



**Foire à l'installation en milieu rural « Projets en Campagne »**  
– Conseil Régional du Limousin –

Localisation de l'opération : **Limousin**

Données de cadrage : 747 communes – 727 000 habitants – 43 hab/km<sup>2</sup>

**Descriptif succinct de l'expérience**

« Projets en Campagne » est la seule manifestation d'envergure nationale, orientée vers le grand public, consacrée au thème de l'installation en milieu rural. Depuis 2001, « Projets en Campagne », réunit tous les 2 ans à Limoges : des territoires ruraux de toute la France ayant des offres (entreprises ou commerces à reprendre, activité ou projets à développer, emplois, locaux,..) à proposer, et des porteurs de projets désireux de s'installer en milieu rural.

4 éditions de cette foire ont eu lieu en 2001, 2003, 2005 et 2007 organisées par la Région Limousin, le Collectif Ville Campagne et le CNASEA. En 2001 et 2005, la foire à l'installation a été précédée par des rencontres européennes des territoires d'accueil, une occasion pour les acteurs locaux impliqués dans des dynamiques d'accueil, de mutualiser des expériences et de dresser un état des lieux de l'accueil dans différents pays de l'Union Européenne. Ces rencontres ont eu pour vocation, de peser dans la politique européenne de développement rural.

---

**Contexte et enjeux pour le territoire / la structure**

Le Limousin a connu une baisse continue de sa population pendant un siècle, perdant 275 000 habitants entre 1891 et 1999. Face au vieillissement de sa population, à son solde naturel déficitaire, la Région prend conscience, dès la fin des années 80, de l'enjeu que représente pour son avenir démographique et économique, l'accueil de nouveaux habitants et de nouvelles activités. Elle définit, dès 1987, l'accueil comme une priorité transversale à l'ensemble de ses politiques régionales et met en place à partir de 1999 une politique d'accueil spécifique, qui se décline autour de deux grands champs d'actions :

- l'un, interne au Limousin, en direction de la population, des collectivités locales et des acteurs socio-économiques du Limousin pour les sensibiliser à l'accueil mais aussi pour structurer l'offre du territoire et améliorer l'accompagnement des migrants;
- l'autre, tourné vers l'extérieur, en direction de l'État et de l'Union Européenne pour inscrire la priorité de l'accueil dans les Contrats de Plan État-Région et les programmes européens mais aussi en direction des candidats à l'installation, pour faire connaître les possibilités d'installation en Limousin et à attirer de nouvelles populations.

Cette politique se décline à plusieurs niveaux :

- au niveau régional : création d'une Direction de l'Accueil et de la Promotion, devenue par la suite Direction de l'Accueil et des Territoires,
- au niveau interrégional : participation au pilotage du programme « Créer et vivre en Massif Central » dans le cadre de la Convention de Massif Interrégionale « Massif Central 2000-2006 »,
- au niveau national : implication dans le Collectif Ville Campagne et co - organisation de la manifestation Projets en Campagne, participation à l'élaboration de la « Charte d'installation en milieu rural »,
- au niveau européen : lancement et pilotage du programme de développement rural non agricole « Rural Innova », dont l'accueil de nouvelles populations est un des 4 axes de travail.

La Région Limousin a construit sa politique d'accueil, au fur et à mesure avec notamment, la création des Pôles Locaux d'Accueil (dispositif régional d'appui aux territoires de proximité qui s'organisent pour accueillir) ou la mise en œuvre de dispositifs d'accompagnement spécifiques.

« Projets en Campagne » est devenu au fil des éditions, un outil à part entière de cette politique.

### **Facteur déclenchant de l'action**

À la fin des années 90, La Région Limousin n'est pas la seule à prendre conscience de l'enjeu de l'accueil. Plusieurs partenaires, dont les métiers sont orientés vers l'appui aux personnes souhaitant développer une activité en milieu rural, se trouvent confrontés à l'impossibilité d'apporter à leur public une réponse globale à leur projet. Ils décident alors de mettre en place un lieu de réflexion et d'action qui donne naissance au Collectif Ville Campagne. Ce Collectif constate qu'à l'échelle nationale :

- les mouvements migratoires d'urbains vers le milieu rural s'accroissent mais que ces urbains attirés par la campagne, ne savent pas souvent ce qu'ils peuvent faire, comment s'y prendre, où aller, à qui s'adresser....
- que les acteurs des territoires ruraux désireux d'accueillir de nouveaux habitants et notamment des actifs ne savent pas comment se faire connaître, où et comment présenter leurs offres et leurs potentialités.

C'est au sein de ce collectif que naît l'idée de créer une manifestation nationale pour répondre à ce double besoin. L'idée étant de réunir en un lieu unique, territoires ruraux de toute la France et candidats à l'installation « à la campagne » pour permettre des rencontres autour d'offres et de projets concrets.

En tant que région pionnière et forte de sa politique d'accueil, la Région Limousin, en partenariat avec le Collectif Ville Campagne et le CNASEA, a tout naturellement décidé de porter cette manifestation.

### **Objectifs de l'action**

Pour la Région Limousin, « Projets en Campagne » constitue un outil pour :

- faire se rencontrer physiquement sur la Foire des personnes souhaitant s'installer en milieu rural et des acteurs locaux recherchant des porteurs de projet pour reprendre des commerces ou des entreprises, développer des activités, faire vivre leur territoire....
- assurer une promotion collective des territoires ruraux, en leur permettant de faire connaître directement et concrètement leurs offres, leurs projets, leurs opportunités,
- promouvoir son offre d'installation et attirer de nouveaux arrivants,
- mobiliser le milieu rural autour de l'accueil et développer une dynamique collective des territoires ruraux sur cette thématique : mutualisation d'expériences, coopération, actions communes....
- relayer à une échelle nationale et auprès du grand public, le phénomène des migrations ville-campagne,
- montrer aux territoires ruraux, à travers des « Rencontres Européennes », se déroulant jusqu'en 2005 dans le cadre de Projets en Campagne qu'il était possible d'attirer, d'accueillir et d'intégrer de nouveaux habitants.

### **Publics visés**

Deux types d'acteurs sont visés : d'une part, les porteurs de projets souhaitant s'installer en milieu rural, d'autre part, les territoires ruraux de toute la France souhaitant accueillir de nouvelles populations.

### **Procédures et modalités d'actions**

« Projets en Campagne » a une durée de deux jours et demi en week-end.

Pour faciliter la venue à la manifestation des porteurs de projets, ceux-ci peuvent bénéficier d'un transport gratuit par train entre Paris et Limoges ainsi que d'un hébergement sur place.

Une fois dans la manifestation, les visiteurs peuvent aller à la rencontre des acteurs présents dans :

1/ **L'espace territoires.** Il accueille des pays, communautés de communes, des parcs naturels régionaux,... . Ces territoires proposent lors de la foire des opportunités concrètes d'installation (commerces, offres d'emploi, locaux disponibles,..) mais également une présentation de leur cadre de vie. Les territoires qui participent à « Projets en Campagne » disposent de manière gratuite de 9 m<sup>2</sup>.

2/ **L'espace « conseil »** accueillant des structures d'accompagnement à la création d'activités (boutiques de gestion, réseau consulaire, ADASEA,..).

3/ **L'espace « primo-accueil »** dans lequel une vingtaine de spécialistes de l'installation accordent des entretiens individuels de 20 minutes pour les porteurs de projets qui cherchent une première orientation pour s'installer à la campagne.

4/ **Les « ateliers -débats »** d'une heure et demi, abordant des thématiques couvrant les questions les plus souvent cités par les porteurs de projets (les démarches pour s'installer, comment créer dans le tourisme vert,..)

Cette manifestation est également l'occasion de rendre public les résultats du concours « Les trophées de l'accueil » que chaque édition récompensent les acteurs (territoires, associations,...) qui se sont particulièrement « distingués » par leurs initiatives en faveur de l'accueil.

### ***Les partenaires associés à cette action***

Les quatre éditions de « Projets en Campagne » ont réuni un **noyau dur de 3 partenaires**:

- la Région Limousin et notamment le Service Accueil et la Direction de la Communication ;
- le Collectif Ville Campagne, association nationale, qui fédère autour de la problématique de l'installation de nouvelles populations en milieu rural et sur les politiques d'accueil, une vingtaine d'organismes et collectivités. Dans le cadre de Projets en Campagne, il assure la mobilisation des exposants (territoires, organismes conseil) et des visiteurs ainsi que l'organisation des entretiens individuels et des ateliers-débats.
- le CNASEA, établissement public, qui outre ses missions dans le secteur agricole, intervient dans le domaine du développement local en participant aux politiques nationales et européennes de développement rural. Son apport est financier et organisationnel.

L'ensemble de ces trois organisateurs conçoit l'architecture générale de la manifestation et la met en œuvre. Ils ont compté avec l'appui financier de la DIACT Massif Central, l'Europe et la Caisse des Dépôts et Consignations.

### ***Les outils, les financements mis en œuvre, le budget de l'opération***

Le coût moyen des 4 éditions de « Projets en campagne » s'élève à presque un demi-million d'euros.

La Région Limousin est le principal financeur, avec une participation de 50 %. Selon les éditions elle a pu obtenir des subventions du FNADT et du FEDER au titre de la Convention Interrégionale du Massif Central. La Caisse des Dépôts et Consignations a également accordé à la Région Limousin des subventions pour l'organisation des 4 éditions.

Le CNASEA contribue au financement notamment de la communication.

Le Collectif Ville Campagne quant à lui mobilise fortement des moyens humains en faveur de la manifestation.

### ***Les problèmes rencontrés et solutions trouvées***

La manifestation après 4 éditions se situe aujourd'hui à un tournant. L'édition 2007 a présenté quelques signes d'essoufflement : les visiteurs ont été moins nombreux qu'aux précédentes éditions, une forte proportion d'entre eux venait du Limousin. Face à ces constats, il a semblé important aux organisateurs d'interroger les objectifs initiaux de « Projets en Campagne », pour savoir s'ils étaient atteints, s'ils avaient encore du sens aujourd'hui et s'il était nécessaire de les faire évoluer.

La Région Limousin a donc lancé une étude pour analyser et évaluer la manifestation et mieux cerner les attentes actuelles des candidats à l'installation et celles des territoires ruraux, vis-à-vis d'un tel événement.

### ***Les facteurs déterminants de l'action (partenariat, démarche ...)***

Un contexte favorable :

- des migrations ville campagne en progression constante au niveau national ;
- un regain d'intérêt des citoyens pour la campagne, véritable phénomène de société ;
- des partenaires fortement impliqués dans l'accueil de nouveaux arrivants, la valorisation et la promotion de l'attractivité du milieu rural.

Le succès de la première édition en 2001 : décision de reconduire la manifestation tous les 2 ans

Un partenariat institutionnel et financier :

- fort portage financier de la Région Limousin qui prend en charge l'organisation générale et la communication et participe à la manifestation avec un stand regroupant les Pôles Locaux d'Accueil ;
- le Collectif Ville Campagne joue un rôle essentiel dans la phase préparatoire de la manifestation et assure la dimension nationale et collective et l'évènement par la mobilisation de moyens humains conséquents ;
- le CNASEA finance certains postes de communication ;
- des financements croisés : Caisse des Dépôts et Consignation, Convention Massif FEDER, FNADT.

### ***Les résultats (quantitatifs et qualitatifs)***

Après 4 éditions, le bilan est incontestablement positif, la manifestation a connu un véritable succès tant sur le plan de la fréquentation que sur le plan médiatique, démontrant ainsi qu'elle venait répondre à un besoin.

Depuis sa création, chaque édition de « Projets en Campagne » a accueilli entre 3 000 et 3 500 visiteurs, en provenance de toute la France et de plusieurs pays européens, et le nombre de territoires exposants et de régions représentées n'a cessé d'augmenter :

- 3 000 visiteurs et 48 territoires issus de 11 régions en 2001
- 3 000 visiteurs et 81 départements représentés en 2003
- 3 500 visiteurs et 93 départements représentés en 2005
- 3 100 visiteurs et 98 territoires exposants issus de 15 régions en 2007

L'importance de la couverture médiatique assurée à l'évènement ne s'est pas démentie non plus au fil des éditions (presse écrite nationale et régionale, radios, télévision).

« Projets en Campagne » a permis de confirmer, que le regain d'attractivité des campagnes, est bien un phénomène de société. La manifestation a d'ailleurs contribué à la prise en compte progressive de cette problématique, par les pouvoirs publics nationaux et locaux.

La foire a également mis en évidence l'évolution de l'organisation des territoires ruraux :

- les démarches d'accueil se professionnalisent,
- de nouvelles coopérations entre collectivités locales se développent pour créer une dynamique collective et renforcer l'attractivité des territoires.

Par ailleurs, elle a contribué à mieux cerner le profil des candidats à l'installation.

Les retombées positives pour la Région Limousin ont également été importantes. L'évènement lui a permis de se construire une image de territoire d'accueil, de fédérer les acteurs locaux autour de l'enjeu d'accueil de nouvelles populations et de favoriser la structuration de son territoire pour répondre à cet enjeu.

### ***Les perspectives***

« Projets en Campagne » s'inscrit aujourd'hui dans un contexte national et européen en matière d'accueil de nouvelles populations en milieu rural, qui a évolué et est différent de celui qui a vu naître la manifestation en 2001. L'enjeu que constitue l'accueil d'actifs, est aujourd'hui commun à de nombreux territoires qui développent des politiques d'accueil et se professionnalisent dans ce domaine.

Le profil des candidats à l'installation évolue aussi. Même si la majorité d'entre eux désire s'installer à la campagne pour y créer une activité, ils sont de plus en plus nombreux à vouloir trouver un emploi salarié. Leur demande d'information et de conseils s'élargit et ne concerne plus exclusivement les offres économiques qui peuvent leur être proposées par les territoires d'accueil.

La vocation première de « Projets en Campagne » était de faire se rencontrer l'offre des territoires et les projets des candidats, tout en étant un moment de rassemblement national des territoires ruraux autour d'une thématique partagée. Cette finalité paraît toujours pertinente et utile, l'objectif de l'évaluation en cours étant de faire évoluer la manifestation afin d'être au plus près des préoccupations et des attentes actuelles des territoires ruraux et des candidats à l'installation.

---

### **Contact**

Florence COLLETTE, Directrice de l'accueil et des territoires  
Conseil Régional du Limousin – 27, boulevard de la Corderie – 87301 LIMOGES  
05 55 45 54 50  
f-collette@cr-limousin.fr  
[www.region-limousin.fr](http://www.region-limousin.fr)