de terrain de ses membres et des réflexions engagées avec son Observatoire des Villes Vertes¹², qui recense, évalue et promeut les bonnes pratiques en ville.

Dotée d'une bonne connaissance des problématiques environnementales et climatiques, l'Unep est légitime à prendre la parole sur l'indispensable composante écologique du plan de relance attendu après la crise, pour accélérer l'émergence des villes de demain.

La préservation de l'environnement est l'affaire de tous : citoyens, entreprises, collectivités. À chaque strate, des solutions existent, ou doivent être pensées, pour accompagner une relance écologique sur tous les territoires.

1 - STIMULER LE MARCHÉ DES COLLECTIVITÉS

➤ Encourager les collectivités territoriales à végétaliser leurs zones urbaines

50 millions de Français – plus des trois quarts de la population – habitent en ville, selon les données 2016 de l'Insee. **Alors que le réchauffement climatique menace de rendre les centres urbains invivables, il est urgent de repenser l'équilibre entre la ville et la nature.**

Cette crise offre l'opportunité politique de bâtir la ville de demain, dans laquelle le végétal occupera une place aussi structurante que le béton. Ainsi, 1 Français sur 2 souhaite une ville du futur « végétale » et « écologique »¹³ ; ils estiment que la création d'espaces verts devrait être la priorité n°1 de leur ville¹⁴ - devant la crèche et les équipements culturels et sportifs.

Le plan de relance du secteur de la construction devra intégrer ces demandes pressantes des Français.

Pour cela, une action forte de l'État doit s'exercer à deux niveaux.

- ➔ Par un **fléchage d'une partie des aides publiques nationales existantes et des investissements futurs vers les infrastructures vertes**. À titre d'exemple, le programme Action Cœur de Ville, pourtant ambitieux dans ses objectifs, bénéficie quasi exclusivement à des infrastructures minérales !
- ➔ Par un **soutien à la commande publique locale** : le fonds de compensation de la taxe sur la valeur ajoutée (FCTVA) ou la dotation d'équipements des territoires ruraux (DETR) pourraient être des leviers efficaces pour y parvenir.

¹² www.observatoirevillesvertes.fr

¹³ Résultats de l'enquête menée par l'Observatoire des villes vertes, 2016

¹⁴ Idem

L'Unep incite à atteindre la recommandation de l'OMS - un espace de verdure à moins de 300 mètres de chaque habitation. Une autre action forte, soutenue par plusieurs villes, serait d'arriver à 1 arbre par habitant. D'ailleurs, parmi les 90 actions énoncées dans le Plan Biodiversité, l'État fixe comme objectif d'atteindre dans les villes et métropoles 1 arbre pour 4 à 10 habitants – une fourchette plutôt importante. Or, il y a actuellement en moyenne dans les plus grandes villes 1 arbre pour 9 habitants¹⁵. À titre de comparaison, à Berlin, la tendance est inversée : chaque habitant dispose de 4 arbres pour lui tout seul...

Tous les outils existent déjà pour permettre aux collectivités de verdir leur territoire à peu de frais : les collectivités territoriales peuvent notamment utiliser la planification urbaine (SRADDET, SCOT, PADD, PLU, PLUi, etc.), qui peut facilement prescrire ou encourager la nature en ville, mais également l'achat et la commande publics, en faisant de la qualité environnementale un critère décisif et en la qualifiant davantage.

Aujourd'hui, certaines communes, volontaires, font figure d'exemple en matière de végétalisation :

- le PLU de la ville de Paris, mis en place en 2016, impose de végétaliser toute nouvelle toiture d'une dimension supérieure à 100 m² ;
- à Strasbourg, chaque habitant dispose de plus de 100 m² d'espaces verts ; cet élément est non négligeable quand on sait qu'un arbre mature peut capter jusqu'à 20 kg de particules et retenir 360 kg de CO₂ tout au long de sa vie ;
- 60 % des villes panelistes de l'Observatoire des villes vertes ont végétalisé les voies de leur tramway, pour réduire le bruit et diminuer les îlots de chaleur urbains¹⁶.

Les maires doivent à la fois être mieux informés de ces possibilités et davantage incités à les utiliser, notamment par des aides conditionnées à l'investissement vert.

➤ Protéger les entreprises de la spirale du moins-disant dans la commande publique

Dans la commande publique, trop souvent, le critère du prix est prépondérant dans le choix du prestataire. Dans le cas contraire, il est fréquent que le cahier des charges n'objective pas assez la méthode d'appréciation des critères techniques, ce qui les relègue – de fait – à un niveau inférieur.

Or pour soutenir les entreprises en cette période de crise, où les règles sanitaires renchérisent les coûts et diminuent les marges, mais aussi pour favoriser des pratiques durables au service des collectivités, le critère prix ne peut pas être le seul retenu.

Le végétal et son écosystème ne sont pas des biens comme les autres, ils sont vivants et fragiles : leur coût se calcule sur l'ensemble de leur cycle de vie. Choisir le prix au détriment de la qualité, pour la réalisation d'un aménagement paysager, peut faire courir le risque à l'acheteur de supporter des coûts plus importants à moyen/long terme et accroît les achats de végétaux à l'étranger au lieu de privilégier les pépinières régionales. C'est pourquoi l'Unep souhaiterait des garanties sur les mécanismes permettant d'écarter les offres anormalement basses, ainsi que sur les incitations à publier des mises en concurrence contenant davantage de critères techniques, aux méthodes d'appréciation objectivées.

¹⁵ Résultats de la [3^e édition du Palmarès des villes vertes](#), 2020

¹⁶ Résultats de l'enquête menée par l'Observatoire des villes vertes, mai 2018

L'indice INSEE des prix des services d'aménagement paysager indique une baisse tendancielle depuis 2010, malgré une légère reprise depuis 2017. Attention à la sortie de crise : fortement impactées par la récession, des entreprises risquent de casser les prix et d'entraîner l'ensemble du secteur dans un cercle vicieux profondément mortifère.

- ➔ Dans ce contexte, l'Unep appelle à la **création d'un Observatoire des prix**, sous l'égide de la Direction Générale des Entreprises, qui remplirait trois objectifs majeurs : lutter contre une trop grande volatilité des prix, mieux structurer la filière du paysage et *in fine*, éclairer les clients dans leurs achats.
- ➔ Une manière d'**orienter la commande publique vers la qualité serait d'encourager davantage le *sourcing***, innovation consacrée par l'article 4 du décret du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics. Le *sourcing* consiste, pour les collectivités, à consulter les entreprises – sur la base d'une démarche méthodique encadrée : planification, identification des principaux enjeux et objectifs recherchés, élaboration d'une grille d'entretien commune - avant la mise en concurrence du marché. C'est un élément essentiel de la montée en performance et en qualité des marchés publics : avec, à la clé, un cahier des charges adapté aux réalités économiques du terrain, favorisant les acteurs locaux mais également les réalisations paysagères les plus efficaces et les plus riches en externalités positives (biodiversité, attractivité, etc.).

2 - SOUTENIR LE MARCHÉ DES PARTICULIERS

➤ **Diminuer le coût pour les particuliers : instaurer une TVA circulaire, tenant compte des externalités positives du secteur**

Pour stimuler la demande, qui risque fort de diminuer avec une baisse du pouvoir d'achat, **seule une action volontariste des pouvoirs publics peut corriger l'obstacle principal auquel se heurte le secteur : une TVA élevée sur une activité souvent mise à mal par la concurrence déloyale et le travail non déclaré**. Par ailleurs, si l'on connaît les coûts des espaces verts, on mesure moins ceux qu'ils permettent d'éviter ; les bénéfices qu'ils procurent (attractivité des territoires, loisirs, bienfaits sur l'environnement, la santé, lieux de rencontres, ...) sont difficilement quantifiables par un prix, ce qui rend difficile toute valorisation économique des paysages.

Pour y remédier, l'Unep **propose d'instaurer une TVA dite « circulaire »**, calculée en fonction des externalités, positives comme négatives, des biens et services sur l'environnement : c'est-à-dire, selon les coûts collectifs induits (pollution, épuisement du sol, maladies, ...) ou les économies et bienfaits générés par les produits consommés (filtration des particules fines, limitation des effets des inondations, ...). Cela reviendrait à appliquer une TVA réduite sur les produits et services « responsables » (à savoir, plus écologiques) et une TVA plus élevée sur les autres. Ainsi, producteurs et consommateurs sont incités à avoir des comportements tenant davantage compte de l'environnement.

Les avantages sont nombreux et, surtout, collectifs :

- ➔ la **concurrence** entre les producteurs est **équitable**, et se fait sur la base de l'éco-conception ;
- ➔ les consommateurs peuvent accéder plus facilement à des **offres « responsables »**, **sans perte de pouvoir d'achat** : ainsi, un individu serait encouragé à végétaliser plutôt qu'imperméabiliser son sol ;
- ➔ il n'y a **pas de manque à gagner pour l'État** : la perte de recette fiscale induite par un tel dispositif est compensée à la fois par la diminution des dépenses publiques liées aux préjudices causés par des produits moins écologiques et par l'augmentation de TVA des produits/prestations les moins vertueuses.

➤ **Soutenir les services à la personne : garantir et renforcer les crédits d'impôt pour les travaux de jardinage**

Les particuliers domiciliés en France peuvent bénéficier d'un **crédit d'impôt à hauteur de 50 % lorsqu'ils engagent des dépenses au titre de services à la personnes (SAP)** ; un tel dispositif, qui vise à lutter contre le travail non déclaré et à stimuler la demande, a déjà fait ses preuves : il a, en grande partie, contribué à insuffler une dynamique positive pour le secteur, qui s'est traduite, entre 2006 et 2016, par une hausse de 17 % du chiffre d'affaires et de 27 % du nombre d'actifs. Par ailleurs circonscrit à des travaux d'entretien et plafonné à 5 000 € annuels par foyer fiscal, ce dispositif est d'un coût raisonnable pour les dépenses publiques.

Ainsi, au regard d'une balance coûts/bénéfices favorable, le crédit d'impôt SAP appliqué aux prestations paysagères de « *petits travaux de jardinage* » doit, a minima, être maintenu et même renforcé pour accompagner la relance des entreprises. **Déplafonner, ou a minima porter le plafond à 7 000 €, inciterait les particuliers à recourir davantage aux services de nos entreprises.**

3 - AUGMENTER L'ATTRACTIVITÉ DE L'OFFRE DES ENTREPRISES

➤ **Favoriser l'embauche d'apprentis en abaissant les charges**

La branche du paysage investit fortement dans l'insertion et la formation des jeunes : ainsi, 10,5 % des salariés de la filière sont des jeunes en contrat d'apprentissage, contre seulement 2,1 % au niveau national. **Cette voie d'insertion professionnelle qu'est l'apprentissage, considérée comme une des priorités nationales du Président de la République, a été profondément réformée par la loi « Avenir professionnel »,** en confiant davantage de responsabilités aux branches professionnelles, ce dont se félicite l'Unep, tant l'apprentissage correspond bien au fonctionnement et aux besoins des entreprises de la filière.

La crise que nous traversons risque d'impacter profondément et durablement le marché de l'emploi, en bloquant les nouvelles embauches. Il nous semble fondamental à l'inverse de favoriser l'arrivée des jeunes dans les entreprises et ainsi de limiter les effets de cette crise sur le marché de l'emploi des nouvelles générations au travail.

Aussi, afin de stimuler l'embauche de jeunes apprentis, l'Unep défend l'idée d'une baisse des charges patronales pour ces contrats, particulièrement pour les plus petites entreprises qui constituent 94 % des entreprises de la branche. A minima, nous demandons le **retour au dispositif d'exonération de charges sur les apprentis, antérieur au 1^{er} janvier 2019, et qui était applicable aux entreprises de moins de 11 salariés.** Il convient de revenir à cette exonération de charges patronales pour l'ensemble des entreprises. Une baisse des charges patronales sur les apprentis permettrait ainsi de revenir à une part plus importante d'apprentis dans la branche (cette part a pu atteindre 14 %).

➤ **Accorder une aide à l'investissement : l'exemple du suramortissement**

Avant même d'affronter la crise du Covid-19, les entreprises du paysage avaient été très sollicitées en un temps record dans le cadre de la loi du 6 février 2014, dite « loi Labbé limitant l'utilisation des produits phytosanitaires ». Très majoritairement de petite taille (90 % ont moins de 6 salariés), ces entreprises avaient salué l'avancée majeure représentée par cette loi, et l'avaient promue auprès de leurs clients. Mais elles ont été les oubliées de la réforme : contrairement à d'autres utilisateurs plus « visibles » (agriculteurs, collectivités, particuliers), elles n'ont bénéficié d'aucune aide (technique ou financière) pour leur transition vers le « zéro-phyto ». La plupart ont dû s'adapter seules, en quelques mois, et peinent encore à répondre aux exigences de la réforme.

Plus que jamais affaiblies aujourd'hui par la crise, elles sollicitent un soutien aux investissements réalisés en 2020 et 2021 ; à titre d'exemple, les acteurs agricoles ont bénéficié de suramortissements, dans le cadre de soutiens sectoriels auxquels les entreprises du paysage ne sont pas éligibles. Une mesure ciblée de ce type serait bienvenue.

4 - AMÉLIORER LA RÉSILIENCE DES TERRITOIRES

➤ **Concilier aménagement du territoire et protection de la nature**

Le plan de relance doit favoriser la transition vers un futur soutenable, plus respectueux des équilibres écologiques. Aujourd'hui, il n'est plus possible d'ignorer les liens entre déforestation, artificialisation des sols et incidence de maladies infectieuses chez l'homme.

La stratégie de relance à court-terme doit intégrer nos objectifs écologiques de long-terme, au risque d'amplifier la vulnérabilité de nos territoires aux risques climatiques.

C'est pourquoi **l'Unep soutient la proposition de France Stratégie (juillet 2019) de mettre en place un marché de droits à artificialiser contre renaturation**. L'Unep a développé sa propre proposition pour y répondre : les **certificats de biodiversité**.

Ce mécanisme s'inspire des certificats d'économie d'énergie avec un fonctionnement analogue, non pas sur la base des économies d'énergie à générer mais sur celle d'un objectif de préservation des sols non-artificialisés. Ainsi, pour toute nouvelle construction impliquant une imperméabilisation des sols, conformément au permis de construire déposé et selon des critères standardisés, les porteurs du projet doivent la compenser par ailleurs. Cette compensation, qui à terme serait à surface égale, se ferait via l'obtention de certificats de biodiversité. Ceux-ci, de manière standardisée, seraient générés par toute opération de désimperméabilisation, dépollution, renaturation des sols ou de végétalisation du bâti. Cette renaturation pourrait être labellisée par une autorité garantissant la qualité environnementale de la renaturation.

Un tel dispositif offrirait une alternative aux 29 taxes existantes sur l'artificialisation des sols, qui n'ont jamais permis d'en ralentir le rythme. Tout en laissant une autonomie aux entreprises de construction sur les modalités d'atteinte de leurs objectifs, ce mécanisme les incite à intégrer la préservation des sols dès le début des travaux : en choisissant de végétaliser une toiture ou d'engazonner un parking, par exemple, elles peuvent se dégager de tout ou partie de leurs obligations.

Ce dispositif offre une prime aux résultats immédiats, tout en restant souple dans son pilotage national puisque l'État n'interviendrait que dans les phases amont et aval.

C'est un **atout pour l'aménagement local**, puisque les collectivités locales pourraient en bénéficier en voyant leurs travaux de renaturation éligibles subventionnés par des achats de certificats.

À PROPOS

Créée en 1963, l'Union nationale des Entreprises du Paysage est la première organisation professionnelle du paysage reconnue par les pouvoirs publics. L'Unep représente 29 550 entreprises et 97 300 actifs, qui se consacrent à la création, à l'entretien et à l'aménagement de jardins et d'espaces paysagers.

Ces entreprises sont au service des particuliers, des entreprises et des collectivités locales, et représentent toutes les tailles d'entreprise, depuis la TPE jusqu'à la PME comptant plus de 1 000 salariés. Elles s'appuient sur des jardiniers-paysagistes professionnels qui, au-delà de leur savoir-faire « végétal », déploient des compétences multiples. Cela leur permet de mener à bien des projets complets, intégrant les végétaux comme les matériaux et prenant en compte l'environnement et la biodiversité.

Contact : Jean-Philippe Teilhol, jpteilhol@unep-fr.org



www.lesentreprisesdupaysage.fr