



SÈVRE ET BOCAGE

CENTRE PERMANENT D'INITIATIVES POUR L'ENVIRONNEMENT

LES CAMPAGNES DE L'OUEST DE LA FRANCE : QUELLE VOCATION DEMAIN ?

Retranscription de la présentation de
Valérie Jousseume, enseignante-chercheuse à l'Université de Nantes

Vendredi 27 janvier 2017 au CPIE Sèvre et Bocage - Sèvremont (85)

INTRODUCTION

Pour envisager l'avenir, on va prendre du recul, regarder le sens de l'histoire pour après essayer de continuer la trajectoire. Je vais reprendre l'histoire des campagnes depuis le démarrage.

Dans l'histoire de l'humanité, on compte trois grandes phases :

1- Celle où nous avons été des prédateurs, des chasseurs-cueilleurs sur notre environnement pendant des millions d'années. Cela nous a marqué profondément mais n'a pas laissé beaucoup de traces en terme d'organisation du peuplement.

2- Il y a 10 000 ans, nous avons connu une révolution : l'invention de l'agriculture. Cela a transformé les sociétés humaines, à savoir la domestication des plantes et des animaux pour un usage alimentaire. L'agriculture a tout transformé : elle a sédentarisé les gens, elle a permis de nourrir des groupes de personnes (structuration de villages), elle a permis la naissance d'activités annexes comme l'artisanat (poterie, fer...). C'est **la naissance de cette grande société paysanne**. C'est elle qui a fondé l'organisation du territoire : la répartition des bourgs, des villages, des fermes... **Tout ce qui fonde notre structure de peuplement a trouvé naissance à ce moment-là**. La structure économique de cette période était fondée sur la production et l'échange de denrées agricoles. La campagne était le centre des sociétés humaines. La propriété de la terre constituait le fondement du pouvoir politique (l'aristocratie). Cela a duré pendant 10 000 ans.

3- Puis, à la fin du XVIII^e, il y a environ 250 ans, a démarré la révolution industrielle. **On passe de l'homme-paysan qui produit de l'alimentation à l'homme-ouvrier qui produit des biens. Cette révolution a changé notre relation au ter-**

ritoire. L'agriculture est une activité économique diffuse dans l'espace. L'industrie est une activité économique concentrée dans l'espace. Cela a généré un processus de concentration de la population vers les villes, donc naissance de l'urbanisation, avec l'aspiration de la population rurale vers les villes.

Actuellement, il me semble que nous sommes dans une nouvelle phase, celle de la révolution numérique, avec internet, depuis 30 ans. Elle est à nouveau en train de changer fondamentalement notre société, qui se caractérise plutôt vers une société de la connaissance, où l'on échange des services et des idées. Cela induit un nouveau changement dans notre rapport à l'espace.

Que se passe-t-il depuis cette révolution industrielle dans les campagnes ?

> au XIX^e jusqu'à la mi-XX^e : **la fin des paysans**. Cette grande civilisation paysanne s'effondre. Le nombre de paysans s'est effondré de 15 millions à moins de 1 million. Les campagnes connaissent un exode rural massif pendant 6 générations.

> à partir des années 1960 (+/-), on observe la **renaissance rurale du monde occidental**. On connaît à nouveau une croissance dans les campagnes et se véhicule une image positive des espaces ruraux.

Ce que j'observe de la mutation des campagnes, je vais le développer en trois thèmes : une évolution démographique, une évolution des pratiques, une évolution dans le sens.

1/ UNE EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE

On est passé de l'exode rural vers la ruée dans les campagnes, de 1960 à 2000. La plupart des campagnes de l'ouest de la France attire. Un des enjeux contemporains devient donc d'accueillir des nouveaux habitants, ce qui ne nous est jamais arrivé, depuis les invasions barbares.

Que viennent faire ces nouveaux habitants dans les campagnes ? Ils ne viennent pas forcément pour le travail. Par le passé, à l'époque où nous étions des paysans, nous vivions de façon dispersée pour produire de la nourriture. Lors de la phase industrielle, nous avons vécu de façon groupée pour produire des biens de consommation, dans les villes, même si ici, en Vendée, c'est exceptionnel, l'industrialisation s'est aussi faite en milieu rural.

Aujourd'hui, les gens reviennent à la campagne, mais ils ne reviennent pas dans une logique de production, mais plutôt dans une **logique résidentielle**. Ce phénomène se produit pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, il est rendu possible par la mobilité (voiture) et par les mouvements des retraités. Ceci induit une dissociation des lieux où l'on produit du PIB, où l'on produit de la richesse (les villes) et les lieux résidentiels où l'on dépense cette richesse.

Les gens viennent à la campagne pour y habiter, c'est un fait. Mais avec ce que le sociologue Jean Viard appelle l'imaginaire du tourisme. **Nous vivons dans une société qui a pour imaginaire, pour idéal commun, l'imaginaire du tourisme.** Quand nous étions des paysans, qui travaillions la terre pour se nourrir, l'idéal collectif, c'était les bons pays où l'on pouvait trouver la nourriture sans trop de travail. Quand nous avons été des ouvriers, le champ de l'imaginaire, c'était celui de la modernité, le progrès matériel qui allait nous emmener au bonheur. Ce qui faisait rêver, jusqu'aux années 80, c'était la modernité, la science, la technique, la ville, les aéroports, la région parisienne, le nord... nous faisaient rêver. Aujourd'hui, ce qui nous fait rêver, ce sont les endroits de vacances. Notre idéal collectif, à tous, c'est de se sentir comme en vacances partout et tout le temps. Surtout pour la jeunesse. On a tous envie de se croire en vacances, et cela a des impacts inimaginables en terme d'aménagement. **Cet imaginaire transforme l'aménagement du territoire du plus intime jusqu'aux modes de consommation :**

- Les impacts sur la maison : de grandes baies vitrées pour faire entrer le soleil, la terrasse, le barbecue, la piscine : c'est l'idéal. Chacun décline cela selon ses moyens évidemment. Mais on n' imagine pas le poids très important d'un balcon, d'une terrasse, d'un jardin. Ces espaces sont devenus fondamentaux dans nos relations sociales. A tel point qu'aujourd'hui, pour bâtir du logement social, il serait criminel de ne pas faire une terrasse,

un balcon, un petit espace extérieur privatif. Aujourd'hui, on mange dehors, ce qui n'existait pas il y a 50 ans ! On prend l'apéro, dehors, ça fait vacances.

- Cela impacte aussi l'endroit où on a envie d'habiter. Qu'est-ce que serait le bourg idéal, le village idéal d'une vie à la campagne ? Ce serait vivre toute l'année dans le plus beau village de France de Stéphane Bern, un village touristique. Vivre toute l'année dans le plus beau village de France, ça fait vacances. Mais ce qui est beau, c'est ce qui est resté dans son jus, qui n'a pas été touché par la modernité. Cela pose la valeur de comment mettre en valeur le patrimoine.

- Ça impacte le travail. Cela a démarré par le *friday wear* en Amérique depuis les années 1990 : le vendredi, on enlève la cravate au bureau et on vient en jean. Cela s'est généralisé. A tel point que dans les entreprises américaines, on est en train de supprimer le bureau – meuble. On travaille sur un pouf avec un ordinateur. Ça fait vacances, même si, bien-sûr, on attend toujours de vous que vous soyez productif. Aujourd'hui, dans les entreprises, on a un bar à l'accueil de l'entreprise. La secrétaire répond au téléphone, sert un café, dans une ambiance bistro.

- Cela impacte les environnements de travail. Aujourd'hui, il ne serait pas judicieux d'aménager des bureaux dans des bâtiments en taule dans une zone d'activités autour d'un rond-point à 3 km du bourg. Aujourd'hui, ce sont les environnements de travail qui font vacances qui attirent les travailleurs. Ici, il est plus judicieux de réaménager les usines désaffectées des bords de Sèvre en bureaux collectifs, c'est là qu'il faut les mettre les travailleurs, plutôt que dans les zones industrielles qui sont dans l'imaginaire de la modernité. Ça ne fait pas vacances.

- Cela impacte la consommation : le marché, le petit marché du bourg, c'est le lieu de consommation des vacances. Le supermarché, lui, est dans le champ de la modernité. La grande distribution essaie aujourd'hui de s'adapter à l'imaginaire du tourisme. On plante des arbres qui font vacances sur les parkings, dans les galeries, on y met des bars, des tables avec parasols même si dans les galeries c'est inutile, on aménage des jets d'eau... tout ce qui donne l'impression qu'on est dans une rue en vacances. La grande distribution commence d'ailleurs à séparer ses magasins : Leclerc meuble, Leclerc culture... Quand je suis intervenue aux Herbiers il y a 2 ans, M. Papin, président du groupe Système U nous a dit, alors qu'il y a plus de 50 ans qu'ils investissent les périphéries : « la plus belle galerie commerciale d'un supermarché, c'est la place du village ». Super U essaie par exemple de réinvestir les centres bourg, comme à Brétignolles.

L'enjeu pour les campagnes, dans ce cadre-là, c'est donc d'**offrir un cadre de vie en phase avec cet imaginaire**. Comment faire ? Quels leviers pour agir ? Voici quelques propositions vues par un géographe.

Pour aller vers un urbanisme rural en résonance avec l'imaginaire du tourisme, il faut premièrement **éviter de continuer dans la banalisation paysagère**. Chercher à redonner la primauté au local, au territoire, car aujourd'hui, l'urbanisation dans les campagnes, c'est simplement le plus souvent la juxtaposition de programmes immobiliers : lotissements et zones d'activités. Cela n'a jamais organisé un bourg. Comment redonner la primauté à des réponses locales, comment faire pour que chaque commune garde sa singularité ? Comment éviter que les bourgs soient tous identiques ? Sur la périphérie des bourgs, la banalisation est déjà faite. Cela fait 40 ans que tout se ressemble, qu'on fait du lotissement. Aujourd'hui, on parle de la re-dynamisation du centre bourg. Attention, après avoir banalisé les périphéries, à ne pas banaliser les cœurs de village aujourd'hui, avec des petits collectifs partout, avec la même chose en périphérie et dans les centres. Ça serait dommage. Et ça ne ferait pas petit village de vacances.

Ensuite, cherchons à développer des campagnes où il y a des gens dans les bourgs et où l'on se promène. Aujourd'hui, le problème des villages de campagne, c'est que l'on a fait du zonage. On a fait de la zone commerciale, de la zone industrielle, de la zone résidentielle, tout est zoné, mais plus personne ne se croise. On trouve des endroits vides la journée, pleins le soir. Il va falloir réfléchir à intensifier la ville, les usages, arrêter le zonage, faire de la mixité économique. Aujourd'hui, c'est dramatique quand les collectivités sont allées construire en périphérie leur siège administratif, le Pays, la Communauté de Communes... alors que typiquement, ce sont des activités administratives qui apportent de la vitalité dans les centres, qui ne produisent pas de désagréments ou de bruits. Il faut éviter de vider les centres-villes de ces activités administratives, car après ça fait vide, ça ne fait pas vacances.

Quelque chose dont on ne parle jamais : il faut reposer la question de la beauté en aménagement. Pas la beauté dans le sens joli. Mais dans le sens de notre capacité intérieure d'émerveillement : l'émerveillement intellectuel, émotionnel... Susciter notre capacité à être émerveillé. Aujourd'hui, on n'en parle jamais, mais la juxtaposition des programmes immobiliers très standardisés a produit de la laideur. C'est moche. Ça ressemble à ce qui est à côté, c'est standard, ce n'est pas beau. Il nous faut donc aussi réintroduire la cacophonie. Quand on va dans un endroit qui est beau, les gens fleurissent, c'est beau, ils participent à la beauté. Dans les endroits non jolis, personne ne s'investit, voire, on délaisse, on accentue la laideur (dégradation). L'être humain est comme un animal, on a été des chasseurs-cueilleurs, on en garde des réflexes. L'être humain est comme un animal, il est fait pour vivre dans des environnements changeants, cacophoniques. Quand on est dans des environnements très changeants, on va rechercher des comportements pro-sociaux : on va chercher à aller voir les gens pour se faire des alliés. Quand on vit dans des éléments standardisés, qui vont à l'encontre de la na-

ture humaine, les gens sont stressés, hyper actifs et développent des comportements anti-sociaux. L'être humain, pour être bien avec lui-même, a besoin d'un environnement beau et cacophonique. La question de la beauté n'est pas anodine et à exclure de la question de l'aménagement.

Et surtout, il faut inverser le schéma de la réflexion qu'on a en aménagement. Une remarque : dans les conseils, on fait des commissions. On ne parle jamais ou peu du territoire, de ce qui le caractérise. On fait des commissions : l'économique, le social, les transports... et chacun dans son groupe réfléchit à son affaire de manière sectorielle. Par contre, à un moment, on se retrouve tous ensemble, sur le Plan Local d'Urbanisme, autour d'un papier en 2D où on voit des dents creuses, où chacun dit on va faire ça, très bien. On prend les décisions sur papier. Et on en découvre l'environnement qu'on ne crée sur le papier que lorsque c'est construit. On a alors le paysage en 3D. Ce n'est pas une mince responsabilité : on crée sur papier un paysage qui reste pendant des décennies, voire des siècles. Or ce paysage, c'est dedans que les gens vivent. Il impacte les sensations. Il influence les comportements et cela, on l'oublie trop souvent. On génère chez les gens des comportements à partir des bâtis que l'on crée. L'urbanisme va créer des expériences de vie pour les gens, une expérience du lieu, avec des représentations mentales. Parfois, il y a un décalage entre ce que les élus croient qu'ils font et ce que les gens ressentent. Des élus disent : « on est une commune rurale ». Soit. Mais quand ils construisent, ils font de la banlieue pavillonnaire ! Et l'expérience des gens, c'est : « moi j'habite une banlieue pavillonnaire ». Avec des comportements de banlieues pavillonnaires. Et le maire ensuite, « Je ne comprends pas ! On est une commune rurale et les gens se comportent comme dans une banlieue pavillonnaire ! » Aujourd'hui, il faudrait d'abord se poser la question de : « qu'est ce que l'on veut offrir comme expérience de lieu à nos habitants ? Si on veut qu'ils aient l'expérience d'une petite commune rurale : c'est quoi l'environnement d'un bourg rural ? » Bref, il faut avoir **un projet urbanistique**. Et trop souvent, il n'y a pas de projets urbains. Il y a de l'urbanisme, ce qui est une juxtaposition de programmes. Mais il n'y a pas de projet urbanistique. Par contre, il y a un règlement du PLU qui est d'un tatillon ! Y'a pas de projet urbanistique mais la pente du toit, la couleur de la barrière, etc, là, c'est important. Du coup, à part un pavillon de lotissement, on ne peut rien faire. Dans la réflexion, il faudrait faire l'inverse ! Il faudrait **un projet urbanistique du bourg, en résonance avec l'identité paysagère du territoire**. On définit son projet urbanistique et après, il faut libérer la créativité des habitants pour permettre un peu de cacophonie ! Alors, on va dire « y a quelqu'un qui veut faire une maison bleue, c'est moche ». On n'en sait rien ! Peut-être que cette maison bleue va être un marqueur fondamental. Il nous faut un peu de cacophonie contenue dans un projet urbanistique cohérent.

Les campagnes accueillent donc des gens. L'enjeu est mainte-

nant de les accueillir dans un imaginaire du tourisme, qu'est-ce que ça veut dire.

2/ LES PRATIQUES DES GENS

L'idéal de la convivialité villageoise.

Quand nous étions tous des paysans, on vivait en communauté. Ensuite, avec l'industrialisation, il y a eu l'émancipation de l'individu et ce phénomène d'individualisation, qui ne pouvait se faire que par la ville car la campagne, c'était la communauté. Aujourd'hui, la jeunesse, elle est saturée d'individualisme, elle est née dans l'individualisme, elle essaie donc de reconstituer non pas des communautés comme avant, mais des communautés d'individus. Aujourd'hui, la jeunesse essaie de faire la maison commune. Mais pas comme c'était dans le passé. Dans les campagnes, on a vécu beaucoup en communauté, parce que l'on vivait dans des campagnes enracinées, les gens étaient attachés à leur terre qui les nourrissait, on ne bougeait pas, on se connaissait, on appartenait à une famille. On se disait : je te connais toi, sous-entendu je te connais toi, je connais ta famille et tout ton arbre généalogique, je connais ton lignage. Les gens qui vivent dans la région depuis 20 ans ne sont toujours pas du coin, sous-entendu « tu n'es pas du coin, je ne connais pas ton arbre généalogique, tes ancêtres... » Alors, ils ne seront jamais d'ici. Etre d'ici, cela s'inscrit dans les siècles. Y'a des avantages à vivre en communauté mais c'est lourd. L'espace de contrôle de l'individu est fort.

Le XX^{ème} marque l'émancipation de l'individu. Pour la génération née après la 2^{ème} guerre mondiale, cette émancipation ne peut se faire que par la ville, par l'anonymat. On se coupe de la communauté, on n'est plus sous le regard des voisins, de la famille. L'émancipation de l'individu passe aussi par le salaire. Avant, on donnait son salaire à la famille. Aujourd'hui, on perçoit un salaire individuel, qui nous permet l'achat d'une voiture, une maison et d'accéder à la consommation de masse individuelle. Le modèle de lotissement a marché parce qu'il a répondu à ce besoin d'individualisation : une maison, où vit le couple seul, avec enfants, un jardin et une haie ou un mur qui empêche le regard du voisin.

La jeunesse n'est pas dans ces besoins-là car elle est saturée d'individualisme. Les jeunes sont nés dans ça. Ils recherchent maintenant, au contraire, à renouer des liens avec les autres, à renouer des liens de communautés. Il y a les réseaux sociaux bien-sûr, et tout un tas de choses : l'économie de partage, le co-voiturage, l'achat de biens en commun. Finalement, des choses que connaissent les campagnes depuis longtemps : le partage de biens via les CUMA par exemple, ou la cohabitation d'il y a 40 ou 50 ans. Sauf qu'à l'époque, c'était subi. Aujourd'hui, la

cohabitation est choisie.

Dans ce contexte, il semblerait que l'enjeu pour la campagne, c'est de se **valoriser comme des modes de vie en résonance avec cet idéal d'autonomie, de convivialité, d'arrêter de se vendre comme un cadre de vie uniquement, et, encore pire, un cadre de vie pas cher. La campagne doit se valoriser comme un mode de vie qui peut avoir un sens pour les jeunes générations.** L'image de la campagne est très valorisée dans les médias, dans les villes... Il faut que la campagne s'approprie et valorise cette image. Quel levier pour agir ?

Il faut que la campagne soit fière d'être la campagne. L'exode rural, la fin des paysans, ça nous a profondément marqué, nous, les ruraux. Pendant 6 générations, les gens sont partis. Un effondrement. Ça a laissé des traces, encore aujourd'hui. Par exemple, les maires ruraux ont peur des déclin démographiques. On juge parfois la réussite d'un mandat par l'analyse de la courbe démographique, ou le nombre de constructions, comme si le plus était forcément le mieux. On note aussi parfois un complexe d'infériorité des élus ruraux. Alors que la ville, elle, elle sait jouer sur tous les tableaux. Ceux qui veulent faire plus campagne que la campagne elle-même, ce sont les villes. Exemple de Nantes : on y trouve des potagers de ville, on plante des tomates sur son balcon et l'on devient paysan du wk, on aménage des potagers au bord de l'Erdre, des vergers au pied du château. **La ville arrive à faire campagne.** Pour l'anecdote, j'ai été invitée à fêter les 1 an du compost de la ville de Paris ! Moi, j'en ai un dans mon jardin depuis toujours. Ça c'est fort. Les urbains arrivent à nous faire croire qu'ils sont en train d'inventer le compost, l'agriculture, la cuma, la cohabitation ? Nantes joue sur l'hypermodernité et l'alter-modernité : on est ville mais on fait campagne. On est tout. Il est temps que les ruraux se réveillent : vous, la ville, vous êtes en train de vous réapproprier l'héritage paysan, très bien, mais n'allez pas croire que vous êtes en train d'inventer l'affaire ! Dans ma petite commune, il y a un jardin au milieu du bourg. Le maire de la commune dit que ce jardin dans la ville, c'est moche, c'est bazar, c'est pas propre, c'est pas moderne. Mais à Nantes, l' élu, il se damnerait pour avoir ça ! Aujourd'hui, là où il y a un problème, c'est que les villes veulent faire campagne. Et les campagnes veulent faire moderne. Mais les jeunes ne demandent pas la modernité, ils aiment cette réappropriation de l'héritage paysan. Ils aiment ces petits jardins de centre-bourg, le compost... C'est un mode de vie plus convivial, plus proche de la nature, plus économique, plus recyclage.

3/ LA QUESTION DU SENS

Notre société est en train de passer de l'idéal de l'avoir à l'idéal de l'être. Ça veut dire que pendant la phase de la modernité,

notre idéal a été le progrès matériel. C'est positif, le chauffage, la voiture, le confort... c'est très bien. On vit plus longtemps, en meilleure santé. Il ne s'agit pas de renoncer à cela. Mais aujourd'hui, notre société passe à autre chose, parce que ce n'est pas parce qu'on a plus, qu'on est mieux. On priorise sur un développement personnel, une remise en cause de la notion de progrès.

Le but de l'être humain c'est accéder au bonheur. Avec la révolution industrielle, on a pensé que le progrès matériel allait nous emmener vers le bonheur. Ça nous a paru tellement vrai qu'on a oublié que le développement matériel, c'est seulement un processus. C'est pourtant devenu notre but. Il faut se développer. Sauf qu'aujourd'hui, on arrive au bout de cette idée-là, ce n'est pas parce qu'on a plus qu'on est plus heureux.

Cet effondrement du mythe du progrès, tout à coup, nous ramène à nous dire : « au fond, c'est quoi le but ? Si c'est pas le progrès ? » La fin du mythe nous pose la question de nos valeurs. Quelles sont nos valeurs ? Quels sont nos invariants ? Qu'est-ce qui ne change pas en fonction du contexte ? La question des valeurs revient sur le tas. Beaucoup de gens font des psychothérapies. Au-delà de ma réussite matérielle, qui suis-je ? Qu'est-ce que je veux ? On se pose tous la question de qui sommes-nous, qu'est-ce que l'on veut.

Un des gros enjeux contemporains, c'est comment on peut éviter l'égaré. Et cette question du « qui suis-je » se pose dans un contexte particulier. Je vais vous parler de deux livres. Le premier, *La société malade d'Alzheimer* de Michel Billé. La maladie d'Alzheimer, c'est un ensemble de symptômes. C'est une maladie de société. Le deuxième, *L'homme réseau-nable* de Lionel Naccache. Dans ces livres, on nous dit que les gens atteints d'Alzheimer sont égarés dans le temps, dans l'espace, dans la relation à autrui. Toute la société est malade d'Alzheimer.

Tous, nous sommes égarés dans le temps. Par exemple, par le passé, c'était les anciens qui expliquaient aux jeunes. Aujourd'hui, c'est l'inverse. Les mutations techniques vont vite, il faut toujours réapprendre. On est dans une société où vieillir n'a pas de signification sauf à devenir obsolète, ce qui est plutôt angoissant. On mesure maintenant la distance non plus en kilomètres mais en temps. Plus on se rapproche de Paris, plus on est loin ! A Nantes, on est à 2 heures de Paris. Et plus on est proche de Paris, plus on met du temps à y aller. Quand on est à 200 km de Paris, on dit Paris c'est à 1h d'ici, quand on est à 10 km on dit Paris c'est à 1h ! On est égarés dans le temps. On ne voit plus les saisons, on est déconnectés. On est habillés tout le temps pareil dans des habitats où il fait la même température toute l'année, on peut vivre de jour comme de nuit avec l'éclairage artificiel. On est égarés dans l'espace. Parce que tout se ressemble, Lionel Naccache dit : c'est le voyage immobile. Vous êtes dans un aéroport, vous prenez l'avion, quand vous descendez, vous êtes dans

le même aéroport à plusieurs kilomètres. On visite les mêmes centres-villes, les mêmes stations balnéaires, les mêmes magasins... y a rien qui change. C'est le voyage immobile. On peut être dans cette salle et communiquer par internet avec son cousin au bout du monde. On est des égarés dans l'espace. Enfant, quand on partait en vacances en voiture, le trajet faisait partie du voyage. Aujourd'hui, les vitres sont fumées, on regarde un DVD à l'arrière, on suit le GPS... On se fiche de savoir par où on est passés pour aller dans le sud. Pour l'anecdote, une fois, j'avais rendez-vous avec une dame qui habitait Nantes et qui m'a appelée juste avant pour me dire « je ne peux pas venir, mon gps est en panne ! »

On est égarés dans la relation à l'autre. On peut être connectés, mais on a des difficultés à avoir des relations de cœur, humaines, avec les gens.

Depuis l'invention d'internet, c'est comme s'il y avait une rétraction de l'espace, on peut être ici et partout, et une rétraction du temps. Une rétraction de l'espace-temps. Qu'est ce qui fait un être humain ? Son identité ? C'est que nous sommes incarnés dans l'espace et dans le temps. Je suis de quelque part, à une époque donnée. Ça fait mon identité. Dans les cerveaux, les neurones qui codent les souvenirs, le temps, ce sont les mêmes qui codent l'espace. Tout souvenir est spatialisé. Ce sont les mêmes neurones. Ça devrait drôlement intéresser les aménageurs. Notre société est en crise d'épilepsie. Inconscients, sans idée de notre propre identité. Notre société est une malade d'Alzheimer. Nous sommes des égarés, des zombies. Ça fait des gens qui fonctionnent de façon robot, zombie, qui font les choses sans avoir conscience de la réalité. C'est un enjeu énorme ! **Les campagnes peuvent participer à recréer des lieux de bien-être pour l'être humain.** Des endroits pour les êtres humains, pour qu'on soit bien.

Les leviers pour agir sont importants :

- C'est très important de conserver de la diversité. Si on veut ne pas être égarés dans l'espace, il ne faut pas que tout se ressemble. Il nous faut une diversité des lieux. Que les villes fassent villes. Que les bords de la mer fassent bords de la mer. Que les campagnes fassent campagnes. Que la campagne de Vendée ne ressemble pas à toutes les campagnes de France.
- Nous pouvons travailler les repères dans l'espace et dans le temps. Par exemple, il est important de marquer les centres. Qu'est ce qui fait le centre ? Le clocher ? Autre chose ? Et symboliser les limites. A quel moment on sort du bourg ? Si on a des lotissements qui filent jusqu'à la commune d'à côté, on ne sait pas qu'on a changé de bourg. Il faut marquer dans l'espace les limites, l'endroit au-delà duquel on ne va jamais construire.
- Comment intégrer le patrimoine ? Comment on raconte notre histoire ? Notre lien au cosmos ? Pour certains étudiants, quand

on leur demande ce que leur évoque la campagne, on me répond « la campagne, c'est là où on voit les étoiles la nuit ». Comment travailler ces repères dans le temps, dans le cosmos ?

- Il faut réfléchir aux espaces publics. Depuis 40 ans, les seuls espaces publics dans les bourgs sont les routes et les places de stationnements. C'est pratique. Mais la voiture ne peut pas être le centre de l'urbanisme, ça ne suffit pas. Comment penser l'espace public pour valoriser le collectif ? Y a des élus qui disent : oui, les habitants ils bougent pas, ce sont des consommateurs. Le truc, c'est que si celui qui vend sa terre veut faire de l'argent, si la commune ne veut pas perdre de l'argent, la personne qu'on attire en face va suivre la même logique d'argent, de consommation, de consommateur. Qu'est-ce qu'on offre ? Quelle énergie on veut y mettre ? Il faut absolument valoriser le collectif dans les espaces ruraux pour régénérer la vie citoyenne.

- Il faut aussi expliciter le sens. Aujourd'hui, on est dans la juxtaposition, c'est la logique du gestionnaire. C'est épouvantable. Cela tue toute vie, toute initiative. Tous les choix qui sont faits suivent la logique « ça ne doit pas coûter cher ». Sauf qu'à force de ne pas coûter cher financièrement, ça va nous coûter cher humainement. Posons-nous la question de pourquoi nous faisons les choses ? Aujourd'hui on parle beaucoup des fusions de communes. Pourquoi ? « Parce que ça va nous coûter moins cher ». Sauf qu'on sait bien que les mariages de raison n'ont jamais fait bon couple. Il est temps d'explicitier le sens, de redonner la signification et de la direction aux actions d'aménagements et au-delà, de l'efficacité gestionnaire qui doit arriver mais après, et qui ne doit jamais être le seul mobile de toute politique d'aménagement qui engage pour des décennies.

CONCLUSION

Pour conclure, je dirais qu'il y a de grandes mutations en cours que je perçois, parmi les étudiants notamment. Si on prend l'Ouest, les campagnes ont connu une révolution énorme pendant la phase de la modernité. Pendant la modernité, les campagnes, elles s'en sont bien sorties. Devant nous, une autre révolution arrive : l'alter-ruralité, quelque chose de nouveau émerge, qui se développe aujourd'hui. Les jeunes générations sont en train de faire le bilan et la remise en cause de la modernité. Ils s'interrogent sur la nature du progrès, la modernité pour eux c'est répulsif. Les jeunes vont être attirés par des centralités, ils ne veulent pas de lotissements. Ils sont en train de se réapproprier l'héritage paysan d'une vie frugale, où ce n'est pas la consommation de masse, mais plutôt l'autonomie alimentaire, énergétique, l'économie du partage. Parfois, je trouve dommage qu'il y ait une incompréhension entre les jeunes et la génération des grands-parents. Des trucs tout bêtes : les jeunes développent les toilettes sèches. Les grands-parents qui ont connu les toi-

lettes au fond du jardin disent « Mon Dieu, vous n'avez pas connu la pauvreté, quelle horreur ! » Des jeunes qui souhaitent s'installer en agriculture mais sur des modèles de micro-fermes, et les grands-parents qui disent « mon Dieu ! On ne vivait pas avec si peu d'hectares, on était malheureux... » Les plus anciens s'imaginent qu'on va retourner en arrière, à l'époque paysanne où nous étions pauvres... Mais non ! Les plus anciens ont peur d'un retour en arrière. Laissez, la jeunesse est en train de se réapproprier l'héritage paysan, on ne va pas revenir en arrière.

Dans nos campagnes, dans cette région de Vendée, la jeunesse du baby-boom a réussi à passer le cap de l'industrialisation et de la modernité. Aujourd'hui, on passe à autre chose. Aujourd'hui, la modernité, elle ne fait plus rêver. L'enjeu des campagnes de l'Ouest, c'est accepter de lâcher la modernité pour se réapproprier des héritages, des choses qu'on a abandonnées, qui sont le sens de l'évolution à venir. En tout cas, l'histoire continue, et il faut **oser le coup d'après**.