

Les cahiers de la ruralité

N° 3
ÉTÉ 2022

Village

LE TOURISME : UNE CHANCE POUR LES CAMPAGNES ?

LE GRAND ANGLE
Visiteurs d'un jour,
habitants de demain

L'ENTRETIEN
"Transformer le touriste
en résident permanent"

CONJUGUER TOURISME ET ATTRACTIVITÉ DURABLE

En 2019, à la demande des acteurs des territoires, le Gouvernement a lancé l'Agenda rural, un plan d'action en faveur de la ruralité.

Depuis maintenant trois numéros, *Village* porte un regard objectif et critique sur ces politiques publiques et sur l'ensemble des actions déployées par l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT). Les citoyens et les collectivités locales s'emparent-ils aisément des outils créés ?

Les retombées sur le terrain des politiques menées par l'Europe, l'État, la Région, le Département, les Établissements publics de coopération intercommunale, voire les communes, sont-elles positives ? C'est à toutes ces questions que répondent ces *Cahiers de la ruralité*. Et ce par grandes thématiques : la mobilité et la jeunesse dans les deux précédents numéros, le tourisme et l'attractivité dans celui que vous tenez en main.

Une attractivité qui doit être fondée sur les forces réelles et spécifiques à chaque territoire. Il n'est donc pas judicieux de bâtir une stratégie marketing qui réponde uniquement aux aspirations des touristes de passage ou des futurs habitants. Celle-ci provoquerait une concurrence territoriale dont ceux qui vivent déjà sur place pâtiraient. Les risques de conflits seraient augmentés et l'âme des lieux peut-être perdue. Il s'agit plutôt de miser sur les spécificités et les points forts de chaque territoire en associant tous les acteurs. C'est ainsi que ruraux et néoruraux se sentiront respectés et que leurs besoins seront pris en compte. Tous les aspects du développement local doivent être traités de concert pour permettre une attractivité durable. Cela passe, par exemple, par une politique touristique en lien avec cet objectif d'attractivité. Une politique ancrée, qui ne soit ni hors-sol, ni démesurée.

Sylvie Le Calvez, directrice de publication.



VISITEURS D'UN JOUR, HABITANTS DE DEMAIN

Certains territoires cherchent à attirer de nouveaux habitants à tout prix, quand d'autres misent tout sur le tourisme pour soutenir l'économie locale. Il existe pourtant une troisième voie, plus inclusive. En Clunisois comme en Lozère, la politique d'accueil sert autant les habitants que les visiteurs de passage. Lesquels sont tentés de s'installer à leur tour.

Reportages.

Par Stéphane Perraud et Axel Puig



En Saône-et-Loire, Cluny attire des touristes par son patrimoine, mais aussi par son esprit d'ouverture et son dynamisme économique.

© Stéphane Perraud

« **R**egardez ces maisons. Elles comptent parmi les plus anciennes d'Europe, affirme Olaf Spronk en désignant une série de façades ornées de frises et de colonnettes à son groupe de visiteurs. Certaines datent du XII^e siècle. À l'époque déjà, Cluny accueil-

lait de nombreux voyageurs. Beaucoup se sont installés et ont fait prospérer la ville. Cette attractivité ne s'est jamais démentie depuis », poursuit ce guide touristique d'origine hollandaise, tombé amoureux de cette petite cité du Sud-Bourgogne en 2008. « J'ai découvert le site en randonnée sur le chemin de Compostelle. Je m'y

suis arrêté pour travailler dans un restaurant avant de poursuivre mon périple. L'année suivante, le restaurateur m'a rappelé pour la saison. J'ai dit oui sans hésiter et je n'en suis plus jamais reparti ! » Polyglotte, Olaf a fini par intégrer l'Office de tourisme et a acheté une maison à proximité. « J'apprécie la beauté des paysages et du

patrimoine, mais j'aime surtout l'état d'esprit des habitants. Ce territoire est ouvert sur l'extérieur depuis plus d'un millénaire et s'intéresse aux autres cultures. C'est très facile de faire des rencontres. »

Une tradition d'accueil

Cluny est un lieu de brassage depuis le Moyen-âge. Son abbaye, fondée en 910, fut longtemps la plus grande église de la chrétienté et un lieu d'accueil à travers l'histoire. Ses vestiges, en cœur de ville, attirent aujourd'hui 130 000 visiteurs par an. Lesquels aiment se perdre dans les ruelles adjacentes, très commerçantes. « Au charme

30 %

C'est la part de la fréquentation touristique nationale, en nuitées, assurée par les territoires ruraux (source Direction générale des entreprises 2019).

patrimonial s'ajoute une vraie qualité de vie, perceptible même lorsqu'on est de passage, estime Jean-Luc Delpuech, président de la Communauté de communes du Clunisois. On dit que les visiteurs d'un jour sont les habitants de demain. Nous recevons régulièrement des demandes d'installation suite à un séjour touristique. C'est une commune à échelle humaine où tout peut s'effectuer à pied, avec une belle offre culturelle et de nombreuses écoles. » Cette attractivité permet à Cluny de conserver quasiment le même niveau de popu-

lation – 5 000 habitants – depuis des décennies. Les nouveaux arrivants compensant aujourd'hui le solde naturel négatif. Dans son projet de territoire, la Com com ne parle d'ailleurs plus de projet touristique, mais d'accueil. Visiteurs et habitants sont traités sur un pied d'égalité et se partagent les équipements. « Depuis que nous proposons un service de billetterie de spectacles, les Clunisois se sont habitués à franchir la porte de l'Office de tourisme, explique Thomas Chevalier, son directeur. Ils nous considèrent comme un service cul-

« Nous recevons régulièrement des demandes d'installation suite à un séjour touristique. Ici, tout peut s'effectuer à pied, avec une belle offre culturelle et de nombreuses écoles. »

Les 800 étudiants de Cluny participent au dynamisme et à l'animation de la ville.



© JCI Ortiz - Cluny Tourisme



© Narayan



© Stéphane Perraud

turel. Autre exemple, on a équipé la ligne départementale de cars de porte-vélos. Le dispositif est utilisé aussi bien par les touristes qui pédalent sur la voie verte que par les habitants pour aller travailler sans voiture. »

Les habitants de demain

Un vaste plan de mobilité articulant vélo et autres modes de transports partagés est en développement. Cette intermodalité séduit les nouveaux habitants. C'est le cas de Thibault Hanin, qui a découvert Cluny par la voie verte durant ses vacances, avant

de quitter Berlin pour venir y habiter en 2019. « Je cherchais un territoire en transition où je pourrais continuer à me déplacer à vélo, explique le jeune quadra, ancien développeur de logiciels. Cluny est ouverte aux alternatives, il existe un réseau d'initiatives dans lequel j'ai pu m'inscrire. » Il a rejoint la centrale villageoise Soleil Sud Bourgogne qui promeut l'énergie photovoltaïque citoyenne. Après avoir équipé cinq toitures, le groupe d'habitants vise désormais les toits des collectivités locales. Thibault est également bénévole à la Forge, l'épicerie solidaire qui

Charlotte Dufour et son compagnon (en haut à gauche), Thibault Hanin (ci-dessus) et Anne Digout (ci-dessous) se sont tous récemment installés dans le Clunisois.

CLUNY, VILLE ÉTUDIANTE

Avec ses 800 étudiants, Cluny revendique le statut de plus petite ville étudiante de France ! L'École d'ingénieurs des Arts et métiers compte 500 inscrits, auxquels s'ajoutent 200 étudiants à l'école d'ostéopathie animale, 50 autres en classe préparatoire aux grandes écoles et encore 50 en BTS technico commercial.



© Stéphane Perraud

CLUNY ET LES AUTRES PETITES VILLES DE DEMAIN

Cinq communes du Clunisois (Matour, Tramayes, Dompierre-les-Ormes, Pierreclots et Cluny) ont été retenues dans le cadre du programme Petites villes de demain, porté par l'Agence nationale de la cohésion des territoires. Elles vont bénéficier de crédits pour des projets liés à l'environnement et à la revitalisation des centre-bourgs. Parmi les idées déjà mises sur la table : empêcher l'artificialisation des milieux naturels, densifier l'habitat, lutter contre les logements vacants, développer la piétonisation, les mobilités douces et attirer de nouveaux habitants, non pas sur Cluny même, mais sur le reste du territoire. Très peu dense, le Clunisois ne compte que 30 hab/km². En France, le dispositif qui vise à améliorer les conditions de vie des habitants des petits bourgs et des territoires alentour, concerne aujourd'hui plus de 1 600 communes.

réalise des achats groupés pour rendre le bio accessible à tous. « S'investir dans des initiatives comme celles-ci a du sens et permet de se créer très vite un réseau d'amis. » Même constat pour Charlotte Dufour, qui après avoir beaucoup bourlingué au gré de missions humanitaires, a racheté avec son compagnon une vieille ferme à Chiddes, un village de 90 âmes à l'ouest de Cluny. « L'accueil de nos voisins nous a bluffés. Pourtant, notre projet pourrait susciter la méfiance. On veut proposer des for-

mations autour du développement durable, des rencontres artistiques, des stages de yoga et de méditation. Mais tout le monde nous encourage, y compris la Communauté de communes qui nous a aidés à trouver des financements auprès de la Région pour financer nos travaux », explique-t-elle. Première étape, la création cet été d'un théâtre de verdure. « Il existe une vraie appétence pour la culture sur ce territoire rural, qu'on ne retrouve pas partout. C'est très motivant. »

La Lyonnaise Anne Digout est,

quant elle, quasiment venue en voisine. Les deux villes ne sont distantes que de 90 km. « Je connaissais la beauté de ce territoire où je venais me balader le week-end. Mais je sous-estimais son ouverture d'esprit qui m'a permis d'ancrer ici mon projet », explique cette formatrice dans le secteur médico-social. Depuis six ans, Anne cherchait un lieu pour monter un habitat participatif et inclusif unique en France. Baptisé Toits d'union, il entend coupler un habitat participatif classique à une colocation pour personnes âgées en perte d'autonomie. Séduite par l'idée, la municipalité de Cluny négocie actuellement avec l'Office public de l'habitat pour l'installer sur un terrain. Un nouveau défi pour la commune en matière d'accueil.

Améliorer la vie quotidienne

À plusieurs centaines de kilomètres de la Bourgogne, par-delà les vallées et les plateaux du Massif

« BESOIN D'AIR ! »

Depuis la terrasse de leur vaste maison, la vue s'ouvre sur un versant montagneux parsemé de rares maisons. Derrière eux, vers l'ouest, s'élève le plateau de l'Aubrac et ses espaces sans limites. « On n'aime pas la ville ! » lance Théo Filloz comme un cri du cœur. « J'ai toujours voulu travailler à la campagne. La ville, je l'ai juste tolérée », ajoute sa compagne Mélanie Delorme. Il y a un an et demi, le couple de professionnels de la santé a quitté Lyon, une cité dont ils ne supportaient plus « la chaleur en été » et « des rapports sociaux plus difficiles ». « J'étais à la fois insatisfait de la qualité de vie et au bout d'un cycle professionnel. Les trois confinements dans un appartement de 50 m² ont été un déclic. J'avais besoin d'eau, d'air », raconte Théo.



© Axel Puig

Ayant vécu sept ans dans sa jeunesse en Lozère, il propose à Mélanie de passer des vacances dans le coin pour lui faire découvrir « la diversité des paysages, les Causses, les Cévennes, les Gorges du Tarn ». Dans le même temps, le couple contacte le Département, particulièrement intéressé par l'arrivée de professionnels médicaux et choisit finalement de s'installer à Marvejols. « Ici, il y a l'autoroute à deux minutes, les commerces, les services dont on a besoin. En termes de biens de consommation, il ne nous manque rien. Et puis, on n'a pas peur de faire du bruit pour les voisins », sourit Théo. Qui plus est, pour le prix d'un T2 à Lyon, le couple peut acheter une belle maison avec jardin. « Et puis la patientèle est plus sympa à la campagne », ajoute Mélanie.



© Lozère nouvelle vie

Pour séduire touristes et nouveaux habitants, la Lozère mise sur ses paysages sauvages, comme ceux de l'Aubrac. Ci-dessous, Sophie Pantel, présidente du Conseil départemental, place l'attractivité au cœur de son action.

central, la Lozère développe aussi une politique d'attractivité dont le tourisme est l'un des leviers. Depuis quatre ans, le département le moins peuplé de France (76 000 habitants en 2019) a stabilisé sa population. Comme à Cluny, son solde naturel, très déficitaire, est compensé par l'arrivée de 500 nouveaux habitants chaque année. *« Faire de la politique, c'est améliorer la vie des habitants. Nous sommes dans une situation démographique telle qu'une baisse de population aurait un impact sur l'offre de services et de commerces et donc sur le quotidien des Lozériens. Certaines entreprises ont aussi du mal à trouver de la main d'œuvre. C'est pour cela que*

nous devons actionner simultanément tous les leviers », avance Sophie Pantel, la présidente du Conseil départemental. Le cœur de la politique d'attractivité, soutenue depuis son début par le Groupement d'intérêt public du Massif central et des Fonds européens de développement régional (Feder), s'articule autour d'une marque, « Lozère nouvelle vie », qui fédère une multitude d'acteurs : intercommunalités, Pôles d'équilibres territoriaux (PETR), chambres consulaires, Safer, Pôle Emploi... Chaque année, le Département verse un demi million d'euros à ces différents partenaires qui œuvrent à l'attractivité du terri-



DR

toire et à l'accompagnement de porteurs de projet. *« En dix ans, nous sommes passés d'une politique d'accueil à une politique d'attractivité. L'objectif n'est pas de vendre du rêve mais de faire connaître le territoire, de casser l'image de ruralité archaïque, de montrer qu'il y a ici des emplois à pouvoir, des places en crèches, des services accessibles sans embouteillages, des pépites qui créent des*

« Quand une personne vient plusieurs fois sur le territoire, il faut transformer l'essai, arriver à lui montrer des offres d'emploi. »

Le grand angle

entreprises innovantes. », souligne Pauline Favre, responsable Mission Accueil Attractivité au sein du Conseil départemental.

2,5 millions de nuitées par an

Pour ce faire, la Lozère écrit depuis une décennie un récit que portent une cinquantaine d'ambassadeurs du territoire. Il est question de nature, de grands espaces, de calme, d'authenticité, de sécurité, de gastronomie. Tous ces argu-

100 % FIBRE

D'ici un an, l'ensemble du département de la Lozère devrait être couvert par la fibre. Un argument de plus pour attirer touristes et nouveaux habitants.

Au niveau national, l'agenda rural vise la généralisation de la fibre sur 80 % du territoire pour la fin de l'année 2022. Depuis 2021, 87 % des communes rurales sont couvertes par au moins un opérateur.

ments, le Département les présentent aux Toulousains, Lyonnais ou Bordelais lors de manifestations promotionnelles d'envergure ou in situ, lors de sessions d'accueil personnalisées qu'on appelle ici les « Lozère dating ». Mais le grand atout du département reste sa fréquentation touristique, de l'ordre de 2,5 millions de nuitées par an, ses nombreux visiteurs qui randonnent dans les Cévennes, descendent les gorges de l'Aveyron en canoë ou arpentent l'Aubrac à vélo. « Quand une personne vient plusieurs fois ici, il faut transformer l'essai, arriver à lui montrer des offres d'emploi », insiste Pauline Favre. « Les valeurs du tourisme durable sont aussi celles que l'on avance pour accueillir de nouveaux habitants, ajoute Sophie Pantel. Les prestataires touristiques sont des ambassadeurs du territoire. Chez certains, nous avons installé des bornes qui présentent la Lozère

autrement que d'un point de vue touristique. Avec le Comité départemental du tourisme, nous travaillons aussi sur le travail nomade en recensant tous les gîtes connectés. »

Dans les pas de Modestine

À quelques kilomètres de Florac, Marie-Alice Gounod, Camilla Cremonini et Benjamin De Craene ont justement repris un gîte connecté, à la fibre certes mais surtout à la nature cévenole, celle qui vous envoûte même un jour de brume. Les trois amis venus du Mans, d'Italie et de Paris ont débarqué à Saint-Julien-d'Arpaon il y a moins d'un an. « Nous travaillons tous les trois dans la restauration à Paris. Après la fermeture de notre établissement à cause du covid, nous avons décidé avec Camilla de créer une entreprise ensemble », raconte Marie-Alice. Alpiniste, passionnée de randonnée, Camilla

Benjamin De Craene, Camilla Cremonini, Marie-Alice Gounod et Menaouer Dimitric gèrent le domaine des Copains à bord, à Saint-Julien d'Arpaon.





© Lozère nouvelle vie

Le Chemin de Stevenson est un vrai facteur d'attractivité, pour la Lozère, mais aussi pour d'autres départements du Massif central.

souhaite alors trouver un lieu proche de la nature et d'un GR. Marie-Alice, quant à elle, éprouve « l'envie de participer à une dynamique locale ». « Un jour, je suis tombée par hasard sur le film Antoinette dans les Cévennes. Quelques jours plus tard, avec Camilla et son compagnon Benja-

PAS SI SECONDAIRE

Si la Lozère a peu profité du phénomène « d'exode urbain », une hausse des achats de résidences secondaires a en revanche été observée depuis la crise sanitaire. « Donner envie à ces résidents secondaires de devenir des résidents permanents est un enjeu », avance Pauline Favre qui souligne par ailleurs que beaucoup de nouveaux installés viennent des départements voisins comme l'Hérault et ont des attaches familiales en Lozère. Certains reprennent même des maisons de famille pour y vivre à l'année.

min nous marchions sur le chemin de Stevenson ! », sourit la cadette des trois. Sur le GR 70 emprunté par l'écrivain écossais et son ânesse Modestine, le trio tombe sous le charme. Un temps, ils envisagent de racheter un hôtel à Meyrueis et finalement, conseillés par le directeur de l'Office de tourisme, ils se tournent vers un joli domaine touristique, avec gîte d'étape, cinq chambres d'hôtes, trois roulottes, piscine, jacuzzi et grande salle de restaurant. « En mars 2021 nous étions sur le GR. En septembre de la même année nous reprenions l'affaire », poursuit Marie-Alice. L'ensemble, d'une capacité de 40 couchages, est acquis pour 570 000 € auxquels s'ajoutent 80 000 € de travaux. Pour lancer son activité, le trio a notamment pu compter sur l'association du Chemin de Stevenson qui coordonne tous les acteurs

autour d'une offre structurée, avec une multitude d'outils mutualisés. « Le dynamisme de l'association en même temps que celui de l'Office de tourisme et l'augmentation du nombre de marcheurs nous ont rassurés », confie Marie-Alice alors que les premiers hôtes entrent dans la salle de restaurant, affamés après une journée de marche. Aux fourneaux avec son ami Menaouer Dimitric, Benjamin a préparé un velouté de potiron, des cromesquis de chèvre, un pavé de bœuf cuit à basse température. « Nous avons envie de faire découvrir des nouvelles saveurs. Nous visons une clientèle de touristes et de locaux, le lieu se prête à la mixité », lance le chef tandis que la brume se lève enfin sur les forêts des Cévennes. À table, autour de la soupe fumante, se trouve d'ailleurs peut-être un futur Lozérien.

QUELLE OFFRE TOURISTIQUE AUX ALENTOURS ?

Elle n'a pas encore un an et recense déjà plus de 5 000 activités réservables en ligne. Lancée en septembre 2021 par la Banque des territoires, la plateforme du tourisme de proximité baptisée Alentour ambitionne de devenir le plus large catalogue d'activités de loisirs de France. « *Il y a quinze ans, nous avons subi la révolution Tripadvisor puis l'arrivée d'Airbnb. Il serait bon que l'innovation digitale vienne de temps de France, premier pays touristique au monde* », explique Olivier Sichel, directeur général délégué de la Caisse des dépôts. Alentour a donc un double objectif : d'une part retrouver de la souveraineté en matière de présentation de l'offre touristique pour récupérer

une partie de la plus-value abandonnée aux plateformes internationales et d'autre part promouvoir l'offre de proximité qui a connu un regain d'intérêt suite à la crise sanitaire. Pour ce faire, la plateforme connecte les hébergeurs aux prestataires de loisirs, aux institutionnels du tourisme et aux visiteurs. Lorsqu'ils arrivent dans un hébergement inscrit, ces derniers peuvent scanner un QR code ou recevoir par SMS ou courriel des propositions d'activités aux alentours. Quant aux fournisseurs d'activités, leurs revenus s'en trouvent accrus car les commissions sont moindres.

www.alentour.fr

EFFET COVID, ES-TU LÀ ?

L'expression sonne comme une revanche de la campagne sur la ville. Depuis le début de l'année 2020, elle fleurit dans les médias et les discussions. À la demande du Réseau rural français et du Plan urbanisme construction architecture (Puca), douze chercheurs – sociologues, géographes et économistes – se sont penchés sur la réalité de ce qu'on appelle l'exode urbain. D'emblée, dans son rapport intitulé *Exode urbain ? Petits flux, grands effets, les mobilités résidentielles à l'ère (post-) covid*, l'équipe pluridisciplinaire balaye l'idée d'un mouvement massif, « *d'une recomposition majeure des flux vers des espaces isolés, loin des villes* ».

Ce qu'elle observe, c'est davantage une multitude de petits flux vers trois types de territoires différents. Les villes petites et moyennes (moins de 50 000 hab) sont les premières à enregistrer un effet covid positif sur leur solde migratoire. Ce dernier est ainsi passé de 0,7 arrivée pour 1 000 ménages entre mars 2019 et mars 2020, à 2,2 entre mars 2020 et mars 2021. Il en va de même pour les territoires périurbains et surtout pour les espaces ruraux ou « espaces hors des aires d'attraction des villes ». Leur solde migratoire a fortement augmenté après la crise sanitaire, passant de 7,2 à 9,7 arrivées pour 1 000 ménages.

Les chercheurs soulignent néanmoins que cette « renaissance rurale » bénéficie surtout à des territoires proches des villes, qui disposent d'aménités spécifiques telles que l'accessibilité ou une dynamique économique favorable. Enfin, ils distinguent plusieurs profils pour autant de stratégies différentes. Il y a d'abord, les ménages qui généralisent le télétravail et développent une bi-résidentialité. Plus impliqués sur les territoires, d'autres candidats à l'exode lancent un projet économique tourné généralement vers les métiers du bien-être, l'agriculture ou l'artisanat. Les retraités ou pré-retraités privilégient quant à eux des lieux de vie avec « *de fortes aménités, des équipements sanitaires et médicaux, c'est-à-dire des territoires de villégiature classiques telle que la Bretagne ou le littoral Atlantique* ». Enfin, l'étude identifie des populations à la précarité plus ou moins choisie « *en quête d'un mode de vie alternatif, dans des territoires plutôt éloignés des villes et proches de la nature* ».

<https://popsu.archi.fr/actualite/l'exode-urbain-petits-flux-grands-effets>

Stéphane Perraud





© Axel Puig

L'ÉTÉ, LES VACANCES, LA CULTURE

Cet été, pour la troisième année consécutive, des milliers d'artistes arpenteront toute la France au gré de spectacles, performances et autres concerts. Créé par le ministère de la Culture, L'Été culturel vise à diffuser la culture sur l'ensemble de l'Hexagone, et notamment dans les endroits les plus éloignés de l'offre culturelle, « *les quartiers cibles de la politique de la ville et les zones rurales* ». à la campagne, cette offre est un vrai facteur

d'attractivité, tant pour les locaux qui ne partent pas en vacances que pour les touristes. Le ministère de la Culture a d'ailleurs signé un partenariat avec l'Union nationale des associations de tourisme et de plein air (Unat) pour développer des manifestations dédiées aux vacanciers dans leurs lieux de villégiature.

<https://eteculturel.culture.gouv.fr>

LE VÉLO, C'EST POUR TOUS ET PARTOUT !

La France, c'est le pays de la Grande boucle, du maillot jaune, du Tourmalet et des pavés de Roubaix. C'est aussi 20 000 kilomètres d'itinéraires cyclables et VTT que le schéma national véloroutes ambitionne de porter à 25 000 kilomètres. Présenté en septembre 2018, le plan « vélo et mobilités actives » vise quant à lui « *le triplement des trajets à vélo de 3 à 9 % d'ici 2024* ». Pour accroître la pratique, les collectivités développent des infrastructures qui bénéficient autant aux usagers du quotidien qu'aux vacanciers. Ainsi, pour développer le vélorail, la loi d'orientation des mobilités prévoit la multiplication des emplacements vélos dans les trains tandis que

le décret 2021-741 du 8 juin soumet 1 000 gares à s'équiper de parkings vélo d'ici 2024. D'un point de vue touristique, les retombées économiques du vélo sont conséquentes puisqu'un cyclotouriste dépense en moyenne 68 € par jour. La région Alsace l'a bien compris. Elle a lancé l'initiative slowUp, une journée associant mobilité douce et œnotourisme. Pour les sportifs, chaque été, le département des Hautes-Pyrénées ferme aux voitures plusieurs cols légendaires durant cinq jours.

Pour découvrir les itinéraires cyclables de France :
www.francevelotourisme.com



DR

« TRANSFORMER LE TOURISTE EN HABITANT PERMANENT »

Chercheur à l'Université d'Aix-Marseille, **Christophe Alaux** plaide pour la construction d'une politique d'accueil destinée à la fois aux touristes et aux nouveaux habitants. Le directeur de l'Institut de management public et gouvernance territoriale d'Aix-Marseille préconise pour cela de rassembler les forces vives locales, privées et publiques, et de s'appuyer sur la qualité de vie afin d'offrir la proximité et l'authenticité recherchées par ces deux publics.



Est-il vrai que de plus en plus de collectivités associent leurs politiques d'attractivité touristique avec celle des nouveaux habitants ?

Depuis une dizaine d'années, nous constatons en effet que les territoires associent les deux « cibles » dans leurs politiques d'attractivité. Ils se rendent compte que des touristes peuvent potentiellement devenir de nouveaux entrepreneurs, de nouveaux habitants, dont les enfants rempliront les écoles... En France,

nous avons trop tendance à sectoriser nos réflexions selon le public visé. Prenez l'exemple du tourisme. Des professionnels s'occupent du grand public, tandis que d'autres se sont spécialisés dans le tourisme d'affaires ou encore de l'évènementiel. Des réflexions et des actions transversales émergent donc pour rassembler toutes les composantes d'un territoire autour d'un dénominateur commun : l'attractivité du territoire, un thème particulièrement fédérateur. Ces politiques, plutôt urbaines au départ, sont menées aujourd'hui

par des collectivités de toute taille, comme par exemple le village d'Arvieu dans l'Aveyron (voir plus bas). Nous travaillons aussi avec des départements comme le Cantal, la Drôme, le Lot, la Manche... Ils disposent de suffisamment d'ingénierie pour mener une vraie stratégie d'attractivité globale et accompagner, si besoin, des collectivités plus petites pour qu'elles s'y lancent à leur tour.

N'y a-t-il pas un risque d'échec à viser en même temps deux publics dont les attentes peuvent être très différentes ?

En fait, il faut inverser le raisonnement. Arrêtons de communiquer sur ce que les gens veulent entendre, mais faisons-le sur ce que nous sommes réellement. Un territoire doit donc commencer par bien se connaître, son histoire, ses atouts, ses besoins... pour ensuite agir et communiquer. Ce qu'on appelle le marketing territorial, ce ne sont pas seulement des affiches dans le métro pour attirer des urbains à la campagne. C'est un travail de co-construction d'un projet au service de l'intérêt général. Il est réalisé par les forces en présence, privées et publiques, économiques, sociales, culturelles, politiques et citoyennes pour bâtir un récit qui sera véritablement le leur. Peut-être que la réussite ne sera pas au rendez-vous tout de suite. Tous les territoires ne partent pas avec les mêmes aménités. Mais cette co-construction aura déjà eu des effets positifs auprès de ceux qui y auront participé en apprenant à se connaître et à travailler ensemble. Cette dynamique locale positive renforcera leur envie de rester au pays et d'en parler. Je vous invite à prendre connaissance du *Manifeste de l'attractivité territoriale*, mis en ligne le 28 juin 2021 par notre Chaire. Nous y formulons quatre grands principes, qui peuvent guider les décideurs. Le premier est la recherche permanente d'un équilibre entre l'attractivité des habitants et leur qualité de vie. Le

second principe est la prise en compte des spécificités culturelles du territoire : contexte, identité, savoir-faire, paysages... Troisième principe : ces démarches doivent être collectives et transversales en mobilisant tous les secteurs d'activités concernés par l'attractivité dans les phases de diagnostic, de définition d'une vision partagée, de réflexion marketing stratégique, de mise en œuvre opérationnelle des actions et de leur évaluation partagée. Vient enfin la gouvernance qui regroupe les élus et les managers, chargés notamment d'arbitrer les orientations lorsque les intérêts des publics ciblés sont contradictoires.

Comment cela se traduit très concrètement ?

Dans le Lot par exemple, l'objectif était clair dès le départ. Il s'agissait notamment de « transformer » le touriste en habitant permanent. Cela s'est traduit par exemple par la formation des acteurs touristiques afin qu'ils puissent tenir un discours plus global. Ils présentent des lieux à visiter, mais mettent aussi en valeur la diversité des services de proximité, la qualité des logements... Les touristes français, qui représentent 75 % des visiteurs de l'Hexagone, et même 85 % pendant la crise sanitaire, y sont particulièrement sensibles. Car ils recherchent davantage d'authenticité, de culture locale, de proximité... Un marché de producteurs locaux, par exemple, apporte un vrai service aux habitants mais il est aussi très attractif pour les touristes. Renforcer

« Renforcer la qualité de vie est un élément clé pour maintenir les habitants et en attirer de nouveaux. »

la qualité de vie de la population est donc un élément clé pour maintenir les habitants et en attirer de nouveaux. Aménager des villes, des centres-bourgs pour les rendre plus faciles à vivre toute l'année est un vrai facteur d'attractivité touristique. Ce n'est pas un hasard si le Comité régional de tourisme d'Occitanie a ajouté « et de loisirs » à son nom. Il vise certes les visiteurs touristiques mais s'adresse aussi aux résidents en leur montrant toutes les possibilités d'activités qui s'offrent à eux toute l'année.

Autre exemple, dans le village rural de montagne d'Arviu, les habitants ont co-construit un plan d'actions pour attirer de nouveaux habitants et de nouvelles activités en agissant sur plusieurs leviers : la démocratie participative, la qualité de vie, le développement de l'économie digitale et collaborative. Sont ainsi nés une Zone d'Activité Numérique, un tiers-lieu, des animations associatives, des offres de services... La démarche a séduit de nouveaux habitants venus s'y installer.

Les territoires peuvent-ils se faire concurrence ?

Justement pas. En mettant en valeur un récit construit avec la population, qui repose par exemple sur un espace préservé et sain, un patrimoine spécifique, des savoir-faire,

une culture authentique, une gastronomie locale, un paysage ou un climat agréable ou une personne célèbre, on offre aux visiteurs une grande diversité de destinations et autant de découvertes possibles. Chacun peut y trouver ce qu'il recherche pour un séjour ou pour s'installer. Aucun territoire ne peut répondre aux attentes de tout le monde, donc chacun a sa chance, sans concurrencer son voisin. Il ne s'agit pas de vider les villes pour remplir les campagnes ou inversement. Il faut dépassionner ce débat, éviter des messages trop simplistes par exemple d'exode massif urbain suite au Covid. Les territoires ont tout intérêt à jouer la complémentarité entre eux, à partir du moment où ils savent à quelles attentes ils peuvent répondre. À différents moments de sa vie, un Français va en effet probablement faire des allers et retours entre la ville et la campagne. Il fera peut-être ses études en ville, y trouvera son premier emploi avant de rechercher l'espace et les paysages de la campagne lorsqu'arriveront les enfants, puis les commerces de proximité au moment de la retraite... Le choix d'un nouveau lieu de vie ne dépend pas tant que ça de l'emploi, d'autres facteurs interviennent comme des racines familiales, une résidence secondaire, des amis, des paysages appréciés durant un séjour...



DR

Christophe Alaux est professeur des Universités en sciences de gestion et chercheur à l'Institut de management public et gouvernance territoriale (IMPGT) à l'Université d'Aix-Marseille. Depuis 2015, il dirige la Chaire « attractivité et nouveau marketing territorial » de l'Université. Fondée en 2012, elle s'intéresse aux problématiques d'attractivité, que ce soit pour développer la capacité des territoires à rayonner et à promouvoir leur offre ou pour attirer et ancrer sur place des personnes (touristes, hommes d'affaire, chercheurs, étudiants, retraités, nouveaux résidents, participants à des grands événements culturels, sportifs ou business) ou des capitaux (investisseurs, aménageurs, créateurs d'entreprise...). Elle propose des ressources en ligne, des formations, un événement annuel...
<https://anmt.univ-amu.fr>

UN PORTAIL POUR LES TIERS-LIEUX



© Emmanuelle Mayer

France Tiers-Lieux recense actuellement plus de 2 500 tiers-lieux : espace de coworking, micro-folie, campus connecté, atelier partagé, fablab,

garage solidaire, friche culturelle, maison de services au public, etc. 2,2 millions de personnes y ont fait naître de nouvelles façons de travailler, de vivre ou d'habiter. Plus de la moitié des tiers-lieux est située en dehors des métropoles. Sur le portail <https://tierslieux.anct.gouv.fr>, ouvert par l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) dans le cadre de son programme Nouveaux lieux Nouveaux liens, on découvre toute cette diversité, en même temps que des informations sur les aides, les dispositifs, les réseaux, des chiffres clés... La quarantaine de reportages de la web-série Hyperliens nous plonge en outre dans des tiers-lieux aux idées foisonnantes. Parmi les news du portail : un appel à projets destiné à financer des tiers-lieux qui expérimentent la filière numérique en santé. 63 millions d'euros vont être attribués en trois vagues sur quatre ans.

CONSERVER À TOUT PRIX LES TERRES AGRICOLES

En raison de nombreux départs à la retraite d'agriculteurs, plus de 5 millions d'hectares, soit près de 20 % de la surface agricole française, vont changer de main d'ici 2030. Or, actuellement, deux tiers des terres libérées partent à l'agrandissement de fermes voisines. Près d'une ferme sur trois seulement est ainsi transmise à un agriculteur qui s'installe. Dans le même temps, la France artificialise chaque année entre 50 et 60 000 hectares, l'équivalent d'un terrain de foot toutes les 7 minutes. Ces chiffres ont amené la fondation Terre de liens à alerter les Pouvoirs publics. Dans son premier « Rapport sur l'état des terres agricoles en France », publié en février dernier, elle explique que ces millions d'hectares bientôt libérés représentent une opportunité unique de réorienter le modèle

agricole, mais qu'ils constituent aussi le risque de voir s'accélérer la disparition des terres et des paysans. Terre de liens appelle à une grande loi en faveur de la préservation des terres agricoles et de l'installation des porteurs de projets vertueux. Elle lance par ailleurs l'appel à projets « Agir pour préserver les terres agricoles », avec la fondation Léa Nature/Jardin BiO. Les associations et petites collectivités lauréates recevront entre 1 000 à 20 000 € pour leurs initiatives de préservation de la vocation nourricière des terres, de lutte contre l'artificialisation, de réhabilitation de friches et de maîtrise foncière sur le très long terme. Les candidatures sont à déposer avant le 30 juin 2022 sur www.aap.leanature.terredeliens.org.

Rapport : <https://terredeliens.org/etat-des-terres-agricoles>

© Philippe Berruer



LA TERRE, L'UKRAINE ET LE RISQUE DE CRISE ALIMENTAIRE

Manger moins de viande pour réduire la quantité de céréales consommée par le bétail, accroître la production de légumineuses, réduire les déchets alimentaires (l'Europe gaspille chaque année une quantité de blé équivalente à la moitié du blé exporté par l'Ukraine !), réduire la dépendance vis-à-vis des engrais azotés et du gaz naturel de Russie, renforcer les systèmes de sécurité sociale et les banques alimentaires pour soutenir les ménages pauvres... Voici quelques-unes des mesures présentées mi-mars par un collectif de plus de 400 scientifiques, sur le site

du Potsdam Institute for Climate Impact Research (PIK). Ces propositions ont été adressées aux gouvernements européens pour faire face aux risques alimentaires engendrés par la guerre en Ukraine. Pour les scientifiques, on ne peut répondre à cette crise en densifiant les productions agricoles, au détriment de l'environnement. D'après eux, la Terre est en capacité de nourrir tout le monde, à condition de mieux répartir le fruit des productions.

www.pik-potsdam.de, chercher à « Food crisis due to Ukraine »

EN SERVICE CIVIQUE POUR UNE MOBILITÉ PLUS DURABLE

« La mobilité, c'est le droit qui conditionne tous les autres droits. Sans elle, on n'a accès à rien », témoigne Vincent Darbois, jeune volontaire en service civique dans le Puy-de-Dôme, pour la démarche nationale Mobili'terre (www.mobiliterre.fr). Développée par Unis-Cité et l'Association des maires ruraux de France sur 15 territoires, cette opération vise à promouvoir et accompagner la création de solutions de mobilité économes en énergie fossile et accessibles aux

personnes les plus précaires. Via Unis-Cité, des jeunes en Service civique sont recrutés pour soutenir les élus dans leurs projets à travers des enquêtes sur les pratiques et les besoins des habitants, des ateliers de sensibilisation ou des interventions scolaires. Depuis le lancement en septembre 2020, presque 200 jeunes ont été engagés sur le projet, qui se tient jusqu'à fin décembre 2022.

www.service-civique.gouv.fr/trouver-ma-mission





© Sylvie Le Calvez

EN FINIR AVEC L'ARTIFICIALISATION

Elles sont rurales, urbaines, montagnardes ou littorales. 22 collectivités territoriales de toute taille situées dans dix régions différentes, sont lauréates de l'Appel à manifestation d'intérêt (Ami) « Objectif ZAN » c'est-à-dire zéro artificialisation nette. Affiché pour la première fois par le Gouvernement dans le Plan Biodiversité de juillet 2018, cet objectif doit contribuer à réduire fortement l'étalement urbain et la surconsommation du foncier qui

dégradent la biodiversité et le climat. Ces territoires bénéficieront d'un soutien technique et financier de l'Ademe, à hauteur d'1,8 M €. Les projets de ces collectivités visent à revitaliser les centres-bourgs, densifier des espaces urbains, convertir des friches, « renaturer » des espaces urbanisés ou restaurer des continuités écologiques.

www.ecologie.gouv.fr/22-territoires-en-marche-atteindre-lobjectif-zan

CONDUITE VIRTUELLE

24 Missions locales rurales vont recevoir une aide d'un montant maximum de 20 000 € pour acquérir un ou plusieurs simulateurs de conduite et animer ce dispositif pendant deux années. 1 300 jeunes pourront ainsi s'entraîner virtuellement à la conduite et augmenter leurs chances de réussite au permis, et ce à moindre coût. Ces Missions locales avaient répondu cet hiver à une première vague d'un appel à

manifestation d'intérêt adressé aux territoires ruraux, initiée par l'ANCT, en partenariat avec la Délégation à la sécurité routière et l'Union nationale des Missions locales. Une seconde vague est lancée jusqu'au 1^{er} juillet pour équiper de nouvelles Missions locales de 150 simulateurs, utiles à 5 000 autres jeunes ruraux.

www.unml.info

TOUT SUR LES MÉTIERS DU DÉVELOPPEMENT RURAL



Qu'est-ce qu'un agent de développement rural aujourd'hui ? Ce métier aux nombreuses appellations (chargé de mission, animateur, développeur, etc.) a évolué au rythme des réformes des politiques publiques et territoriales de la dernière décennie. Quelles fonctions occupent ces professionnels ? Quelles compétences et formations requièrent ces métiers ? Quels parcours peuvent être identifiés ? Après quelques rappels historiques sur le développement local et rural, les auteurs de cet ouvrage dressent les contours parfois encore flous, les enjeux, les contraintes et les formations qui mènent à ces métiers qui recrutent depuis trente ans.

Les métiers du développement rural, revue *Pour* n° 240-241, 2021, 25 €. Éd. Grep.
Commande sur www.revuepour.fr

DR

Y A DE LA VIE DANS LES PETITES VILLES !

En quatre ans à peine d'existence, le programme interministériel Action Cœur de Ville (ACV) a contribué à l'attractivité de nombreuses villes moyennes. Sur une enveloppe totale de 5 milliards d'euros, 3,8 milliards ont déjà été engagés fin 2021. 234 villes ont bénéficié de ce fonds, particulièrement dans le nord-est du pays. L'Atlas que vient d'éditer l'Agence nationale de la cohésion des territoires montre que la fréquentation moyenne de ces centres-villes a augmenté de 15 % en 2021, contre 2 % pour ceux qui n'ont pas bénéficié du programme ACV.

Une très belle série de podcasts, intitulée *Dans la France des petites villes*, illustre parfaitement ce dynamisme retrouvé. Réalisée dans le cadre du programme *Petites villes de demain* par la journaliste Camille Juza et l'ingénieur du son Thomas Plé, elle nous emmène à Chauny (Aisne), à Murat (Cantal), à Oloron-Sainte-Marie (Pyrénées-Atlantiques), Guingamp (Côte d'Armor) et Trilport (Seine-et-Marne) où s'imaginent des solutions pour offrir aux habitants des services publics de qualité, des logements pour tous ou des commerces de proximité.

www.agence-cohesion-territoires.gouv.fr, chercher à atlas 16.02.2022. www.binge.audio/podcast/programme-b/dans-la-france-des-petites-villes



© Axel Puig



© Axel Puig

LE FERROVIAIRE CONTRE LA MOBILITÉ PRÉCAIRE ?

« 13,3 millions de Françaises et de Français sont confrontés à la précarité mobilité. En grande partie dotés de revenus limités, ils sont d'abord ceux qui, coincés avec une voiture thermique consommatrice, sans alternative, ou contraints à de longues distances, se retrouvent à la merci de la hausse des prix à la pompe. Si rien ne change dans les années à venir, le piège social se refermera sur les automobilistes qui n'auront ni alternative à la voiture, ni les moyens de passer à l'électrique. » Voici le constat que dressent Stéphanie Clément-Grandcourt et Florence Gilbert, respectivement

directrices de la Fondation pour la Nature et l'Homme (FNH) et du Groupe SOS. Ces dernières soulignent les efforts des territoires pour trouver des alternatives – partage de véhicules, renforcement des transports publics, création de voies cyclables... – mais les estiment encore insuffisants. Les deux organisations appellent de leur vœu un grand plan d'investissement au profit des alternatives à la voiture thermique, en particulier le ferroviaire.

www.fnh.org, chercher « TT-rapport-mobilite-2022 ».

LA TRANSITION AGRICOLE, C'EST EN LIGNE

Avis aux décideurs et acteurs locaux de la transition agricole et alimentaire. Le groupement des producteurs bio Agrobio35 a mis en ligne plusieurs webinaires. Ils abordent des thèmes variés : restauration collective bio et locale, protection de l'eau ou accompagnement au changement dans le monde agricole.

www.monterritoirebio35.org/webinaire

LE SÉNAT SE MOBILISE POUR LE COMMERCE

En 1980, 25 % des communes françaises ne disposaient d'aucun équipement commercial. En 2022, ce chiffre est désormais de 60 %. Pour le Sénat, le déclin du commerce rural n'est cependant pas une fatalité. La Chambre haute propose 43 mesures concrètes. Figurent notamment la création d'un fonds de 200 millions d'euros dédié à la transmission des entreprises commerciales pour aider les

jeunes aspirants commerçants à racheter un fonds de commerce ; la suppression de la taxe sur les surfaces commerciales avec compensation intégrale aux collectivités, la création de managers du commerce ; et un dispositif fiscal de prise en charge des dépenses de formation au numérique.

www.senat.fr, chercher à « soutenir le commerce ».



© Marlene Delcambre

COMMUNE OPPORTUNITÉS

« **En 2016**, attendant notre premier enfant et épuisés par nos emplois respectifs et la vie parisienne, nous décidons, avec mon mari, de trouver une solution pour partir de la capitale », témoigne Julie Levêque, qui souhaite alors créer un concept-store autour du design français. Mais où ce commerce serait-il souhaité ? À quelle ville manque-t-il ? Comment contacter les communes ? Impossible de trouver des réponses en ligne. Forte de ce constat, elle décide de créer Comm'une opportunité : un site de rencontre entre porteurs de projet et collectivités. En avril,

1 338 porteurs de projet y étaient inscrits dont 209 ont détaillé leur recherche. 50 opportunités étaient déposées par une quarantaine de territoires, qui représentent 330 communes de toutes tailles. « Pour 500 € HT sur douze mois, une commune de 1 500 habitants et moins bénéficie de tous nos services : une présentation de leurs atouts, une messagerie et la possibilité de mettre trois annonces par an. Notre site de rencontres a déjà permis de vrais coups de foudre ! »

www.commune-opportunite.fr

TRESSONS L'AVENIR DE L'ESS

Lancé en 2018 par le Réseau des collectivités territoriales pour une économie solidaire (RTES) et l'agence collective d'ingénierie l'Avisé, le projet Tressons (Territoires ruraux et économie sociale et solidaire, outils et nouvelles synergies) s'est achevé fin 2021 par un séminaire organisé en Ille-et-Vilaine. Son objectif était d'analyser et de renforcer l'impact de l'économie sociale et

solidaire (ESS) sur les territoires ruraux. Le fruit de ce travail est consultable sur le site www.rtes.fr. On y découvre notamment combien certaines dynamiques locales et citoyennes, à l'image des Projets alimentaires territoriaux (PAT) ou du dispositif Petites villes de demain, peuvent être de fertiles terreaux pour le développement de l'ESS.