

COMMENT CRÉER DE LA VIE DANS LES ESPACES PUBLICS EN MILIEU RURAL ET PÉRIURBAIN ?

SEPTEMBRE 2024



Synthèse du
FOCUS GROUP

du 27 juin 2024



PÔLE METROPOLITAIN
CAEN NORMANDIE MÉTROPOLE



Communauté de communes
Cingal-Suisse Normande

SOMMAIRE

Mettre de la vie dans les espaces ruraux et périurbains : de Caen Normandie Métropole à Saint-Omer	4
La méthode du Focus Group	7
Photolangage : représentations et imaginaires des espaces publics	8
Sociologie des territoires ruraux et acteurs pouvant intervenir sur les espaces publics	12
Partage d'expériences	16
Les espaces publics : le maillon fort de l'animation territoriale	16
La dimension patrimoniale : un levier d'attractivité pour l'économie locale et la structuration de lien social.....	16
L'attractivité commerciale : levier d'animation pour les acteurs locaux	17
Des enjeux d'accessibilité plutôt que de conflit d'usage	17
La segmentation des espaces : facteur de frein	18
La synergie des acteurs : facteur de réussite pour l'appropriation des espaces par les habitants	18

METTRE DE LA VIE DANS LES ESPACES RURAUX ET PÉRIURBAINS : DE CAEN NORMANDIE MÉTROPOLE À SAINT-OMER

L'Agence d'urbanisme de Caen Normandie Métropole (AUCAME) est membre de la Fédération nationale des agences d'urbanisme (FNAU) présidée par Sonia DE LA PROVÔTE, Présidente de l'AUCAME.

Tous les ans, une rencontre nationale des agences d'urbanisme est organisée pour explorer un sujet de nature souvent prospective. En 2024, la 45^{ème} rencontre aura lieu à Saint-Omer du 9 au 11 octobre sur la thématique des espaces publics. Intitulé « Espace(s) public(s) en débat(s) », l'évènement est coorganisé par la FNAU et l'Agence d'urbanisme, de développement et du patrimoine du Pays de Saint-Omer.



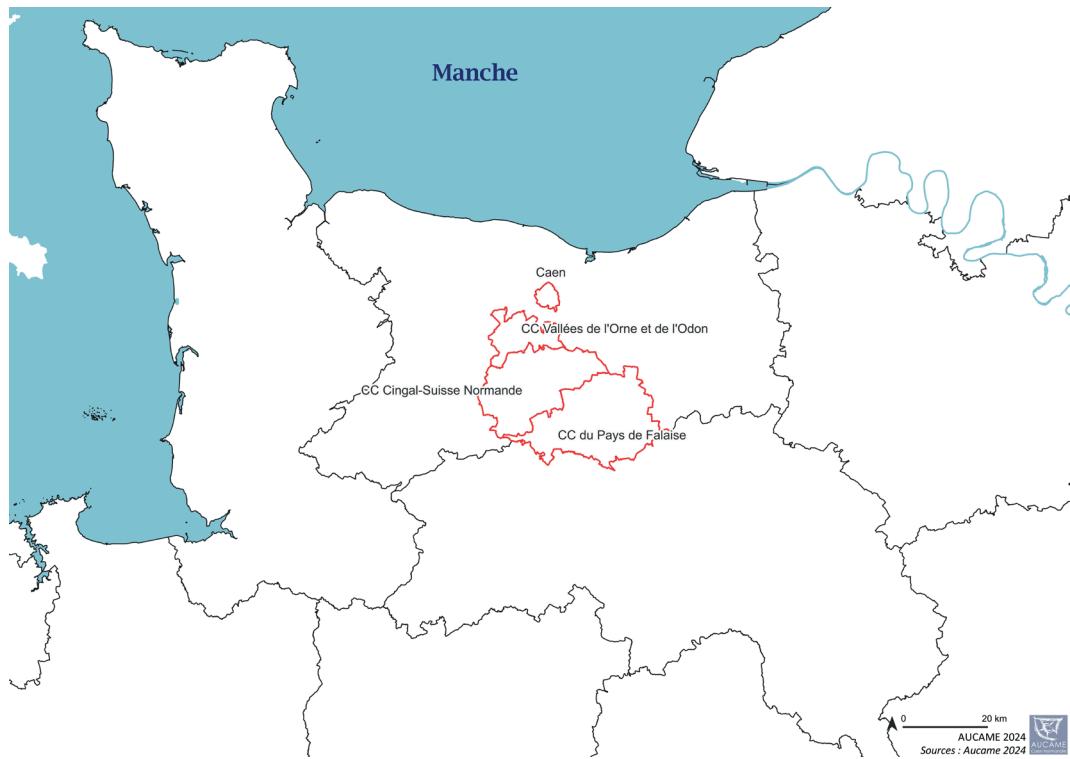
Dans leur déroulé, les rencontres alternent des temps de plénière et des ateliers thématiques coorganisés par différentes agences d'urbanisme. La question des espaces publics étant souvent abordée sous l'angle urbain, l'AUCAME a souhaité s'associer avec l'agence du Pays de Saint-Omer et celle de Boulogne-sur-Mer – Côte d'Opale pour préparer et animer un atelier sur les espaces publics en milieu rural et périurbain. Alternant visites et temps de réflexion collectifs, cet atelier permettra d'explorer les différentes facettes du sujet. L'objectif est de définir les enjeux et voir comment concrètement « mettre de la vie » dans ces espaces publics. Les réflexions et les conclusions contribueront à alimenter le plaidoyer final qui sera rédigé en clôture de cette 45^{ème} rencontre.

En amont de cet évènement, l'AUCAME a souhaité organiser un Focus Group pour relater l'expérience d'habitants et d'acteurs locaux sur la question des espaces publics. La liste des participants a été établie en lien avec le Pôle métropolitain Caen Normandie Métropole et les Communautés de communes Vallées de l'Orne et de l'Odon, Cingal - Suisse Normande et du Pays de Falaise dont l'appui a été très précieux. Ces trois communautés de communes sont toutes situées dans l'aire d'attraction de Caen dont l'intensité diminue toutefois à mesure qu'on se dirige vers le sud. Il en résulte un intéressant gradient d'espaces du périurbain proche de l'agglomération aux territoires ruraux plus isolés.

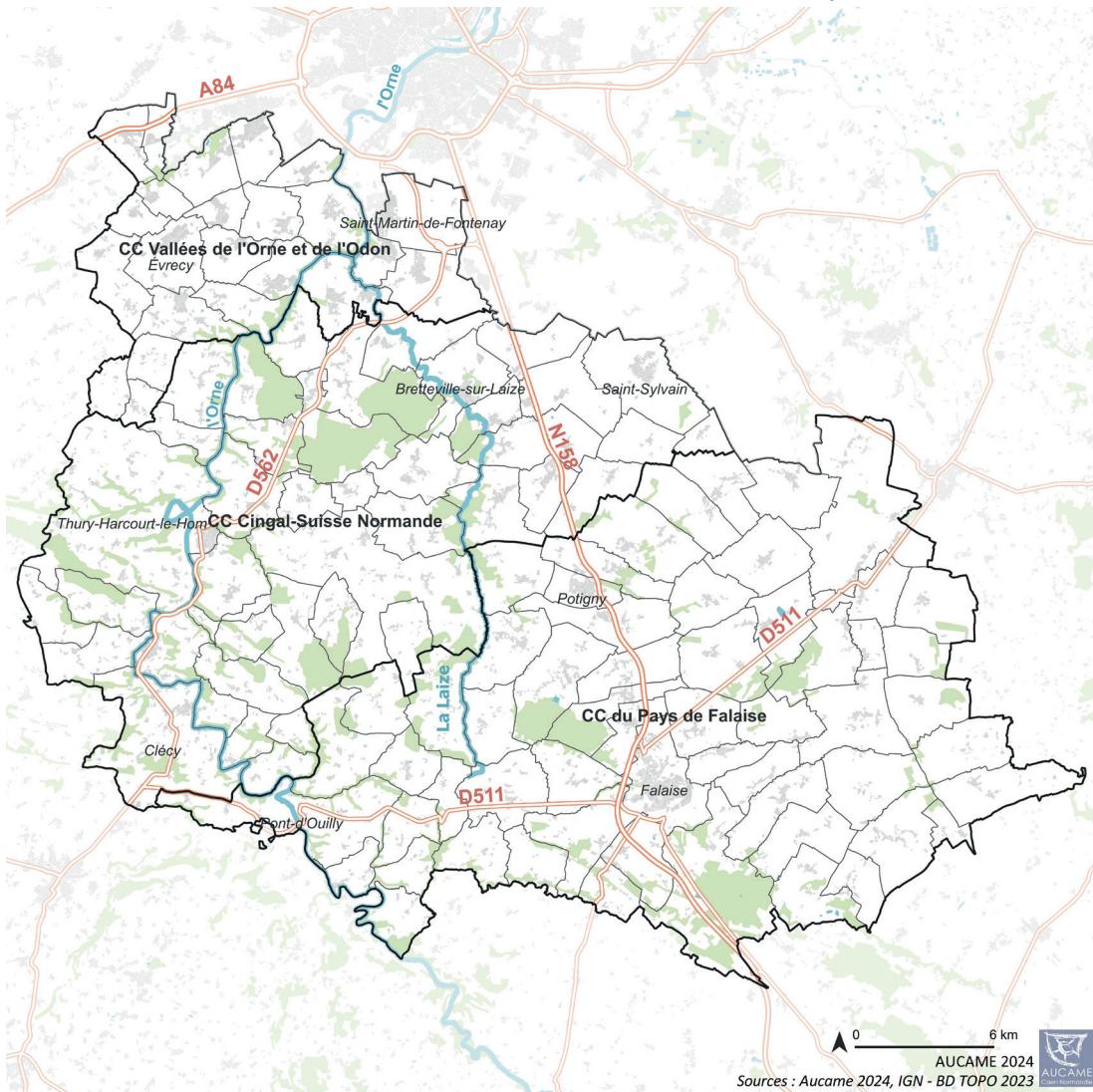
La réunion du Focus Group s'est déroulée le 27 juin 2024 à la Maison des services du Hom (Calvados). Une vingtaine de personnes ont répondu « présent » pour partager leur expérience et réfléchir collectivement sur la façon d'animer les espaces publics, afin de créer du lien social et favoriser l'activité économique locale. Cette publication dresse une synthèse des idées et grands messages exprimés lors de cette réunion riche en échanges.

Les conclusions du Focus Group feront l'objet d'un point d'étape lors de l'atelier du 10 octobre 2024 qui sera coanimé par l'AUCAME, L'Agence d'urbanisme, de développement et du patrimoine du Pays de Saint-Omer (AUD) et Boulogne-sur-Mer Développement Côte d'Opale. Le porte-parole sera Hubert PICARD, Président de la CDC Vallées de l'Orne et de l'Odon et membre du Bureau de l'AUCAME, il est également élu référent de l'agence d'urbanisme au Pôle métropolitain Caen Normandie Métropole pour le Projet alimentaire territorial. L'alimentation et le commerce local constituent un levier important d'animation des espaces publics, un point qui a été largement exploré lors du Focus Group.

Le territoire des acteurs du Focus Group en Normandie



Zoom sur le territoire des acteurs du Focus Group



L'AUCAME remercie particulièrement les participants du Focus Group pour leur disponibilité et la qualité des échanges, ainsi que les 3 Communautés de communes sans qui cet évènement n'aurait pu avoir lieu.

FOCUS GROUP : PERSONNES PARTICIPANTES

NOM	PRENOM	STRUCTURE
BAR	Michel	Ancien Maire de Clécy
COFTIER	Pierre	AMAP du Goût et des Couleurs
COUCHAUX	Guillaume	ESAT Essor de Falaise
DELALOY	Sylvain	CDC Cingal - Suisse Normande
DELAPORTE	Sébastien	Association A.R.B.R.E.S
DUNY	Patrice	Pôle métropolitain Caen Normandie Métropole
DUVAL	Nicolas	Epicerie du Coing
GAUMONT	Vanessa	Quai d'Harcourt
GRABY	Adeline	Doctorante en Géographie
GUICHARD	Emilie	Pont d'Ouilly Loisirs
LAINE	Marina	Suisse Normande Tourisme
LEVASSEUR	Aurélie	Ferme de Mondeville
RIQUET	Bénédicte	Chambre de métiers et de l'artisanat
ROUSSELET	Olivier	Thury Plein Air
SESTIER	Raphaël	CDC Vallées de l'Orne et de l'Odon
TAISSON	Nadine	Pont d'Ouilly Loisirs
TESSON	Aurèle	CDC du Pays de Falaise
VACCARO	Anne-Cécile	Département du Calvados

Participants du Focus Group



Animation du Focus Group :
Manuela LAURENT et Jean-Philippe BRIAND
de l'AUCAME.

LA MÉTHODE DU FOCUS GROUP

Un **Focus Group** est un atelier participatif visant à explorer une question donnée. Les participants sont choisis en fonction de leur situation et de leur expérience, en variant les profils pour croiser les regards. Chacun est amené à partager son point de vue et ses idées, sans interférer sur la parole de l'autre pour garantir une liberté d'expression.

L'atelier s'est déroulé en plusieurs temps :



1/ Un photolangage¹ pour définir la notion d'espace public (80 photos proposées) et cibler les imaginaires et représentations qu'ils suscitent.



2/ Une intervention pour présenter le profil des habitants vivant en milieu rural et la nature des acteurs intervenant dans les espaces publics.



3/ Un temps d'échanges pour partager les expériences en matière d'animation d'espaces publics et identifier les difficultés et contraintes rencontrées.



4/ Un pot de l'amitié pour clôturer la séance et créer du lien et du réseau entre les participants.

¹ Chaque participant est invité à choisir une image, parmi un panel proposé, qui incarne le mieux le sujet de la réunion. Il parle ensuite de sa photo au groupe et explique, en quelques mots, son choix.



PHOTOLANGAGE : REPRÉSENTATIONS ET IMAGINAIRES DES ESPACES PUBLICS

Les représentations de l'espace public sont multiples et dépendent du vécu et de l'imagination de chacun. Les membres du Focus Group ont présenté une douzaine de photos parmi les 80 proposées, certaines ayant été choisies plusieurs fois. Les photos et commentaires exprimés sont repris ci-dessous.

« Les espaces publics sont des fabriques de souvenirs. »



L'image d'un espace public est souvent associée à celle d'une **fête de village** organisée sur un espace de verdure peu (ou pas) artificialisé. Les personnes se restaurent, boivent un verre et assistent à un évènement fédérateur qui attire du monde. L'animation est conviviale et crée des souvenirs en famille ou entre amis.



Les formes d'animation sont variées : kermesses, foires aux greniers, théâtre de rue, concerts (fête de la musique ici sur la photo)... La **musique** fédère les gens : chacun peut jouer, écouter, danser ou participer. Elle favo-

rise l'appropriation des lieux communs (rues, places, parcs...). De façon générale, **l'art** et **la culture** sont de bons leviers pour mettre de la vie dans les espaces publics.



Les **foires aux greniers** sont des activités éphémères qui attirent du monde sur un espace donné. Elles sont souvent organisées par des associations pour créer de l'animation (comités des fêtes...) ou favoriser la rencontre et la cohésion sociale entre personnes partageant des lieux de vie ou des centres d'intérêt communs (quartiers résidentiels, parents d'élèves...).



Les **fêtes foraines** sont des lieux festifs qui investissent les villes et les villages pour une période donnée (rendez-vous annuels). Les gens viennent s'y amuser et passer un bon moment ensemble. Jeux et attractions font le bonheur des enfants et des adolescents. Sources de souvenirs, ils rappellent la saveur des vacances et des bons temps en famille ou entre amis.



Les animations permettent de **valoriser les sites patrimoniaux** (fête médiévale ici à Château Ganne en Suisse Normande) et favorisent localement l'attractivité touristique. Les espaces publics racontent l'histoire des territoires. L'organisation d'évènements permet d'en perpétuer le souvenir et la mémoire (sites historiques, patrimoine industriel, lieux culturels...).



Cette **usine désaffectée** au bord de l'eau évoque le passé industriel et ouvrier du territoire. Cette friche industrielle peut être requalifiée pour lui redonner vie, mais le patrimoine doit être conservé pour valoriser le passé, créer une ambiance et faire perdurer l'esprit des lieux. L'accès au site est aussi déterminant pour attirer du monde et favoriser son appropriation. Les fleuves et les rivières sont des voies d'échange et de communication autour desquels s'organise la vie des hommes. La présence de l'eau est un atout pour dynamiser les espaces publics.

« Il faut plein d'évènements pour mettre de la vie dans les territoires. »



Les **grands évènements sportifs** attirent un public nombreux. Ils investissent les espaces publics, en ville ou à l'extérieur, et créent beaucoup d'animation pour un temps limité. Temps forts attendus, ces manifestations favorisent l'attractivité des territoires et peuvent rayonner très loin (ici championnat de kayak-polo sur le Plan d'eau du Traspy au Hom).



L'animation des espaces publics n'est pas que festive. Elle est aussi destinée à favoriser la production locale et le commerce de proximité. Les **marchés de plein vent** exercent cette fonction économique dans un climat de convivialité qui plaît aux clients. Les personnes viennent faire leurs courses pour les produits qu'ils y trouvent, mais aussi pour l'ambiance et le lien social que créent les marchés.



L'alimentation est vitale pour les habitants. Les **jardins familiaux** et les **jardins partagés** sont des lieux de production, mais aussi des espaces de rencontre et d'échange entre les personnes qui les cultivent. Ils sont souvent une opportunité pour réinvestir des friches délaissées. Les **AMAP** favorisent aussi l'alimentation de proximité et rapprochent producteurs et clients en créant des circuits courts. Elles redynamisent l'agriculture et relocalisent les activités, un atout pour l'avenir des territoires.



À l'instar de cette école élémentaire, les **équipements publics** sont des lieux de vie et de rencontre. Hors événements, ces espaces publics sont généralement peu investis en milieu rural et périurbain. Les sorties d'écoles sont pourtant des lieux très actifs aux heures de dépôt et de récupération des enfants. Les parents se rencontrent, échangent, s'invitent. Les aménagements sont importants pour donner envie de rester et de creuser les liens (espaces verts, équipements pour jouer et s'asseoir...).



En milieu rural, la **place du village** incarne l'image type de l'espace public. Cet espace patrimonial existe depuis des siècles : des générations d'hommes et de femmes s'y sont succédées pour vivre au quotidien. Les habitants continuent de déambuler, de s'asseoir, d'échanger, de faire leurs courses... L'ambiance urbaine est importante pour donner envie d'investir les lieux.



Les **équipements et les aménagements** contribuent à l'animation des espaces publics (ici des balançoires pour enfants et adolescents). Ils créent de la vie et favorisent l'appropriation des lieux par les habitants et les visiteurs. Le fun est source d'attractivité et de dynamisme dans les centres-villes où se concentrent les polarités.

« Le regroupement de gens autour d'une activité crée (de) l'espace public. »

*« L'animation des espaces publics
n'est pas spontanée :
il faut la susciter et l'organiser. »*



L'Île de Nantes incarne bien l'image des espaces publics en milieu urbain : une **friche industrielle réhabilitée** devenue un lieu de vie et un espace de bien-être et de loisirs au cœur de la Cité. Les gens se promènent, font du vélo, boivent un verre ou mangent en terrasse au bord de la Loire. Totalement requalifié, l'ancien hangar à bananes (ici sur la photo) est devenu un lieu d'animation emblématique du fait des activités culturelles et de loisirs qui s'y sont implantées.



Ce **bord de rivière** (ici la Garonne à Toulouse) donne une autre représentation des espaces publics en milieu urbain : les gens se reposent à l'ombre sur une pelouse arborée. Deux couleurs dominent : le bleu (l'eau et le ciel) et le vert (verdure). Ces lieux constituent des havres de fraîcheur à l'aune du réchauffement climatique. Le soir, les jeunes s'y retrouvent pour faire la fête et partager de bons moments. L'espace public est un lieu de halte et d'accueil accessible à tous et s'oppose en cela à l'espace privé où l'usage est individualisé.

*« Les habitants ont besoin
de moments de convivialité.
Ils sont friands des attractions qui
ponctuent les saisons. »*

SOCIOLOGIE DES TERRITOIRES RURAUX ET ACTEURS POUVANT INTERVENIR SUR LES ESPACES PUBLICS



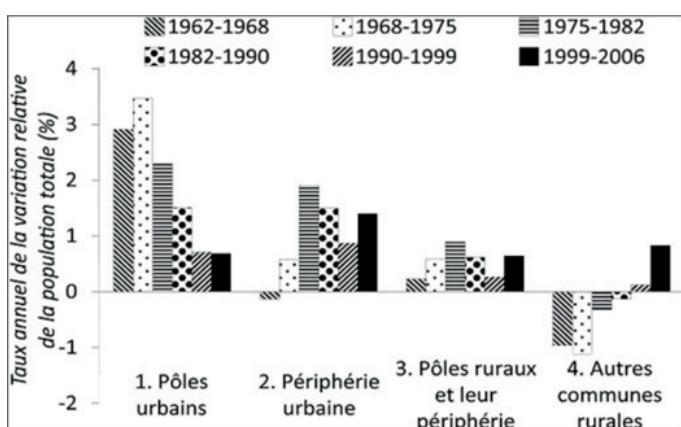
Adeline GRABY, Docteure en Géographie - Attachée temporaire d'enseignement et de recherche - UFR SEGGAT, Université de Caen.

Évolutions socio-démographiques des espaces ruraux

Adeline GRABY a proposé aux participants des éléments de mise en contexte des espaces ruraux et périurbains, à travers les évolutions sociodémographiques, afin de cerner la diversité de ces espaces aujourd'hui.

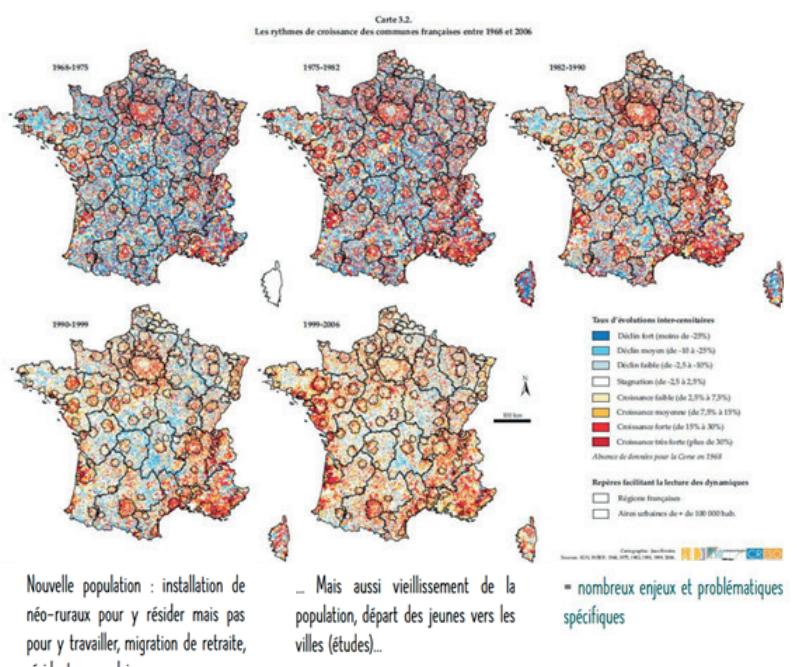
Depuis le XIX^{ème} siècle, quatre grandes phases d'évolution démographique sont remarquées :

- **De 1850 à 1950**, les espaces ruraux font face à un exode rural important dû au glissement massif et durable de la population agricole vers les villes et les activités industrielles.



Source : DEDÉIRE M., RAZAFIMAHEFA L., CHEVALIER P., HIRCZAK M., « Dynamiques des espaces ruraux en France : vers un modèle des trajectoires démographiques ? », *Espace, population, sociétés*, 2011-3, pp.521-537

► **De 1950 à 1975**, une forte croissance urbaine est à l'œuvre, accentuant l'exode rural en lien avec la baisse d'actifs agricoles. Le principal motif de départ est le travail, signifiant en creux une image assez dégradée de l'espace rural. La ville apparaît comme un lieu de modernité entraînant un départ accru des jeunes. La perte d'habitants génère ainsi une baisse du solde naturel¹, s'ajoutant au solde migratoire² négatif.



► **De 1975 aux années 2000**, une forte dynamique de périurbanisation est à l'œuvre, entraînant l'étalement des villes vers la première couronne. Les villes enregistrent ainsi un tassement de leur croissance démographique, en parallèle de l'augmentation de la population dans les périphéries.

¹ Écart entre les naissances et les décès.

² Écart entre les arrivées et départs de population.

► De 2000 à 2020, ce phénomène de périurbanisation se poursuit plus lentement. Une reprise démographique est observée dans les espaces ruraux les plus éloignés des pôles, « le rural isolé ». Les contrastes entre les espaces urbains et les espaces ruraux s'atténuent, mais des inégalités géographiques s'installent : certains territoires n'ont jamais connu de gain démographique comme le centre de la France, alors que l'attractivité est forte dans les espaces touristiques, montagnards ou littoraux. En dehors de ces zones, le regain démographique est plus récent.

Ces évolutions démographiques ont eu un impact important sur les équipements et les services avec une forte vague de fermeture de commerces dans les années 1980 liée à un déficit de reprises et de clientèle.

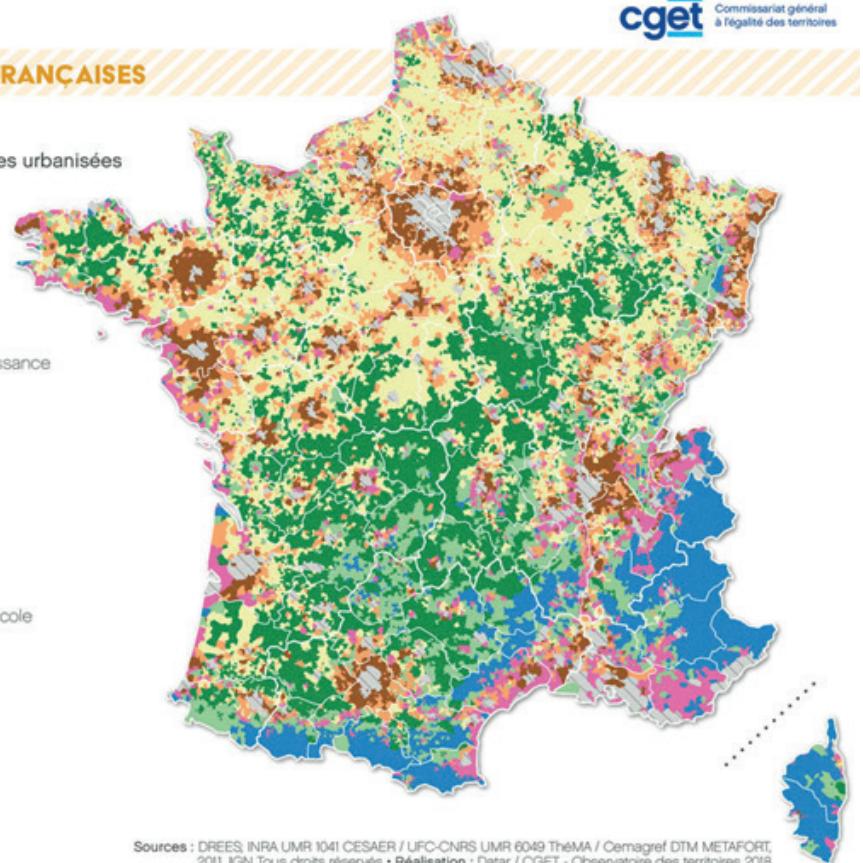
Elles ont également suscité l'arrivée de nouvelles populations dans les espaces ruraux. La recherche d'un cadre de vie agréable, calme, vert à proximité des villes motive leur installation, l'objectif étant de résider dans des maisons individuelles avec jardin. Ces nouveaux habitants « néo ruraux » ont entraîné le développement des navettes pendulaires¹ permises par l'accès à la voiture automobile. Le modèle pavillonnaire marque fortement le paysage rural. A ces flux d'installation s'ajoutent les migrations de retraite, phénomène qui vient accentuer et accélérer le vieillissement des campagnes.

¹ Déplacements domicile-travail, les emplois étant concentrés dans les pôles urbains.

TYPOLOGIE DES CAMPAGNES FRANÇAISES

Campagnes des villes, du littoral et des vallées urbanisées

- densifiées, en périphérie des villes, à très forte croissance résidentielle et à économie dynamique
- diffuses, en périphérie des villes, à croissance résidentielle et dynamique économique diversifiée
- densifiées, du littoral et des vallées, à forte croissance résidentielle et à forte économie présentielle



Campagnes agricoles et industrielles

- sous faible influence urbaine

Campagnes vieillies et à très faible densité

- à faibles revenus, économie présentielle et agricole
- à faibles revenus, croissance résidentielle, économie présentielle et touristique
- à faibles revenus, croissance résidentielle, économie présentielle et touristique, très fort éloignement des services d'usage courant

- hors champ (unités urbaines > 10 000 emplois)

Sources : DREES, INRA UMR 1041 CESAER / UFC-CNRS UMR 6049 ThéMA / Cemagref DTM METAFORT, 2011, IGN Tous droits réservés • Réalisation : Datar / CGET - Observatoire des territoires 2018

Dans une étude menée en 2012, la Datar identifie trois types d'espaces ruraux :

- ▶ les campagnes des villes, du littoral et des vallées urbanisées,
- ▶ les campagnes agricoles et industrielles,
- ▶ les campagnes vieillies et à très faible densité.

Les premières sont très attractives du fait de leur situation en proche périphérie des grandes agglomérations (première couronne).

Les deuxièmes bénéficient aussi de la périurbanisation, mais l'influence urbaine est moindre du fait de leur éloignement (deuxième couronne et au-delà).

Éloignées des villes, les troisièmes sont plus autonomes, mais leur situation est plus difficile du fait de leur faible densité. Les espaces touristiques tirent toutefois mieux leur épingle du jeu grâce à leurs aménités (attrait naturel).

Favoriser le lien social dans l'espace rural

Les interventions dans les espaces publics doivent tenir compte du profil des populations, en particulier des nouveaux habitants qui se sont installés avec une certaine représentation du rural (le cadre de vie) et des besoins et envies spécifiques (maison individuelle, aménités de la campagne).

« Il s'agit de trouver un équilibre entre les besoins permanents et saisonniers des résidents, des touristes, suivant l'âge et l'ancrage des usagers des espaces publics. »

Les nouveaux arrivants des espaces ruraux sont aujourd'hui :

- ▶ Les jeunes familles d'actifs qui se déplacent beaucoup (surtout en voiture) du fait de l'éloignement du lieu de travail (pendulaires) et des équipements (commerces, enfants, loisirs...).
- ▶ Les couples modestes des classes moyennes qui se sont installés à la campagne avec des motivations essentiellement économiques (coût du foncier) et la volonté de fuir les contraintes de l'habitat collectif.
- ▶ Les retraités qui ont déménagé pour des raisons liées surtout au cadre de vie. Le « retour aux sources » pour retrouver « l'esprit de village » d'origine constitue une motivation forte souvent idéalisée (proximité des services, communauté d'habitants qui se côtoient).

Ces populations recherchent les composantes variées du rural : le patrimoine, l'environnement, les services, la qualité de vie. Ces espaces ont développé des fonctions résidentielles et récréatives du fait de la mise en tourisme, ce qui peut engendrer des conflits d'usage (la préservation ou le partage des terres agricoles avec les chemins de randonnée, bruit des cloches par exemple). Cette diversité sociale a des effets sur les représentations (imaginaire du rural) et des impacts sur les politiques publiques et les enjeux d'aménagement.

« L'espace public est un support privilégié pour créer du lien social dans les espaces ruraux. »

Au-delà des chiffres, la définition du rural passe par des spécificités paysagères et nécessite de l'interconnaissance. Les lieux de rencontres s'organisent souvent autour des écoles, commerces et associations, mais aussi dans les espaces publics qui deviennent des facteurs d'attractivité pour l'installation de nouveaux ménages.

Les lieux de rencontre prennent le plus souvent la forme d'espaces ouverts tels que les places qui se caractérisent par leur multifonctionnalité (marché, concert, parking), mais aussi les rues surtout lorsqu'elles sont restreintes au déplacement automobile.

Pour conclure, les espaces ruraux doivent être appréhendés en tenant compte de leur diversité et de leurs spécificités, y compris entre les pôles ruraux et les autres communes périphériques et lointaines. Les espaces ruraux se caractérisent par de multiples représentations et pratiques, engendrant des attentes différentes entre les catégories sociodémographiques. Forger le lien social entre ces groupes nécessite des collaborations et synergies avec les différents acteurs locaux, notamment pour faciliter l'appropriation des animations proposées.

« La collaboration entre les différents acteurs est essentielle pour penser les espaces publics et renforcer leur rôle en tant qu'espace de rencontre. »



PARTAGE D'EXPÉRIENCES

S'appuyant sur le retour d'expérience des participants, deux temps d'échanges ont permis d'identifier les clefs de réussite d'animation des espaces publics ainsi que les contraintes et les freins à lever.



Les espaces publics : le maillon fort de l'animation territoriale

Les espaces publics sont multiples et dominants dans les territoires ruraux et périurbains : souvent associés aux places des bourgs et des villages, ils recoupent également les rues, parkings, friches, voies vertes ou encore espaces naturels (forêts, sentiers de randonnée, bords de rivière...). Leur place est prépondérante dans l'occupation de l'espace. Ils apparaissent comme un maillon fort de l'animation territoriale, même si leur investissement n'est pas spontané du fait de la faible densité de population et des mobilités pendulaires majeures.

Cette animation territoriale ne relève pas forcément des collectivités territoriales. Les retours d'expériences montrent une forte mobilisation des associations et acteurs privés locaux sur ces espaces. Les collectivités territoriales peuvent agir en accompagnant ces initiatives privées, mais aussi en façonnant les espaces publics à travers des outils réglementaires tels que les PLU(i). Les aménageurs doivent les prévoir en amont des projets.

La question des espaces publics est souvent perçue comme un enjeu urbain. Ils apparaissent comme des espaces en creux dans le tissu urbain et font l'objet de nombreuses

valorisations dans l'objectif de développer la convivialité et les fonctions écologiques notamment pour faire face au réchauffement climatique. Les fonctions sont les mêmes en milieu rural et périurbain, mais les espaces publics y couvrent des surfaces bien plus importantes. Leur animation est d'autant plus difficile. Les retours d'expériences montrent que certains espaces publics sont naturellement attractifs, alors que d'autres sont spontanément repoussants. Il est important d'en comprendre les raisons pour lever les points de blocage et activer les leviers d'attractivité.

« Le choix des animations doit tenir compte des aspirations des habitants. »

La dimension patrimoniale : un levier d'attractivité pour l'économie locale et la structuration de lien social

L'attractivité des espaces ruraux est souvent liée à son patrimoine naturel dont la valorisation constitue un levier pour animer les espaces publics et, de façon plus globale, développer le territoire. Les aménagements et les animations vont localement mettre de la vie et contribuer ainsi au bien-être et à la qualité de vie des habitants. En milieu naturel, le tourisme vert est un levier d'attractivité. La création de voies vertes ou de chemins de randonnée va animer le territoire et attirer de nombreux visiteurs. Le sport de plein d'air et les activités associées sont des vecteurs importants d'effervescence.

La valorisation des espaces publics peut également s'appuyer sur le patrimoine historique et culturel des territoires ruraux. Les expériences partagées ont montré que de telles initiatives pouvaient susciter une forte mobilisation des habitants et des associations, dans un climat festif, au sein des communes. La mise en valeur du patrimoine historique (châteaux, églises...) est ainsi source d'ani-

mations et conduit à perpétuer le passé du territoire. Le patrimoine industriel ouvre aussi des possibilités, en réinvestissant d'anciennes gares ou usines, pour y implanter par exemple des épiceries de produits locaux et des cafés avec des animations locales. La qualité architecturale des bâtiments contribue au charme des lieux et favorise la mise en tourisme des espaces ruraux pour structurer une activité économique créatrice de lien social.

Nuage de mots définissant l'espace rural.
Adeline GRABY, travail avec des étudiants de licence 2
de l'Université de Caen Normandie



Ces leviers permettent d'attirer des visiteurs, de répondre aux exigences de cadre de vie des habitants et d'engendrer de l'activité économique, afin de garantir une pérennité économique pour des porteurs de projets.

« Les espaces privés sont aussi des lieux d'animation potentielle (fermes, châteaux, restaurants,...). »

L'attractivité commerciale : moteur d'animation pour les acteurs locaux

La vague de fermeture des commerces dans les communes rurales lors des années 1980 soulignée par Adeline GRABY pose le sujet de l'activité économique locale comme levier d'animation des espaces publics. Souvent situés sur des places publiques ou le long d'axes traversants, les services et commerces de proximité favorisent le lien social par la fréquentation qu'ils suscitent. Les gens n'hésitent pas se déplacer pour y accéder.



Dès lors, l'attractivité commerciale constitue un levier pour les politiques de développement et d'aménagement des espaces ruraux. Les retours d'expériences montrent que la présence de locaux ou d'équipements permet de créer des animations. La mise à disposition des jardins publics par la mairie avec des branchements électriques et un local frigo favorise par exemple l'activité d'une AMAP. La distribution hebdomadaire de fruits et légumes dans les espaces publics crée du lien social et des débouchés aux producteurs locaux. L'organisation de marchés de plein vent joue le même rôle : les habitants viennent acheter directement leurs produits auprès des vendeurs et producteurs locaux. La création ou la réattribution d'anciens locaux à vocation commerciale à des artisans et commerçants (boutiques-tests) est un autre levier pour conforter et redynamiser l'offre de proximité (centralités).

Plusieurs porteurs de projets développent des dispositifs itinérants, permettant de proposer des services de proximité (coiffure ou food-trucks par exemple) dans les espaces publics. Les camions itinérants s'installant sur des places publiques, leur présence attire les habitants. Des distributeurs automatiques sont aussi installés sur des places et parkings, souvent le long des axes de communication pour en faciliter l'accès. Ces automates (pain, pizzas, viande, légumes...) pallient l'absence de magasins et offrent des débouchés à l'économie locale. Dans les espaces ruraux où l'agriculture occupe une place importante, le lien avec les productions locales permet de soutenir et développer l'économie locale (circuit courts).

Des enjeux d'accessibilité plutôt que de conflit d'usage

Alors que le conflit d'usage est souvent relevé comme un frein à l'animation des espaces publics, les acteurs du Focus Group insistent davantage sur le travail à faire sur l'accessibilité comme contrainte majeure. La connexion avec les pistes cyclables apparaît comme un levier d'attractivité pour accéder aux équipements du territoire (notamment ceux situés au bord de la voie verte). Le déploiement des dispositifs itinérants, évoqué précédemment, est une manière d'aller au-devant des clients et de développer *in fine* l'offre de proximité.

La segmentation des espaces : facteur de frein

« À force de faire l'espace pour tout le monde, il n'est finalement pour personne ».

Dans les projets d'aménagement des espaces publics, les porteurs de projets émettent un point de vigilance sur le risque de segmentation de l'espace. Les aménagements visent à accueillir des publics spécifiques (aires de jeux pour les enfants, dispositifs seniors...), mais ces

éléments peuvent être « repoussants » pour les personnes qui ne sont pas concernées. La présence de barrières et la clôture des espaces ont été souvent décriées lors des discussions, ainsi que la trop forte présence des voitures et le sentiment d'insécurité. La spécialisation et le fractionnement des espaces peuvent être dissuasifs pour les habitants et être un frein à l'appropriation des espaces publics.

Les retours d'expériences permettent d'identifier des espaces peu pris en compte dans les politiques d'aménagement alors qu'ils sont investis par les habitants (abords des écoles où les parents d'élèves se regroupent quotidiennement par exemple). Il convient dès lors de faciliter et d'accompagner l'appropriation de ces espaces en trouvant les bonnes modalités d'intervention (critères multiples). Les aménagements lourds, en dur, ne sont pas forcément la solution, le risque étant de figer l'espace. L'identification des points précis de blocage est indispensable. Dans tous les cas, les acteurs relèvent le besoin de sensibilisation des élus.

La synergie des acteurs : facteur de réussite pour l'appropriation des espaces par les habitants

Faciliter l'appropriation des espaces publics par les usagers relève ainsi d'une multitude de critères et d'acteurs. Qu'ils soient publics ou privés, aménageurs ou porteurs de projets économiques, culturels ou autres, une grande diversité d'acteurs locaux est amenée à intervenir sur les espaces publics. Renforcer le lien social dans les espaces ruraux et périurbains implique dès lors de sortir du préjugé selon lequel ces espaces sont uniformes et délaissés. Il faut tenir compte des spécificités et des profils différenciés des habitants. Nouer des partenariats est un facteur de réussite pour mobiliser les forces vives du territoire. Le soutien et l'intervention des pouvoirs publics apparaît nécessaire pour la pérennité des projets notamment en accompagnant les démarches et en mettant à disposition des équipements logistiques et techniques comme les locaux.

Référence

Adeline GRABY - " Maintien du commerce alimentaire en milieu rural et interventions des collectivités locales : exemple de communes normandes de moins de 1 000 habitants ". Géographie. Normandie Université, 2023. Français.

> <https://theses.hal.science/tel-04306630>

Le pot de l'amitié a été organisé par le Quai d'Harcourt,
une épicerie associative vendant des produits
bio et locaux au Hom.
L'établissement se situe dans l'ancienne gare de
Thury-Harcourt, le long de la Voie verte.



> [http://www.suisse-normande-tourisme.com/toute-l-offre/
le-quai-d-harcourt-2709520](http://www.suisse-normande-tourisme.com/toute-l-offre/le-quai-d-harcourt-2709520)

Directeur de la publication : Patrice DUNY
Rédaction & mise en page : AUCAME 2024

Contacts : manuela.laurent@aucame.fr
jp.briand@aucame.fr

Directeur de publication : Patrice DUNY
Réalisation et mise en page : Aucame 2024
Illustrations : Aucame (sauf mention contraire)
Contact : contact@aucame.fr

**Agence d'urbanisme de
Caen Normandie Métropole**

21 rue de la Miséricorde - 14000 CAEN
02 31 86 94 00 / contact@aucame.fr

www.aucame.fr

