



Région  
Hauts-de-France

# MOTIVATIONS ET PRÉOCCUPATIONS DES HABITANTS RÉCEMMENT INSTALLÉS DANS LES CAMPAGNES DES HAUTS-DE-FRANCE

Etude sociologique :  
principaux enseignements

# RAPPEL DU CONTEXTE

## ■ Pourquoi cette étude ?

- ☞ Constat d'une augmentation des habitants en dehors des principaux pôles urbains, dans les territoires ruraux ou périurbains, le plus souvent dans des communes de petite taille
- ☞ Ce phénomène génère plusieurs questions à l'échelle locale : consommation non maîtrisée et non optimisée du foncier, nouveaux flux de déplacements avec risque de précarisation des ménages, des conflits d'usage potentiels, un nouveau rapport à la ville, intégration et implication dans la vie locale, attentes spécifiques (notamment en matière de services de proximité...)
- ☞ D'où le souhait de :
  - mieux connaître les motivations de ces habitants à aller s'installer en campagne et mieux connaître leurs stratégies en matière de choix résidentiel,
  - caractériser leur mode de vie afin de mieux répondre à leurs besoins et de développer des politiques publiques adaptées

## ■ La cible de l'étude : les « nouveaux arrivants »

- ☞ Une partie seulement des habitants des espaces ruraux : ménages installés depuis moins de 5 ans (les habitants installés depuis plus de 5 ans ou ceux ayant toujours vécu sur le même lieu de résidence n'ont pas été interrogés)
- ☞ Pourquoi : recherche du lieu de résidence et du logement récente, phase de découverte et des premières désillusions pouvant déterminer le choix de rester durablement ou non à la campagne

# UNE ENQUÊTE AU CŒUR DE L'ÉTUDE



## ■ Organisation de l'étude

- 📁 Intervention de la Chaire des explorateurs de la transition de l'Université catholique de Lille ainsi que l'Institut de sondage Règle de 3
- 📁 Une étude exploratoire
- 📁 Déroulement de mars 2016 à juin 2017, avec une phase d'enquête de 6 mois

## ■ 531 ménages enquêtés

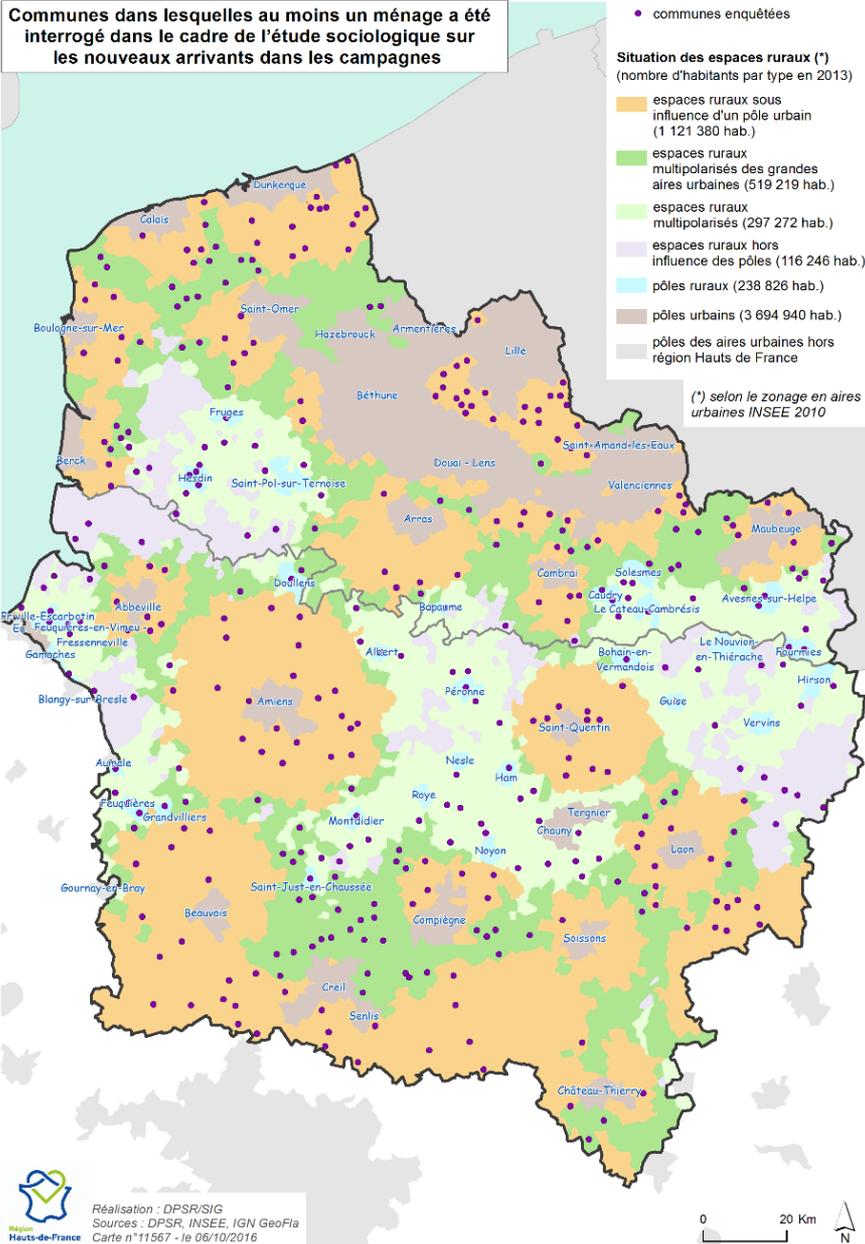
- 📁 Véritable plus-value de l'étude : la parole des ménages recueillie à leur domicile, à travers un entretien de 1h30 à 2h basé sur 2 outils d'enquête
- 📁 Un questionnaire « quali-quantitatif » mené par 2 enquêteurs professionnels (453 ménages concernés) : 55 questions permettant de caractériser le ménage interrogé, d'objectiver les raisons de l'installation à la campagne, d'objectiver le vécu lié à cette installation, d'identifier les difficultés et les besoins pour alimenter l'action publique
- 📁 La technique des « récits de vie », menée par 2 sociologues (pour 78 ménages) : des questions ouvertes pour laisser la personne s'exprimer sur sa trajectoire résidentielle, familiale et sociale, sa perception de l'installation dans la commune, ses pratiques et représentation du territoire, le « bilan » de son installation et ses attentes en matière d'action publique, son projet résidentiel.

# UNE ENQUÊTE AU CŒUR DE L'ÉTUDE



Région  
Hauts-de-France

Communes dans lesquelles au moins un ménage a été interrogé dans le cadre de l'étude sociologique sur les nouveaux arrivants dans les campagnes



■ Répartition des enquêtés sur tout le territoire régional

■ Appui sur la typologie de la DRA picarde « nouvelles campagnes » (données INSEE), extension des partis pris méthodologiques à l'échelle des Hauts-de-France

■ Répartition du panel d'enquêtés sur les 5 catégories d'espaces ruraux en prenant en compte la répartition de la population de référence des mobiles résidentiels (extraction des départements 02, 60 et 80 de la base INSEE concernant les mobilités résidentielles « MIGCOM » de 2008)

■ Répartition homogène des enquêtes mais des nuances de couverture (facteurs explicatifs : densité démographique inégale, méfiance des habitants quand caractère plus rural et isolé)

# UNE ENQUÊTE AU CŒUR DE L'ÉTUDE



## ■ Détails sur les interrogés

- 📖 Une majorité de 25-39 ans (45,9%) et de 40-54 ans (31,6%)
- 📖 55,6% de ménages en couple avec enfants (16,2% de personnes seules)
- 📖 Une majorité de diplômés de niveau 4 et 5 (51,8%) correspondant à la CSP « employé »
- 📖 67% d'actifs en emploi, 11,5% en recherche d'emploi, 11,1% de retraités, 9,8% au foyer, 0,6% d'étudiants
- 📖 57,1% de propriétaires, 40,1% de locataires dont 20,5% en logements sociaux
- 📖 Un ancrage territorial important : plus des 2/3 des interrogés, quel que soit le territoire occupé, ont déjà vécu dans un rayon de 30km autour de leur lieu de résidence actuel
- 📖 Pour plus de 80% des ménages interrogés, l'emménagement est réfléchi et s'inscrit dans un projet de vie, 70% n'envisagent pas de déménager

# ENSEIGNEMENTS : QUELLES MOTIVATIONS ?

## ■ Motifs et critères résidentiels sont dominants

- 🏠 Le choix du logement et de ses caractéristiques (présence d'un extérieur, taille et nombre de chambre, apparence extérieure) passe avant celui de la commune de résidence et de ses aménités (commerces, services...)
- 🏠 En second lieu, les motifs subjectifs sont fréquents : cadre de vie plus « vert », espace pour l'accueil d'amis, ambiance calme et non polluée
- 🏠 Les motifs familiaux arrivent en 3<sup>ème</sup> position : la présence d'attaches familiales ou amicales, les situations d'agrandissement, d'héritage, de séparation ou de recomposition
- 🏠 Des motifs d'ordres financier ou professionnels sont cités par 45% des ménages interrogés (budget limité, rapprochement du lieu de travail ou nouvel emploi)
- 🏠 L'offre de commerces, de services de proximité ou d'équipements scolaires est prise en considération mais dans trop influencer le choix du lieu de résidence. Ce résultat est lié au mode de vie des ménages : approvisionnements essentiellement dans les grandes surfaces, acceptation des contraintes avant installation (temps de trajet, absence de médecins spécialistes ou de commerces...)

# ENSEIGNEMENTS : QUELLES MOTIVATIONS ?

## ■ Quelques citations

« Pour nous, c'était important d'être chez soi (...). C'est plaisant de se dire que nous vivons dans nos murs, nous sommes chez nous. »

« Pour moi, c'était le rêve d'avoir une maison à nous avec un jardin en campagne, on aime bien faire pousser nos légumes et pour que les enfants puissent jouer facilement à l'extérieur. Notre maison est un coup de cœur, c'est très bucolique. »

« En ville, il y a trop de proximité avec les gens, c'est bruyant, d'ailleurs on y a jamais habité. Ici c'est tranquille pour les enfants, pour jouer et la grande on peut la regarder partir à l'école, en ville on ne serait pas en confiance. C'est le mode vie qu'on voulait, on se plairait pas à la ville de toute façon. »

« Ma femme a deux enfants et moi aussi, on est six au total, donc il fallait trouver une maison avec le nombre suffisant de chambres et pas trop proche de la ville car les prix sont plus chers. Et puis nos amis, on les voit souvent car ils n'habitent pas loin ».

« On a choisi cette commune parce que c'est en campagne, et puis surtout parce que les parents de mon conjoint sont nos voisins, c'est très pratique ils peuvent garder notre enfant. »

« Pour accéder à la propriété, le prix des terrains était accessible et dans notre budget. (...) On a choisi aussi ce secteur car mon mari travaille en 3/8 à Crépy-en-Valois ce qui fait quand même 70 kilomètres aller-retour par jour et on ne voulait pas aller au-delà de 100 kilomètres aller-retour. Malheureusement plus proche de son boulot c'était quasi inaccessible financièrement ».

« Je voulais rentrer rapidement chez moi en sortant du travail, ne pas avoir de bouchons et puis l'essence, la route, le stress... Avant c'était 70 kilomètres par jour. C'est un budget par mois, au moins un plein par semaine, environ 60 €. »

# ENSEIGNEMENTS : QUELLES PRÉOCCUPATIONS ?



## ■ Un souhait de réduction des contraintes domestiques

- 🏠 Des commerces de proximité fixes ou ambulants, pour un usage d'appoint malgré le recours aux grandes surfaces en périphérie des villes et un approvisionnement lors des trajets domicile-travail. Par contre, le développement de la vente directe est plébiscité
- 🏠 Une grande importance accordée à la préservation des attraits du cadre de vie et de la biodiversité (éviter la « dénaturation » de la commune)
- 🏠 Des solutions de mobilité pour réduire l'utilisation de la voiture individuelle, incontournable pour les besoins du quotidien (réalité connue avant installation). Il s'agit d'éviter les sentiments d'isolement pour les adultes non motorisés ou démunis de réseau familial local et pour les adolescents en recherche d'autonomie, et de limiter un budget déplacements parfois conséquent
- 🏠 Une adaptation des services publics aux modes de vie, qui doit s'accompagner d'une bonne couverture en téléphonie mobile et internet, afin de pouvoir bénéficier des services en ligne ou des opportunités de télétravail
- 🏠 Un meilleur accès aux praticiens de santé, même si le déficit d'offre médicale est compensé par le réflexe de conserver son ancien médecin (quitte à parcourir des distances importantes) ou d'aller directement aux urgences des hôpitaux pour des soins de premier recours.
- 🏠 Une offre récréative pour répondre aux besoins des jeunes en particulier, amenés à fréquenter les activités ou infrastructures situées en pôle urbain (souvent dans la commune du lieu de travail)

# ENSEIGNEMENTS : QUELLES PRÉOCCUPATIONS ?

## ■ Quelques citations

« On habite à trois minutes en voiture du centre commercial de Cambrai, c'est donc très pratique pour les courses, par contre c'est dommage que dans notre commune il n'y ait pas de boucherie. »

« Il faut garder le côté village, ne pas mettre des constructions, des appartements, etc. Juste des maisons jumelées pourquoi pas mais pas des immeubles car ça détruirait son charme. »

« Il y a un réseau de bus, mais les horaires ne sont pas géniaux, et ne correspondent pas réellement à nos emplois du temps respectifs. »

« Ce qui pourrait être utile c'est d'avoir des transports autres que scolaires. On connaît une dame qui dépendait complètement de son mari (...), son mari est décédé... ce sont ses enfants qui viennent lui faire ses courses etc., et c'est vrai qu'elle a beaucoup perdu en autonomie (...) parce qu'elle dépend forcément de quelqu'un pour le transport. »

« Ce qui manque aussi c'est la permanence CAF, ils l'ont supprimée, y en avait une le jeudi après-midi, c'était pratique pour les papiers car quand on n'a pas internet c'est compliqué. »

« La seule chose qui nous embête, c'est internet on marche encore avec la ligne de téléphone, on ne peut pas mettre de box car on n'est pas dégroupé, donc internet ça rame. Même avec notre téléphone on capte pas bien, les communications sont limitées. »

« Médecins généralistes ça devient compliqué, il n'y a plus de sans rendez-vous, si vous êtes malade, il faut attendre deux jours ».

« Il n'y a pas de médecin qui viendrait ici ni de SOS médecin, il faut aller directement aux urgences ».

« Nos deux enfants sont inscrits au football mais ce n'est pas dans le village. Tout ce qui est sport, musique, danse, ça se fait à 5 kilomètres ».

# CONCLUSION

## ■ Des résultats parfois surprenants

- 🏠 L'installation en zone rurale est réfléchie et se fait « en toute connaissance de cause » par les ménages, les facteurs d'attractivité que sont les commerces et services n'ont pas une grande influence sur le choix d'installation
- 🏠 Certaines attentes envisagées a priori (accueil pour mieux diffuser l'information sur les services existants, activités de pleine nature, terrain pour jardinage...) ne se sont pas confirmées
- 🏠 Une très forte attente de préservation du cadre de vie naturel comme « écrin » de son logement et pas comme un espace de loisirs
- 🏠 Des contradictions fréquentes : regret de la fermeture du commerce de proximité mais pas d'utilisation pour son approvisionnement quotidien, souhait d'alternatives à la voiture individuelle mais peu d'utilisation des transports en commun quand ils existent...

## ■ Une prise en compte dans le SRADDET

- 🏠 À travers un volet dédié au quotidien des habitants et à leur qualité de vie, gage de « bien vivre » en Hauts-de-France tout en accompagnant les évolutions de la société (vieillesse, évolution de la structure familiale, paupérisation d'une partie de la population...)

# MERCI DE VOTRE ATTENTION

*Motivations et préoccupations des habitants récemment installés  
dans les campagnes des Hauts-de-France*

