

Introduction

Christine Margetic, Hélène Roth, Michaël Pouzenc

L'ouvrage *Les Campagnes européennes : espaces d'innovations dans un monde urbain* fait suite à un colloque organisé conjointement par l'UMR CNRS/ESO et la Commission de géographie rurale (CGR) du CNFG en juin 2014 à l'université de Nantes et au siège du conseil régional des Pays de la Loire. Près de 70 communications ont permis d'échanger sur une diversité de thèmes, les campagnes et les mondes ruraux révélant de fait un fort potentiel d'innovations. Le foisonnement d'idées qui en a résulté est valorisé par cet ouvrage et trois numéros thématiques de revues¹.

Ce temps de rencontres vient dans le prolongement de travaux des ruralistes d'ESO, ce dont témoignent des colloques ant  rieurs². L'ambition était de proposer une nouvelle étape dans la traduction géographique du « tournant rural ». Ainsi, nous postulions que les campagnes constituent des espaces particuliers à même d'innover pour apporter des réponses et surmonter certaines contradictions de la société urbaine qui les englobe. En particulier, il s'  st agi de déceler leurs atouts et leur compétitivité dans un nouvel échiquier territorial marqué par de nombreuses recompositions politiques, et soumis à une concurrence généralisée et multi-niveaux (attractivité résidentielle ou économique, localisation des services publics, etc.).

1. Les numéros thématiques issus du colloque de Nantes sont les suivants :

– « Agricultures et villes : des articulations renouvelées », *Annales de géographie*, 2016/6, sous la direction d'Yvon Le Caro, Valérie Jousseau, Monique Poulot, Nicolas Rouget.

– « Les campagnes dans la transition énergétique », *Géocarrefour*, 2015/4, sous la direction de Geneviève Pierre, Philippe Madeline.

– « Innovation sociale et développement des territoires dans les campagnes européennes », *Norois*, 2016/4, sous la direction de Guillaume Lacquement, Christophe Qu  va.

2. *Quelles campagnes pour demain ?* (Rennes, 1992), *L'environnement et la nature dans les campagnes, nouvelles fonctions entre dévitalisation et/ou revitalisation* (Nantes, 1997), *Des campagnes vivantes, un modèle pour l'Europe ?* (Nantes, 2000), *Faire campagne. Pratiques et projets des espaces ruraux aujourd'hui* (Rennes, 2005).

L'espace de référence, l'Europe continent, doit sa pertinence à deux points complémentaires. D'une part, il offre un contexte permettant à la fois de réaliser des comparaisons valables et d'appréhender la diversité des solutions mises en œuvre à différentes échelles ; d'autre part, cette confrontation de regards de géographies nationales est une pratique privilégiée par la CGR³. Elle a débouché à Nantes par la création officielle du Réseau européen de géographie rurale. D'ailleurs, après avoir étudié à leurs origines les campagnes comme espace privilégié, les géographies européennes s'en sont distancées durant les années de croissance d'après la seconde guerre mondiale. Depuis les années 1960, un ensemble de travaux s'est toutefois structuré pour montrer comment les campagnes se sont adaptées de gré ou de force aux contraintes que leur imposaient l'urbanisation des espaces et des esprits, l'industrialisation des modes de production et globalement leur marginalisation dans une société de plus en plus urbanisée et mondialisée. Dans ce contexte et parallèlement à leur retour en grâce comme espaces attractifs, leurs ressources propres ont commencé à être étudiées et valorisées comme des points d'équilibre précieux pour les sociétés et les territoires. En particulier, les ressources naturelles et leur fonction récréative, les ressources alimentaires et les circuits courts ou de proximité, les pratiques agricoles post-productivistes, les dynamiques socio-économiques territorialisées sont devenues des objets d'étude importants pour les géographes ruralistes. Quelle que soit l'échelle d'observation retenue, ces travaux portent tantôt sur les espaces agricoles ou non bâtis au sein des territoires, tantôt sur les territoires ruraux définis dans leurs relations relatives aux agglomérations. Sauf précision, le terme campagne est employé dans ce double sens dans la suite de l'ouvrage.

Nous avons choisi d'entrer dans cette réflexion par l'innovation car elle permet de mettre l'accent sur les changements, intentionnels ou non, mis en œuvre pour répondre à la demande « urbaine », c'est-à-dire aux évolutions de la société dans son ensemble. Vécue soit comme l'adaptation à une contrainte, soit comme la mise à profit d'une opportunité nouvelle, elle est un processus qui peut porter sur la mise en œuvre de technologies, sur les pratiques et les usages sociaux, comme sur les modalités d'organisation et d'évaluation des espaces (aménagement, paysages) et des territoires (mobilisations, régulations, structures de gouvernement et de gouvernance). L'article introductif de J. Renard met parfaitement en perspective son caractère multi-forme, fruit de dynamiques parfois subies puis acceptées quand elles sont initiées par des acteurs exogènes, en particulier l'État, soit voulues et portées localement par les acteurs du territoire, à partir d'initiatives de groupes sociaux enracinés. Cette distinction fondamentale entre un processus passif et actif reflète une rupture d'essence culturelle, sociale, idéologique. Instrument qui va permettre cette rupture avec l'ordre

3. Voir la pratique de colloques bilatéraux avec des commissions européennes depuis les années 1990, dont les derniers se sont déroulés à Baeza en 2007 (Espagne/France), Colchester en 2009 (Royaume-Uni/France) et Münster en 2011 (Allemagne/France).

ancien, le seul levier qui vaille est la volonté consciente qu'ont certains acteurs de changer les choses. Parfois dérangeante mais souvent stimulante, son caractère moins technique à partir des années 1990 conforte de nouvelles perspectives pour des campagnes dépassées il y a peu dans les discours et les références d'action.

La répartition de l'ouvrage en trois chapitres reflète ces axes de réflexion transversaux : quels sont les moteurs et les porteurs de l'innovation ? La trajectoire de ces innovations ? Les clés de lecture ? Certains cadres territoriaux sont-ils plus propices pour l'émergence et la diffusion des innovations dans les campagnes d'Europe ? Les dix articles qui suivent apportent des éléments de réponse circonstanciés à ces interrogations.

Innover, c'est prendre le pouvoir ? Ce titre provocateur interpelle quant au positionnement des acteurs en présence, sur leurs intentions (implicites ou explicites) voire leur légitimité. Les porteurs d'innovations, qu'il s'agit de cerner, sont-ils issus de contextes et de conditions particulières ou récurrentes, favorables à l'émergence et la diffusion d'innovations ? Les processus repérés mettent-ils certains acteurs plus en avant que d'autres, éventuellement des acteurs qui s'ignoraient ? Individuellement ou collectivement, assiste-t-on à l'affirmation de modes d'organisation sociale et territoriale spécifiques, ou génériques mais à caractère novateur ? Trois articles permettent d'apporter quelques réponses dans des contextes très variés spatialement autour du concept d'« innovation discrète »⁴. Dans les campagnes espagnoles, entrer par le genre pour révéler le dépassement de certains stéréotypes permet de mettre en relief tant le rôle nouveau des femmes dans le dynamisme d'espaces ruraux « traditionnels » que le rôle peu connu de la formation pour l'émancipation des femmes. Après un passage en ville pour se former, le retour à la campagne n'est pas vécu comme une fatalité, ce qui conforte le changement endogène du monde rural et procède de changements de mentalités par touches successives. Prenant des initiatives dans des secteurs masculinisés, ces femmes représentent une voie à suivre. De telles innovations discrètes prennent aussi forme en Margeride à l'initiative de la filière laine, prétexte pour mobiliser autour d'un projet collectif reposant sur des pratiques innovantes faibles politiquement et territorialement, dispersées géographiquement et pas toujours cohérentes entre elles, et pourtant fondamentales dans cette interface « développement/territoire » en interrelation avec la ville. Cette capacité mobilisatrice de l'innovation sociale s'inscrit dans les gènes du plateau de Millevaches en raison du poids et du rôle joué par un monde associatif ou économique qui n'a pas d'objectif de pouvoir. Reflet d'une expression populaire, l'initiative de certains groupes qui se revendiquent a-hiérarchiques renvoie à une pratique de démocratie participative mise en place par les initiateurs dans leur structure, inverse d'une pratique de démocratie représentative. Et ce sont les réseaux, l'interconnaissance qui facilitent la diffusion de connaissances. Plus que de simples écarts ou adaptations à un modèle exogène, ou des processus de

4. Albaladejo, 2003 et 2005.

résistance ou de marginalité, ces exemples montrent de nouvelles territorialités qui s'affirment, où joue fortement le capital social ou culturel.

Innover, c'est faire du neuf avec du vieux ? Peut-on encore innover quand on aborde les produits de terroir, en particulier le vin ? Porteurs d'une certaine image de la ruralité et de valeurs, ils sont l'objet de stratégies de réappropriations, de renouvellement ou de (re)nouveau de certaines pratiques, reliés à des campagnes bénéficiant aujourd'hui d'un effet de balancier, sous l'effet d'une demande urbaine pour des activités de loisirs, des paysages. Bien pensée autour de l'œnotourisme, la redynamisation passe par l'arrivée d'urbains dans la vallée du Douro, dont les préoccupations pour les questions environnementales sont fortes, aboutissant à des formes d'économie circulaire originales. Donner du sens à son métier et à son produit passe souvent par une remise en cause des pratiques agricoles, avec passage à la biodynamie par exemple dans le domaine du vin. Certaines « résistances au changement » deviennent alors « visionnaires », voire fer de lance de l'innovation technique et sociale, ce qui conduit à revisiter une notion mobilisée classiquement pour définir les produits alimentaires de qualité : le terroir. Ainsi, le terroir « d'écologie » remet la nature au centre du débat tout en reflétant des valeurs distinctives et en réactualisant les fondements sociaux. Polysémique, la notion de terroir est d'ailleurs à repenser régulièrement au regard des stratégies déployées pour le créer, le détourner, voire le diluer pour ne devenir qu'un slogan au seul profit du produit. Le neuf entraîne souvent la disparition (imaginée) de la tradition.

Innover, c'est « composer avec » pour recomposer les territoires ? Existe-t-il des conditions géographiques particulières pour l'émergence et la diffusion d'innovations dans les campagnes d'Europe dans la période récente ? Peut-on parler d'un éventuel effet de lieu alors que l'organisation territoriale est en profonde refonte à l'échelle des États et de l'Union européenne ? Ce dernier point donne un relief particulier aux régions frontalières. Traditionnellement espaces de marge, voire marginalisés, l'ouverture des frontières introduit un facteur de compétitivité qui génère de nouvelles concurrences économiques entre territoires, l'innovation signifiant jouer « contre » des espaces concurrents, quitte à créer des solidarités transfrontalières pour y parvenir. La lecture de deux trajectoires de territoires à la frontière galicienne-portugaise met en relief le rôle de la localisation géographique, selon un degré de proximité ville-campagne, mais surtout le poids d'une dynamique endogène qui repose sur une planification innovante grâce à laquelle la frontière devient couture. La qualité du milieu géographique constitue aussi un excellent ressort pour impulser des projets, ce qui oblige à repérer les ressources supports qui pourront être mobilisées. L'innovation passe alors dans la méthodologie de travail initiée dans le parc naturel de la Haute-Murgia dans le contexte de la mise en place du projet *Agro-écosystèmes, de la qualité de l'environnement à la qualité des productions*, qui a été catalyseur pour qu'un groupe d'agriculteurs prenne conscience des forces inhérentes au territoire. Une telle prise de conscience n'est pas évidente dans le contexte de la Slovaquie post-socialiste. L'épaisseur historique sur quatre décennies montre clairement à la fois la fragilité des

structures, avec des innovations qui matérialisent plutôt des ruptures brutales liées aux changements politiques, et la permanence de fondements culturels portés par des valeurs paysannes. La relation particulière de la population avec le travail agricole et la vie rurale perdure malgré une urbanisation rapide et l'industrialisation massive diffusée dans toutes les régions. En définitive, dans une société urbaine mondialisée, la campagne est peut-être en meilleure posture pour imaginer de nouvelles figures du local permettant d'opposer à la banalisation des lieux et des modes de vie des formes d'expression très variées. En forte progression ces deux dernières décennies, les politiques d'accueil de nouvelles populations sont une clé d'entrée pour recomposer des campagnes en déprise. En Thessalie, l'innovation fait intervenir simultanément le dedans et le dehors, engendrant des « territoires hybrides » signes de l'ancrage d'une diaspora insérée dans des réseaux sociaux locaux et globaux. La vitalité du monde rural tient désormais sans doute à son appartenance à une communauté élargie, intégrant réseaux sociaux, diaspora et ville en Grèce, plus largement réseaux sociaux, habitants des villes et des campagnes interreliés par leurs pratiques.

Les articles de cet ouvrage ne peuvent recouvrir l'ensemble des thématiques soulevées par le sujet des campagnes innovantes en Europe. Par touches, par la diversité géographique des terrains présentés, ce sont avant tout des éléments de réponse qui sont apportés, qui amènent, et c'est notre objectif, de nouvelles réflexions.