

Exode urbain : Comment lutter contre la désertification des villages ?

Stress, pollution ou dégradation de la qualité de vie sont autant d'arguments qui incitent les extra-urbains à rejoindre les campagnes. Rien qu'en Ile-de-France, ce sont plus de 12 000 habitants qui quittent la région tous les ans pour s'installer en ruralité. Comment leur offrir la même qualité de services que dans leurs métropoles d'origine ? Autant de questions abordées lors de la conférence « Le bonheur est dans le pré » à l'occasion de la 5ème édition de la Maddy Keynote.

Temps de lecture : minute

19 février 2020

Autrefois attirés par les services et les opportunités offertes par les grandes métropoles, les Français aspirent désormais à plus de calme et de nature. Rien qu'en Ile-de-France, plus de 12 000 habitants partent s'installer en ruralité chaque année. Et la tendance touche aussi les jeunes actifs, portés par le télétravail. Selon une étude de l'Ifop réalisée en 2018, 60% des jeunes français entre 18 et 25 ans, se disent attirés par cette vie proche de la nature. Pour réussir à attirer ces néoruraux et recouvrer leur âme, les villages ont pris le problème à bras le corps et rivalisent d'imagination pour proposer une grande offre de services à leurs habitants. Un défi qui n'a rien d'évident à l'heure où un village sur deux n'a plus de commerces en France.

Une population rurale engagée dans la revitalisation de son territoire

" Longtemps, l'État a été planificateur, il a détenu les rênes du développement territorial en acceptant ou en refusant de créer des zones d'activités", désormais les citoyens se rassemblent pour "faire ensemble" sans rien attendre des pouvoirs publics, souligne Raphaël Boutin Kuhlmann, co-gérant de Villages Vivants, entreprise agissant comme une foncière immobilière pour les porteurs de projets des territoires. D'autres idées du même genre fleurissent comme Comptoir de Campagne. Lancée en 2015, l'entreprise propose un modèle de commerces multiservices adaptés aux besoins et aux compétences du territoire. Pressing, relais de Poste/ SNCF, serrurerie et même "soins réalisés par des podologues" sont disponibles sous le même toit. Les comptoirs font également vivre le tissu local en s'approvisionnant dans la mesure du possible auprès des producteurs de la région. Cette offre presque " tout inclus " joue également un rôle fédérateur. " Les néo-ruraux viennent pour retirer un colis et découvrent un lieu, une ambiance, c'est une première porte d'entrée ! " souligne Virginie Hils, fondatrice de Comptoir de Campagne. Les associations et les habitants organisent ensuite des événements (soirées, conférences, séances de cinéma..) pour tisser des liens durables entre les habitants. Un modèle qui rappelle celui des tiers lieux qui mêlent souvent fabrication, créativité, coworking et conférences.

L'offre multicanale au service des populations rurales

Pour assurer une continuité de services dans des zones isolées, de nombreuses entreprises privilégient une approche multicanale alliant le digital et l'humain. C'est le cas du fournisseur multi-énergies Butagaz qui a décidé, non pas d'opposer mais plutôt de concilier "l'approche physique du dernier kilomètre à l'approche digitale", toutes deux

“complémentaires” selon Emmanuel Trivin, Président de Butagaz. L'entreprise propose déjà ses produits dans plus de 17 000 points de vente, ses commerciaux sillonnent le territoire chaque année tout en assurant une présence par téléphone. *Il nous aurait été difficile de prétendre à la proximité si nos centres d'appel étaient à l'autre bout de la planète !* " reconnaît Emmanuel Trivin.

Virginie Hils, Raphaël Boutin Kuhlmann et Emmanuel Trivin sont unanimes : le digital n'est pas une solution mais un outil qui permet, lorsqu'il est mis au service d'initiatives ultra-locales, de relier des acteurs économiques locaux ou d'envergure nationale à des consommateurs. Ce faisant, le panier de produits et services mis à disposition s'étoffe, la qualité de service est préservée, et l'équation économique globale équilibrée. Il y a du talent dans les territoires ruraux, et c'est en co-développant que nous mettrons à disposition de ces populations rurales des modèles pérennes et à valeur ajoutée. C'est d'ailleurs ce qu'a souhaité illustrer Zagatub, le laboratoire d'innovation de Butagaz, dans le cadre de cette Maddy Keynote 2020, au travers de son appel à projets " Mutations : la place du village par Zagatub", dont Comptoir de Campagne a été lauréat.

L'Etat s'engage pour ses territoires

Les sources de financements sont limitées, les banques peinent à suivre et bon nombre de propriétaires sont réticents à l'idée de louer leur bien dans les ruralités. *“Lorsque vous achetez une auberge à 85 000 euros mais que vous avez ensuite 400 000 euros de travaux, les banques ne vous suivent pas”* reconnaît Raphaël Boutin Kuhlmann, familiarisé au problème. Au sein de la foncière commerciale et solidaire Villages Vivants, il achète, rénove et loue à tarifs préférentiels des commerces vides afin d'accompagner les porteurs de projets dans la création de tiers lieux. Un grand travail d'évangélisation reste à faire, des investisseurs privés aux collectivités locales. Mais *“la réussite de nos projets servira de*

preuve” souligne Virginie Hils. “ Nous le voyons par exemple dans le cadre du “ Grand Prix des Maires “, en partenariat avec l’Association des Maires de France et RMC: les concepts qui marchent créent un appétit, ils peuvent alors facilement être dupliqués plutôt que réinventés “ confirme Emmanuel Trivin.

L’État semble avoir pris la mesure de l’enjeu, notamment en lançant en juin dernier un vaste plan interministériel en faveur des territoires et particulièrement des tiers lieux nommé “ Nouveaux lieux, nouveaux liens “. A travers lui, le gouvernement s’engage à subventionner 300 tiers lieux à hauteur de 75 000 euros à 150 000 euros sur une période de trois ans.

Maddyness, partenaire média de Butagaz

Article écrit par Maddyness, avec Butagaz