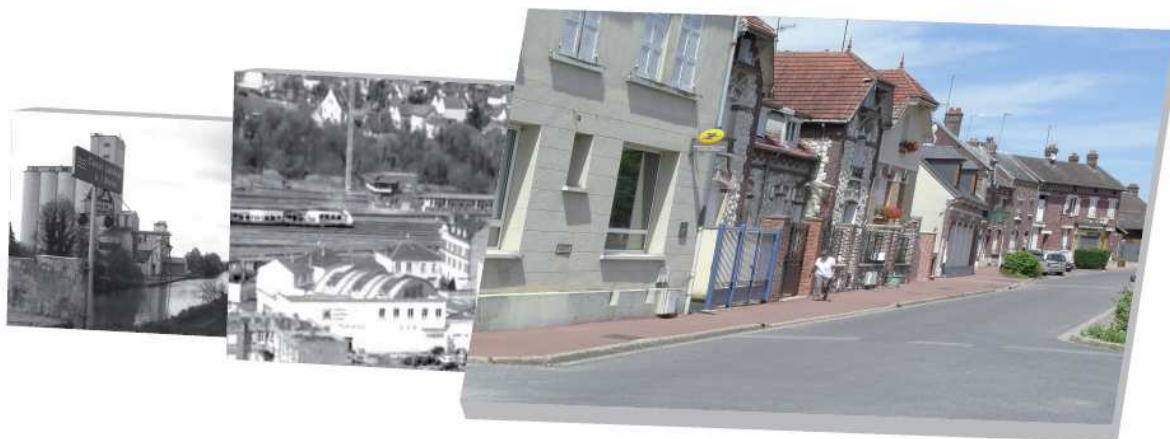




PICARDIE
LA RÉGION

Directive Régionale d'Aménagement



**Développer la mixité
des fonctions et préserver
le patrimoine naturel dans les
nouvelles campagnes**

Cahier d'intentions

Septembre 2010



Sommaire

1. Le contexte : pourquoi traiter des nouvelles campagnes en Picardie ?

page 3

2. Les nouvelles campagnes : nouvelles dynamiques, nouveaux problèmes

page 4

3. Les objectifs

page 9

4. Rendu et mode de production

page 12



Les Directives Régionales d'Aménagement (DRA) sont des **outils de mise en cohérence des politiques régionales et locales**, issues du Schéma Régional d'Aménagement et de Développement Durable du Territoire (SRADDT) adopté lors de la séance plénière du Conseil régional de Picardie du 27 novembre 2009. Elles se veulent être des **documents cadres**, que le Conseil régional de Picardie souhaite co-élaborer avec les partenaires régionaux. Les DRA visent à construire une **gouvernance et une coopération de l'expertise régionale** pour développer des **outils innovants d'aménagement**, notamment en influençant les futurs projets de développement territorial.

1 ► Le contexte : pourquoi traiter des nouvelles campagnes en Picardie ?

La DRA est mise en place dans le contexte particulier d'un **développement inédit** de certains territoires ruraux. En effet, on assiste en Picardie et dans d'autres régions françaises à l'émergence de « nouvelles campagnes » dont le modèle n'est assimilable ni au rural industriel (généralement en déclin), ni au périurbain résidentiel, et ne se limite pas aux territoires situés sur la frange des grandes agglomérations. Ces nouvelles campagnes se caractérisent par la présence de **dynamiques de transformation**, que ce soit en matière démographique, et qu'il s'agisse de résidence, ou plus largement de « présence », ou que ce soit en matière économique (développement d'activités spécifiques comme le tourisme, notamment).

Ces nouvelles campagnes font aujourd'hui l'objet de recherches, mais, contrairement au périurbain, elles ne sont pas encore entrées dans le champ des politiques publiques.

Pourtant, les nouvelles campagnes présentent des enjeux significatifs en termes de **cohésion**. Les dynamiques récentes qui les traversent impliquent d'anticiper leur transformation, afin d'y assurer la pérennité de la qualité de vie (qualité des formes urbaines et des paysages, accessibilité à l'emploi et aux services,...) et de répondre aux principes du développement durable, aujourd'hui nécessaire. C'est ce que souligne le SRADDT en insistant sur la nécessité de **penser « la ville autrement »**, c'est-à-dire en positionnant les petites villes rurales sur une nouvelle offre de services, et d'intégrer l'ensemble des territoires à la dynamique picarde (parti pris de l'ouverture à 360°). La DRA poursuit donc un objectif de sensibilisation à l'émergence de cette nouvelle question rurale, en alimentant la connaissance de ces territoires et en mettant en relief les nouvelles problématiques qui les concernent : consommation des ressources naturelles, mixité des fonctions, conflits d'usage, accessibilité aux services...



2 ► Les nouvelles campagnes : nouvelles dynamiques, nouveaux problèmes

Le diagnostic sera l'occasion de présenter ce que sont les nouvelles campagnes picardes, en y relevant les paradoxes : en effet, les nouvelles campagnes sont des territoires dynamiques, mais ce dynamisme, source d'innovations positives, peut générer des difficultés quand son développement n'est pas organisé.

2.1. Le concept de nouvelles campagnes

Les nouvelles campagnes constituent une problématique dont les contours sont relativement flous. En effet, les publications sur cette question utilisent des définitions multiples, principalement celle avancée par la DATAR (Délégation Interministérielle à l'Aménagement du Territoire et à l'Attractivité Régionale) et une définition du « tiers espace » par Martin Vanier.

Selon la DATAR, les nouvelles campagnes sont des **territoires ruraux aux fonctions productives diversifiées, mobilisant des ressources endogènes et déjà fortement tertiarisées**. Ces espaces ont une vocation résidentielle importante, ce sont aussi des espaces d'accueil où se développent le loisir et le tourisme. Cette définition des nouvelles campagnes est la seule définition officielle existante. Cependant, elle est réalisée à l'échelle nationale et doit être adaptée à la situation picarde, ne serait-ce que parce que la moyenne nationale des indicateurs utilisés pour définir les nouvelles campagnes ne correspond pas à la réalité picarde.

La notion de « **tiers espace** », développée par Martin Vanier, traite de ce que l'on appelle plus couramment le périurbain. Pourtant, il lui préfère cette expression car elle remet en cause la vision courante que l'on peut avoir de la périurbanisation comme sous-produit de l'urbain. Cette vision explique la stigmatisation que l'on fait d'un dispositif socio-spatial qui serait en train de devenir urbain tout en refusant les principales caractéristiques (densité, polarité, mixité, ...), un « urbain immature ». Or, ce dépassement commence par l'émergence d'une troisième catégorie d'espace, « **ni ville ni campagne, mi ville mi campagne** ». Ce tiers espace est totalement mouvant et non durable dans l'espace. Il institue de nouvelles territorialités, de nouveaux rapports à l'espace et de nouvelles représentations de ces rapports qui ne relèvent ni d'une urbanité ni d'une ruralité.



2.2. Les nouvelles campagnes, des territoires en mouvement, lieux de nouvelles dynamiques...

Les nouvelles campagnes émergent comme un nouveau modèle, qui se différencie du rural, de l'urbain et du périurbain. Les nouvelles campagnes sont en effet des territoires en transformation, qui bénéficient de dynamiques nouvelles (démographiques et/ou économiques), sans qu'elles soient pour autant toujours situées aux franges des territoires métropolitains.

A. Des territoires qui attirent de nouvelles populations

Les nouvelles campagnes voient l'arrivée de nouvelles populations (*figure 1*), qui ne sont plus les populations traditionnelles du monde rural. Ces néo-ruraux (souvent des jeunes ménages ou des familles) proviennent des **dessertements francilien et rémois** ou des **grandes villes picardes** (*figure 2*). Les raisons de l'installation à la campagne peuvent être multiples : coût du foncier en ville, choix d'un nouveau mode de vie, plus proche de la nature,...

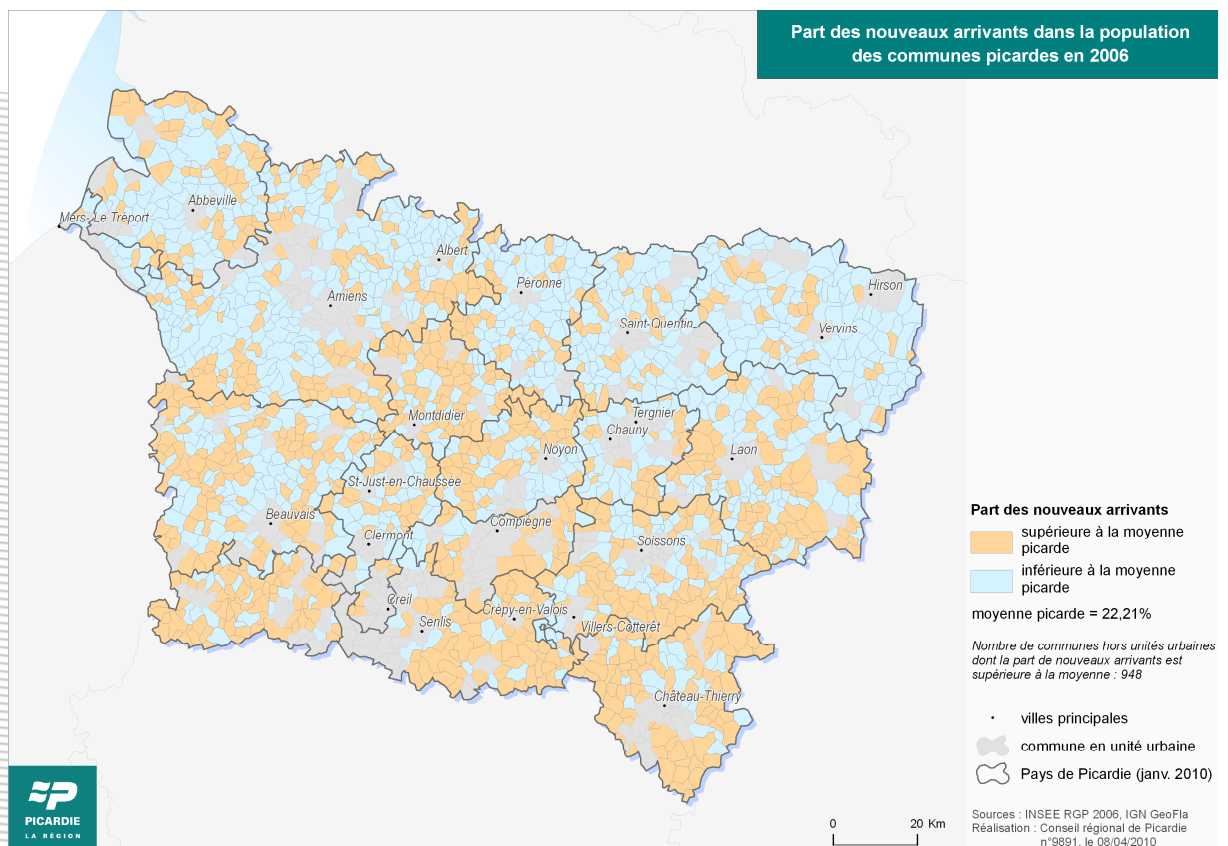


Figure 1 : La part des nouveaux arrivants dans la population des communes picardes en 2006



La carte présentée ci-dessus montre bien que l'ensemble de la région est concerné par l'arrivée de nouvelles populations. Le phénomène de nouvelles campagnes ne concerne pas uniquement les grandes couronnes des agglomérations, mais bien aussi des zones rurales non polarisées par la ville.

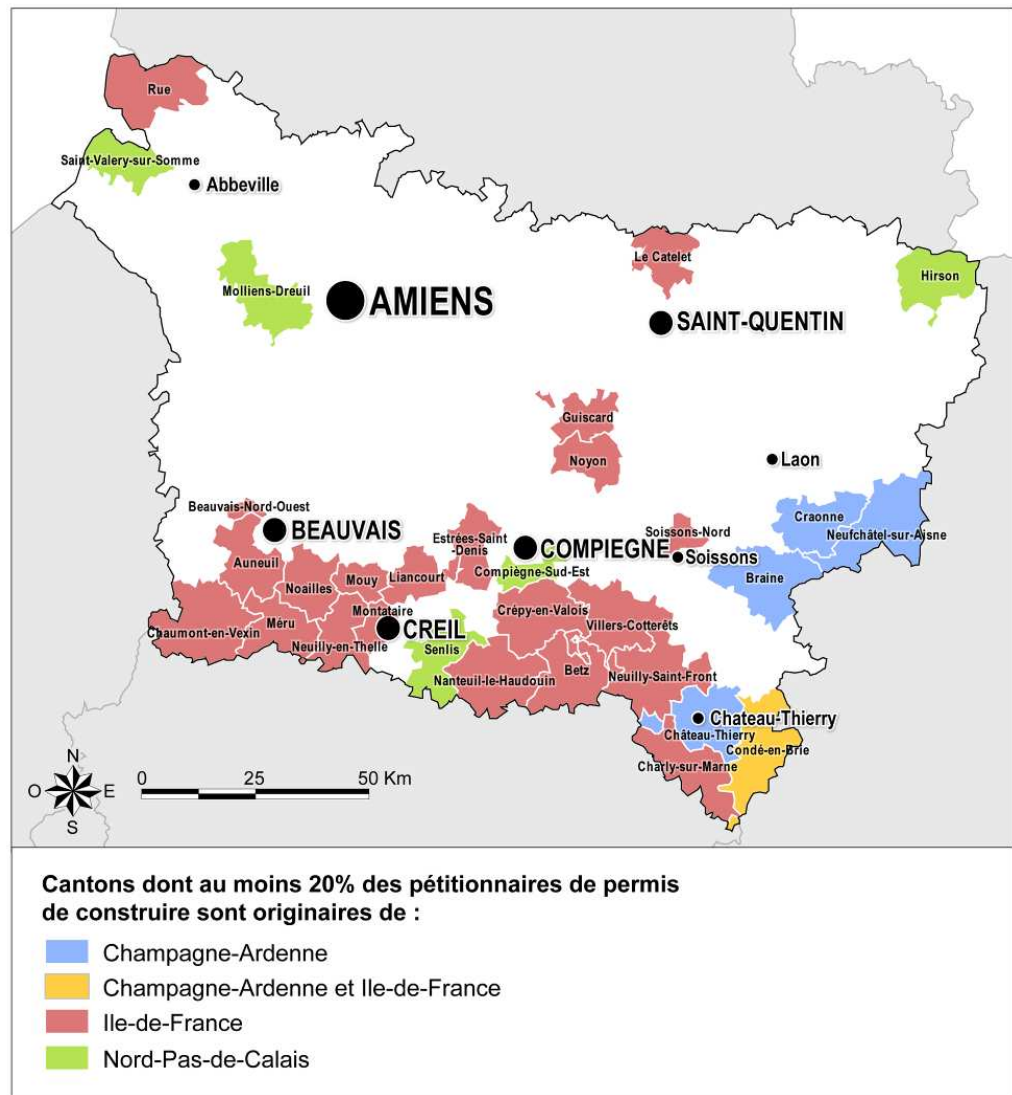


Figure 2 : L'origine des pétitionnaires de permis de construire
(Source : SITADEL 2006)



B. Des territoires lieux de nouvelles activités

Les nouvelles campagnes connaissent également un dynamisme économique, puisqu'elles sont désormais le lieu de **nouvelles activités**, qui côtoient des activités traditionnelles du monde rural, telles que l'agriculture. Ces nouvelles activités sont de natures diverses : tourisme vert, tourisme à la ferme, nouveaux types de services et de commerces, activités (comme les pôles d'excellence ruraux par exemple, *figure 3*), ...

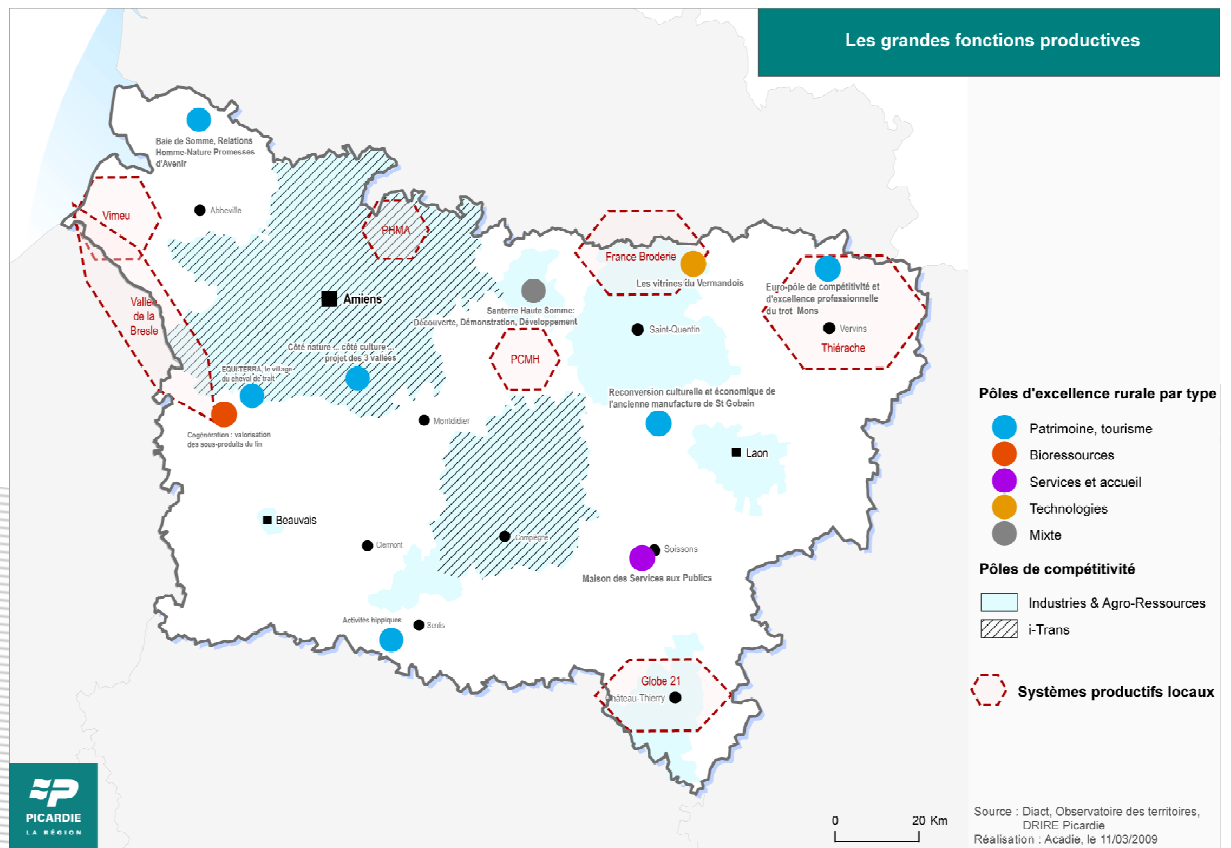


Figure 3 : Les pôles de compétitivité sont principalement implantés dans le rural, ainsi que les systèmes productifs locaux
(Source : SRADDT, p 77)



2.3. A campagnes nouvelles, problématiques nouvelles

Ce dynamisme met ces territoires face à des problématiques inédites.

A. Des territoires qui subissent des pressions

Les nouvelles campagnes sont le lieu d'une **consommation foncière grandissante et peu organisée ou peu anticipée**. La consommation foncière se fait alors au détriment d'espaces naturels ou agricoles, artificialisant ainsi l'espace (étalement urbain, mitage, ...), dommageable pour de nombreux aspects (ruissellement, par exemple). De plus, ce manque d'organisation dans l'urbanisation provoque des **surcoûts** : l'étalement urbain contraint les petites communes à développer des services (notamment les réseaux : réseau routier, eau, électricité, télécommunications, ramassage des ordures ménagères, ramassage scolaire, ...), sans qu'elles ne disposent toujours des ressources financières suffisantes ou que ce service rendu soit acceptable en coût du fait de la trop faible population pour atteindre le seuil de viabilité.

B. Des conflits d'usage

Les nouvelles campagnes sont le lieu de **conflits d'usage**, en particulier du fait des populations diverses qui y résident ou y sont présentes : populations « historiques » (agriculteurs, retraités, ...), nouveaux résidents, touristes, ... Les conflits peuvent naître aussi bien de la **concurrence potentielle des activités** (activités productives versus activités récréatives ou encore activités de chasse versus activités de promenades, par exemple) que des modes de vie : les représentations idéalisées que certains néo-ruraux peuvent avoir de la vie à la campagne (calme, beaux paysages, air pur, ...) entrent aussi en concurrence avec la réalité (nuisances sonores, pesticides, ...).

C. Une croissance sans développement, un nouveau rapport à l'urbain

L'un des paradoxes les plus étonnants des nouvelles campagnes est sans doute que la croissance (démographique et/ou économique) et le dynamisme que connaissent ces territoires ne conduisent pas nécessairement au développement de ces territoires. Les habitudes de consommation des néo-ruraux restent souvent urbaines et on observe **des cœurs de village délaissés**, alors même que la population du village augmente. Par exemple, on peut observer la réalisation d'extensions qui prennent souvent la forme de lotissements, sans pour autant une augmentation de l'activité commerciale dans les bourgs.



3 ► Les objectifs

La DRA doit permettre de trouver des **solutions innovantes** afin de maintenir ou de développer la mixité des fonctions dans les nouvelles campagnes, tout en en réduisant les effets négatifs. Cet objectif incite à expérimenter des solutions pour l'aménagement des espaces à revaloriser (friches industrielles, terrains en abandon, zones militaires,...), mais également à trouver des outils pour la gestion des espaces vécus (bâtis, milieux naturels, espaces productifs, jardins partagés,...). La DRA a également pour objectif la réduction des conflits d'usage, causés par la cohabitation au sein d'un même espace de populations différentes, ayant des attentes différentes.

- **Maîtriser la consommation foncière**

Un des objectifs de la DRA est de limiter la **consommation foncière** et de mieux l'organiser, en exploitant au mieux les zones déjà artificialisées.

Des initiatives existent :

- Le ScoT (Schéma de Cohérence Territoriale) du Pays du Valois (en cours d'élaboration) fixe des objectifs de réduction de la consommation foncière.
- Les 27 communes du Syndicat mixte « montagne, vignoble et Ried » dans le Haut-Rhin, ont accepté de geler une partie des terrains jusqu'ici promis à l'habitat, au nom de l'objectif de « gestion parcimonieuse de l'espace » affiché dans leur SCoT.
- ...

- **Encourager l'urbanisme durable**

Prendre en compte l'urbanisme durable dans un projet urbain nécessite de penser aussi bien à la mobilité et aux modes de déplacements qu'aux techniques de construction qui doivent amener à un bâtiment économe en énergie. Ce sujet, mis en avant par le Grenelle de l'environnement, est encore peu abordé dans les milieux ruraux, souvent par peur des coûts que les projets durables peuvent engendrer (mise aux normes des bâtiments, ...), comme on peut le constater par le faible nombre de communes rurales candidates à l'appel à projets national lancé par le Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de la Mer.

Des initiatives existent :

- L'approche AEU (Approche Environnementale de l'Urbanisme), initiée par l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie).
- Les formations proposées aux maires par les CAUE (Conseils d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement).
- ...



- **Favoriser la création d'espaces publics en milieu rural**

La question des **espaces publics** est importante, en particulier pour comprendre les conflits d'usage : on compte moins d'espaces publics identifiés comme tels à la campagne qu'en ville. La nature est souvent privatisée, qu'elle appartienne à des particuliers ou à des organismes comme l'ONF (Office National des Forêts). Cette situation n'est pas toujours en accord avec les représentations de la campagne comme un espace totalement ouvert.

- **Penser la mixité des fonctions et revitaliser les cœurs de village**

Cette question est essentielle pour la DRA et elle intéresse fortement les acteurs locaux, en particulier les élus qui craignent de voir leur village de campagne devenir des villages-dortoirs et se désertifier durant la journée. Les Assises des territoires ruraux, organisées par le ministre de l'espace rural et de l'aménagement du territoire fin 2009, ont mis en lumière l'importance de cette question et il est donc nécessaire de trouver des solutions innovantes.

- **Proposer des solutions innovantes pour l'aménagement des interfaces**

Dans les nouvelles campagnes, un traitement particulier est à réserver aux espaces faisant transition entre la campagne et des espaces plus denses. L'enjeu est de réaliser une articulation adéquate entre ces deux types de milieux, de travailler sur les liens physiques et paysagers à nouer entre la ville et la campagne, entre les espaces bâtis et les espaces ouverts. Ce travail peut se réaliser par un traitement paysager ou encore en donnant une fonction particulière d'interface à cet espace (par exemple, création d'une ceinture verte à destination du maraîchage et des loisirs, qui permet ainsi de réduire les conflits d'usage liés à la confrontation entre activité résidentielle et activité productive).

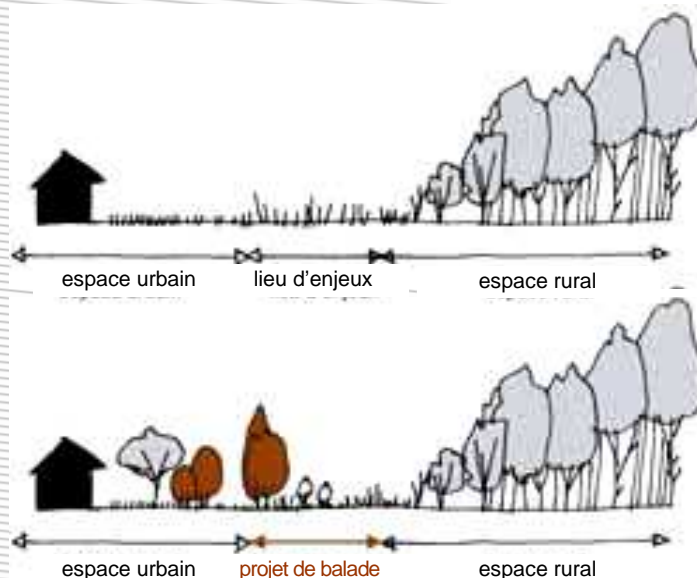


Figure 4 : Exemple de front urbain amélioré par l'aménagement d'une promenade

(Source : Comment traiter les fronts urbains ? IAU Ile de France, mars 2010)



- **Penser les déplacements en milieu rural, afin de penser l'accessibilité aux emplois et aux services**

Les populations des nouvelles campagnes sont particulièrement concernées par la question des déplacements. En effet, emplois, services et loisirs sont bien souvent situés à l'extérieur des nouvelles campagnes. Il est donc nécessaire de penser leur **accessibilité** et que celle-ci soit raisonnable, afin d'éviter la marginalisation de populations n'ayant que peu les capacités de se déplacer (personnes à mobilité réduite, coût des déplacements, ...) et de lutter contre les émissions de CO² ; des alternatives à l'usage de la voiture individuelle doivent donc être proposées.

- **Maintenir une identité de campagnes picardes**

La lutte contre la **banalisation du paysage** et la **perte d'identité** de ces nouvelles campagnes est un des objectifs de la DRA. Le **patrimoine naturel et bâti** (formes architecturales, parcellaire et résiliaire, morphologie urbaine, patrimoine vernaculaire,...) peut être une entrée pour parvenir à cet objectif. Les spécificités et les richesses de ces nouvelles campagnes picardes méritent d'être valorisées et promues, notamment en lien avec le SRDDTL (Schéma Régional de Développement Durable du Tourisme et des Loisirs).

Des initiatives existent :

- Les cahiers de recommandations architecturales et paysagères des CAUE.
- Les labels type « Saveurs et Terroir » pour les produits de Thiérache, « Bistrots de Pays » (Chambre de Commerce de l'Oise) ou « Saveurs Nord - Pas de Calais ».
- La valorisation du travail du service régional de l'inventaire.
- ...

- **Favoriser l'accueil des nouvelles populations**

Les populations arrivant à la campagne rencontrent souvent des difficultés d'installation, que ce soit pour une installation résidentielle ou une création d'activités. Afin de pallier ces difficultés, une aide à l'installation peut être proposée.

Des initiatives existent :

- L'Université européenne d'accueil de nouvelles populations, constituée par l'Agence régionale de développement des territoires d'Auvergne, le collectif Ville Campagne et la DATAR Massif Central.
- Le réseau Rur@ct, animé par la Région Limousin, qui développe une politique régionale d'accueil.
- ...

Nota-Bene : les initiatives citées le sont à titre d'exemple. Elles sont à adapter à la situation picarde et peuvent permettre d'initier le débat.



4 ► Rendu et mode de production

4.1. La nature du référentiel

La DRA se traduira par un référentiel de bonnes pratiques, exposant la vision de la Région sur les nouvelles campagnes et les problématiques que ces territoires peuvent rencontrer, mais également proposant des solutions innovantes pour y répondre. Enrichi d'exemples, ce document présentera également une approche méthodologique dont l'objectif est de permettre de construire avec l'ensemble des intervenants une démarche intégrée. Il s'agit d'un document qui se veut concret et qui visera à apporter des pistes de réponses aux problématiques rencontrées par les collectivités locales.

4.2. Le processus de coproduction

La DRA, afin d'aboutir, doit être partagée et co-élaborée avec l'ensemble des partenaires régionaux. Pour cela, le groupe projet interne au Conseil régional s'appuiera sur des partenaires privilégiés, notamment :

- les agences d'urbanisme (qui peuvent de surcroît animer un groupe témoin),
- la DREAL (Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement) et les DDE (Directions Départementales de l'Équipement),
- les Conseils généraux,
- l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie),
- les Parcs Naturels Régionaux (Oise Pays de France et Picardie Maritime en préfiguration),
- les CAUE,
- la CRCI (Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie) et les CCI (Chambres de Commerce et d'Industrie),
- le CRT (Comité Régional du Tourisme),
- l'EPFL (Établissement Public Foncier Local) de l'Oise,
- des grands opérateurs (La Poste en particulier),
- les collectivités concernées.

