TERRITOIRES RURAUX : PERCEPTIONS ET REALITES DE VIE

RAPPORT D'ETUDE

Octobre 2018

Familles rurales
Vivre mieux !

Une étude Familles Rurales réalisée par l'Ifop

ifop

SOMMAIRE

Introduction **4**

De La ruralité Aux ruralités **5**

Les principaux enseignements **6**

Analyse **9**

1 Ruraux et grand public: une vision commune de la France, mais des écarts de perception au sujet du monde rural 9

2 Un sentiment d'abandon parmi les ruraux lié au recul des services public, à l'origine d'un pessimisme marqué 14

3 Un monde rural attractif pour des Français en quête d'une meilleure qualité de vie 18

4 L'attractivité des ruralités conditionnée par la présence de services de proximité et de solutions de mobilité 20

5 Les ruraux et l'action gouvernementale 21

Conclusion **23**

METHODOLOGIE

L'étude **« Territoires ruraux : perceptions et réalités de vie »** a été réalisée par l'Ifop pour Familles Rurales, avec le soutien de la MSA, de RTE et de l'ADEME. Elle a été menée avec les méthodologies suivantes :

- Un sondage « grand public » : échantillon de **1012 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.** La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne du 8 au 11 juin 2018.

- Un sondage « ruraux » : échantillon de **1501 personnes, représentatif de la population française rurale âgée de 18 ans et plus**. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par tranche d'unité urbaine. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne du 6 au 11 juin 2018.

INTRODUCTION

La métropolisation recompose depuis de nombreuses années le paysage français. Pourtant une part importante de la population vit en dehors des grands ensembles urbains et reste en marge de ce mouvement, notamment dans les territoires ruraux. Ces espaces relégués constituent cependant un enjeu majeur pour le pays, dont le développement équilibré du territoire ne sera possible qu'à la condition d'une fructueuse complémentarité ville-campagne.

Déclin, abandon, fermeture des services publics ; mais aussi qualité de vie, renouveau, dynamisme ; les représentations collectives liées aux ruralités sont nombreuses et complexes. Si les problématiques sont réelles, la campagne jouit dans le même temps d'une attractivité indéniable, du point de vue des urbains, comme des ruraux.

Fort de ses 2200 associations implantées dans les territoires ruraux et de ses 160 000 familles adhérentes, le Mouvement Familles Rurales a voulu vérifier, déchiffrer, objectiver, les représentations habituellement véhiculées sur le monde rural. Cette présente étude, totalement inédite, entend déconstruire les idées reçues, comprendre les conditions d'attractivité des territoires ruraux et mieux appréhender les attentes de leurs habitants.

Constituée de deux enquêtes simultanées, l'une auprès d'un échantillon 1000 personnes représentatif du grand public, l'autre auprès de 1500 ruraux, l'étude Familles Rurales réalisée par l'IFOP, permet, au travers de ces regards croisés, d'établir une véritable « radioscopie des ruralités » et compose une vision complète des perceptions associées au monde rural dans la France de 2018.

Les ruralités sont un atout pour notre pays. Elles méritent des politiques publiques ambitieuses, respectueuses de leurs spécificités et de leur diversité, qui font confiance à l'intelligence des territoires, pour reconnaitre et mettre en valeur leurs potentialités.

DE LA RURALITE AUX RURALITES

La ruralité renvoie communément à la notion de « campagne », qui se caractérise par un habitat peu dense, un paysage à dominante végétale mais aussi un mode de vie spécifique. Selon l'INSEE les communes rurales, par opposition aux unités urbaines, sont « des communes ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu qui compte au moins 2 000 habitants ».

Cette définition restrictive n'a plus de sens à l'heure de la métropolisation, des phénomènes de périurbanisation et de la dynamique de réseau que connaissent les territoires. Dans ce contexte, l'opposition urbain-rural n'est d'ailleurs plus pertinente et nous conduit à raisonner en termes de territoires, différents les uns des autres et dont les capacités de développement ne sont pas les mêmes. Ce constat nous amène à évoquer « les ruralités » et non plus la ruralité pour évoquer ces territoires qui ont profondément changé ces vingt dernières années.

L'étude « Typologie des campagnes françaises » commandée par la DATAR en 2011 semble mieux appréhender les enjeux des territoires ruraux en distinguant trois grandes catégories de «campagnes». Elles incluent toutes les communes qui n'appartiennent pas à une unité urbaine regroupant plus de 10 000 emplois. Dans cette acception large dans laquelle se reconnait Familles Rurales, les ruralités représentent 27,4 millions d'habitants soit presque 43 % de la population.

Une typologie des ruralités pour mieux appréhender leur diversité

- Les campagnes des villes, des littoraux et des vallées urbanisés (26% de la population sur 26% du territoire). Elles connaissent une influence forte et croissante des villes, se densifient, enregistrent une croissance résidentielle marquée ou modérée, avec l'arrivée de populations plutôt jeunes, plutôt diplômées et plutôt actives, et connaissent une dynamique économique tirée par le développement de l'économie présentielle ;

- Les campagnes agricoles et industrielles (9% de la population sur 26% du territoire), peu denses, dont la dynamique démographique est fortement liée à celle des villes, parfois éloignées, qui structurent l'espace (avec une situation moins favorable dans l'est que dans l'ouest de la France), et qui présentent un taux de chômage élevé et une faible croissance des emplois ;

- Les campagnes vieillies à très faible densité (8% de la population sur 42% du territoire), longtemps marquées par l'exode rural, qui connaissent depuis quelques années un brassage et pour certaines un regain démographique, mais n'échappent pas à un fort vieillissement et à une tendance à la paupérisation des populations qui y vivent – l'économie de ces territoires reste dominée par les activités agricoles et agro-alimentaires, avec dans certaines zones, notamment en montagne, une part importante de l'économie touristique.

LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

L'étude « Territoires ruraux : perceptions et réalités de vie » révèle les principaux enseignements suivants :

1. **Un décalage de perceptions entre une opinion qui, dans son ensemble, associe d'abord la ruralité à des difficultés socio-économiques et des ruraux qui, dans leur quasi-totalité, se disent satisfaits de vivre dans le monde rural et l'associent spontanément à une qualité de vie remarquable.**

- Spontanément, les ruraux associent d'abord la ruralité à la qualité de vie (62% des citations), quand les Français l'associent d'abord à des difficultés socio-économiques (46% des citations).
- 59% des Français estiment que le monde rural est « en déclin » contre 43% des ruraux, soit 16 points d'écart.
- 66% des Français sont satisfaits de leur position dans la société contre 74% des ruraux.
- Seuls 5% des ruraux déclarent vouloir quitter le monde rural.

2. **Un sentiment d'abandon parmi les ruraux, lié à un recul des services publics et à l'origine d'un pessimisme marqué vis-à-vis de l'avenir.**

- Les ruraux comme les Français placent la « France des campagnes » en tête des territoires délaissés, devant la « France des banlieues » ou la « France périurbaine ».
- 51% des ruraux estiment que le monde rural est « abandonné ».
- Le sentiment d'abandon est beaucoup plus fort parmi les ruraux qui déclarent ne pas avoir accès à des services publics locaux (64% d'entre eux voient le monde rural comme « abandonné »), que parmi ceux qui déclarent y avoir (47% considèrent le monde rural « abandonné »).
- 57% des ruraux estiment que leur commune ne bénéficie pas de l'action des pouvoirs publics, contre une moyenne de 36% parmi les Français.
- 56% des ruraux sont pessimistes au sujet de leur avenir contre 49% des Français.

3. **Une réelle attractivité des ruralités, territoires qui apparaissent en phase avec les aspirations des Français pour une meilleure qualité de vie.**

- Pour 81% des Français vivre à la campagne représente la vie idéale, qu'ils y travaillent ou non. Seuls 19% aspirent à une vie totalement urbaine (comme lieu de vie et de travail).
- La qualité de vie, le calme et la nature apparaissent comme les principaux attributs des ruralités qui pourraient conduire les Français à s'installer dans le monde rural, devant le moindre coût de la vie.
- 60% des Français déclarent que s'ils devaient créer une entreprise, ils souhaiteraient le faire en milieu rural.

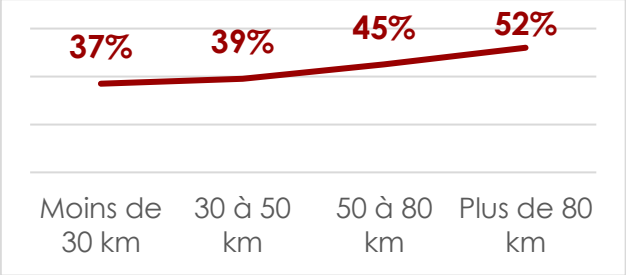
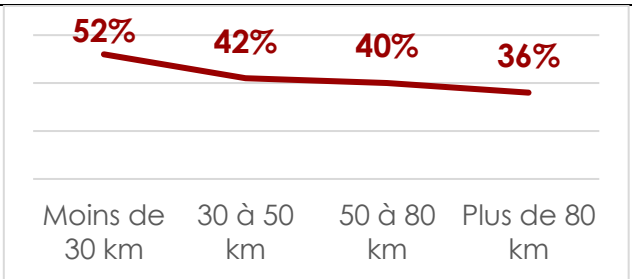
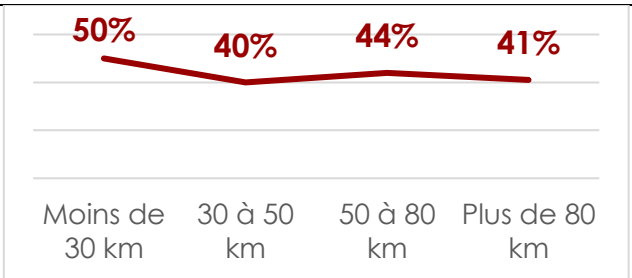
4. Mais cette attractivité est conditionnée par la présence de services de proximité et de solutions de mobilités.

- Aux yeux des Français, l'installation de nouveaux habitants en milieu rural est avant tout conditionnée par la présence de services publics (70% des citations), suivie d'une offre d'emplois et de transports suffisante (62% et 54% des citations).
- Les ruraux quant à eux attendent en priorité que les pouvoirs publics agissent en milieu rural contre la désertification médicale (51% des citations), pour la présence de services publics (30% des citations) et de commerces (28%). Viennent ensuite l'action en faveur de l'installation d'entreprises (26%) ou pour l'amélioration de l'accès à internet (24%).

UN monde rural ou DES ruralités ?

Même si les ruraux partagent des perceptions communes, il serait réducteur de limiter le monde rural à un groupe social aux opinions homogènes.

- Les trajectoires de vie changent les perceptions : si une minorité des ruraux ayant toujours vécu en milieu rural dit s'en sortir avec les revenus de leur foyer (45%), la proportion monte à 55% pour les néo-ruraux, ces urbains venus s'installer « à la campagne » au cours de leur vie. De même, les néo-ruraux sont plus optimistes pour l'avenir de la France (40%) que les ruraux natifs (32%).
- Il existe également des disparités marquées selon les régions : alors que 51% des ruraux vivant en Hauts-de-France associent la ruralité au mot « déclin », seuls 33% des ruraux bretons partagent cette opinion concernant leur territoire.
- Enfin, la distance de son lieu de vie au centre-ville de la ville moyenne la plus proche apparaît comme un critère déterminant : plus l'éloignement est important, plus le sentiment d'abandon, de disparition des services de proximité et de pessimisme est élevé (voir tableau ci-dessous).

	REPONSES DES RURAUX SELON LA DISTANCE DE LEUR LIEU DE VIE AU CENTRE-VILLE DE LA VILLE MOYENNE LA PLUS PROCHE
Le monde rural est en déclin *(réponses « cet adjectif s'applique bien au monde rural»)*	
Ma commune bénéficie de l'intervention des pouvoirs publics *(réponses « oui »)*	
Je suis optimiste quand je pense à mon propre avenir et à celui de mes proches *(réponses « optimiste»)*	

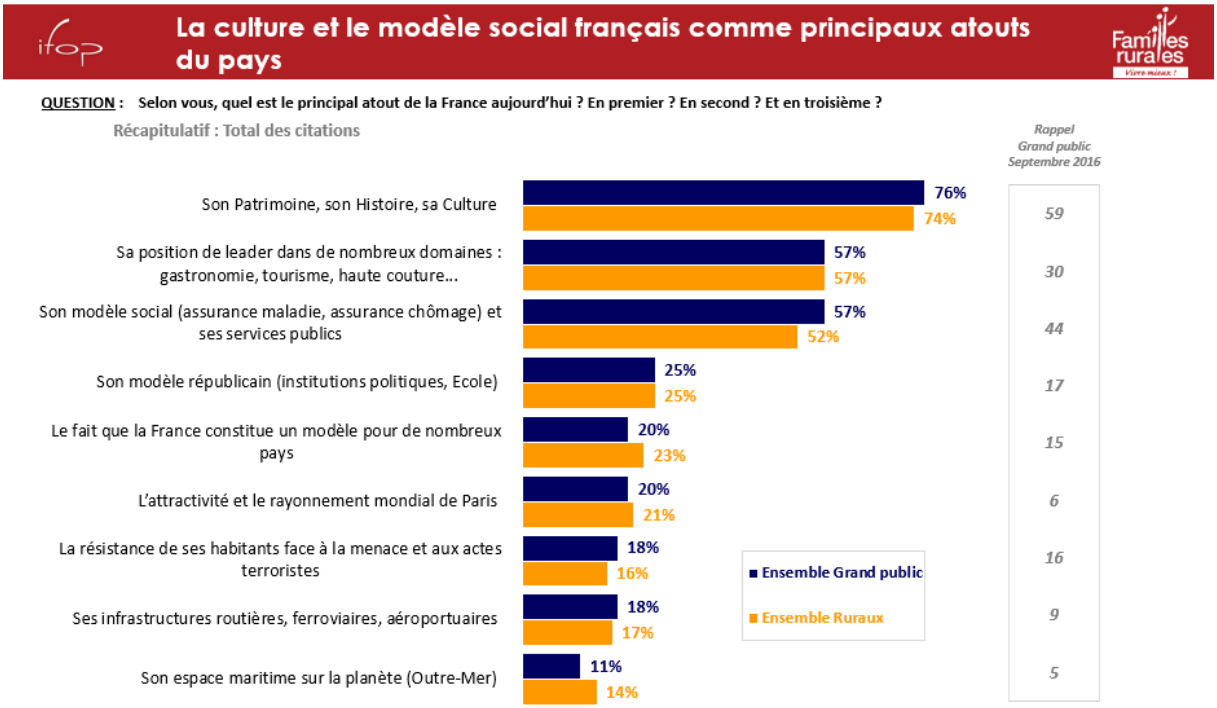
ANALYSE

1. RURAUX ET GRAND PUBLIC : UNE VISION COMMUNE DE LA FRANCE, MAIS DES ECARTS DE PERCEPTIONS AU SUJET DU MONDE RURAL

- **La culture et le modèle social français, principaux atouts du pays pour l'ensemble des Français comme pour les ruraux**

Interrogés parallèlement sur ce que sont à leurs yeux les principaux atouts et handicaps de la France, **l'ensemble des Français comme les ruraux retiennent la même hiérarchie et donc la même vision du pays.**

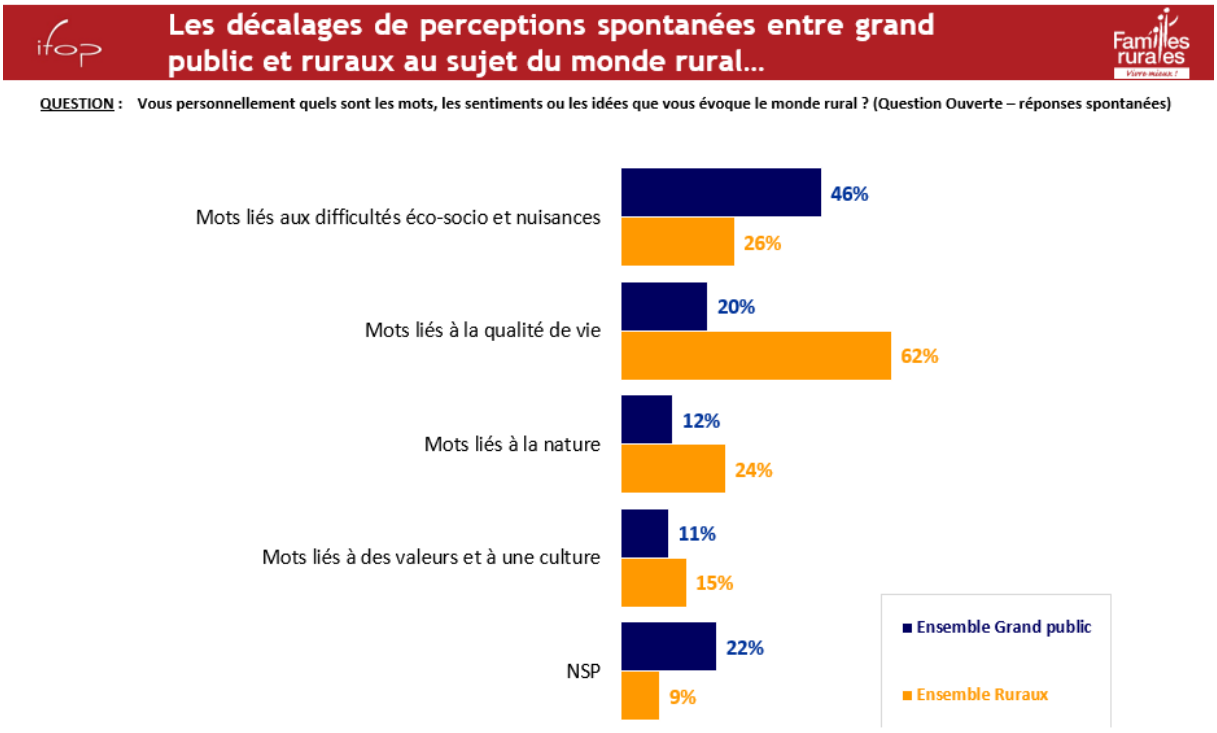
Les trois principaux points forts sélectionnés sont *« le patrimoine, l'Histoire et la culture »* de la France (76% des citations du grand public, 74% des ruraux), *« sa position de leader dans de nombreux domaines : gastronomie, tourisme, haute couture… »* (57% GP et ruraux) et son *« modèle social et ses services publics »* (57% GP et 52% ruraux), alors que le *« chômage trop élevé »* (52% GP et ruraux), *« l'immigration excessive »* (44% GP et 48% ruraux) et *« l'affaiblissement de l'Ecole »* (35% GP et 32% ruraux) apparaissent comme les principales faiblesses du pays. **Se dessine ainsi une France sûre de ses atouts culturels, facteurs d'attractivité et de rayonnement international, mais aussi consciente de l'apport de son modèle social et de ses services publics à la qualité de vie de ses concitoyens.** En résumé, une France forte de sa culture unique et de ses mécanismes de solidarité. De l'autre côté de la médaille, **les Français expriment avant tout leur inquiétude face à un chômage de masse installé depuis plus de 30 ans, face au phénomène migratoire et leur déception vis-à-vis d'un système éducatif** censé garantir la promesse méritocratique et intégratrice de la République.



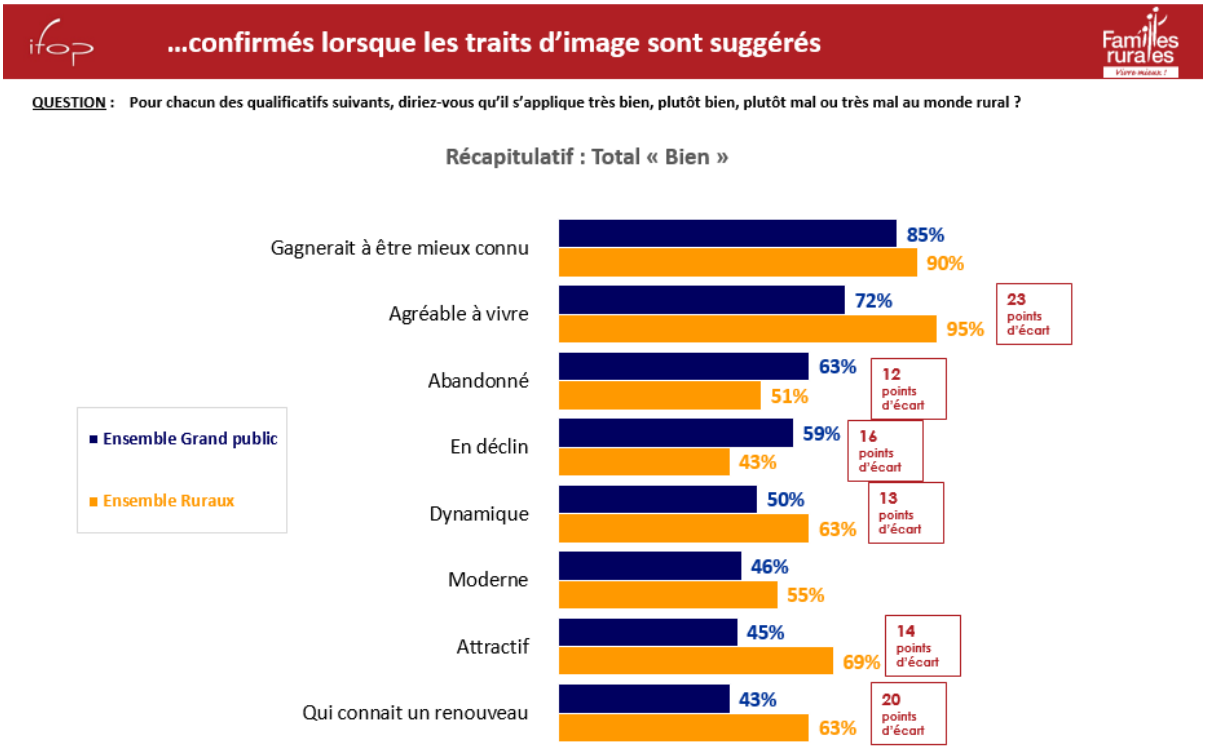
- **Un décalage de perceptions entre Français et ruraux au sujet du monde rural, les premiers y associant d'abord des difficultés socio-économiques, les seconds une qualité de vie enviable**

Le « calme », la « tranquillité », « l'absence de stress » et « la qualité de vie » sont les mots qui reviennent le plus souvent (62% des citations) lorsqu'on demande aux ruraux de décrire spontanément le monde rural. Ainsi, avant même la « nature » ou la « campagne » (24% des citations), c'est **le champ lexical du bien-être qui est invoqué.** Il n'est donc pas étonnant que le principal trait d'image retenu par les ruraux concernant leur environnement soit « agréable à vivre » (95% déclarent que cela s'applique bien au monde rural). Lorsqu'on interroge les Français dans leur ensemble **en revanche, c'est d'abord des termes liés à des difficultés socio-économiques qui émergent** (46% des citations, contre 26% chez les ruraux) : « abandonné », « disparition des services de proximité », « pauvreté », « chômage »…même si le thème de la qualité de vie arrive en deuxième position (20% des citations). Ainsi, si **les Français ont bien conscience des attraits du monde rural, ils se font d'abord les relais d'un discours ambiant associant la ruralité au déclin[1].**

Les dirigeants d'entreprise ont un regard beaucoup plus positif que la moyenne sur le monde rural : 70% d'entre eux l'associent au mot « dynamique » et 56% au mot « moderne » contre 50% et 46% pour l'ensemble des Français.



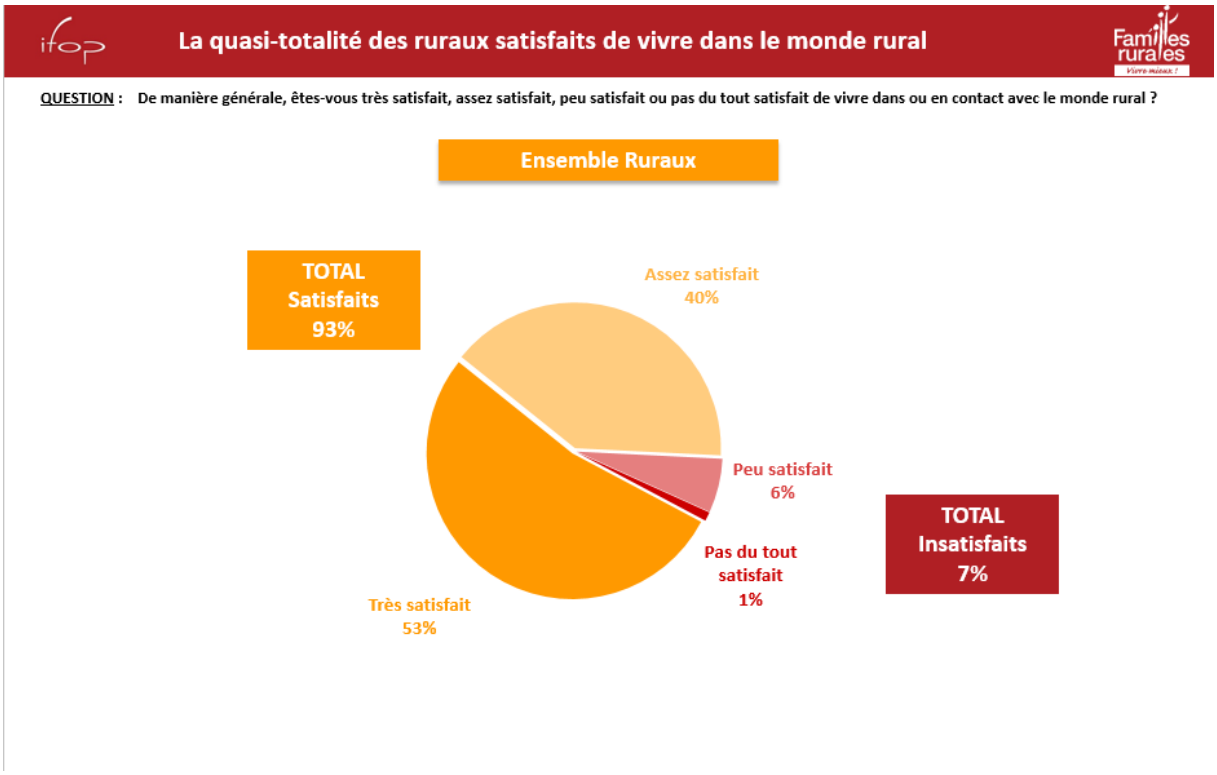
[1] Des éléments objectifs alimentent ces perceptions : en 2015, on comptait 400 fermetures de centres de finances publiques en 6 ans dans le cadre de la RGPP, principalement dans des communes rurales. Ces fermetures de services publics, de gares, de postes et de commerces se voient et marquent nécessairement les esprits des Français.



- **Des ruraux qui portent un regard positif sur leurs conditions de vie, à l'opposé des représentations collectives déclinistes**

Si l'ensemble des Français partagent **les représentations déclinistes de la ruralité, les ruraux, on l'a vu, ont une vision plus positive de leur environnement (93% des ruraux sont satisfaits de vivre dans le monde rural, dont 53% « très satisfaits »).** Ils sont par ailleurs une majorité à lui associer des traits d'image positifs contrairement à l'ensemble des Français : « Dynamique » (63% contre 50% pour les Français), « Moderne » (55% contre 46%), « Attractif » (69% contre 45%) et « Qui connaît un renouveau » (63% contre 43%). Tout laisse à penser ainsi que, **même s'ils souhaitent qu'on reconnaisse leurs difficultés, les ruraux se refusent à une rhétorique victimaire à leur encontre et qu'ils sont réceptifs à une vision plus moderne et positive de la ruralité**.

Il existe plusieurs ruralités : les néo-ruraux, qui ont vécu en ville avant de venir en milieu rural, sont 38% à trouver le monde rural en déclin, contre 47% pour les ruraux « de naissance ».

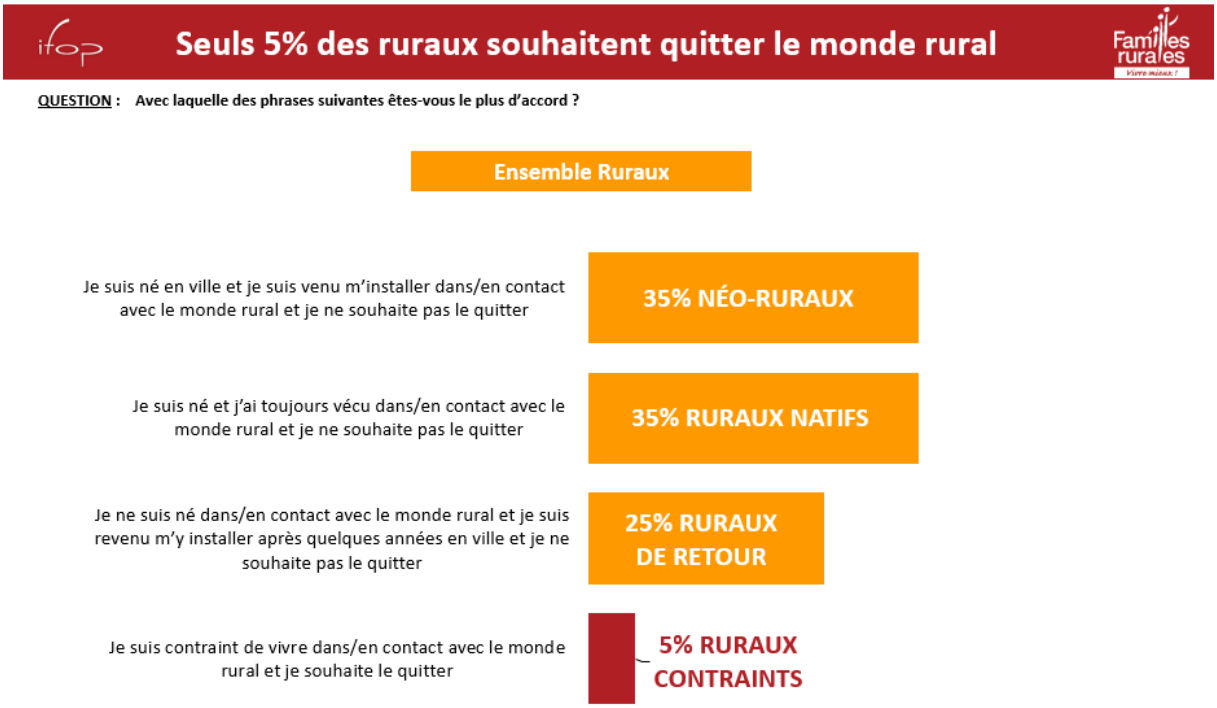


Autre chiffre révélateur d'une perception positive de leurs conditions de vie par les ruraux : 74% des ruraux se déclarent satisfaits de la position qu'ils occupent dans la société, contre 66% des Français, soit un écart non négligeable de 10 points. Ce résultat est particulièrement intéressant alors que les ruraux peuvent exprimer par ailleurs un sentiment de déclassement général des territoires ruraux, notamment du fait de la disparition de services publics. On comprend donc que les ruraux ne se perçoivent pas comme des individus déclassés et distinguent action publique, interprétations médiatico-politiques et épanouissement personnel.

De fait, **les conditions de vie en milieu rural pourraient venir compenser le sentiment d'abandon collectif qui y prévaut par ailleurs**. On peut également penser que **la plus forte homogénéité sociale en milieu rural (les inégalités les plus criantes se concentrant en milieu urbain) concoure à cette absence de sentiment de déclassement social** (67% des ouvriers ruraux sont satisfaits de leur position dans la société, contre 53% des ouvriers Français, soit un écart de 14 points). L'enquête permet de relever un indice qui vient confirmer ou expliquer ce sentiment de satisfaction sociale plus élevé chez les ruraux : **une minorité d'entre eux (49%) disent s'en sortir difficilement avec les revenus de leur foyer, contre 56% des Français, soit un écart de 7 points**. Parmi les autres aspects de la condition de vie des ruraux, on note une capacité d'épargne similaire aux Français (45% peuvent mettre de l'argent de côté une fois les dépenses contraintes payées, contre 47% des Français) et un temps de transport moyen pour se rendre au travail inférieur à celui passé par les Franciliens (37 minutes en moyenne pour les ruraux actifs, contre 47 minutes pour les Franciliens).

- **Un attachement quasi-unanime des ruraux à leur territoire**

Mises bout à bout ces perceptions positives et ces conditions de vie expliquent certainement que **seuls 5% des ruraux disent vouloir quitter leur environnement**. Ainsi quelles que soient les trajectoires de vie – néo-ruraux, ruraux natifs, ruraux de retour – 95% des habitants en milieu rural ne souhaitent pas le quitter. De nouveau, lorsqu'il est demandé à ces 95% de choisir les raisons de leur fidélité au monde rural la « qualité de vie » (74% des citations), le « calme » (74%) et le « contact avec la nature » forment le triptyque de tête. Au contraire, pour les 5% qui aspirent à une autre vie c'est d'abord « l'enclavement » (77% des citations), les « difficultés de déplacement » (49%) et l' « ennui » qui expliquent leur état d'esprit.

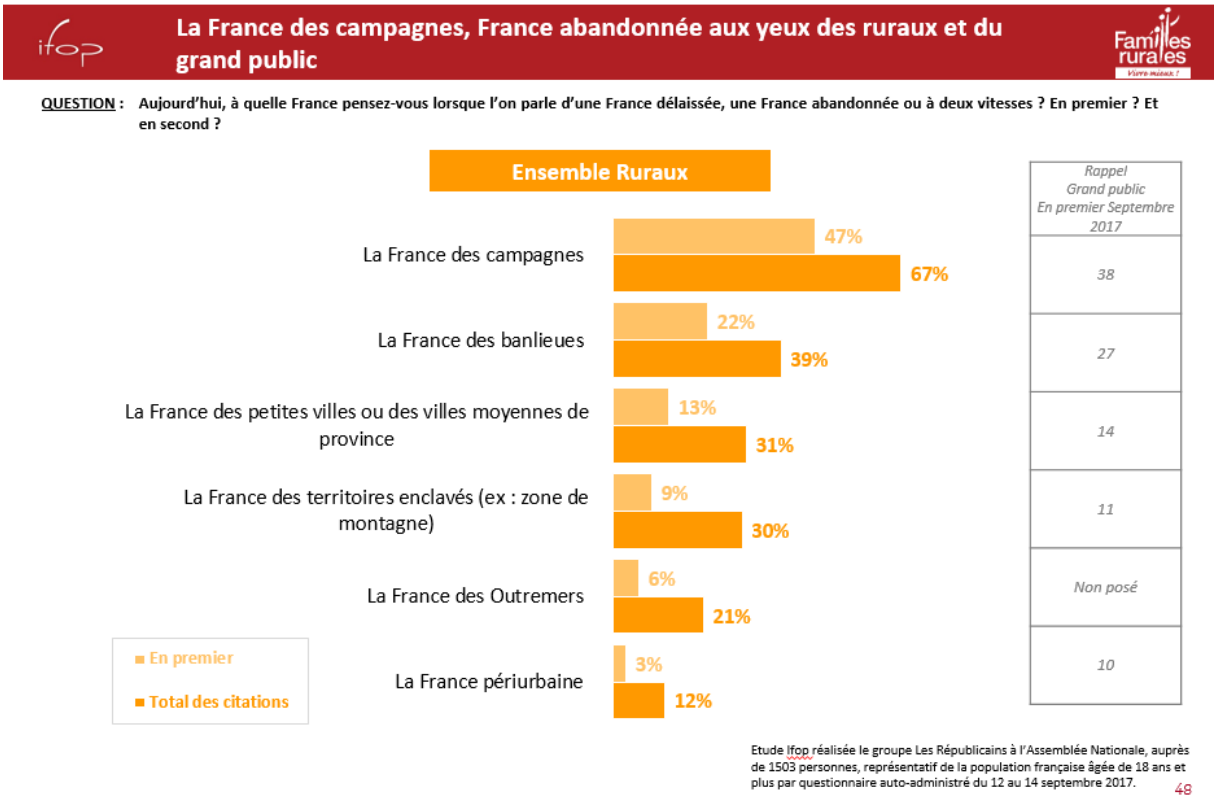


2. UN SENTIMENT D'ABANDON PARMI LES RURAUX LIE AU RECUL DES SERVICES PUBLICS, A L'ORIGINE D'UN PESSIMISME MARQUE

- **La France des campagnes, France abandonnée aux yeux des ruraux et du grand public**

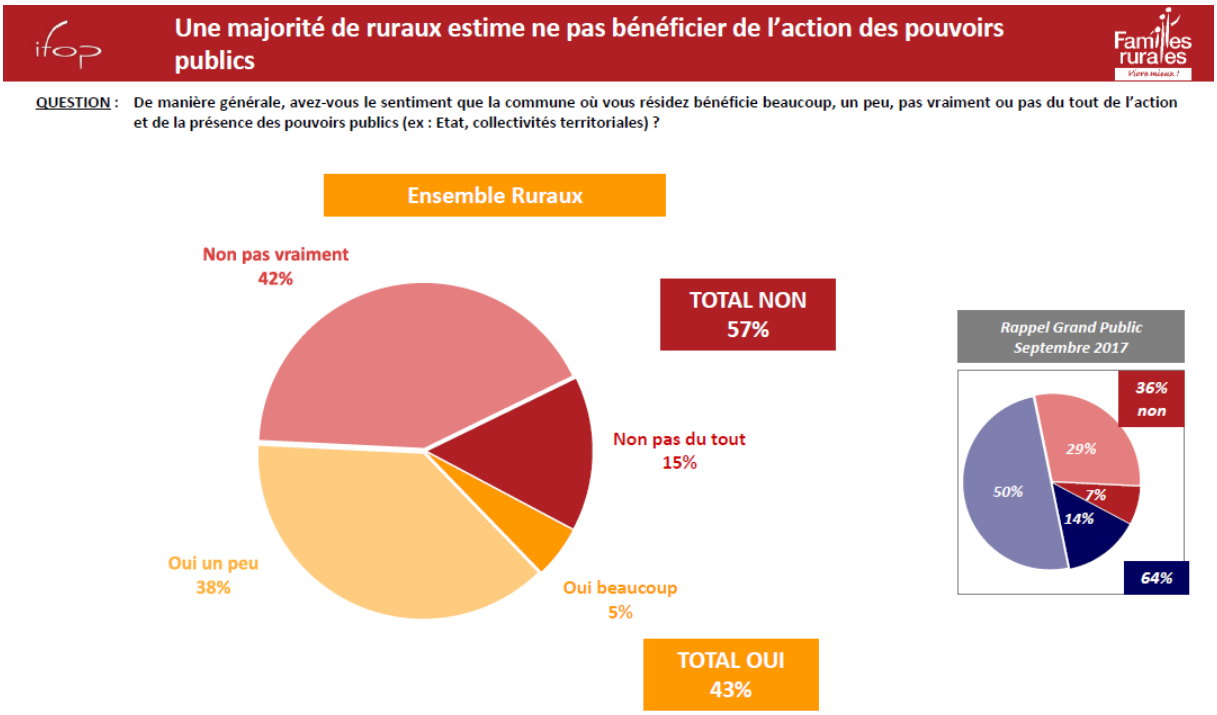
Si les ruraux se disent globalement satisfaits de leurs conditions de vie, ils portent un regard plus négatif sur le traitement de leurs territoires par la communauté nationale, et plus particulièrement par les pouvoirs publics.

Les ruraux classent ainsi la « France des campagnes » en première position des territoires « délaissés » ou « abandonnés » du pays devant la « France des banlieues » et, cette-fois ci, ils partagent le diagnostic de l'ensemble des Français qui retiennent la même hiérarchie.

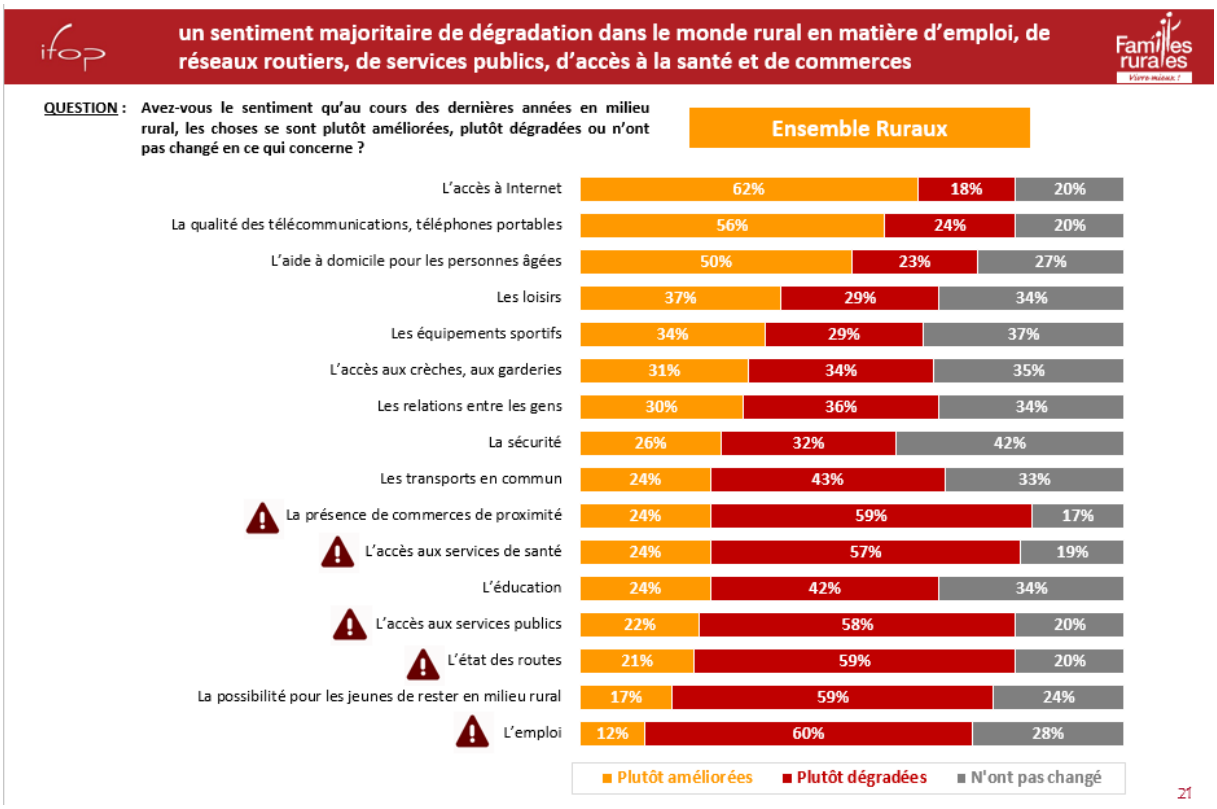


- **Le recul des pouvoirs publics comme première incarnation de l'abandon ressenti par les ruraux**

Plus précisément, au-delà d'un sentiment global de délaissement, **les ruraux regrettent la disparition progressive de l'Etat dans leurs territoires et à travers lui la matérialisation de la solidarité nationale** (57% d'entre eux considèrent que leur commune ne bénéficie pas de l'action des pouvoirs publics contre 36% des Français, soit un écart spectaculaire de 21 points). On notera que plus les personnes interrogées habitent depuis longtemps en milieu rural, plus le sentiment de ne pas bénéficier de l'action publique est fort : 61% des ruraux vivant depuis plus de 30 ans en milieu rural estiment que leur commune est délaissée par les pouvoirs publics, contre 51% des ruraux y vivant depuis moins de 5 ans, soit un écart de 10 points.

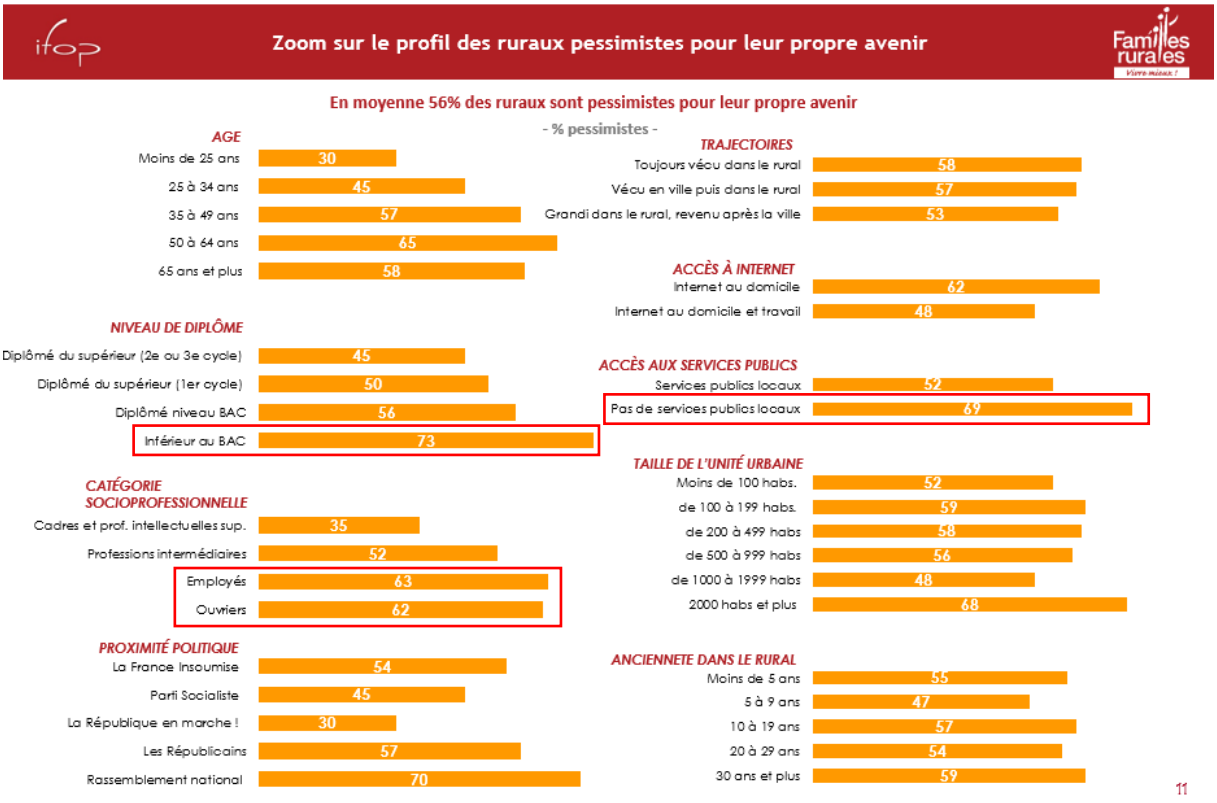


58% des ruraux considèrent que la situation en matière d'accès aux services publics s'est dégradée au cours des dernières années en milieu rural, 59% partagent cette opinion concernant les commerces de proximité, 57% concernant l'accès à la santé. Dans le même temps, et logiquement, ils placent *« la lutte contre la désertification médicale »* et la *« présence de services publics et sociaux »* comme les deux actions prioritaires pour préparer l'avenir du monde rural. Il est marquant de noter que si 60% considèrent que la situation de l'emploi s'est dégradée ces dernières années en milieu rural, ils ne sont par ailleurs **que 26% à penser que la priorité est de faire venir des entreprises**. Tout se passe comme si **les ruraux n'espéraient plus forcément pouvoir trouver un emploi à proximité de chez eux et souhaitaient prioriser l'essentiel : la santé et les services publics.**



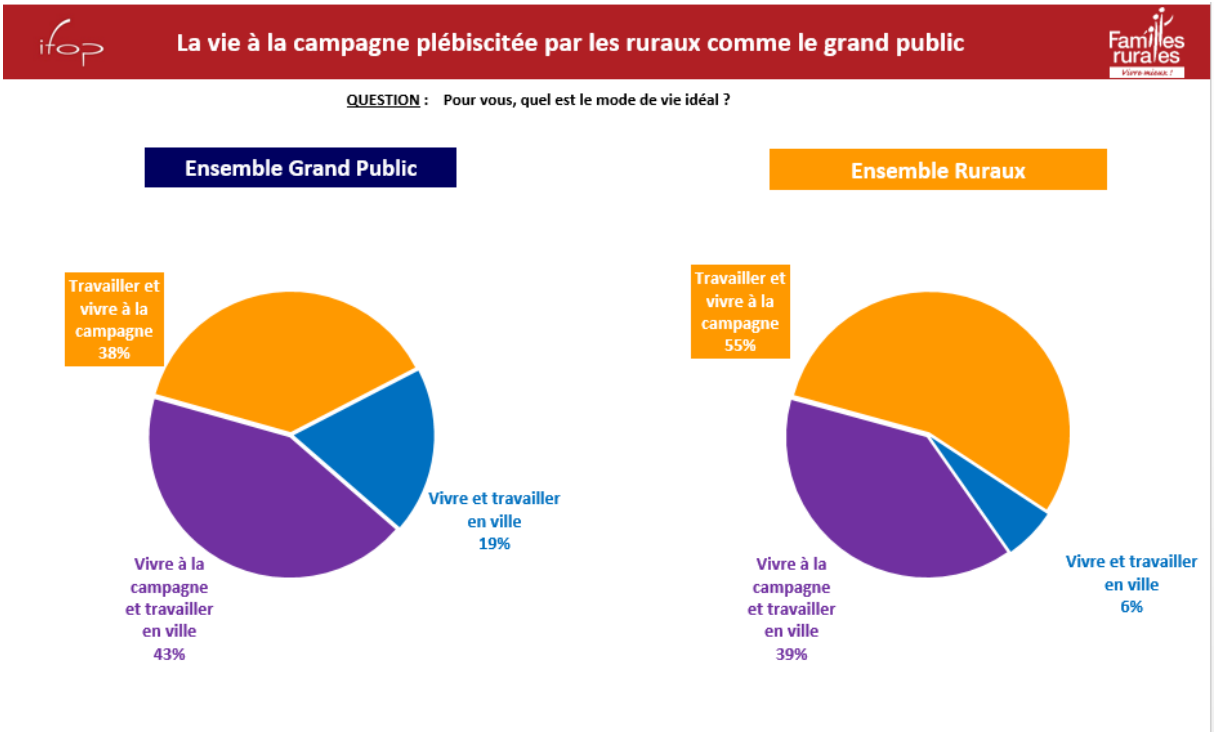
- **Un sentiment d'abandon à l'origine d'un pessimisme plus marqué parmi les ruraux que chez l'ensemble des Français**

  66% des ruraux se disent pessimistes pour l'avenir de la France, contre 56% du grand public et 56% déclarent être pessimistes pour leur propre avenir, contre 49% du grand public, soit des écarts de 10 et 7 points. Dans le détail, les ruraux les plus pessimistes pour leur propre avenir ont entre 50 et 64 ans (65% pessimistes), ont un niveau de diplôme inférieur au Bac (73% pessimistes), sont employés ou ouvriers (63% et 62% pessimistes) et, fait particulièrement marquant, estiment avoir un mauvais accès aux services publics (69% pessimistes, contre 52% pour les ruraux ayant un bon accès aux services publics). C'est donc **l'absence de perspectives d'emplois ou d'insertion professionnelle, doublée du constat d'une disparition progressive de nombreux services publics, notamment parmi les seniors, qui conduisent à ce pessimisme renforcé.** Les ruraux n'ont à la fois pas les mêmes opportunités et pas le même soutien des pouvoirs publics que les urbains et cela influence directement leur vision de l'avenir, une vision sombre, largement partagée.


Zoom sur le profil des ruraux pessimistes pour leur propre avenir
En moyenne 56% des ruraux sont pessimistes pour leur propre avenir
- % pessimistes -
AGE
Moins de 25 ans 30
25 à 34 ans 45
35 à 49 ans 57
50 à 64 ans 65
65 ans et plus 58
NIVEAU DE DIPLÔME
Diplômé du supérieur (2e ou 3e cycle) 45
Diplômé du supérieur (1er cycle) 50
Diplômé niveau BAC 56
Inférieur au BAC 73
CATÉGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE
Cadres et prof. intellectuelles sup. 35
Professions intermédiaires 52
Employés 63
Ouvriers 62
PROXIMITÉ POLITIQUE
La France Insoumise 54
Parti Socialiste 45
La République en marche ! 30
Les Républicains 57
Rassemblement national 70
TRAJECTOIRES
Toujours vécu dans le rural 58
Vécu en ville puis dans le rural 57
Grandi dans le rural, revenu après la ville 53
ACCÈS À INTERNET
Internet au domicile 62
Internet au domicile et travail 48
ACCÈS AUX SERVICES PUBLICS
Services publics locaux 52
Pas de services publics locaux 69
TAILLE DE L'UNITÉ URBAINE
Moins de 100 habs. 52
de 100 à 199 habs. 59
de 200 à 499 habs 58
de 500 à 999 habs 56
de 1000 à 1999 habs 48
2000 habs et plus 68
ANCIENNETE DANS LE RURAL
Moins de 5 ans 55
5 à 9 ans 47
10 à 19 ans 57
20 à 29 ans 54
30 ans et plus 59
11

3. UN MONDE RURAL ATTRACTIF POUR DES FRANÇAIS EN QUÊTE D'UNE MEILLEURE QUALITE DE VIE

Vivre à la campagne est le mode de vie idéal pour 81% des Français : 43% des Français décrivent ainsi leur mode de vie idéal comme « vivre à la campagne et travailler en ville », 38% « travailler et vivre à la campagne » et seuls 19% disent rêver de « vivre et travailler en ville ».

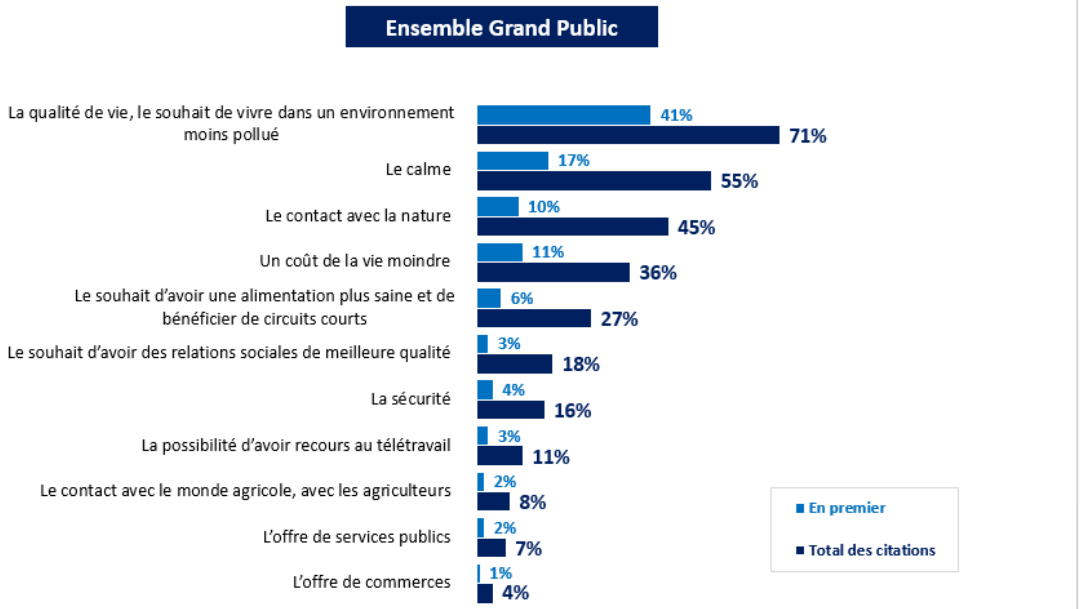


Plus précisément les éléments d'attractivité du monde rural aux yeux des Français (qui sont 45% à considérer le monde rural comme étant attractif), appartiennent également au champ lexical du bien-être. En premier lieu c'est bien la *« qualité de vie, le souhait de vivre dans un environnement moins pollué »* qui recueille 71% des citations du grand public, suivi du *« calme »* et du *« contact avec la nature »,* c'est-à-dire les mêmes raisons pour lesquelles les ruraux sont attachés à leurs territoires.

Les jeunes Français expriment un fort attrait pour le monde rural : 60% des moins de 25 ans déclarent que le monde rural est attractif, contre 45% pour l'ensemble des Français.

La qualité de vie et le coût de la vie, principaux critères d'attractivité du monde rural auprès du grand public

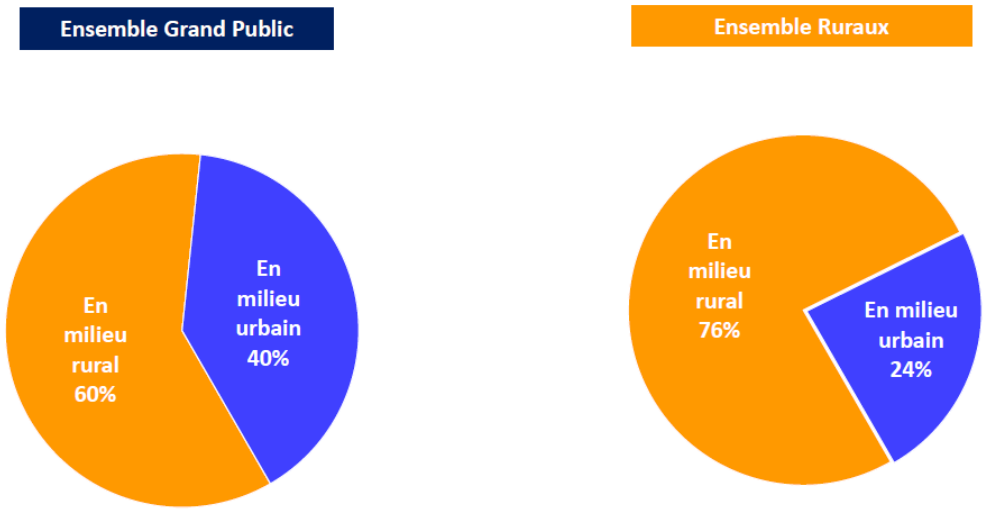
QUESTION : Et selon vous, quels sont les principales motivations à l'installation de nouveaux habitants dans le monde rural ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?



La même logique prévaut lorsqu'on interroge plus précisément les Français sur l'attractivité entrepreneuriale du monde rural. En effet, **60% des Français déclarent qu'idéalement, s'ils devaient créer une entreprise, ils le feraient en milieu rural,** notamment parce que le « coût d'installation serait moindre qu'en ville » (35%) et qu'ils auraient la « possibilité de travailler au calme » (17%) et à condition qu'ils puissent se rendre facilement en ville (15%).

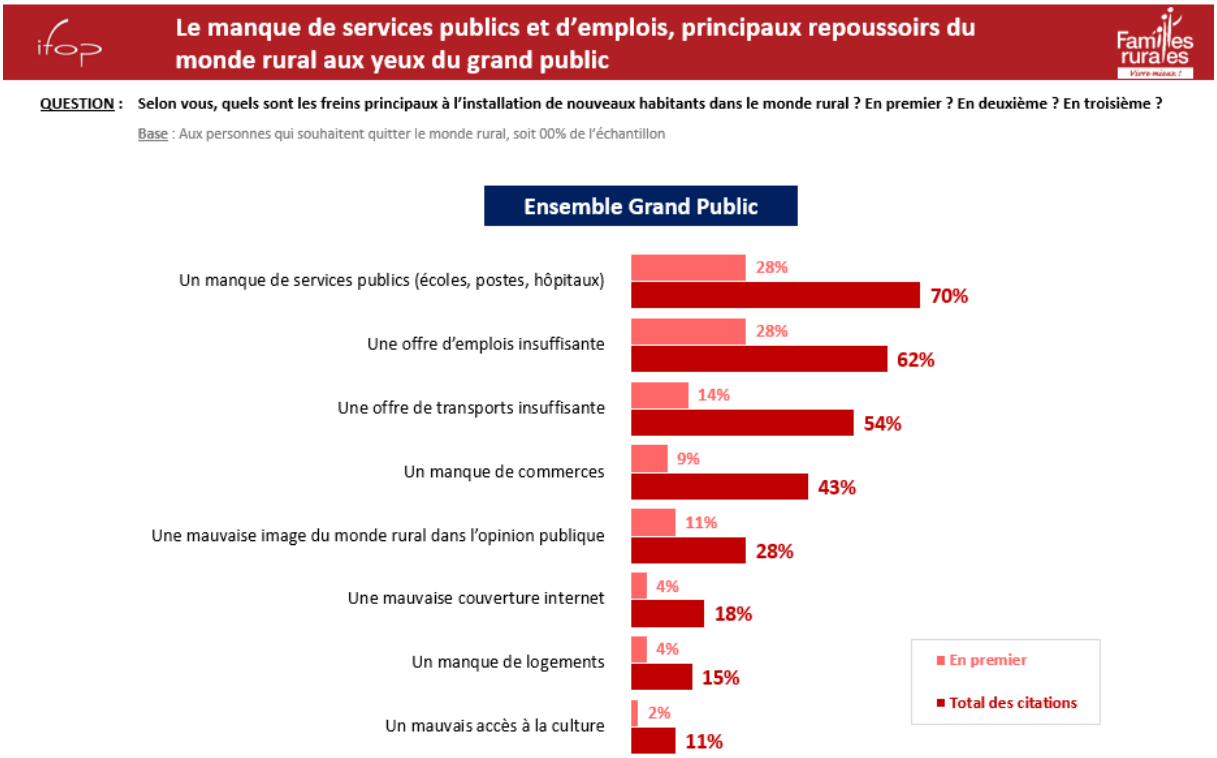
Le monde rural, lieu idéal pour le grand public pour créer son entreprise

QUESTION : Idéalement, si vous deviez créer une entreprise, dans quel type d'environnement souhaiteriez pouvoir le faire ?



4. MAIS L'ATTRACTIVITE DES RURALITES EST CONDITIONNEE PAR LA PRESENCE DE SERVICES DE PROXIMITE ET DE SOLUTIONS DE MOBILITE

On peut penser néanmoins que **cette aspiration à une meilleure qualité de vie ne suffise pas à contrebalancer les principaux freins à l'installation en milieu rural :** « un manque de services publics » (70% des citations), « une offre d'emploi insuffisante » (62% des citations) et une « offre de transports insuffisante » (54%).



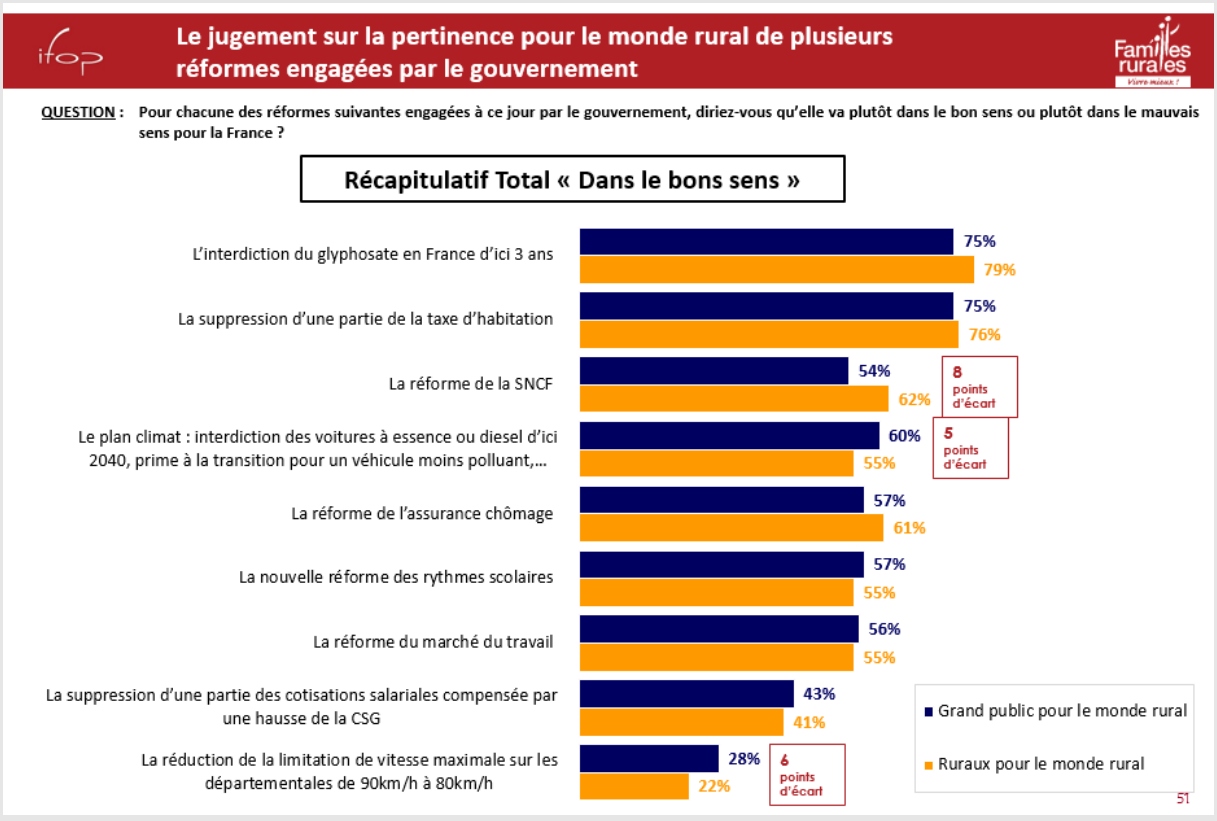
De la même manière concernant l'activité entrepreneuriale, le grand public considère qu'il faut mieux s'installer en métropole qu'en milieu rural pour « les débouchés commerciaux » (85% des citations) et la « facilité à embaucher » (73%), c'est-à-dire deux critères de réussite essentiels pour la réussite d'une nouvelle activité… De nouveau, la possibilité d'être en contact rapide et facilité avec le monde urbain, soit par des solutions de transports, soit par les outils numériques, semble être au cœur de toute stratégie de dynamisation économique d'un territoire rural.

On notera enfin que 47% des ruraux sont engagés dans la vie de leur commune soit au sein d'une association (24%), soit en participant occasionnellement à l'organisation d'évènements (23%). Un engagement local et citoyen non négligeable qui représente, si on extrapole ce pourcentage en nombre d'individus, **plus de 5 millions de ruraux de plus de 18 ans.**

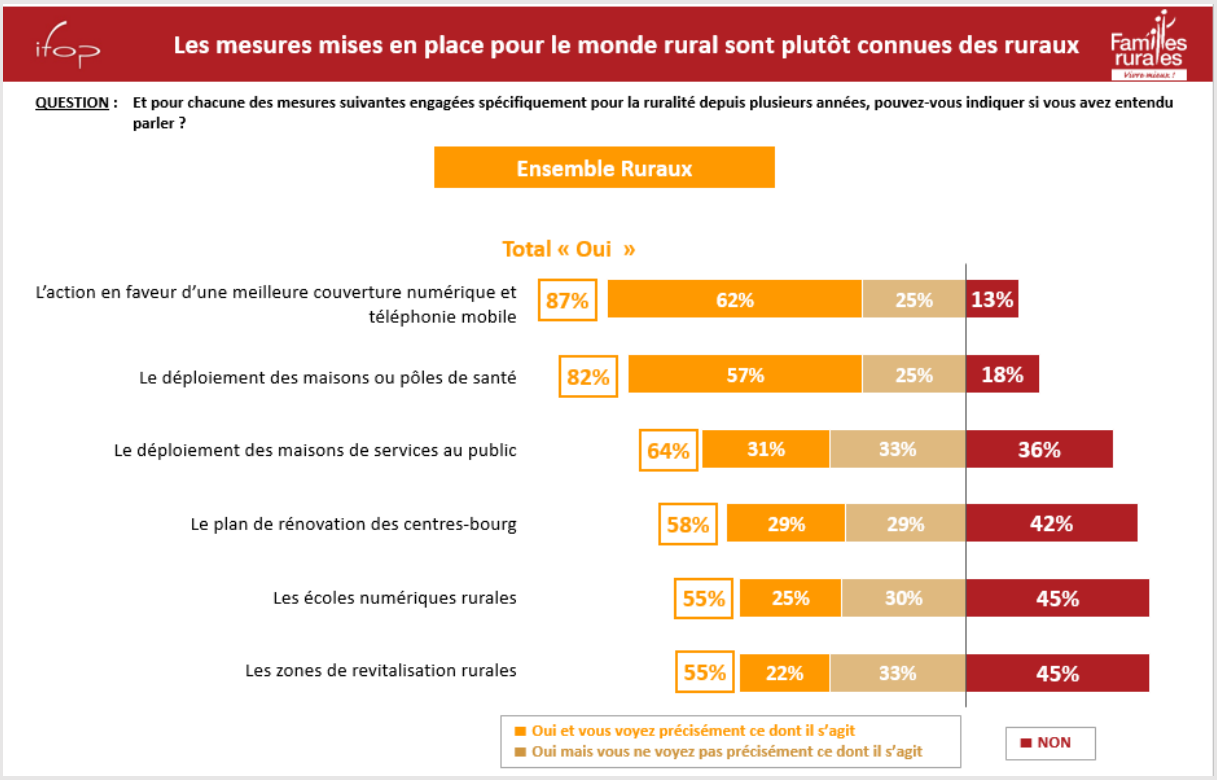
QUEL REGARD PORTENT LES RURAUX SUR L'ACTION MENEE PAR LE GOUVERNEMENT ?

Les ruraux partagent globalement la même vision que l'ensemble des Français sur les mesures gouvernementales et sur leurs influences sur le monde rural. D'un côté comme de l'autre, **trois quarts d'entre eux jugent par exemple que l'interdiction du glyphosate d'ici 3 ans ou la suppression d'une partie de la taxe d'habitation vont dans le « bon sens » pour le monde rural.**

En revanche **les ruraux voient d'un moins bon œil le plan climat** (55% d'adhésion contre 60% pour les Français) et **la limitation de la vitesse maximale à 80km/h** sur les départementales (22% contre 28%), qui sont des mesures qui ont un impact direct sur leurs déplacements quotidiens en voiture.



On notera enfin que les ruraux ont **une bonne connaissance des mesures mises en place spécifiquement pour le monde rural** (notoriété systématiquement supérieure à 50% et atteignant 82% pour les maisons de santé) et adhèrent globalement à plus de 70% à ces politiques, ce qui n'est pas surprenant dans la mesure où le maintien des pouvoirs publics et de leurs actions en milieu rural est pour eux une priorité.



CONCLUSION

Les ruralités, à la fois mode de vie idéal et territoire en déclin, se trouvent dans une situation paradoxale. Comment parvenir à concilier cette aspiration avec des réalités vécues, souvent loin des attentes de nos concitoyens ?

Pour commencer il faut changer le regard porté sur les ruralités, en promouvoir les potentiels de modernité et forger dans l'opinion et auprès des pouvoirs publics la conviction qu'elles sont un atout pour la cohésion et l'avenir du notre pays.

A l'occasion de cette étude inédite, Familles Rurales réaffirme la nécessité, partagée par de nombreux acteurs, d'une mobilisation gouvernementale forte pour les territoires ruraux. L'enjeu est de taille : il concerne 27 millions de nos concitoyens qui attendent des actes forts, et qui expriment le sentiment d'être laissés pour compte.

Si la diversité des ruralités appelle des solutions multiples, les enjeux à relever sont bien identifiés. Lutter contre la diversification médicale, la disparition des commerces de proximité, le recul de l'offre de transport collectifs, l'éloignement des services du quotidien, représente la première des urgences. Des solutions sont à portée de main.

Mettre le numérique au service de la population, favoriser le télétravail, la télémédecine, l'accès aux services dématérialisés, est à même de reconnecter tous les territoires. Engager un plan ambitieux de transition écologique pour préserver et conforter la qualité de vie, premier atout d'attractivité des territoires ruraux est à même de répondre à la principale aspiration exprimée par les Français dans cette étude.

Au cœur de ces enjeux, Familles Rurales, agit avec son réseau d'associations, ses 40 000 bénévoles et ses 17 000 salariés, pour animer les territoires et améliorer la vie quotidienne des familles en apportant des solutions concrètes. Fort des enseignements de cette étude, de son ancrage local et de sa capacité d'action, le Mouvement entend accroître ses efforts dans les prochains mois, en inscrivant l'innovation au cœur de son action.

Médiation numérique

Afin de ne pas laisser tout une partie de la population en marge de la révolution numérique, Familles Rurales va créer une cinquantaine de points d'accueil numérique dans 24 départements. Ils auront pour mission d'accompagner les citoyens dans leurs démarches administratives dématérialisées et de les former aux usages du numérique.

Tiers lieux

Grâce au soutien des fonds européens, Familles Rurales lance des expérimentations de tiers lieux dans quatre régions sur une vingtaine de sites, qui permettront aux habitants d'avoir accès près de chez eux à un espace rural de coworking, des services mutualisés, de convivialité, d'échange et de créativité.

Mobilités

Après avoir obtenu une règlementation adaptée à la mobilité en milieu rural grâce à une forte mobilisation auprès du gouvernement, Familles Rurales s'engage dans le développement de son service de transport d'utilité sociale et dans la mise en place d'un service d'aide à la mobilité des jeunes.

Enfin, pour accélérer l'innovation rurale et accompagner les porteurs de projets, **Familles Rurales crée son fonds de dotation**. Il a pour but, de soutenir des expérimentations et des projets innovants en milieu rural grâce à la mobilisation des financements privés d'entreprises partageant la conviction que l'avenir est à la ruralité.

L’étude Familles Rurales « Territoires ruraux : perceptions et réalités de vie » a été réalisée par l’Ifop.

Avec le soutien de :