

LES NOUVELLES GENERATIONS ET LA RURALITE EN EUROPE

Projet européen H2020 RURALIZATION

Qu'est-ce que Ruralization ?



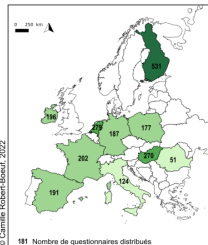
Le projet H2020 RURALIZATION pose la question de la **régénération rurale** à l'échelle européenne. Commencé en 2019, il rassemble 18 équipes de recherche et organisations (issues du réseau Access to Land) de 12 pays différents.

Ses objectifs sont:

- Analyser les **pratiques prometteuses** qui favorisent la régénération.
- Y analyser le **rôle des nouveaux arrivants et des nouvelles générations**.
- Analyser les **politiques existantes et proposer des politiques** plus adaptées.

UNE ENTREE PAR LES ASPIRATIONS DES NOUVELLES GENERATIONS POUR COMPRENDRE LES LEVIERS DE LA REGENERATION RURALE

Méthodologie



181 Nombre de questionnaires distribués en fonction des pays

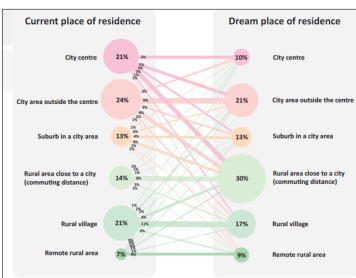
Une **enquête quantitative** à l'échelle de 10 pays européens :
- Distribution de **2 208 questionnaires** auprès de jeunes (18-30ans)

Une **enquête qualitative** à l'échelle de la Manche et de la Plaine de Versailles :
- **Entretiens semi-directifs** auprès de jeunes.
- **Recherche action** avec la Mission Locale du Bassin Granvillais.
- **Confrontation** des études de cas.

UN TRAVAIL MULTISCALEIRE (ECHELLE LOCALE, NATIONALE ET EUROPEENNE) QUI ASSOCIE ENQUETE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE

De quelles manières les jeunes générations perçoivent le rural en Europe ? A quelle(s) ruralité(s) aspirent-ils ? Quelles relations entretiennent-ils avec les territoires ruraux ?

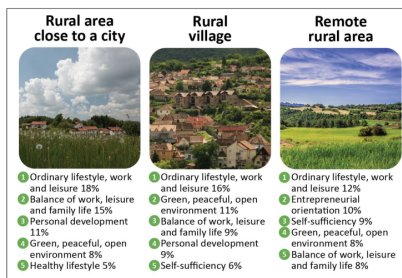
I. Des jeunes européens qui aspirent à vivre dans les espaces ruraux



Les jeunes européens souhaitent en majorité vivre dans un **espace rural**, de préférence **proche de la ville**.

Les jeunes urbains souhaitent majoritairement **quitter la ville**. Les urbains sont ceux dont les aspirations sont les plus impactées par la pandémie de la COVID-19.

Les jeunes ruraux souhaitent majoritairement **rester à la campagne**.



Pour les jeunes, les campagnes européennes offrent :
- un mode de vie proche de la nature,
- un équilibre vie privée/vie professionnelle,
- un mode d'habiter écologique.

Une grande majorité des jeunes européens souhaitent vivre dans une **maison avec jardin**.

Ceux qui souhaitent s'installer ou rester à la campagne plébiscitent une **offre de services de qualité** plutôt qu'une offre diversifiée.

MAIS QUELS OBSTACLES ? Inquiétudes principales des jeunes européens :

- manque de capital,
- manque d'emploi en milieu rural,
- un contexte socio-économique général (à l'échelle nationale) incertain.

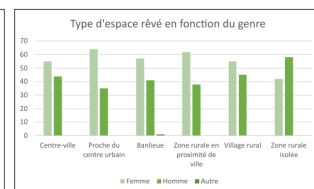
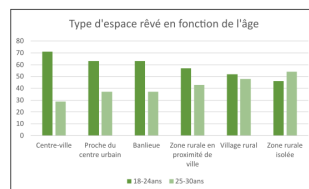
Les jeunes européens ont une **représentation relativement positive des espaces ruraux**. Cet imaginaire rend attractives les campagnes pour une large part des jeunes enquêtés.

II. Qui sont les jeunes qui rêvent de ruralité en Europe ?

Les questionnaires ont montré que les campagnes étaient attractives pour un profil particulier de jeunes :

- Des personnes âgées en majorité **entre 25 et 30ans**,
- Des personnes **ayant déjà un emploi** (les étudiants et les personnes sans emploi aspirent majoritairement à vivre en ville),
- Des personnes **en couple avec des enfants**, ayant déjà fondé une famille,

Au sein de ce profil type, on peut voir que les **femmes** souhaiteraient plutôt s'installer dans les campagnes proches des villes (62% contre 38% pour les hommes), alors que les **hommes** préféreraient vivre dans le rural isolé (58% contre 42% des femmes interrogées).



La notion de cycle de vie et le contexte socio-spatial de la personne sont deux facteurs importants pour comprendre les aspirations des jeunes à vivre dans les espaces ruraux

III. Quelle campagne rêvée en France, pour quels rapports au territoire ?



Les enquêtes confirment les résultats à l'échelle européenne et précisent les modes d'habiter plébiscités par les jeunes générations.

Celles-ci **rejettent majoritairement les métropoles** et aspirent à vivre dans les campagnes proches des villes ou, lorsqu'elles se projettent en ville, dans des moyennes ou petites villes.

Les **jeunes ruraux souhaitent rester à la campagne** et ne partent que par manque d'emplois ou de lieux de formation. Beaucoup, une fois partis, reviennent après quelques années.

Les espaces ruraux sont perçus positivement, car ils permettent un **mode d'habiter qui correspond aux valeurs des jeunes générations** :

- Un **habitat** qui permet l'**autoconsommation** (maison avec jardin, potager) et une proximité avec les animaux.
- Un **équilibre vie privée / vie professionnelle** avec un métier qui a du "sens", une "utilité" et permet l'épanouissement personnel.
- Un **mode de vie proche de la nature** (loisirs en extérieur, proximité à la mer ou des forêts...)
- Une **sociabilité locale forte** (cercle familial et amical) entretenue par des actions collectives (associations) et une mise en valeur de la figure du **maire comme acteur central de la vie locale**.

CONCLUSION

Les espaces ruraux sont perçus comme des territoires du possible malgré certains obstacles (isolement, manque de mobilité, d'emplois et de services). Cela s'explique par leur capacité à proposer un rapport physique, concret, au territoire (et à la nature) tout en offrant des moyens de faire le lien social à l'échelle locale.

Un imaginaire paradoxal entre aspects positifs et négatifs de la ruralité :

