



Approche qualitative du phénomène
« Des nouveaux arrivants » dans le Pays
Midi-Quercy

Amandine BONNAUD
Master 2 Pro GLECOP

Année universitaire 2007/08

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	5
PARTIE I.....	6
PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE ET DU TERRITOIRE D'ENQUÊTE	6
I - LE SYNDICAT MIXTE PAYS MIDI-QUERCY ET LE CONTEXTE DE L'ÉTUDE	7
1 - Un projet Leader +.....	7
2 - Une enquête globale	8
II - LE PAYS MIDI QUERCY : UN TERRITOIRE ATTRACTIF	8
1 - Positionnement stratégique	8
2 - Un territoire attractif, un solde migratoire positif.....	9
III - UNE RURALITÉ À DIFFÉRENTS VISAGES	10
1 - Le rural : quelle définition ?.....	11
2 - L'accès aux services différencié, selon la localisation sur le territoire.....	12
3 - Un territoire sous influence urbaine : Une fonction résidentielle.....	13
4 - Un territoire rural enclavé, un déclin à relativiser	15
IV - L'ÉCONOMIE RÉSIDENIELLE, COMME VECTEUR DE DÉVELOPPEMENT LOCAL.....	17
1 - L'économie résidentielle.....	17
2 - Le phénomène des nouveaux arrivants : le cœur de l'étude	19
3 - Méthodologie de L'étude	20
4- Problématique/Hypothèses	21
PARTIE II	24
RÉSULTAT DE L'ÉTUDE	24
I - DES COMPORTEMENTS DIFFÉRENCIÉS SELON UN EFFET DE TERRITOIRE EST/ OUEST	25
1 - Des motivations différentes à l'installation selon le territoire	26
2 - Des valeurs de consommations différentes	28

3 - Des distorsions plus fortes entre pratiques et valeurs chez les habitants de l'Ouest du territoire	35
II - DES PROFILS D'HABITANTS AVEC DES PARTICULARITÉS EN TERME DE CONSOMMATION	43
1 - Les navetteurs, des consommateurs sous contraintes	44
2 - Les retraités, des consommateurs accomplis.....	54
3 - Les européens du nord, french consommation.....	60
4 - Les autres.....	66
III- DES DIFFÉRENCES DE CONSOMMATION PAR POSTE.....	70
1 - Habitat: bâtiment, décoration,	70
2 - Commerce rural et commerce alimentaire.....	76
3 - Vie personnelle : loisirs, culture, services.....	79
 PARTIE III	 82
CONCLUSION ET PISTES DE REFLEXION	82
I - LA CONSOMMATION LOCALE : UNE PROBLÉMATIQUE DIFFÉRENTE SELON LE TERRITOIRE	83
II - UNE RÉELLE DEMANDE DE CONSOMMER DES PRODUITS FRAIS LOCAUX : TROUVER DES ALTERNATIVES	86
III - DES OUTILS ET DES SITES INNOVANTS	88
1 - Les politiques d'accueil	89
2 - Accompagner et informer les TPE	90
 BIBLIOGRAPHIE	 92
 ANNEXES	 94

INTRODUCTION

L'étude présentée ici, a pour objectif de dégager des tendances de consommation des nouveaux arrivants sur le territoire Midi-Quercy afin d'accompagner les Très Petite Entreprise aux mutations de la demande.

Le Pays Midi Quercy est un territoire à dominante rurale et comme pour beaucoup de ces territoires ruraux depuis une vingtaine d'années, ces derniers se repeuplent. C'est en dehors des aires urbaines que les taux de croissance de la population sont les plus élevés. Cette croissance démographique concerne une part désormais majoritaire de l'espace rural. Si la population est de plus en plus urbaine dans son cadre de vie principal, la population rurale française s'accroît en effectif, par le jeu combiné d'un solde naturel de moins en moins négatif et d'un solde migratoire de plus en plus positif. Cette arrivée de population n'est pas sans conséquence sur la morphologie économique de ces territoires. La part des revenus directs issus de la production y occupe une place minoritaire alors que la part des revenus importés prend une importance croissante, ce nouveau type d'économie est appelé « résidentielle ou présenteielle ». Ainsi il peut exister, une demande potentielle liée à la résidence où à la présence d'habitants permanents ou temporaires. C'est dans ce contexte national mais surtout local, exposé dans la première partie de ce mémoire, que l'étude a été menée. La deuxième partie mettra en évidence les résultats de l'étude menée auprès d'habitants récemment installés sur le territoire, pour aboutir à une troisième partie qui permettra de proposer des pistes d'actions pour accompagner les Très Petites Entreprises face à ces évolutions.

PARTIE I

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

ET DU TERRITOIRE

D'ENQUÊTE

I - LE SYNDICAT MIXTE PAYS MIDI-QUERCY ET LE CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Le syndicat Mixte Pays Midi-Quercy est une structure porteuse de projet, en accompagnement des communes et communautés de communes, en faveur du développement local. Le territoire du Pays Midi-Quercy est constitué de 4 communautés de communes : Quercy Vert, Quercy Caussadais, Terrasses et Vallées de L'Aveyron et enfin Quercy Rouergue de L'Aveyron¹. Les actions du syndicat mixte repose sur une charte de développement durable sur les thèmes de l'habitat, du tourisme, de la culture, développement du patrimoine et le développement économique.

1 - Un projet Leader +

Le Pays Midi-Quercy est un territoire à dominante rurale et connaît un fort potentiel lié à l'économie résidentielle du fait d'un taux migratoire positif important. Le rapport Acadie commandé par la préfecture de la région Midi-Pyrénées a confirmé ce potentiel en spécifiant que : « *le Pays avait une structure d'accueil de population de retraité* »². Le Pays albigeois et Bastides, limitrophe au Pays Midi-Quercy, connaît les mêmes caractéristiques sociaux-démographiques et la même problématique d'accueil de nouvelle population. C'est dans ce cadre, que les deux Pays se sont associés afin de répondre au programme européen Leader plus : « Attractivité des territoires ruraux et accueil de nouvelles populations ». Cependant ce programme s'étend sur plusieurs thèmes fédérateurs, celui du Pays Albigeois et Bastide est « *L'amélioration des conditions de vie en milieu rural* » et celui du Pays Midi-Quercy : « *Valorisation des ressources naturelles et culturelles.* » Ce projet de coopération interterritoriale, en collaboration avec l'ADEFPAT (opérateur de formation développement aux collectivités territoriales), a pour objectif de mettre en place une démarche de gestion durable du maintien et du développement d'un tissu de TPE, qui par hypothèse sont garant de la vitalité de l'économie locale.

¹ Voir Annexe 1 : Le Pays Midi-Quercy : 4 communautés de communes, 48 communes.

² Étude Acadie : *L'économie résidentielle et le développement local : conséquence ou levier ?* Le poids de l'économie résidentielle dans les Pays de Midi-Pyrénées. Octobre 2007.

2 - Une enquête globale

L'objectif partagé par chacun des territoires, autour de ce projet, est de mettre en place de nouveaux dispositifs d'accompagnement des TPE (Très Petites Entreprises) rurales, intégrant les nouveaux problèmes et les nouveaux besoins de la population. Cette collaboration entre ces deux Pays, se traduit par deux principales phases d'enquêtes. Dans la première phase d'enquête 250 entretiens ont été menés auprès des Très Petite Entreprise³, afin de connaître leurs besoins. L'autre phase de l'enquête concerne directement le phénomène de nouveaux arrivants, selon un aspect quantitatif et un aspect plus qualitatif. L'aspect quantitatif, avait pour objectif d'approcher la composante des nouveaux arrivants sur les deux Pays à partir d'indicateurs plus récents que ceux du rapport ACADIE, qui se basait sur des données de 1999. L'aspect qualitatif a pour objectif, sur chacun des Pays de mettre en évidence des tendances de consommation, des comportements et des attentes des nouveaux arrivants. C'est l'objet de l'étude présentée ici pour le territoire Midi-Quercy.

II - LE PAYS MIDI QUERCY : UN TERRITOIRE ATTRACTIF

1 - Positionnement stratégique

Le territoire Midi-Quercy se situe à l'Est du département de Tarn et Garonne. Positionné au sud du Quercy Lotois et au nord de Toulouse, il s'étend des portes de Montauban à celles de Villefranche-de-Rouergue, entre vallée de l'Aveyron et contreforts du Massif central. Il est traversé par plusieurs voies de communication structurantes notamment dans sa partie Ouest : l'autoroute A 20 qui rend ce territoire rapidement accessible de Toulouse (60 km, 50 min en voiture de Nègrepelisse), de Cahors (37 km, 35 min) et d'Albi (70 KM, 1h10); la route nationale RN 20 et la voie ferrée Toulouse-Brive-Limoges-Paris.⁴

³ Voir Annexe 2 : Résultat de l'enquête sur les besoins des TPE et les évolutions de la demande.

⁴ Extrait du dossier de candidature du GAL Pays Midi-Quercy au projet européen Leader. Avril 2008

Un territoire stratégique



On voit bien, à travers cette carte l'enjeu stratégique du Pays Midi-Quercy. Sa localisation au centre de plusieurs villes moyennes attire de nouvelles populations. Depuis quelques années le territoire connaît un taux migratoire positif.

2 - Un territoire attractif, un solde migratoire positif

Le territoire connaît depuis le milieu des années 1970 un accroissement démographique résultant d'un solde migratoire nettement positif, signe d'attractivité, qui compense un déficit constant des naissances sur les décès, lié au vieillissement de la population. En effet, entre 1990 et 1999, le territoire a connu un taux d'évolution démographique de + 3 %, correspondant à l'installation de 1102 habitants supplémentaires, portant la population de 37 139 habitants (1990) à 39 241 habitants (1999, INSEE) alors que dans le même temps le nombre de décès était supérieur à celui des naissances (différentiel de + 676 personnes). Durant cette période, le solde migratoire était positif pour toutes les tranches d'âges à l'exception des 20-29 ans, essentiellement des jeunes partis faire leurs études, selon les données de l'INSEE. Le territoire a ainsi accueilli des nouveaux arrivants en provenance de France métropolitaine, de l'étranger ou des Dom-Tom. Ils représentaient un peu moins d'1/4 de la population du territoire, soit une part supérieure à la moyenne

départementale (de 17,7 %). Mais c'est surtout depuis le dernier recensement de l'INSEE que le Pays a augmenté sa population. Selon les données de l'INSEE disponibles à ce jour, partielles, le taux d'évolution démographique observé entre 1999 et 2007 s'élèverait à 8,7 % soit un taux d'évolution 2,5 fois plus élevé qu'au cours de la période précédente, correspondant à une augmentation de +3 326 habitants (soit 41 567 habitants pour l'ensemble du territoire)⁵. Les travaux d'Estelle Le Juez sur l'approche quantitative du phénomène d'arrivants indiquent, selon le taux de couverture du recensement des communes de l'INSEE, qu'entre 1999 et 2006 le solde naturel serait de -350 et le solde migratoire de +3200 personnes.⁶

Le Pays Midi-Quercy n'a pas une répartition égale de sa population. L'ouest du territoire, mieux desservi en infrastructures routières et plus proche des grands centres urbains, comprend les communes les plus peuplées au détriment de l'Est, plus isolées et marquées par le vieillissement de sa population. Caussade reste la ville principale du Pays, avec 6268 habitants (chiffres 2004), ce qui confirme la vocation rurale du Pays Midi-Quercy. Les nouveaux arrivants s'installent avant tout dans la Communauté de Communes Terrasses et Vallée de l'Aveyron. Cependant, parmi les échanges de population entre les Communautés de Communes du Pays, selon les données de l'INSEE seul le Quercy Caussadais gagnerait des habitants, essentiellement issus du Quercy Rouergue et des Gorge de l'Aveyron.

Le Pays Midi-Quercy est donc dynamique en termes d'arrivée de population et plus particulièrement depuis 1999, ces nouvelles populations s'installeraient plus dans les communes situées à l'Ouest du territoire, près des centres urbains de Montauban et Toulouse. La fonction périurbaine du Pays se serait donc amplifiée depuis quelques années.⁷

III - UNE RURALITÉ À DIFFÉRENTS VISAGES

Les espaces ruraux sont aujourd'hui en mutation, on y voit apparaître des changements d'usages et de perceptions dont l'importance ne peut plus être sous-estimée. Le monde rural

⁵ Les chiffres sont tirés des différentes études de L'INSEE. Les chiffres pour 2008 sont des estimations car les chiffres des communes importantes comme Nègrepelisse ne sont pas publiés.

⁶ Voir Annexe 3 : Tableau solde naturel et migratoire entre 1999 et 2006.

⁷ Voir Annexe 4 : Tableau pop/commune

n'est plus le monde agricole, et n'est plus non plus ce lieu d'exode que l'attractivité des villes semblait avoir placé sans recours à la remorque de la modernité⁸. Dans l'ensemble, son solde migratoire s'est inversé, notamment par l'arrivée de populations jeunes. Désormais, Villes et campagnes s'articulent.

1 - Le rural : quelle définition ?

Le terme rural est assez vague surtout quand on regarde les définitions, proposées dans les dictionnaires.⁹ Depuis des années l'INSEE, décrit et observe le milieu rural à partir de définition et de zonages afin de chercher à mesurer les phénomènes économiques et sociaux des territoires ruraux. Deux définitions étaient principalement utilisées :

- Celle datant des années 1950, qui oppose les communautés urbaines aux communautés rurales, fondés sur des normes de bâti.
- Celle élaboré par l'INSEE en 1997, dénommées zonage en aire urbaine (ZAU) qui intégrait des niveaux d'emplois et des taux d'attraction par l'emploi. Cette nomenclature a été complétée en 2002 pour le volet rural, l'ensemble étant désigné : zonage en aire urbaine et aires d'emploi de l'espace rural.

En juillet 2003, une nouvelle définition a été proposée par l'INSEE afin de dépasser la traditionnelle dichotomie urbain/rural qui caractérisait les nomenclatures précédentes, en introduisant la notion de bassin de vie. Les critères qui ont été sélectionnés sont l'accès au service et l'accès à l'emploi par la population. Parmi les services à la population ont été retenu, ceux qui ne sont ni quotidiens (les services de proximité), ni trop rare parce que trop éloignés pour la majeure partie de la population rurale (opéra par exemple). Il s'agit donc de services dits « intermédiaires », de quelques services dits « supérieurs » ainsi que de très peu de services de proximité situés à la frange des services intermédiaires.

La notion « de bassin de vie » (développée dans le Rapport INSEE 2003 pour la DATAR¹⁰) propose un découpage du territoire basé sur l'emploi et l'accès aux services. Cinq

⁸ Quelle France rurale pour 2020 ? Étude Prospective de la DATAR. 2003

⁹ Par exemple, Petit -Robert : Rural, e • 1350; lat. tardif *ruralis*, de *rus*, *ruris* « campagne » :

Qui concerne la vie dans les campagnes, qui concerne les paysans.

¹⁰ « Structuration de l'espace rural : une approche par les bassins de vie » Rapport de l'INSEE pour la DATAR. Juillet 2003.

catégories de services sont répertoriés : les services concurrentiels, les services non concurrentiels, les services éducation, services santé, emploi. Le Pays Midi-Quercy est composé de 5 bassins de vie dont 3 entièrement compris dans le périmètre du Pays (bassins de Caussade-Nègrepelisse-St-Antonin Noble Val) et deux autres partiellement compris (bassin du Villefranchois englobant le canton de Caylus / bassin de Montauban englobant le Quercy-Vert). Cette étude met en exergue des grandes disparités au sein du territoire en particulier sur le temps moyen d'accès aux services et à l'emploi. Ainsi le bassin de vie de St-Antonin Noble Val est particulièrement pénalisé sur ce point avec une moyenne variant entre 10 à 40 minutes en fonction des services. Globalement on constate une dépendance du territoire vis-à-vis des déplacements pour accéder aux services de bases et à l'emploi, plus ou moins élevée en fonction du bassin de vie.

2 - L'accès aux services différencié, selon la localisation sur le territoire

Sept communes (Caussade, Caylus, Nègrepelisse, Saint-Antonin-Noble-Val, Laguépie, Molières et Monclar-de-Quercy) peuvent se prévaloir de « pôles de services intermédiaires »¹¹ qui offrent une gamme élevée de services parmi lesquels le collège, la librairie, la banque, ou encore les services liés à la santé. La plupart de ces pôles sont chefs-lieux de cantons.

Le territoire compte également 7 « pôles de proximité » (Réalville, Montpezat, Montricoux, Septfonds, Puylaroque, Varen et Parisot). Ces pôles de proximité servent de relais aux pôles de services intermédiaires en offrant à la population les équipements les plus courants (poste, boulangerie, boucherie, etc.).

Le territoire est donc globalement bien pourvu en commerces et services. Parmi les 44 communes constituant le Pays, 24 disposent d'au moins cinq équipements correspondant à la gamme de base (bureau de tabac, épicerie, école primaire). Cependant, certaines communes à dominante rurale pâtissent d'une raréfaction ou d'une disparition de quelques unes de ces structures de base. La disparition de commerces et services contribue à accroître, dans certains endroits, la distance moyenne d'accès à l'ensemble des équipements. C'est notamment le cas

¹¹ Voir annexe 5 : définitions

de la plupart des communes de l'Est du Pays Midi-Quercy. Les services appartenant à la gamme supérieure (centre hospitalier, théâtre permanent, piscine couverte) restent rares ou inexistants, malgré la présence d'un hôpital local à Caussade et Nègrepelisse.

Au-delà des critères de définitions du rural, les tendances d'évolutions par fonction sont également intéressantes qualitativement à explorer. Le monde rural n'a plus les mêmes fonctions qu'autrefois. Les nouvelles pratiques dont il fait l'objet ont en outre élargi l'éventail de ses débouchés, diversifié sa vocation. Cet espace qui voilà trente ans se voyait majoritairement destiné à la production agricole constitue aujourd'hui un lieu de résidence recherché, une destination de plus en plus courue par les vacanciers, et devient un terrain d'initiatives et de politiques variées qui mettent en lumière sa place éminente au sein des questions d'environnement.

3 - Un territoire sous influence urbaine : Une fonction résidentielle

Le territoire Midi-Quercy est un territoire limitrophe à la communauté d'agglomération de Montauban, 3 communes sont d'ailleurs comprises dans le SCOT de l'agglomération de Montauban : Saint Etienne de Tulmont, Albias et Léojac.

Dans certaines communes comme St Etienne-de-Tulmont, le nombre de logements a augmenté de plus de 20 % sur la dernière décennie¹². Toute la partie du Pays située dans l'axe de l'A20 autour de Nègrepelisse et de Caussade est concernée par cette dynamique. En 2003, sur le territoire, le nombre de permis de construire délivré a doublé par rapport à la période 1990-1999. 11 communes enregistraient au moins 10 permis de construire par an. L'essentiel de cette urbanisation se fait sous forme de maison individuelle sur un terrain isolé. La consommation moyenne de terrain par logement dans l'ensemble du Tarn-et-Garonne est l'une des plus élevées de la région. Dans le cadre de l'évaluation du Contrat de Pays 2003-2007, la DDE a fourni les éléments suivants qui concernent spécifiquement le territoire du Pays Midi-Quercy.

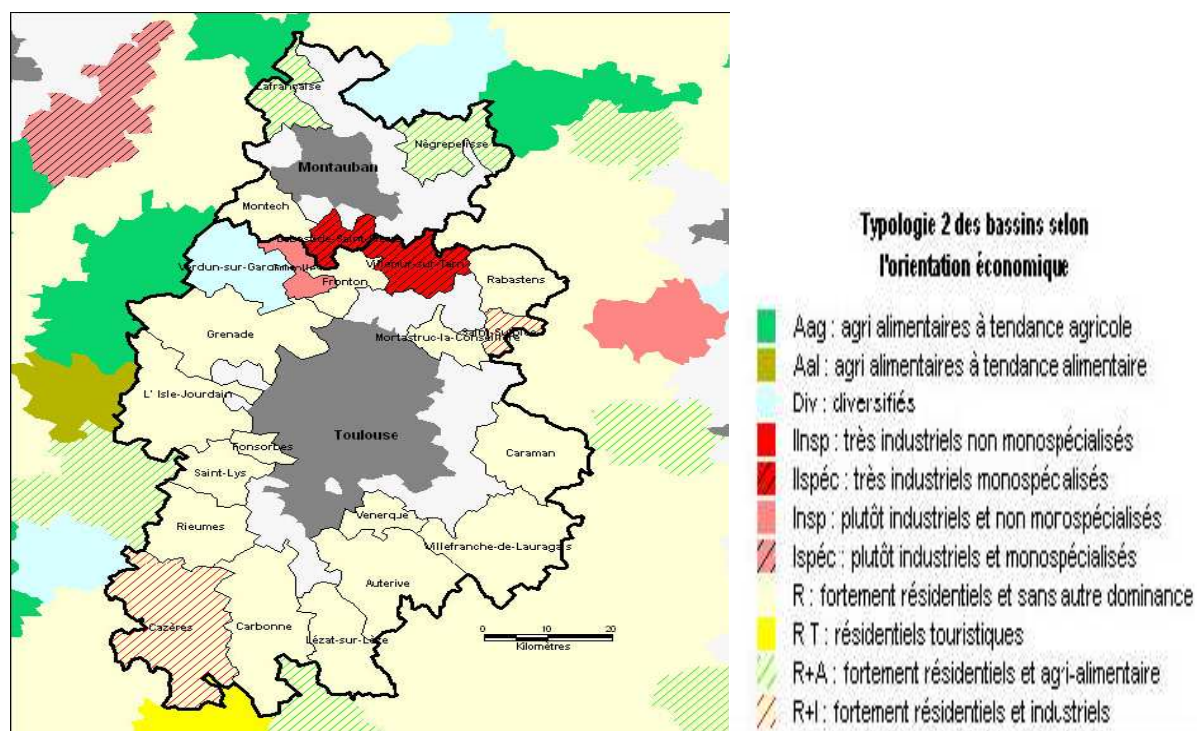
¹² Etude CERTU : Le périurbain à Toulouse, Montauban et Epinal. Caractéristiques socioéconomiques et autonomie-dépendance des bassins de vie. Mai 2008.

Surface de terrain consommée par logement en Pays Midi-Quercy

	Total logements autorisés	Surface totale de terrain consommée	Surface moyenne de terrain consommée
2003	540	1 570 298 m ²	2 908 m ²
2004	590	1 946 408 m ²	3 299 m ²
2005	665	1 979 586 m ²	2 977 m ²
2006	729	1 864 334 m ²	2 557 m ²
TOTAL	2 524 7	360 626 m²	2 916 m²

Source : DDE 82

Selon les études menées, notamment par le CERTU¹³, on constate nettement l'influence de Montauban et de Toulouse sur des bassins de vie comme Nègrepelisse. L'aire de Montauban compte trois bassins résidentiels (Montech, Lafrançaise et Nègrepelisse, ces deux derniers étant aussi agri-alimentaires).



Deux des 4 bassins de vie périurbains de Montauban ont un taux de stabilité égal à 50 % : ce sont Nègrepelisse et Lafrançaise alors qu'ils étaient tous dans ce cas en 1982 (même la couronne montalbanaise affichait un taux de stabilité de 52 %) ; ces taux ont baissé d'environ 20 points dans ces 4 bassins de vie en 17 ans, ce qui donne une idée de l'énorme mouvement dû désormais aux migrations quotidiennes. Les actifs de la couronne montalbanaise dépendent à 45 % du pôle tandis que ce taux voisine les 25 % pour les 4 bassins périurbains (contre seulement 15 % dix-sept ans plus tôt). Selon l'étude du Certu, la structure d'actifs vivant dans ces bassins de vie est marquée par une forte présence des employés. Parmi les quatre communautés de communes qui forment le Pays, le Quercy vert et les Terrasses et vallées de l'Aveyron sont celles où la part des sortants parmi la population active résidente est la plus élevée : deux tiers des actifs résidants sur le Quercy Vert travaillent à l'extérieur.¹⁴

4 - Un territoire rural enclavé, un déclin à relativiser

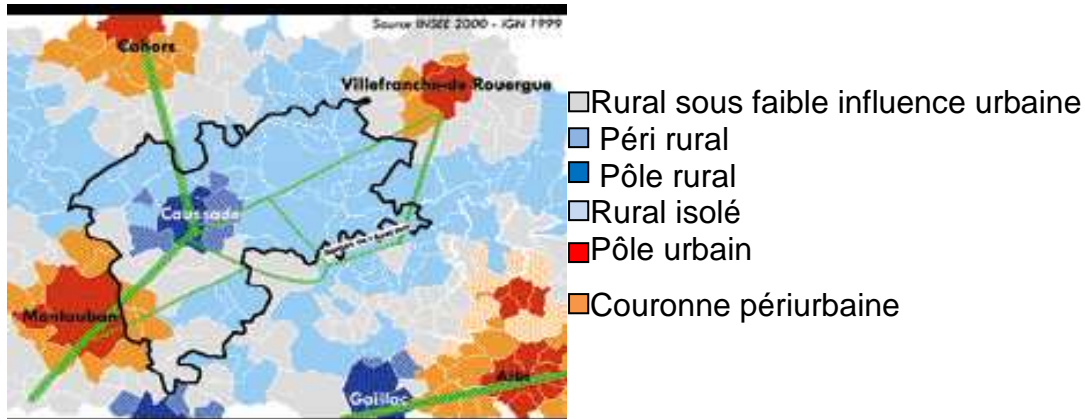
Le rural « isolé » est formé de l'ensemble des communes rurales et unités urbaines de l'espace à dominante rurale et n'étant ni pôle rural ni sous faible influence urbaine, ni périphérie des pôles urbains. Le Pays Midi-Quercy a une ruralité plus isolée à l'Est, comparé à la partie Ouest du territoire, plus résidentielle. Le territoire Est, est moins bien desservi en termes d'équipement. La durée moyenne pour les habitants de ces communes aux équipements supérieurs est de 25 min ou plus¹⁵. La moindre densité des équipements des gammes de proximité et intermédiaire conjuguée à un accès routier plus difficile explique cette situation. La partie Est du territoire est formée de deux principaux bourgs : Saint-Antonin Noble Val et Caylus. Ce sont ces deux pôles d'équipements intermédiaires qui maillent cette partie la plus reculée du pôle urbain de Montauban. Saint-Antonin comptabilise 1797 habitants, soit 100 personnes de moins par rapport au recensement de 1999. Les autres communes recensées de la communauté de communes ont toutes une évolution démographique positive à part Varen (-2,3%). La densité humaine y est beaucoup plus faible que sur le reste du Pays. Cette partie du territoire a un solde naturel négatif qui est compensé par un solde migratoire positif, ce développement est fragile comme par exemple à Saint Antonin qui a perdu une centaine d'habitants en 10 ans. Il faut ajouter que ce territoire a un fort potentiel touristique car il est doté d'un riche patrimoine naturel et architectural. Cette

¹⁴ INSEE. *Le pays Midi-Quercy : un territoire attractif, à forte vocation touristique*. Septembre 2004

¹⁵ 6pages de l'INSEE : *Tarn et Garonne : un territoire multipolaire, sous l'influence croissante de Toulouse*. N°110. Mai 2006.

partie du territoire a un potentiel de développement, ce sont des cantons à la charnière de deux types de « rural » : soit s’orienter vers du périurbain pour certains ou vers un déclin lié à la baisse démographique. L’enjeu de développement positif est à soutenir pour ne pas que ces communes basculent dans le « rural en déclin ».

Espaces à dominante urbaine ou rurale



Un territoire inscrit dans la logique des nouvelles campagnes ?

La description faite par l’INSEE dans son rapport à la DATAR, met en évidence des territoires ruraux en évolution, qui par certains points correspondent au territoire de l’Est du Pays Midi-Quercy : le « rural à l’attractivité touristique et entrepreneuriale ». Cette catégorie d’espace doit sa dynamique à son attractivité résidentielle. L’héliotropisme et le cadre de vie sont les atouts de ce développement. Sur cette partie du territoire, moyennement dense se sont surtout les personnes âgées qui s’y installent. L’économie touristique y est très importante et s’ajoute une présence de résidences secondaires importantes. Toutefois, il est intéressant de noter que certaines résidences secondaires deviennent principales pour des propriétaires ayant atteint l’âge de la retraite professionnelle ce qui soutient l’arrivée de nouveaux habitants sur le territoire. Le Pays en 1999, regroupait 45% des résidences secondaires du département localisés essentiellement dans les cantons de Saint-Antonin Noble Val et de Caylus. C’est à l’Est du Pays que la concentration touristique est la plus élevée grâce à des éléments du patrimoine historique et des éléments naturels comme les gorges de l’Aveyron.

Comme nous l'avons vu précédemment, le Pays Midi-Quercy est un territoire attractif avec un solde migratoire positif sur les 4 communautés de communes. Cette attractivité concerne des profils d'habitants différents selon les communautés de communes car le Pays est caractérisé par une ruralité à différents visages. Un territoire sous influence urbaine à l'Ouest, attirant des actifs travaillant dans les pôles urbains de proximité, notamment Montauban et un territoire plus enclavé à l'est à forte vocation touristique attirant des retraités et des européens du nord en demande d'espace et d'un cadre de vie en lien avec la nature.

IV - L'ÉCONOMIE RÉSIDENIELLE, COMME VECTEUR DE DÉVELOPPEMENT LOCAL

Entre 1990 et 1999, le Pays Midi-Quercy a accueilli 8700 nouveaux arrivants en provenance de France métropolitaine alors que seulement 6400 habitants l'ont quitté. De plus, il a attiré 800 personnes en provenance de l'étranger, les britanniques et les néerlandais étant les plus nombreux. L'apport de population venant de Midi-Pyrénées (4900 personnes) représente plus de la moitié des arrivants dans le Pays, L'Ile de France se classant en seconde position avec 1300 habitants. Ces chiffres sont issus des études de l'INSEE pour la période 1990-1999. Les communes n'ayant pas toutes été recensées, il est difficile d'avoir la même photographie pour la période 2000-2008, même si les premiers chiffres abondent vers cette tendance. L'apport de nouvelle population s'est accru depuis 2000 et concerne surtout l'Ouest du territoire. Le repeuplement des campagnes amène des populations diversifiées. Selon les caractéristiques du pays décrites précédemment, ces populations n'ont pas les mêmes motivations à l'installation mais également ne vivent pas de la même manière selon leur profil. Cette étude qualitative a pour objectif de dégager des tendances de comportements de ces nouveaux arrivants plus particulièrement en termes de consommation.

1 - L'économie résidentielle

Le Pays Midi-Quercy consciente de son attractivité démographique s'est associé au Pays albigeois et Bastides, en vue d'accompagner les Très Petite Entreprise du territoire aux évolutions de la demande, liées à l'arrivée de nouvelle population. L'économie résidentielle

ou présenteielle se distingue de l'économie classique qui est basé sur le lieu de production traditionnels (usines, services). Laurent Davezies utilise ce concept pour décrire cette économie basée sur les revenus des habitants qui consomment. Selon l'auteur, il existe un divorce géographique entre les forces productives et les forces de développement. Les lieux de production ne sont plus obligatoirement les lieux de bien-être économique. Il cite l'exemple de l'Ile de France qui reste la première locomotive de la croissance nationale et pourtant c'est ici même que l'on retrouve des revenus par habitants qui progressent le moins vite. A l'inverse la côte d'Azur qui en terme de compétitivité productive est loin derrière, attire les populations les plus riches. Selon la théorie de l'économie résidentielle, il faut se détacher du seul indicateur du PIB pour calculer la richesse d'une région. « *Il faut cesser de considérer les territoires comme uniquement des supports de croissance : ils sont autant de support de redistribution, de mobilité, de consommation...Mieux ils sont en compétition les uns avec les autres, non seulement pour produire mais aussi pour capter des richesses produites ailleurs.* »¹⁶ La mobilité des individus façonnent une nouvelle économie du territoire français.

Définitions¹⁷

La richesse d'un territoire infra national (ce que l'on appelle la « base économique ») provient de deux sources :

- les revenus de la **production** de biens et de services que les agents économiques localisés dans le territoire « vendent » à l'extérieur ; on parle alors de base « productive ».
- les revenus liés à la **résidence** dans le territoire de personne qui n'y travaillent pas, mais qui sont susceptibles de **dépenser** : il s'agit principalement des retraités, des résidents actifs dans d'autres territoires et des touristes.

L'ensemble de ces revenus (productifs+résidentiels) détermine un niveau de demande potentielle, qui, à son tour alimente des activités **domestiques**, tournées vers la satisfaction des besoins de la population résidente, qu'elle travaille, ou non, dans le territoire considéré.

Ainsi, il peut exister dans un territoire donné, une demande potentielle, fondée sur des revenus qui ne sont pas issus de la production locale, mais qui sont liés à la « résidence » ou à la « présence » d'habitants permanents ou temporaires. Cette demande peut avoir des effets très positifs, en stimulant un marché de proximité (services, commerces, artisanat) qui lui-

¹⁶ DAVEZIES L : *La république et ses territoires, la circulation invisible des richesses*. Ed Seuil. 2008

¹⁷ *L'économie résidentielle et le développement local : conséquence ou levier ?* Étude Acadie. Octobre 2007

même est vecteur d'emplois. Elle peut avoir des effets négatifs si elle ne s'exprime qu'en termes de services collectifs (services à l'enfance, service aux personnes âgées, demande de transports collectifs, etc) sans contrepartie monétaire injectée dans l'économie locale. Ainsi la notion d'économie résidentielle est d'abord analytique : il ne s'agit pas d'être pour ou contre, mais d'abord de comprendre et de décrire un phénomène qui bouleverse l'économie rurale. Il faut en mesurer les avantages et les risques pour l'espace rural. Il faut enfin comprendre comment cette demande potentielle provenant des « nouveaux arrivants » peut être utilement mobilisée et instrumentée au service de stratégies de développement territorial.

C'est ce que la préfecture de région de Midi Pyrénées a voulu faire en réalisant une étude consacrée à la place de l'économie résidentielle dans les Pays de Midi- Pyrénées. Les résultats de l'étude font apparaître des dominantes dans la base économique des Pays en caractérisant quatre types de Pays : Pays productifs, pays périurbains, Pays touristiques et Pays de retraités.

RAPPEL DE LA STRUCTURE DE LA BASE ÉCONOMIQUE

MIDI QUERCY						
TYPE	STRUCTURE DE LA BASE ECONOMIQUE					
Productif + Retraités	Revenus de la Production	Salaires Public	Salaires Importés	Revenu des Retraites	Dépenses Touristes (2001)	Transferts Sociaux
	17,8	9,2	14,1	29,4	14,8	14,7
Moyenne des Pays	16,5	8,6	14,9	28,0	19,1	12,8

La part des revenus des retraités représente une partie importante dans la structure économique du Pays. Le Pays a été assimilé à un Pays de retraités. Cette étude a été menée grâce aux indicateurs des revenus des habitants présents sur le territoire.

2 - Le phénomène des nouveaux arrivants : le cœur de l'étude

Il faut faire attention à distinguer un Pays attirant des retraités et un Pays de retraités comme le qualifie Acadie. L'étude Acadie, a calculé la base des revenus de la population

résidente sur le territoire Midi-Quercy et non des nouveaux arrivants, cette étude ne tient pas compte de l'aspect qualitatif du mouvement de migration de population. Le phénomène de nouveaux arrivants est lié à l'installation de nouvelle population dû à un solde migratoire positif. Partant de ces différents constats, la problématique des nouveaux arrivants s'est avérée pertinente et importante à prendre en considération pour le développement local du Pays, surtout avec un regard plus qualitatif, qui va permettre de redonner du sens à des données chiffrées. Les nouveaux arrivants peuvent se transformer en atout pour le développement local, faut-il encore mieux les connaître et appréhender leurs caractéristiques. Le Pays Midi-Quercy en répondant à un programme européen Leader plus, en partenariat avec le Pays Albigeois et Bastides, connaissant les mêmes problématiques, ont décidé de s'emparer de la question. L'objectif énoncé est de « profiter de ce potentiel des revenus des nouveaux arrivants, en adaptant le tissu de leur TPE garant de la vitalité d'une économie locale, aux évolutions démographiques au sein de leurs territoires respectifs. »

Le phénomène de nouveaux arrivants est difficile à mesurer quantitativement, les derniers chiffres de l'INSEE datent de 1999. Une étude est en cours, effectuée par une stagiaire, afin d'essayer quantitativement de mesurer cette évolution. L'étude qui est présentée ici, a comme objectif de mettre à jour des tendances qualitatives de comportement en termes de consommations des nouveaux habitants.

3 - Méthodologie de L'étude

Le phénomène de nouveaux arrivants est appréhendé ici, de manière qualitative par la méthode des entretiens semi-directifs¹⁸. Cette méthode a été choisie car elle permet de mieux appréhender des comportements et des pratiques de consommation et surtout les valeurs qui dictent ces comportements. Les thèmes abordés permettent de comprendre les logiques d'action des individus: motivation à l'installation sur le Pays, représentation du territoire rural, pratiques et valeurs en termes de consommation (bâtiments et habiter, commerces et alimentation, loisirs et vie personnelles) perceptions des commerces locaux, attentes, et valeurs. Du fait, que nous n'ayons pas de chiffres précis sur les nouveaux arrivants, il s'agissait ici, de rencontrer des personnes représentatives du phénomène de nouveaux arrivants. Il est important de rappeler que l'étude ne pouvait pas être exhaustive car la

¹⁸ Voir annexe 6 : Grille d'entretien auprès des nouveaux arrivants

méthode par entretien choisi par le Pays ne le permet pas. Une représentativité du territoire et des différents profils ne pouvant être effectués du fait d'un échantillon trop restreint : 25 entretiens effectués, une représentation du phénomène de nouveaux arrivants, sur les quatre communautés de communes a été recherchée, selon les critères suivants : nombre d'entretiens proportionnel à la population par communauté de communes, par critères de type de commune : bourg, rural, ville¹⁹, et par profil : navetteurs, retraités, européens du Nord, autres. Ces critères étaient à titre indicatif.

L'étude a d'abord débuté par une enquête préalable auprès de « personnes ressources » afin de mieux comprendre, faute de données quantitatives, les caractéristiques de ce phénomène sur le territoire. Une douzaine de personnes ressources ont été enquêtées, ces personnes étaient des acteurs locaux approchant de près ou de loin ces nouveaux arrivants : élus, technicien de communauté de communes, commerçants, journaliste, membre du conseil de développement, associations.

Ces entretiens auprès d'acteurs locaux ont permis de mettre à jour des particularités sur la répartition des arrivants sur le territoire selon des profils. L'étude Acadie, a permis de compléter ces pré-enquêtes et c'est ainsi que quatre profils de nouveaux arrivants ont été défini : Les navetteurs (actifs faisant la navette domicile-travail vers un pôle d'emploi à l'extérieur du Pays), les européens du nord, les retraités, les autres. La définition de nouvel arrivant été défini au préalable par les deux Pays. Un nouvel arrivant est une personne arrivée sur le territoire à partir de 2000, a sa résidence principale dans le Pays, avait sa résidence principale précédente dans un autre Pays que le territoire de Midi-Quercy. Ainsi dans les entretiens effectués, cinq sont des navetteurs, neuf retraités, trois européens du nord et sept autres dans le Pays Midi-Quercy.

4- Problématique/Hypothèses

Plusieurs champs sociologiques interviennent dans cette étude. Les motivations à l'installation des nouveaux arrivants sur un territoire font référence aux stratégies résidentielles des individus. « Le renouveau rural » est également au cœur de l'étude. Comment des territoires ruraux que l'on assimilait au déclin et à la désertification, sont

¹⁹ Voir annexe 7 : Tableau entretien par critère

aujourd'hui des territoires attractifs. Le deuxième volet abordé au cœur de l'étude est le thème de la consommation qui renvoie aux pratiques mais également aux valeurs que portent l'individu en lui. Ces pratiques sont guidées par, un ou des habitus, du fait de son expérience passée, mais également par des contraintes géographiques ou personnelles dû à la situation présente de l'individu. Ce sont donc des valeurs que les individus ont incorporé tout au long de leurs vies lors de leur socialisation par exemple. Ces valeurs sont activées également selon les différentes situations auxquelles sont confrontés les individus. Ce sont toutes ces données, additionnées au caractéristiques sociaux-démographiques des individus, qui vont révéler des manières de vivre et de consommer sur le territoire. Enfin la mobilité est un thème transversal, récurrent dans les territoires ruraux, qui structure également les attitudes et comportements des individus.

La méthodologie employée, ainsi que les recherches documentaires, vont permettre de répondre à une problématique de départ qui est :

Comment consomment les nouveaux arrivants sur le territoire Midi-Quercy, consomment-ils sur leur lieu de résidence ou non ?

- *Qu'est ce qui motivent leurs comportements : des valeurs de consommation, des contraintes, l'offre existante?*
- *Existe-il des points communs ou divergence de manière de consommer entre les différents types de nouveaux arrivants ?*

Les hypothèses qui cherchent à être validé dans l'étude sont :

- 1) Les manières de consommer ne sont pas les mêmes sur le Pays selon les profils d'habitants.
- 2) La localisation sur le territoire influence sur les manières de consommer

A l'inverse d'une approche économiste de la consommation, où l'on considère le consommateur comme rationnel cherchant à maximiser sa fonction d'utilité, une autre approche théorique a été privilégié ici, incluant le mode de vie des consommateurs, leurs valeurs, leurs contraintes. Les consommateurs sont des acteurs sociaux qui interagissent avec d'autres acteurs sociaux et une société en mouvement, sa rationalité est ébranlé par ces frottements, parfois ces frictions avec le monde extérieur. Le consommateur est un construit social dans la mesure où ce sont des individus dotés d'une histoire, d'affects, de désirs, de contraintes budgétaires temporelles, etc. Il s'agit ici, d'identifier un certain nombre de

mécanisme et de variables qui influent sur ces attitudes et comportements. Comme le dit D Desjeux, la consommation est avant tout affaire d'échelle²⁰. Cela dépend du niveau d'analyse où l'on se place. Le niveau micro-individuel qui prend en compte les variables individuelles mais également les variables de situation qui président aux choix de consommation d'un individu est le niveau d'analyse choisi.

Le consommateur, comme le rappelait Dominique Perchet dans son intervention dans le cadre des « jeudis de la perspective », est polymorphe. Il est capable d'être en même temps soucieux de qualité et acheter en hard discount, altruiste et égoïste, altermondialiste et identitaire. Cette ambiguïté du consommateur est une particularité que l'on retrouve au niveau des individus. Ces derniers comme l'explique Bernard Lahire²¹, ont plusieurs facettes, plusieurs rôles selon chaque circonstance de leur vie. Leurs actions ne sont pas uniformes, ils sont, même comme le dit Dubar, tiraillé entre chacune de ces facettes. L'individu gère ses différentes facettes, il est pluriel, ce qui peut amener à des comportements contradictoires entre ces différentes facettes de vie selon sa capacité à les gérer. L'individu est façonné par les différents moments de sa vie, Lahire remet en cause la théorie de Bourdieu selon laquelle, notre héritage « l'habitus » guiderait nos actions. Lahire parle de plusieurs habitus que l'on mobiliserait selon les situations. Les individus ont donc des schèmes d'action mais elles ne correspondent pas forcément à leurs valeurs. L'individu gère plus ou moins bien cette ambivalence. Par exemple, un habitant de Saint-Antonin peut consommer chez les commerçants locaux ou décider d'aller consommer dans un supermarché à Caussade ou dans les centres commerciaux de Montauban. Nous verrons que ces choix sont orientés par des contraintes, des valeurs, la localisation de l'offre mais également la localisation de la résidence. Le consommateur peut avoir des valeurs et des comportements différents. Il s'agit ici, de mettre à jour ces contraintes, les valeurs et les critères qui vont entrer en compte dans les comportements. Ces comportements, comme nous le verrons ne sont pas les mêmes selon les profils des habitants mais également selon leur localisation géographique.

²⁰ D.Desjeux. « *Les échelles d'observation de la consommation* » in Ph.Cabin « *Comprendre la consommation* » sciences Humaines. N°19,1992.

²¹ LAHIRE (Bernard), « L'homme pluriel. La sociologie à l'épreuve de l'individu », Sciences humaines, n° 91, février 1999, p. 30-33

PARTIE II

RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

Le premier résultat important, en vue de l'analyse des entretiens est, que les comportements des habitants se distinguent moins par profil que par un effet de territoire Est/Ouest. Une analyse territoriale est ici plus pertinente et appropriée, qu'une analyse par profil d'habitant au sens où nous l'avons défini dans la première partie.

I - DES COMPORTEMENTS DIFFÉRENCIÉS SELON UN EFFET DE TERRITOIRE EST/ OUEST ²²

Une distinction nette apparaît dans les logiques de consommation entre les habitants de l'Est du territoire, matérialisé par la frontière de la communauté de communes Quercy Rouergue de l'Aveyron, et les habitants de l'Ouest du Pays. Le Pays nous l'avons vu précédemment n'est pas homogène dans sa morphologie, avec un territoire de l'Est plus enclavé avec 2 bourgs principaux Saint-Antonin Noble Val et Caylus et un territoire de l'Ouest avec 3 communautés de communes Terrasses et Vallées de l'Aveyron, Quercy Caussadais et Quercy Vert, plus proches de Montauban et fortement sous son influence. Le territoire a, en effet, la particularité d'être considéré comme un territoire à dominante rurale mais la définition du rural aujourd'hui est à prendre en considération. Le rural d'autrefois n'est plus le rural d'aujourd'hui. Il se transforme et peut prendre plusieurs visages. C'est le cas pour le Pays Midi-Quercy qui est polymorphe dans le sens où sur un même territoire, cohabitent différentes formes de rural. Les travaux de la DATAR montrent bien qu'il n'existe pas une conception monolithique et convenue du rural.²³ Ce rapport distingue trois Frances rurales : Les campagnes des villes, les campagnes les plus fragiles, et les nouvelles campagnes. Selon ces types de campagnes, les usages et les manières de vivre sont différentes. C'est également le résultat que l'on retrouve dans cette étude, avec deux types de campagne selon un découpage Est/Ouest. Le territoire de l'Est plus enclavé, à une fonction plus touristique liée à son riche patrimoine architectural et naturel, il correspond dans la typologie de l'INSEE à, « une campagne fragile », le territoire a une fonction « nature » très

²² Voir Annexe 8 : carte

²³ Quelle France Rurale pour 2020 ? Étude prospective de la DATAR. 2003

forte. L'Ouest du territoire correspond à la « campagne des villes » avec une fonction nettement résidentielle.

Nous allons voir que ces deux types de campagne structurent l'approche analytique des comportements des nouveaux arrivants car on remarque que selon le choix du type de « rural » où ils choisissent de s'installer, les comportements en termes de consommation sont différents.

1 - Des motivations différentes à l'installation selon le territoire

Les motivations à l'installation sur le territoire Midi-Quercy ne sont pas les mêmes. Les personnes interrogées ont décidé de s'installer sur le Pays mais le choix de la localité est intéressant à analyser pour comprendre leurs manières de vivre. On peut distinguer, selon les réponses des personnes, quatre types de motivations

- 1) Raisons profondes enfouies, relevant de l'affectif : Retour au Pays, souvenir de vacance, lieu d'enfance
- 2) Événement de la vie : séparation, mariage, décès, héritage, chômage, mutation, rapprochement familial, retraite
- 3) Influence des représentations produites par la société : une campagne idyllique, lieu calme où il fait bon vivre, où l'on se connaît tous.
- 4) Le coût du foncier

➤ Les nouveaux arrivants de l'Est du territoire, viennent pour les atouts naturels : Un choix de vie

Les habitants de l'Est du territoire ont des motivations à l'installation qui touchent plus l'affect et l'envie d'un retour à la nature, mais également pour certains l'installation signifie changer de manière de vivre, l'envie de rompre avec une vie précédente souvent urbaine et vécue comme stressante.

« Qu'est ce qui vous plait ici, qu'est ce qui vous a incité à venir en résidence principale ici ? Moi, j'aime vivre à la campagne et je trouve qu'ici, on a un patrimoine formidable et qu'il y avait vraiment une qualité de vie. Je pouvais faire la différence entre une gironde qui a une ruralité urbanisée, voir industrialisée et ici je me sentais avec une vraie ruralité et ça me convenait. »(EClr)

« Pourquoi avoir décidé de venir ici ?

Pour changer de vie. J'ai bossé plus de 30 ans à Paris. C'était métro-boulot-dodo. Je voulais passer à autre chose. »(Esana)

« Et pourquoi vous êtes-vous installés ici ?

On est venus la première fois en Aout 1977.

Vous connaissiez bien la région avant de venir, c'est ça qui vous a fait venir ?

On est tombés amoureux, c'est bête à dire mais c'est comme ça. » (Esar)

Le Pays possède une forte attractivité liée à ses ressources naturelles, paysagères et architecturales qui drainent une certaine population en quête d'un mode de vie qui privilégie ces aspects. On retrouve ce phénomène au niveau national dans les régions durement affectées par un dépeuplement et le départ des gens vers les villes. Cette population vient pour ces paysages, le cadre de vie et recherche une certaine manière de vivre, qu'ils pensent trouver ici. Les points positifs cités par les habitants font systématiquement référence à la nature, aux conditions de vie saines.

« L'avantage c'est aussi la pleine nature, donc pour moi qui aime bien la découverte du milieu rural et pour mes loisirs c'est top. »(Esaa)

La nature, le paysage sont les principaux aspects qui vont motiver les habitants à s'installer dans cette partie du territoire. Les profils de nouveaux habitants rencontrés dans cette partie du territoire sont des personnes qui souvent, décident de venir s'installer soit, sur leurs lieux de vacances, des anciens touristes, soit de transformer leur résidence secondaire en résidence principale, arrivés à l'âge de la retraite. Le deuxième profil d'habitant rencontré dans cette partie du territoire, sont des personnes voulant rompre avec une vie trop stressante. Ils s'installent ici avec un projet de vie et parfois un projet professionnel. Là encore, les personnes connaissaient la région avant de s'installer souvent comme lieu de tourisme.

➤ **Les nouveaux arrivants de l'Ouest du territoire s'installent pour de multiples raisons**

Les habitants qui se situent à l'Ouest du territoire, à l'inverse des habitants vivants à l'Est sont des personnes venues s'installer pour des raisons multiples : le prix du foncier, rapprochement familial, le travail, le charme des paysages, ces motivations sont parfois combinées. Le facteur « nature » a joué mais dans une moindre mesure, car il ne s'agit pas de la même nature entre ces deux territoires. Pour les individus vivants à l'Est du Pays, la campagne fait référence aux grands espaces, au vide. Alors que le périmètre de l'Ouest est

une campagne plus urbanisée. Selon ces habitants, la campagne s'oppose à la ville dans le sens où près de chez eux il existe des symboles de la campagne comme les prés, des animaux de ferme, pas de pollution. La définition de la campagne n'est ainsi pas la même. Voici, quelques extraits de discours d'habitants de l'Ouest :

« Ça été important dans votre choix de partir un peu de la ville ?

Ah oui. J'ai passé ma grossesse ici et la première fois où je suis retournée sur Montauban, j'ai ressenti l'odeur de la pollution. Il y a vraiment une différence. Puis on entend les grenouilles, on voit les papillons, en ville on ne les voit plus. Pour nous c'était important de pouvoir montrer ça à nos enfants, on se ballade beaucoup. Puis on aime bien faire visiter à nos amis quand ils viennent nous voir. »(EMcn)

« Mes parents ont acheté une maison sur Montricoux, mes beaux-parents sont sur Saint Etienne. Montricoux et Caussade ça ne me plaisait pas. Après on a regardé où ça nous plaisait. On a profité de ce terrain qu'on connaissait sur Nègrepelisse. Pourquoi ça ne vous plaisait pas ces autres communes ?

Question de faciliter pour aller à Montauban au travail, tout ça. A l'époque c'est ce qui comptait. » (Engn)

« Vous vouliez un endroit qui soit au centre un peu ?

Oui, je me souviens bien l'histoire de Monclar, on ne voulait pas, dans, ni près de la ville. Être suffisamment loin pour être bien en campagne comme on le souhaitait et puis pas trop loin du lieu de travail, donc Monclar était le bon compromis. »(Emcn)

« Alors l'histoire, c'est que mon fils cherchait à acheter un salon de coiffure dans la région, Montauban, Toulouse. Ma femme et moi, nous nous sommes dit que nous allions nous rapprocher de lui tant qu'à faire, ça faisait 400 km. On est d'à côté de Châteauroux, dans le Berri. On voulait se rapprocher de lui. Il a trouvé, il a acheté. »(E1caa)

Le choix de vie est moins « philosophique », que pour les habitants de l'Est. L'installation est dans une certaine mesure, plus contrainte car des variables, comme le temps de déplacements, le prix du foncier ont structuré et influencé leurs choix.

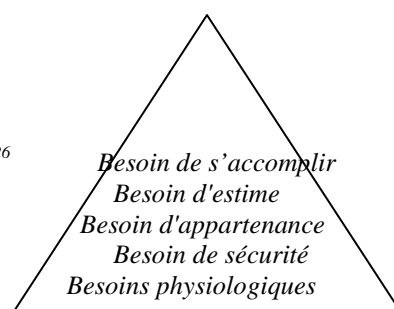
Au-delà des motivations à l'installation, qui diffèrent entre les nouveaux habitants installés à L'Est dans une campagne plus enclavé et des habitants à l'Ouest dans une campagne des villes, les valeurs de consommation sont différentes. Ces valeurs de consommation sont souvent du même ordre que les motivations à l'installation surtout à l'Est du Pays.

2 - Des valeurs de consommations différentes

Chaque consommateur attribue une valeur à un produit qui comporte à la fois une dimension fonctionnelle : les fonctionnalités qu'apportent le produit, la valeur d'usage et une dimension immatérielle. L'immatériel d'un objet de consommation renvoie à tout ce qui ne procure pas directement un usage matériel et concret lors de sa consommation mais qui répond à des attentes plus complexes et souvent plus abstraites (sentiment d'appartenance à une communauté, adhésion à une idée, impression d'acquiescer simultanément une assurance sur la qualité du produit...). L'accélération des changements économiques et sociaux au cours des dernières décennies et l'évolution du système de valeurs ont considérablement modifié la composante immatérielle de la consommation²⁴. Comme l'indique Rau Magni Berton²⁵, certaines valeurs font consommer certains produits (nourriture biologique, halal, objets biodégradables, commerçants locaux, etc). La plupart des valeurs ont une influence directe sur la consommation. Cette dimension a évolué très rapidement et se trouve souvent à l'origine des revirements et des changements dans la façon de consommer, expliquant tant les arbitrages entre des postes de consommation que les préférences pour certains produits au sein d'un ensemble plus ou moins homogène de biens de consommation.

La pyramide de Maslow est souvent mobilisée pour expliquer ce comportement de consommation qui s'est développé dans les années 90. Celui-ci a établi une hiérarchisation des biens consommés par les individus. Au bas de la pyramide, se trouvent les biens répondant aux besoins primaires. Puis au fur et à mesure que ces biens sont satisfaits, les autres besoins se sophistiquent et correspondent à des besoins supérieurs. Au fur et à mesure que les biens primaires sont satisfaits, la dimension immatérielle prend de plus en plus d'importance.

La Pyramide de Maslow²⁶



²⁴ CREDOC. « *Les grandes tendances prospectives de la consommation.* » Juin 2000

²⁵ Rau Magni Berton : « *Les valeurs qui fondent la consommation* ». Intervention lors des jeudis de la prospective à Saint-Antonin Noble Val le 10 juillet 2008.

²⁶ Maslow A., «A theory of Human Motivation», *Psychological Review*, vol. 50, 1943, p. 370-396.

La dimension immatérielle, a pris de plus en plus d'importance au fil des décennies. Les années 50-60 correspondaient à une phase d'équipement des ménages, dans le même temps l'évolution des revenus des ménages permettaient de satisfaire ces besoins. Les travaux du CREDOC²⁷ ont montré les phases successives jusqu'à nos jours de l'évolution de la dimension immatérielle dans notre consommation.

-Les années 60 : La consommation et la volonté d'afficher des signes extérieurs de richesse

La consommation en biens durables connaît un bond spectaculaire (réfrigérateurs, machines à laver, automobile, télévision...). Si en apparence la logique de consommation obéit surtout à des critères fonctionnels : reconstruction, acquisition de biens jusque-là absents de l'équipement du foyer, plaisir de consommation après les privations de la guerre. La composante immatérielle de la consommation réside justement dans l'acquisition de ces biens, symboles de statut social. L'immatériel de la consommation est alors dominé par l'importance cruciale accordée à l'objet en tant que tel, aux signes extérieurs de richesse qu'il peut traduire. L'acquisition de biens d'équipement en est la manifestation la plus visible, notamment à travers l'automobile.

- Les années 70 : remise en cause de ce phénomène

Le modèle fordien est remis en cause, les biens de consommations durables commencent à saturer. La société française est entrée de plein fouet dans la société de consommation mais a conscience de ses désagréments. Quelques signaux indiquent l'amorce d'une individuation de la consommation, les grandes surfaces deviennent des lieux de consommation de masse.

- Les années 80 et la consommation individualisée d'apparat

L'évolution des conditions économiques et sociales : uniformisation des modes de vie et individualisation a modifié progressivement l'état d'esprit des individus. Le consommateur exige plus d'autonomie dans ses achats et tente de marquer sa différence par rapport aux autres. La consommation s'individualise de plus en plus, l'objet devenant quasiment un prolongement de sa personnalité. Les années 80 sont celles de la consommation frime ou de la consommation d'image.

- L'immatériel de rassurance des années 1990

²⁷ CREDOC. « Les grandes tendances prospectives de la consommation. » Juin 2000

Les consommateurs ont besoin d'être rassuré, les évolutions des conditions économiques et sociales, chômage, mondialisation, a augmenté le besoin d'être rassuré. Les consommateurs se tournent vers des produits véhiculant des valeurs immatériels de assurance telles que les produits du terroir, les produits Bio, la solidarité. A la fin des années 90, commence à émerger l'idée que le consommateur est engagée, ils prennent conscience de l'impact de leurs actions sur les autres et sur l'environnement. Les consommateurs de la fin de la décennie se montrent fort avisés et se révèlent plutôt engagés dans leurs décisions d'achat

- Le consommateur-entrepreneur de demain

R Rochefort²⁸ pousse la prospective et évoque une évolution des comportements des consommateurs vers un modèle de l'entrepreneur cherchant à maximiser son bien-être personnel et son épanouissement. Le sentiment d'inquiétude a légèrement diminué et l'on constate une montée du plaisir dans l'acte de consommation. Dans ce contexte, les signes de assurance pourraient peu à peu s'estomper pour laisser davantage de place à une nouvelle approche de la consommation dont les caractéristiques sont : personnalisation, attente de solution plutôt que de produit, processus de consommation intégrant davantage les exigences des domaines privé et professionnel, besoin de «reliance». L'interpénétration croissante de la vie privé et personnelle, ou encore la personnalisation de la consommation et la nécessité du sur-mesure sont des particularités selon l'auteur, du consommateur entrepreneur qui devient rationnel. Les consommateurs deviennent des professionnels qui savent comparer les prix, ils optimisent leurs lieux d'approvisionnement et la temporalité. Le consommateur devient stratégique.

Les phases de la société de consommation

Période	Rapport au travail	Système de valeurs	Immatériel dominant dans la consommation
Années 1950 et 1960	Fordisme (salarial intégrateur)	Classes sociales hiérarchisées, organisation familiale	Passage de la pauvreté à l'aisance. Fierté d'arborez les signes de l'enrichissement (biens durables, départ en vacances...)
	Tertiairisation, qualification de la main-d'oeuvre, mobilité	Individualisme	Toute-puissance de l'individu flatté dans son narcissisme : hypersegmentation, prolifération artificielle de l'offre

²⁸ ROCHEFORT R., *Le consommateur entrepreneur*, Editions Odile Jacob, 1997.

Années 1990	Chômage massif	Société d'inquiétude, suspicion à l'égard de l'avenir	Rassurance : santé, famille, terroir, tradition, solidarité...
Années 2000 ?	Modèle de l'entrepreneur individuel qui s'étend à toutes les situations (y compris au salariat)	Autonomie et responsabilité	Consommateur entrepreneur : réponse simultanée à ses besoins professionnels et d'épanouissement personnel. Passage de l'individu à la personne, généralisation du sur mesure...

(Source : R. Rochefort, *Le consommateur entrepreneur*, 1997)

➤ Des valeurs plus clairement exprimés à l'Est

La dimension immatérielle selon les études du CREDOC, n'a jamais été aussi forte dans la consommation. L'acte d'achat, est devenu un moyen de s'accomplir. Les nouveaux arrivants ont des valeurs qui sont plus clairement exprimées et revendiquées à l'Est du territoire. Il est apparu lors des entretiens, que les comportements en terme de consommation était plus ou moins dictés par des valeurs selon là encore une opposition Est/Ouest. Derrière un comportement, il n'y a pas toujours de valeurs, ou alors elles sont plus ou moins affirmées et revendiquées.

Les nouveaux arrivants situés à l'Est du Pays ont tendance à mettre en avant des valeurs de consommation en adéquation avec leurs motivations à l'installation. En s'installant dans cette partie du territoire, ils désirent comme nous l'avons vu, une vie plus saine, une vie socialement et humainement plus riche et être plus proche de la nature. Ce sont des valeurs de vie qu'ils vont perpétuer dans leurs consommations en privilégiant le contact humain, des produits locaux, la proximité, l'appui au commerçants locaux en assimilant leur achat locaux comme une aide au développement du village.

« Et pourquoi vous consommez locale et pas en grande surface ?

Ça fait partie du projet de vie qu'on a ici. On vient ici, pour mieux vivre, c'est pas pour bouffer des trucs industriels. C'est mieux d'aller chez les producteurs du coin. »(Esana)

➤ Le consommateur engagé où l'éthique conditionne les achats

Le consommateur de l'Est du Pays serait donc, selon la classification effectué par R. Rochefort, un consommateur qui a besoin de assurance car ils privilégient des produits locaux, synonyme de qualité. Ceci n'est pas la seule valeur immatérielle qui les anime. Ces

derniers sont aussi, à la différence des consommateurs habitant l'Ouest du Pays, des consommateurs engagés. Leur consommation va se diriger vers un militantisme discret, en privilégiant les petits commerçants, pour les aider à se maintenir dans le village.

« Dans le cadre de partag'art que je gère j'ai l'habitude d'acheter dans les magasins locaux car je suis très conscient du fait que c'est difficile à vivre ici, de créer quelque chose économiquement viable. J'ai vu en 5 ans des commerçants qui ont commencé et qui ont fermé. Je suis très conscient de ça. La conséquence est que j'achète ici, entre temps ce sont devenus mes amis, c'est devenu très personnalisé. Mon médecin est devenu un ami à nous. »(Evae)

« Le dimanche on va au marché, de temps en temps Caussade avec la viande, chez Coste mais on achète aussi chez Glof car il faut faire vivre les gens du village si on ne veut pas que le commerce s'arrête. » (Esar)

Les consommateurs de l'Est n'oublient pas qu'ils sont avant tout des habitants d'une commune rurale, une certaine solidarité s'est créée entre habitants et commerçants pour maintenir des communes rurales en vie. Les commerçants locaux, dans certains endroits, sont également perçus comme les derniers lieux de socialisation qu'il faut sauvegarder. Cette volonté de consommer local comme soutien au village est plus présente dans la communauté de commune Quercy Rouergue de l'Aveyron mais, on retrouve ce type de valeurs dans d'autres communes surtout les villages, des autres communautés de communes tel qu'ici dans le Quercy Vert.

« Nous on aime bien faire marcher le village. On a la chance d'avoir un bureau de poste, pour moi c'est important d'avoir nos comptes à la Poste. C'est la facilité aussi mais je trouve que c'est important dans un village d'avoir un bureau de poste. » (EMcn)

Les consommateurs venus s'installer pour le cadre naturel sont plus sensibles à ces valeurs de solidarité avec les commerçants locaux. L'autre valeur qui va influencer et jouer sur leur comportement, est la cause environnementale mais dans une moindre mesure et de manière nuancer. En effet, certains habitants de cette partie du territoire sont demandeurs de produits bios, comme étant des produits respectueux de l'environnement mais ce n'est pas le critère premier.

➤ **L'immatériel de rassurance. Les produits locaux mais pas forcément Bio**

Les produits frais, fruits et légumes, sont systématiquement achetés (pour les habitants de l'Est) soit sur le marché soit à la ferme la plus proche. C'est bien le fait que se sont des

produits locaux, dont on connaît la provenance, qui devient un critère de qualité et non le fait que se sont des produits Bio. La qualité se reconnaît au goût, à la provenance et parfois les consommateurs donnent de l'importance au fait que les produits soient Bio, mais ce n'est pas systématique, certains sont mêmes suspicieux.

« Est-ce que vous achetez des produits maintenant que vous n'achetez pas avant ?

On achète plus de viande. Avant on achetait des produits bio.

Et maintenant ?

Si dans une certaine mesure, car ce sont des produits d'ici. On sait d'où ça vient. »(ECle)

« Est-ce que vous achetez des produits bio ?

Oui, quelque fois, des produits de qualité, je fais attention au prix, mais sinon très volontiers. J'essaie de concilier prix sans m'acharner sur le bio, des produits de qualité. On ne mange pas de viande mais on aime manger des choses de qualité.

Et qu'est ce que la qualité ?

On peut trouver des produits de qualité sur place mais pas forcément. »(Eclr)

« Ce qui est important ce sont les producteurs locaux ou bios ?

Non, enfin ceci dit, les producteurs locaux il y en a beaucoup qui font du bio sans le savoir. »(Esana)

« Qu'est ce que vous préférez ?

Oui, je fais plus confiance en un producteur local. Les autres, ça vient de Rungis le temps de transports, les chambres froides, tout ça. »(ESar)

Les entretiens montrent bien que le critère de qualité le plus important est bien celui de la provenance des produits. Ces résultats sont à nuancer avec les différents profils d'habitant qui seront exposés plus loin, car il existe des différences entre les navetteurs enclin à ce genre de valeur immatériel environnemental lié aux produits Bios et les retraités plus intéressés par la provenance des produits.

➤ **Privilégier le lien social**

Le contact humain est enfin une autre valeur qui va compter pour les habitants de l'Est et qu'on retrouve très peu de l'autre côté du territoire.

« Pour les fruits et légumes ?

Tout au marché, c'est une question de qualité. C'est une question de personnes, c'est leurs vies, leurs métiers. Les prix sont parfois plus avantageux que dans les superettes. Je prends l'exemple des nectarines entre les celles du marché et des supermarchés, ça rien à voir, t'as une différence de goût, de qualité. Au marché t'as plus l'aspect discussion. Le melon, tu lui demande de te le choisir, elle le fait avec plaisir, alors que dans les superettes, tu te débrouilles. C'est le contact humain, le conseil. Puis c'est vivant, ça fait sortir, prendre l'air. »(Esaa)

Les habitants vivant à l'Est du territoire ont développé des comportements de consommation en adéquation avec leurs valeurs de vie, valeurs qu'on retrouve dans les motivations à l'installation : une vie plus saine, plus humaine en accord avec la nature, loin des valeurs matérielles. Pour consommer en accord avec ces valeurs, ces individus font ce qu'ils appellent des sacrifices, manger en plus petite quantité, payer plus cher ces achats, acheter moins de chose matérielle, acheter le nécessaire correspond à des valeurs de consommation raisonnée.

3 - Des distorsions plus fortes entre pratiques et valeurs chez les habitants de l'Ouest du territoire

A l'Ouest du territoire, les nouveaux arrivants ont également des valeurs mais celles-ci ne sont pas, ou moins mises en pratique. Ces valeurs sont d'une part, moins revendiquées et quand celles-ci sont exprimées, les individus s'aperçoivent que leurs pratiques de consommation ne suivent pas leurs valeurs. Ces valeurs existent et les habitants ont conscience qu'ils ne sont pas en accord avec la manière dont ils consomment et la manière dont ils souhaiteraient consommer. Pour d'autres, ces valeurs de consommation ont été mis de côté, voir oubliées, enfouies, notamment à cause de contraintes. Des contraintes de différents ordres, deviennent plus fortes et l'emportent sur leurs valeurs. D'autres développent des stratégies pour concilier contraintes et valeurs.

Les personnes habitants l'Ouest du Pays sont des individus qui placent les contraintes telles que le prix, le gain de temps, les déplacements comme des critères de consommation premiers, devant leurs valeurs qui passent au second plan. Les contraintes ne sont pas les mêmes pour les différents profils d'habitants. On le verra dans la partie suivante, il existe des contraintes liées aux données sociaux-démographiques de la personne, le revenu par exemple, qui structure la consommation. Il est plus facile pour des personnes habitant l'Est du territoire avec un revenu satisfaisant de retraite, sans enfant, de vivre en adéquation avec leurs valeurs par rapport à un couple avec enfant, venant de faire construire à Nègrepelisse. Pour le moment ces variables ne sont pas prises en compte, on parle pour l'instant des différences notables entre les discours des consommateurs de l'Est et consommateurs de l'Ouest du territoire. La contrainte du pouvoir d'achat est le plus souvent évoquée dans les entretiens que ce soit à l'Est du territoire ou à l'Ouest cependant, les individus habitant l'Ouest se caractérisent par une plus forte consommation en hard-discount, lié à cette baisse du pouvoir d'achat.

➤ **Des habitants qui se dirigent vers les hard-discount**

La manière de consommer des nouveaux arrivants se caractérise par une forte consommation dans les hard-discount, mais celle-ci se fait dans les hard-discount locaux à l'intérieur du Pays. Le pouvoir d'achat est le critère le plus évoqué pour justifier ces pratiques. Ces pratiques résultent aussi de leurs habitudes précédentes, qu'ils n'ont pas changé. A l'inverse des nouveaux arrivants installés à l'Est du territoire, ils n'ont rompu avec leurs vies urbaines. Ils continuent de consommer comme ils le faisaient auparavant.

« Finalement on peut dire que vous allez très peu chez les commerçants locaux ?

Non pas trop.

Vous les connaissez ?

Oui, parce que c'est une petite ville, un gros village, tout le monde se connaît. On essaie de réduire au maximum les dépenses. Même pour le restaurant. » (E2Car)

➤ **Caussade : Un rayonnement commercial important**

Avant d'évoquer les contraintes, il est important d'évoquer le rôle important de la commune de Caussade dans la consommation des habitants du Pays et plus particulièrement des habitants de la communauté de communes Quercy Caussadais. Il existe à Caussade une offre commerciale très importante, qui évite une évasion commerciale vers Montauban. La plupart des habitants vivant dans la communauté de communes font leurs courses à Caussade et pour la plupart des postes de consommation. Ce pôle rural, a une zone de chalandise importante car la plupart des communes de la communauté de commune sont considérées par l'INSEE comme étant sous influence de ce pôle rural.

« Je vais à Caussade. A Lidl, Mutant et Intermarché. Parce que c'est meilleur marché mais sinon à Intermarché. (EMze)

« Tout ça c'est sur Caussade, vous allez ailleurs ?

Alors avant, j'allais faire un plein de course sur Montauban à Leclerc. Mais j'avoue que je n'y vais plus, parce qu'avec le prix du gasoil. D'aller me taper un samedi matin, perdre ma matinée pour aller à Montauban, faire un plein de courses où j'en ai pour 150 ou 200 euros, moi ça m'intéresse plus. Je préfère fonctionner comme ça. J'achète peut-être plus de produits que si j'allais à Leclerc»(ECaa)

➤ **Une consommation mixte pour essayer de concilier contrainte et valeurs d'achats**

Les consommateurs habitant l'Ouest du territoire ont une offre beaucoup plus large en ce qui concerne l'alimentation : supermarchés, hard discount, marchés, commerçants, sont présents de manière plus forte dans cette partie du territoire. On remarque que les consommateurs habitant l'Ouest du territoire, développent des stratégies pour concilier contraintes et valeurs d'achats. Ces habitants sont prêts à multiplier les lieux d'achats pour pouvoir concilier leurs modes de vie (déplacements, temps sociaux), l'offre existante et leurs valeurs d'achats. Ce type de consommation mixte correspond à des stratégies de consommateur rationnel qui optimise ses achats selon les différentes variables qui structurent son mode de vie. Cette consommation n'exclue pas la consommation locale.

« J'avoue que maintenant j'ai un peu changé mes habitudes, je fais le marché, des petites courses à Intermarché et dans les surfaces là, type Lidl. En fait je fais un peu partout. » (ECAA)

« Après ça dépend. Mon mari travaille chez Lidl en entrepôt (Montauban). On va souvent là-bas. Pour les produits d'entretiens les couches du bébé c'est Intermarché. » (EMcn)

« Au supermarché ou chez les commerçants ?

Non pas les commerçants. A super U.

C'est le plus près d'ici ?

Oui. Ou alors je vais au Mutant. Mais la qualité est inférieure, mais pour certaine chose j'y vais. Le mutant. Ça dépend pour certaine chose. La qualité est moins bonne. » (EMor)

« Vous allez où ?

Je fais Leclerc à côté Montauban et Lidl, à côté de Caussade, ça équilibre un peu les 2. Il dure un mois ou un mois et demi le plein. Je congèle puis je n'ai qu'un repas par jour donc ça va. Bien organisé, ça marche, puis je cuisine.

Quel va être le critère d'achat principal?

Le moins cher. C'est pour ça que je fais Lidl et Leclerc, parce que parfois lidl, il manque trucs et des marques. (ENea)

Les individus vont arbitrer et choisir de consommer en adéquation avec leurs valeurs seulement pour quelques postes de consommation mais pas pour les autres postes. Par exemple ce couple de retraités achète sa volaille chez les producteurs locaux mais achète le reste de leurs produits frais (poisson, fruits et légumes) au supermarché pour les prix qu'ils trouvent plus compétitifs, alors qu'ils préféreraient consommer des produits locaux. L'achat de la volaille se fait chez un producteur local qu'ils connaissent bien. L'habitude joue beaucoup dans la consommation, surtout pour les retraités, ainsi que la fidélité à des producteurs.

« Sinon, pour la volaille. On va chez quelqu'un, pour le lapin, la pintade. Elle les gave, c'est moins gras et elle vend chez elle. J'en prends 5 ou 6 et je congèle. Elles les élèvent avec son grain.

Lui : là c'est bio, enfin pas bio mais naturel. C'est pas de l'élevage en batterie, c'est meilleur. Ça rien à voir à la cuisson. C'est plus ferme. J'ai entendu dire à la télé, que pour les lapins ils leurs donnent des trucs pour qu'ils grossissent....

Mais là c'est un peu cher que dans les grandes surfaces ?

Oui, peut-être, je ne sais pas.

Lui : Je pense que les grandes surfaces se remplissent le portefeuille. On ne peut pas comparer avec l'épicier il y en a plus. Entre voleurs ils se remplissent les poches.

Elle : Le poisson il vient du même endroit, mais il est deux fois plus cher chez le poissonnier.

Lui : non pas deux fois plus cher. Lui, il prend 10kg de l'autre dans les grandes surfaces, il en prend 100. C'est leur force. Le poissonnier s'il veut vivre il doit vendre plus cher. »(EMor)

Ce couple de retraité souhaiterait consommer localement pour soutenir le village, mais le critère des prix les freinent, ils ont parfois du mal à se justifier sur leurs pratiques qui ne sont pas en accord avec leurs valeurs. Lors de l'entretien, ils ont exprimé clairement leurs souhaits de revenir à une consommation locale, mais ne ils ne se sentent pas responsables de leurs consommations, à l'inverse des habitants de l'Est.

« Quelle est le commerce de proximité qui vous manque ?

Un super marché.

Lui : moi je pense qu'on a tout. Moi ce que je regrette c'est qu'il n'y ait plus de petits commerces.

Elle : oui, mais les petits commerces. Ils ne peuvent pas faire de prix.

Lui : C'était quand même plus sympathique que ces grandes surfaces. Avant il y en avait plein. Il y avait 3 bouchers, tous les commerces étaient représentés et il y avait la moitié de la population qu'il y a maintenant.

Et les gens consommaient ici ?

Oui, ils n'allaient pas à Montauban.

Elle : il n'y avait pas de voiture pour y aller.

C'est la voiture qui a développé ces grandes surfaces qui ont pourri la vie. Il y a un supermarché à Monclar mais qu'est ce que vous voulez qu'il tienne la route. Les gens y vont acheter ceux qu'ils ont oubliés à Montauban. Mais il ne peut pas lutter avec des grandes surfaces qui sont des multinationales qui ont des prix moins élevés. » (EMor)

Ces contraintes telles que la temporalité, les déplacements, le pouvoir d'achat, le manque d'information sont des contraintes qui vont les empêcher de consommer localement. Ces contraintes sont liées à des contraintes de vie que nous retrouverons plus loin dans les spécificités des profils d'habitants. Il existe une particularité propre à cette partie du territoire qui va fortement influencer sur les pratiques des consommateurs, c'est la proximité avec les grands centres commerciaux de la périphérie de Montauban. La localisation de l'offre est alors dans le cas présent, une variable très importante à prendre en compte car la fuite

commerciale est plus forte dans cette partie du territoire qu'à l'Est car ces derniers y sont plus éloignés.

➤ **La proximité avec les zones commerciales de Montauban : une forte fuite commerciale**

Cette partie du territoire, comme nous l'avons vu dans la première partie est très proche de l'aire urbaine de Montauban, 3 communes font même partie du SCOT de Montauban. Cette partie du territoire souffre d'une évacuation considérable du potentiel de consommation des habitants, du fait de la proximité avec les zones commerciales de Montauban. La plupart des habitants des communes limitrophes à Montauban vont s'approvisionner dans ces centres commerciaux. La proximité de ce type d'offre joue donc un rôle très important dans cette partie du territoire. Au-delà de la proximité de cette offre pour les habitants de l'Ouest du territoire, il s'agit de comprendre pourquoi ces habitants choisissent de faire leurs courses à la périphérie de Montauban et non sur leurs lieux de résidence. Des contraintes poussent les habitants à se déplacer dans les centres commerciaux, certaines de ces contraintes sont liées au mode de vie des nouveaux arrivants, que nous développerons dans la partie suivante. D'autres de ces contraintes, sont plus spécifiques au territoire et à l'offre locale. Bien sur la variable du pouvoir d'achat est également considéré comme une contrainte pouvant influencer les comportements, cette variable a été délibérément mis de côté dans l'analyse.

Un habitant de l'Est du territoire :

«(parlant de la vie en ville) T'es plus tenté de prendre la voiture pour aller dans les grandes surfaces, c'est 20 bornes. T'as moins la fibre d'aller chez les petits commerçants, parce que tu les trouves moins. T'achètes plus de chose pour te faire plaisir. Mais ici, non, parce qu'à Saint-Antonin, c'est plus limité. Quelqu'un qui veut faire du shopping ici, il ne va pas trouver. C'est une autre manière de consommer. La ville c'est une consommation à tout vent. T'arrives en caisse, tu passes du temps à attendre. Ici, tu vois pas ça. T'as moins la tentation de prendre ta voiture et faire 80 km pour aller à Montauban ou Albi, même 40 km pour aller à Caussade. » (ESaa)

Cet individu vivant dans la partie Est du territoire explique bien la relation qui existe entre distance/ proximité et comportement de consommation. Plus il existe d'offre variées dans un rayon de 20km, plus on va avoir tendance à y aller. Plus il y a d'offre, proche de son lieu de résidence, plus la tentation d'y consommer est forte. La proximité et la notion de

distance joue donc ici, un rôle important. La notion de distance n'est pas la même selon le lieu de résidence. Les habitants vivant dans les communautés de communes Terrasses et vallées de l'Aveyron et Quercy Vert vont plus facilement dans les zones commerciales de Montauban car la distance ne dépasse pas en généralité 20km. Que ce soit pour les navetteurs ou les retraités que l'on retrouve dans cette partie du territoire, la proximité avec ces centres commerciaux joue dans leurs comportements. Les habitants font des calculs rationnels coûts/déplacements. Si le coût de déplacement vers ces centres commerciaux devient plus élevé que de consommer localement des produits plus chers, ces derniers changeraient de comportements, en faveur des produits locaux. C'est donc bien le fait que les prix soient plus compétitifs dans les grandes surfaces qui sont mis en avant.

« Elle : c'est la voiture qui a développé ces grandes surfaces qui ont pourri la vie. Il y a un supermarché à Monclar mais qu'est ce que vous voulez qui tienne la route. Les gens y vont acheter ceux qu'ils ont oublié à Montauban. Mais il ne peut pas lutter avec des grandes surfaces qui sont des multinationales qui ont des prix moins élevés.

Et si un jour, le prix de l'essence devient vraiment trop cher ?

Ah, moi je le souhaiterais, que les gens reviennent consommer dans le village. Si un jour on compare avec le prix du trajet et qu'on doit payer moins cher pour aller à Monclar. Les gens calculeraient et ça ferait revivre les villages. Il y a aucun commerce à Monclar. C'était un village avant. Maintenant il y a rien c'est mort. » (EMor)

La hausse du prix du pétrole, du fait du contexte international lors des entretiens, était un sujet très présent dans les discours des nouveaux arrivants. Selon les observateurs, cette hausse va fortement influencer les manières de consommer des ménages.²⁹ Ces derniers réduiraient leurs achats en grande surface pour limiter les trajets. Le prix de l'essence va impacter sur les personnes se déplaçant dans le seul objectif de faire des courses. Dans les entretiens, les individus évoquent cette hausse comme facteur de changement vis-à-vis des centres commerciaux éloignés, en faveur d'une consommation plus locale.

« Alors avant, j'allais faire un plein de course sur Montauban à Leclerc. Mais j'avoue que je n'y vais plus, parce qu'avec le prix du gasoil. D'aller me taper un samedi matin, perdre ma matinée pour aller à Montauban, faire un plein de courses où j'en ai pour 150 ou 200 euros, moi ça m'intéresse plus. Je préfère fonctionner comme ça. » (ECaa)

²⁹ANTOINE BOUDET « Les Français achètent moins dans les grandes surfaces » in Les Echos. 5 juin 2008

L'aspect pratique de l'accès aux lieux d'achats est très important et empêche certains individus de consommer localement. Cet aspect a été évoqué par quelques personnes, habitants l'Ouest du territoire, pas forcément dans les zones rurales isolées comme on pourrait le penser mais dans des zones de lotissement qui sont parfois exclus du centre-bourg. Il a été évoqué cette rupture entre ces lotissements et le centre bourg, le fait de ne pas avoir d'accès sécurisés ne les incitent pas à consommer localement. Le fait de ne pas pouvoir se garer facilement a été également évoqué comme pouvant être un frein à la consommation chez les commerçants de proximité. Ces derniers se retournent alors vers les centres commerciaux où l'accès est plus facile. La morphologie urbaine est très importante, la facilité d'accès et la praticité sont des points qui peuvent influencer des habitants dans leurs comportements de consommation. Les zones de lotissements doivent être pensées en fonction du bourg en non de manière autonome.

« Allez-vous au marché ?

Oui. Avec les petits c'est compliqué j'y vais moins. Mais quand j'habitais en ville, j'allais tous les mardis. Depuis qu'on est ici, j'y vais moins, car c'est compliqué, ou alors faut faire le tour. C'est 10 min de plus de marche. »(ENgn)

« On allait plus dans le village avant. J'allais plus chez les commerçants, mais maintenant avec la poussette je n'y vais pas. C'est trop dangereux. Pourtant c'est pas loin, mais c'est pas pratique et dangereux, la route n'est pas goudronnée, on est obligés d'aller sur la route. Quand j'y vais c'est juste au tabac et c'est à pied toute seule. Après le reste, il faut prendre la voiture se garer. Même la banque je fais tout sur internet. La route pose problème. »(ENgn)

« Sur Montauban, car ce qui est super bien c'est la zone futuropole. Ça évite de rentrer dans la ville car c'est toujours galère la ville pour se garer. Il y a tout ce qui faut, casa ; fly, bricodépot, boulanger. Puis ce n'est pas loin, au lieu de prendre la rocade à gauche, tu vas à droite et il y a tout ici. Il y a des restos, un cinéma. » (ENea)

➤ **Le manque d'information sur l'offre locale**

Un frein à la consommation locale a été évoqué de ce côté du territoire. Celle du manque d'information sur l'offre locale surtout en matière de production locale. Nous l'avons vu précédemment, les habitants s'étant installés dans cette partie du territoire, connaissent très peu le Pays. Leurs motivations à l'installation sont souvent liées au prix du foncier et non à un attachement au territoire. De ce fait ces derniers connaissent moins le territoire, sa culture, sa nature mais également ses producteurs et ses commerçants. S'ils désirent quelque chose, ils

se dirigent vers Montauban et les centres commerciaux par habitude, comme ce couple de retraités.

« Et si vous avez besoin d'électroménager ?

Montauban, dans grande surface. Les commerces il y en a pas. Si on veut acheter on est obligé d'aller acheter là dedans. Je ne sais même pas si ça existe chez les commerçants locaux.

Si quelques uns.

Ils doivent l'avoir dur. Bon on en achète peu, mais on a toujours ce réflexe là d'aller là dedans. On n'a pas trop le choix aussi. » (EMor)

Les nouveaux habitants vont donc, par réflexe ou par habitude dans les lieux de consommation qu'ils connaissent. Certains ne se sentent pas assez informés et souhaiteraient avoir à leurs arrivés des renseignements sur les commerçants de proximité mais également sur les producteurs locaux et les services. Ce couple vivant dans la communauté de communes Quercy Vert cherche à consommer des produits locaux de ferme, mais n'ayant pas de cercle social de proximité pouvant les aider et les renseigner, ces derniers n'ont pas trouvé.

« Est-ce que vous allez dans des fermes près d'ici, pour la volaille ?

Actuellement non. Si ça se développait oui. Il y a vraiment un manque d'informations pour ceux comme nous qui arrivons, sur ce qui existe sur le territoire, pour consommer. Pourtant on s'est renseigné même avant d'arriver, on s'est rapproché du syndicat d'initiative, mais c'est plus au niveau des loisirs qu'ils nous informent. On nous a donné des adresses de ferme mais plus pour les enfants ; on a bio autruche dans le coin, mais j'ai un peu de mal à me dire que je vais manger de l'autruche. Ça ne serait pas mal comme ils font à la maternité les petites valisettes avec plein d'infos dedans. »(EMcn)

« (Au sujet des AMAP) On avait vu un reportage il n'y a pas longtemps, justement on avait regardé sur internet mais il n'y en avait pas dans le coin. Mais on a pas regardé dans le Tarn, vu qu'on est à la limite. Mais oui, ça nous intéresserait. »(EMcn)

Pour conclure, nous pouvons dire qu'il existe bien deux manières de consommer différentes sur le Pays Midi-Quercy selon un effet de territoire Est/Ouest. Le lieu de résidence semble être le véritable facteur de distinction. La consommation des individus se situant à l'Est du territoire est motivée par des valeurs de consommation clairement exprimés, lié à un choix de vie. Alors qu'à l'Ouest du territoire, les individus mettent en avant le plus souvent les contraintes qui guident leurs comportements et moins des valeurs. L'offre et la proximité des lieux de consommation est également une variable qui va influencer les comportements. Les contraintes des individus en termes de consommation ne sont pas liées à priori au fait du

lieu de résidence mais bien à des spécificités différents selon les profils des nouveaux arrivants.

II - DES PROFILS D'HABITANTS AVEC DES PARTICULARITÉS EN TERME DE CONSOMMATION

L'étude ACADIE s'est intéressée, comme vu dans la première partie, au profil des Pays de Midi-Pyrénées, selon les sources des revenus des habitants. Cette approche consiste à combiner les données fiscales sur le revenu des ménages dont on dispose à l'échelle départementale aux données du recensement à l'échelle du périmètre étudié. Cela a permis de décrire quatre profils de Pays : productifs, retraités, touristes, périurbains. L'étude Acadie ne se concentre pas sur les nouveaux arrivants mais sur l'ensemble de la population. Le Pays Midi-Quercy est qualifié de Pays de retraités par cette étude mais cela ne signifie pas que les nouveaux arrivants sont des retraités, cela signifie que les revenus de pensions dépassent 30% du revenu entrant, calculés sur l'ensemble de la population. Une qualification des nouveaux arrivants de manière chiffrés, n'est pour le moment pas disponible car les derniers recensements sont en cours. Dans cette partie de l'étude, la consommation et les manières de vivre sur le territoire ne va pas être analysé territorialement comme dans la première partie mais selon quatre profils de nouveaux arrivants. Ces profils ont été élaborés grâce aux résultats d'étude de l'INSEE pour le recensement de 1999, ainsi que de la pré-enquête effectuée auprès d'acteurs locaux qui ont permis de mieux qualifier ces profils. Cette pré-enquête auprès d'acteurs locaux (élus, techniciens de communes et communauté de communes, commerçants, journaliste) ne sont que des recueils d'opinions et d'avis de ces personnes, confrontées au phénomène des nouveaux arrivants. Ces entretiens ont permis de mieux délimiter et d'appréhender l'évolution du phénomène des nouveaux arrivants par profil.

Il faut rappeler que cette étude ne peut pas être exhaustive, ni représentative de la population, du fait de la méthode choisie et du manque de chiffre récent sur les caractéristiques des ces nouveaux arrivants en 2008. Quatre profils ont été retenus : les retraités, les européens du nord, les navetteurs, les autres. Ces profils n'ont pas été élaborés avec les mêmes variables. Pour le profil navetteur c'est la variable déplacement domicile-travail qui caractérise ce profil, pour les européens du Nord c'est la provenance, leur culture.

Pour les retraités c'est le fait d'être inactif et leurs temps libres comme pouvant influencer leur consommation. Pour les « autres », c'est le fait d'habiter et de travailler sur le même lieu, à l'inverse des navetteurs. Il faut nuancer ces résultats car à l'intérieur même de ces profils il n'existe pas d'homogénéité, ce sont des tendances, des points communs que l'on retrouve. Il existe d'autres données qui ne peuvent pas être analysé de manière approfondi du fait du faible échantillonnage de l'enquête, comme par exemple les variables de revenus ou la taille du ménage.

1 - Les navetteurs, des consommateurs sous contraintes

La catégorie des navetteurs, est une catégorie où l'on retrouve des individus ayant la particularité d'effectuer de manière quotidienne un trajet domicile-travail allant de 20 à 50 minutes selon l'aire urbaine où ils travaillent. Ces individus habitent à l'intérieur du Pays, surtout dans la partie Ouest, et se déplacent à l'extérieur du Pays avec comme objectif de destination leur lieu de travail. Le profil des navetteurs est à nuancer, comme les autres profils qui seront exposé plus loin, en effet cette catégorie n'est pas homogène. Il existe des différences à l'intérieur même de cette catégorie d'individus rencontrés tel que l'âge, la taille du ménage, le type d'habitat et les revenus. La variable commune à ce groupe de personne est la variable mobilité journalière domicile-travail. Il s'agira ici, de comprendre comment cette variable influence les comportements en termes de consommation.

Les navetteurs rencontrés se localisent dans la partie Ouest du territoire près de l'aire urbaine de Montauban et des axes routiers. Quatre couple actifs avec enfants en bas âge ont été sollicités pendant l'enquête, ainsi qu'une pré-retraîtée vivant seule à Caussade. Leurs discours ont comme point commun, de mettre en avant la mobilité comme variable structurant leur vie quotidienne et leur pratique de consommation. Il est évident, que la seule variable de la mobilité quotidienne n'explique pas tous les comportements, les entretiens ont révélé que la taille du ménage ou la localisation sur le territoire influence les comportements. Un navetteur de 50 ans, vivant seul à Caussade n'agit pas de la même manière et n'a pas les mêmes pratiques de consommation qu'un jeune couple avec enfant, vivant à Monclar de Quercy ou Nègrepelisse. Il existe des points communs, des comportements similaires entre tous les navetteurs rencontrés, c'est cela qui est recherché ici.

La composition sociale du périurbain n'est pas toujours bien connue et bien identifiée. Des travaux à l'échelle de la France, avec un certain nombre de zooms sur certaines grandes villes ont pourtant permis de globalement bien caractériser les populations habitant dans le périurbain et les dynamiques en cours. Les employés et les ouvriers sont de plus en plus surreprésentés au fur et à mesure qu'on s'éloigne de la ville, alors que le mouvement est inverse pour les professions intermédiaires et a fortiori pour les cadres supérieurs, toujours peu présents dans ce type d'espace. Il existe peu d'informations précises sur le Pays Midi-Quercy à propos de la composition sociale. Jacques Donzelot dans un article publié dans la revue *Esprit*³⁰ explique le processus de séparation sociale de la ville par un mécanisme à trois vitesses : la relégation, la périurbanisation, la gentrification. La périurbanisation correspond au départ des classes moyennes vers un périurbain moins coûteux mais également plus protégé.

➤ **Se déplacer de plus en plus loin, mais jusqu'à quand ?**

Les navetteurs ont donc la particularité de se déplacer quotidiennement vers l'aire urbaine de Montauban ou Toulouse pour leur travail. Une jeune femme interrogée, va prochainement faire le trajet quotidien vers Albi. Certain de ces individus choisissent de s'installer dans le Pays Midi-Quercy pour le prix du foncier moins élevé que dans la proche banlieue de Montauban ou Toulouse. Leurs choix n'est pas lié à l'affect mais selon leurs possibilités en terme de revenu. Ces derniers souhaitaient acheter souvent plus près de leur lieu de travail, mais les prix du foncier ne leur permettaient pas. Ils ont donc élargi leurs périmètres de recherche aux communes les plus éloignées. Il existe une certaine contrainte donc, dans leurs choix de résidence. Ils ne sont pas tous là par choix ou par envie mais par contrainte. C'est le cas d'un couple travaillant tous les deux sur Toulouse, ils n'avaient pas prévu d'acheter aussi loin de Toulouse, mais selon eux, rajouter 10 à 15 minutes de trajet à un trajet de 50 minutes est négligeable.

« Non, ça va c'est ¾ d'heure de route quand on habitait Balma c'était ¾ d'heure de bouchon. Maintenant c'est au prix du gazoil que ça pose problème. Les gens ne s'imaginent pas que, quand on habite Toulouse et qu'on travaille à Toulouse c'est le même topo. Quand je commençais à 9h, je partais de chez moi à 7h15 pour déposer le petit mais ici, je partais à 7h45. On est venu à cause du prix du terrain. On avait pas prévu de venir aussi loin. On voulait aller sur Montech. Puis le constructeur nous a montré le terrain, et on a bien aimé.

³⁰ « La ville à trois vitesses : relégation, périurbanisation, gentrification ». Revue *Esprit*. Jacques Donzelot. Mars 2004

La distance ça nous a rajouté que 10 à 15 min de plus mais c'est rien. Puis c'est comme ça, il y en a qui sont à 1h15, autant s'éloigné. Après c'est parce qu'on a aimé le terrain. »(ENgn2)

La distance de parcours journalier ne les dérange pas, ils sont même prêts à augmenter la distance parcourue. C'est le cas pour deux des personnes interrogées, qui vont d'ici peu de temps, soit changer de lieu de travail ou alors déménager, dans les deux cas, augmenter leurs temps de parcours. Un couple habitant à Monclar déménage pour Vaour, la jeune femme continue de travailler sur Montauban et augmente son parcours aller retour de 30 km, ils ont décidé de partir pour quitter une commune, comme il la qualifie, de dortoir où il n'existe aucune entraide entre habitant. En venant s'installer dans le village, ils avaient des attentes en termes d'entraide, de lien social. Des représentations produites par la société : une campagne idyllique où il fait bon vivre, où l'on se connaît tous. N'ayant pas trouvé ces attraits dans ce village, ils s'éloignent de Montauban, vers un village où ils sont sûres de trouver ces valeurs.

« Après c'est aussi la deuxième génération de néoruraux, ils n'ont pas la même mentalité qu'ici. Mais beaucoup sont arrivés sur Vaour avec la ferme attention d'y rester, d'y créer leur propre emploi, de développer le village. C'est une autre philosophie de vie qu'ici. Le peu qu'on en comprend, c'est plus un village dortoir, des gens qui vont travailler à Montauban et Toulouse. »(EMon)

A l'inverse l'autre couple rencontré également à Monclar, habite en lotissement. A l'inverse, ils ne veulent pas quitter la commune alors que la femme vient d'être mutée à Albi.

« Vous travaillez sur Montauban ?

Oui, actuellement oui. Je suis mutée en octobre à Albi, donc un peu plus loin, mais bon c'est pas grave, on reste là.

Ça ne vous dérange pas de faire tous les jours la route ?

Non, on s'est posé la question, parce que c'est vrai que ça a un coût avec l'augmentation de l'essence. Mais quand on voit le cadre de vie qu'on a, le prix qu'on a payé notre terrain.

Vous avez combien de km pour aller à Albi ?

50 km. » (EMcn)

Les observateurs³¹ pensent que le prix de l'essence peut inverser ce phénomène de migration journalière et que les habitants vont cesser de s'éloigner de leur lieu de travail. Le Pays Midi-Quercy profite de l'arrivée de ces nouvelles populations, les résultats des derniers recensements indiquent que depuis 1999, l'évolution du solde migratoire est nettement plus fort à l'Ouest ce qui correspond au territoire résidentiel du Pays. Il est encore tôt pour énoncer des évolutions dans les choix résidentiels des habitants en lien avec l'évolution du prix de

³¹ ANTOINE BOUDET « Les Français achètent moins dans les grandes surfaces » in *Les Echos*. 5 juin 2008

l'essence. Les personnes interrogées, étaient préoccupées par l'augmentation du prix de l'essence, mais n'étaient pas prêtes à remettre en cause ces trajets domicile-travail car selon eux, le cadre de vie et le prix du foncier sont des atouts qui surplombent l'inconvénient du prix de l'essence. Par contre ce sont des déplacements pour d'autres motifs qui vont être limité ou rationalisé tel que la consommation, les loisirs ou la culture. Les habitants effectuant ces trajets ne sont pas prêts à les remettre en cause, par contre ils sont prêts à changer de comportement, notamment à travers la pratique du co-voiturage et du partage des frais.

**« Au niveau des trajets vous connaissez d'autres personnes qui font des trajets comme ça ?
Oui, des voisins travaillent sur Toulouse.**

Vous aimeriez faire du covoiturage ?

Oui. Pour l'instant sur Albi je ne connais pas. Je connais quelqu'un que je pourrais retrouver à Gaillac. Mais oui ça serait bien. Quand j'ai demandé ma mutation à Albi qui est un poste plus intéressant ce qui me freinait c'est le budget transport. Mon mari a une voiture de fonction, heureusement il n'y a pas l'essence à payer pour lui. » (EMcn)

Les navetteurs se caractérisent par leur hypermobilité que Jaques Donzelot appelle hypermobilité contrainte. La voiture est omniprésente, les déplacements se font aussi bien pour le travail, les loisirs, les achats, l'éducation des enfants.

« Vivre dans le périurbain, c'est s'installer non seulement «à la campagne» mais «dans le mouvement». C'est l'image de la fluidité qui s'oppose cette fois à l'inertie des cités. Or, on ne s'éloigne aisément de chez soi, qu'autant que ce chez soi paraît protégé et protecteur, qu'il fournit une base assez forte pour que l'on puisse aller vers d'autres lieux, d'autres sortes de gens sans se craindre menacé chez soi ou par eux. Il y a bien, avec le périurbain, une nouvelle ville qui émerge, une ville du choix où la mobilité vous permet d'accéder à des emplois loin de chez vous, des centres d'intérêt culturel et de loisir dans une direction opposée, des amis un peu partout. Cette «ville émergente» est bien une «ville du choix», une «ville mobile»³²

➤ **Des consommateurs avec des temps sociaux contraignants**

Les navetteurs ont des temps sociaux (temps domestiques, temps familiaux, temps du travail) qui les obligent à une certaine rationalité dans leurs pratiques en termes de consommation.

Ces extraits de discours montrent l'importance du critère temps dans les choix des lieux de consommation. Les individus, selon une rationalisation temporalité/déplacements,

³² « La ville à trois vitesses : relégation, périurbanisation, gentrification ». Revue Esprit. Jacques Donzelot. Mars 2004

vont optimiser leurs achats. Les achats se font sur le lieu de travail, entre 12et14h ou en rentrant du travail, c'est-à-dire hors du Pays. Il existe donc bien une évasion commerciale plus marquée pour les navetteurs qui font leurs courses sur leur lieu de travail et non sur le lieu de domicile. Cette consommation n'est pas forcément en accord avec leurs valeurs d'achats, certains souhaiteraient consommer localement mais la difficulté de concilier les différents temps sociaux (temps de travail, familiaux, loisirs, domestiques) les obligent à une certaine rationalité, quitte à mettre leurs valeurs de côté. Le lieu de travail devient lieu de consommation. La gestion du quotidien est plus difficile à gérer pour les navetteurs, surtout pour les navetteuses, qui doivent concilier vie familiale, vie professionnelle avec leur mobilité quotidienne. La consommation s'insère dans cette gestion du quotidien car ce sont souvent dans les entretiens réalisés les femmes qui s'occupent des courses.

« Vous alliez en sortant du travail ?

Alors il va falloir changer de mode de faire, parce que j'y allais entre 12-14 h au travail. Parce que je n'aime pas du tout faire les courses, encore moins le faire avec les petits parce qu'eux s'ennuient. Sinon c'est mon mari qui s'en charge aussi. La plupart du temps c'était moi entre 12et14h. Je ne sais pas comment on va faire (car mutation à Albi), certainement le samedi l'un ou l'autre. »(EMcn)

« Pour les fruits et légumes vous préférez avoir des produits locaux que grande surface ?

Oui. Mais après je dirais que ça dépend de la gestion du quotidien, si j'ai pas le temps ça va être dans les grandes surfaces. »(EMcn)

« Est-ce que les produits bio sont des produits vers lequel vous vous dirigez ou existe-il des freins?

Je n'ai aucun frein, ça dépend vraiment de mon jour de consommation, pour le gain de temps. C'est vrai qu'il y aurait quelque chose, ou un rayon bio ou quelque chose de bio dans le coin. L'été dernier on s'était arrangé avec une voisine. Elle allait acheter les fruits directement au producteur ; c'est elle qui y allait et je lui repayais après. »(EMcn)

« Le gain de temps est un critère important ?

Oui. C'est lié à des nouvelles formes de vie pour les femmes. Le travail, les enfants on n'a pas trop le temps pour allier la qualité et le temps. »(EMcn)

Elles choisissent donc des lieux de consommation où elles peuvent concilier le gain de temps, la facilité d'accès, et les lieux de consommation où l'offre est diversifiée, pour limiter les déplacements.

« Vu qu'il y a tout au futuropole, les cinés et tout. C'est pour la facilité. Depuis qu'ils ont fait le futuropole, il y a tout. Et quand on a 2 enfants on va à la facilité. En plus là, ils sont de bas

âge, donc on regarde par rapport aux heures de biberon. Pour le gain de temps. Si on va à Leclerc et qu'il y a un pantalon à acheter on va au magasin à côté l'acheter» (ENgn)

➤ Des individus peu impliqués dans la vie locale

Jacques Donzelot décrit les périurbains comme des individus désireux d'un entre-soi très fort. La volonté de se retrouver dans des espaces clos, un sentiment sécuritaire, matérialisé par des clôtures délimitant chaque espace privé. L'exemple d'un couple, habitant dans un lotissement fraîchement construit à Nègrepelisse, confirme le fait que ces habitants sont désireux d'un entre-soi. Ce couple s'inquiétait des futurs locataires d'en face, ils ont peur de perdre cette tranquillité qui caractérise le lotissement, avec l'arrivée de personnes ne correspondant pas à leurs critères. Elle m'expliquait, que le promoteur avait affirmé, qu'il n'y aurait que des propriétaires dans le lotissement, tout comme eux, mais finalement des locataires vont s'installer, ce qui les contrarie fortement.

L'ancrage territorial est moins présent chez les navetteurs (périurbains de l'ouest) que, par exemple, des retraités à Saint-Antonin Noble Val. Ces derniers vont développer un sentiment d'appartenance par rapport à leur localité qui vont les pousser à s'investir localement, à travers l'associatif, le politique. Les navetteurs entretiennent avec leurs localités, un rapport quasiment « hors-sol ». Les entretiens mettent en avant deux types de navetteurs. Des individus qui ont le souci de s'intégrer dans la vie locale et d'autres qui ne s'impliquent peu ou pas du tout. L'accès au centre bourg joue pour beaucoup à cet investissement dans la vie locale. Un lotissement excentré, où l'accès au bourg est difficile empêche les individus de s'y rendre.

« Je me sens pas du tout intégré dans le village Je ne peux pas faire mes courses à pied. On est complètement coupé. Mon problème ici, c'est la route. On est obligé de faire un détour si on veut aller à pied. On a pas de lumière, on n'a rien, on a pas le sentiment de faire partie de la commune. On a payé pour être en lotissement et là on est en chemin privé. La route ne serait pas aussi dangereuse, j'irais tous les jours peut-être acheter ma baguette. » (EMcn)

Les navetteurs rencontrés, pour la plupart ne font pas partie d'association, ne pratiquent pas de loisirs sur la commune, ils sont exclus de la vie sociale de leur commune de résidence. Leur espace de référence n'est pas la commune mais leur maison, à l'intérieur d'un lotissement où là par contre va se développer un certain réseau social. Un couple de navetteur

rencontré à Monclar de Quercy, essaie à l'inverse de développer un réseau social sur leur commune de résidence. Leur enfant est scolarisé dans la commune et par l'intermédiaire de l'association des parents d'élèves, ces derniers vont petit à petit s'infiltrer dans la vie locale. L'autre particularité de ce couple est que leur consommation est locale, que ce soit en terme alimentaire mais aussi de loisirs, ils essaient le plus possible de privilégier une consommation locale.

« On s'est mit à la PEL de l'école, l'association de parents d'élève. On le voit cette deuxième année passée ici. On est vraiment intégrés dans le village, les commerçants. C'est vraiment des commerçants de village. On est reconnus, ils connaissent notre nom. C'est vraiment génial. » (EMcn)

La participation à la vie locale par le biais de la fréquentation des commerçants, par le biais associatif ou politique favorise leur intégration et leur sociabilité.

➤ **Des individus avec un faible réseau social local**

Comme nous l'avons vu précédemment les navetteurs ont une faible connaissance de leur nouvel espace de résidence, leur motivation à l'installation n'est pas liée à l'affect mais souvent au prix du foncier moins cher. Pour quelques uns, il peut s'agir d'un retour aux sources, un membre de la famille réside dans la commune choisie, ou une commune proche. Il existe alors, pour ce couple une certaine familiarité avec le territoire de résidence, grâce à la localisation de leur famille.

« Mes parents ont acheté une maison sur Montricoux, mes beaux-parents sont sur Saint Etienne. Montricoux et Caussade ça ne ma plaisait pas. Après on a regardé où ça nous plaisait. On a profité de ce terrain qu'on connaissait sur Nègrelisse. »(ENgn)

Mais souvent les navetteurs n'ont pas de famille ou d'amis sur leur nouveau lieu de résidence. Leurs parcours résidentiels les ont amenés à se séparer de leur réseau familial et amical. Les couples navetteurs rencontrés, ont connu différents lieux de résidence, souvent dans l'urbain, les plus cités sont Montauban, Toulouse, Paris,. Leur réseau social est donc éclaté sur un territoire plus vaste et non sur un territoire de proximité comme le lieu de résidence.

Les conséquences de ce faible socle social de proximité sont de trois ordres. Premièrement, ils n'ont pas la connaissance, l'information que pourrait leur donner des amis, de la famille sur les services, l'offre commerciale, la culture, les loisirs de cet espace de proximité. Leurs informations et leurs formations à la vie locale passent par leur autonomie à aller chercher l'information plus formelle, institutionnelle. Se pose alors la question de l'accès de ces navetteurs à l'information locale, à la connaissance de la vie locale. Ils ne peuvent pas se reposer sur leur réseau social de proximité pour s'intégrer car il est pour l'instant inexistant. Le bouche à oreille, le conseil de quelqu'un, la confiance aident les consommateurs dans leurs choix et surtout à changer leurs habitudes. Les navetteurs vivaient souvent avant, en milieu urbain et avaient développé des habitudes d'achats qu'ils ont gardés en venant s'installer dans le Pays Midi-Quercy. Les navetteurs sont prêts à changer de comportements, surtout envers la consommation locale qui est perçus comme étant de qualité, mais parfois, il leur manque des informations sur ce qui se passent près de chez eux.

« Est-ce que vous allez dans des fermes près d'ici, pour la volaille par exemple ? »

Actuellement non. Si ça se développait oui. Il y a vraiment un manque d'informations pour ceux comme nous qui arrivons, sur ce qui existe sur le territoire, pour consommer. Pourtant on se renseignait même avant d'arriver, on s'est rapproché du syndicat d'initiative, mais c'est plus au niveau des loisirs qu'ils nous informent. » (EMcn)

La deuxième conséquence est qu'ils n'ont pas de pratiques sociales sur le lieu de résidence et qu'ils vont chercher à rejoindre ce réseau social, souvent loin de leur lieu de résidence, le week-end par exemple. A la mobilité quotidienne de la semaine, avec l'objectif de destination le travail, va donc se succéder une mobilité le week-end, avec l'objectif de destination: les amis et la famille. Le risque est que la commune devienne un lieu de résidence sans écho identitaire, sans implication de leur part, car sans pratique sociale.

« Et pour aller voir vos amis ? »

On n'en a pas du tout sur le Pays. C'est souvent le Tarn [...]. Pratiquement tous les week-ends on est là-bas. En achetant là-bas on règle aussi ce problème là. C'est pratiquement sur qu'on ne reviendra pas ici en week-end. (EMcn)

Deux auteurs de disciplines différentes ont développé le concept de capital social. Le premier est le sociologue Pierre Bourdieu, dans les *Formes du capital* en 1986, celui-ci distingue trois formes de capital : le capital économique, capital culturel et capital social. Le capital social mesure l'ensemble des ressources qui sont liées à la « possession d'un réseau

durable de relations d'interconnaissance et d'inter-reconnaissance »³³. Le possession ou non d'un carnet d'adresse est source, selon l'auteur, d'inégalités sociales. Cette notion de capital social a été définie au niveau individuel, selon la capacité d'un individu à tirer bénéfices de son appartenance à un groupe et à mobiliser son réseau social. Le politologue Robert Putnam a repris ce terme pour analyser les dynamiques sociales des communautés et des nations. Celui-ci se place dans une perspective culturaliste, pour appréhender la capacité des habitants d'une région à agir pour le bien commun. Putnam s'inspire des travaux d'Alexis de Tocqueville, dans « *De la démocratie en Amérique* », celui-ci admire la capacité des américains à former des associations et y voit source de bon fonctionnement de la société civile. Selon Putnam, les normes de réciprocité et les réseaux contribuent au bon fonctionnement des sociétés. Selon l'auteur le capital social, s'ordonnent autour de trois pôles dominants : la confiance, les réseaux et la réciprocité. Appliqués à l'étude des modes de vie des nouveaux arrivants et de leurs manières de consommer, ce concept de capital social au sens de Putnam, peut être mobilisé comme source de développement local. En effet Raul Magni Berton, lors de son intervention lors des jeudis de la prospective³⁴ mettait en relation la théorie de Putnam du capital social (propriété d'une société qui décrit la somme globale de contacts entre personnes) et développement économique. Des valeurs comme la confiance à l'égard d'autrui ou la croyance dans la bonté des gens sont favorables et favorisés par le capital social et ont pour conséquence une augmentation des échanges et un certain développement économique.

Enfin la troisième conséquence, pour les navetteurs, de ce faible réseau social est une entraide amicale et familiale limitée. L'entraide familiale pour la garde des enfants par exemple, est ainsi inexistante pour les navetteurs loin de leurs familles. Ils vont se retourner alors parfois vers une entraide de voisinage mais le plus souvent les navetteurs vont se retourner vers les services publics de mode de garde. Ils donc plus dépendants des services publics de la petite enfance.

« Comment faites-vous si vous avez besoin de faire garder le petit ?

On les garde nous. La famille est un peu loin ou occupés. On verra plus tard pour les babysitters. » (EMcn)

³³ Pierre Bourdieu, « Le capital social », Actes de la recherche en sciences sociales, n°31, 1980, p. 2.

³⁴ Raul Magni Berton : « Les valeurs qui fondent la consommation ». Intervention dans le cadre des jeudis de la prospective du 10 juillet 2008.

« Pour maxime pour cette année ils ont mit un CLAE donc ça va bien nous aider pour Maxime. Ils ont changé les horaires, la garderie c'était jusqu'à 18h30, ça passe à 19h. c'est super. Pour le petit une crèche ça aurait été l'idéal il me reste une année de garde, mais bon on va faire avec la nounou. »(EMcn)

➤ **Une forte demande en termes de loisirs et services en direction de l'enfant**

Les navetteurs sont de jeunes couples avec enfants souvent en bas âge. Leurs préoccupations et leurs attentes tournent souvent autour de l'enfant. La garde des enfants est un thème récurrent dans les entretiens. Les navetteurs sont des couples biactifs et la question de la garde des enfants pendant leurs temps de travail est primordiale. Souvent ils ne se sont pas renseignés avant d'arriver dans la commune et ont eu des difficultés pour trouver des places en structures collectives, ils se dirigent vers des assistantes maternelles, loin de leur domicile car il n'y a souvent pas de place chez les assistantes maternelles de la commune.

« Est-ce que vous avez des manques, des attentes ici ?

Oui, pour les gardes d'enfants. Comme je travaille sur Montauban, on avait trouvé une nounou sur Léojac et là on vient juste d'en trouver une qui est dans le Tarn parce que sur Monclar il y en a très peu, elles sont toutes prises sauf une qui ne correspond pas à mes critères d'attentes. » (EMcn)

« Et au niveau de la garde de la petite ?

Ah bah j'ai galéré pour trouver une assistante maternelle. Je me suis retrouvée à Génébrière. »(EMon)

Ils s'inquiètent également du manque d'infrastructures pour les activités extrascolaires des enfants. Cette interrogation est valable pour tous les couples avec enfants rencontrés sur le territoire. La mobilité concerne donc également le thème des loisirs car Montauban est souvent cité comme alternative à la commune de résidence, qui ne peut offrir le type d'activités désiré.

« Ce qui manque sur le village, c'est un espace, une petite aire de jeu, il n'y a rien. » (EMon)

« Au niveau loisirs, cultures, vous avez remarqué des différences ?

Là, oui. La seule chose qui m'inquiète pour les années à venir, ce sont les loisirs pour les enfants. En travaillant, je pense qu'on va être amené à prendre une personne les mercredis pour les amener aux activités. L'année dernière on l'avait inscrit au Judo, le jeudi soir, ça tombait bien avec mes horaires, mais ça ne lui a pas plu. On va être amené à l'emmener soit sur Montauban ou Albi. Il n'y a pas de centre culturel, en plus maxime n'est pas très sportif, il voudrait faire de la musique et à part sur Montauban je ne vois pas. (EMon)

2 - Les retraités, des consommateurs accomplis

Le profil des retraités, selon l'étude Acadie, est le profil le plus présent sur le territoire Midi-Quercy en termes de revenus importés (30% des revenus importés proviennent des revenus des retraités en 1999). Le Pays Midi-Quercy a donc été qualifié de Pays de retraités et source potentielle de consommation résidentielle. Il est vrai que la catégorie des séniors (plus de 50 ans) est appelée en économie : un marché d'avenir. En 2005, 32% de la population française a plus de 50 ans et selon les prévisions ce chiffre passerait à 44% en 2020 et plus de 50% en 2040. Au-delà de ce résultat, il convient de s'intéresser à cette catégorie qui se révèle être peu homogène. La variable qui distingue les retraités entre eux est le niveau de revenu de leur retraite ainsi que l'âge. Les retraités rencontrés sur le territoire sont tous des jeunes retraités, le plus âgé des retraités rencontrés à 69 ans, la moyenne d'âge est de 62 ans. La catégorie des retraités, un peu « fourre tout », regroupe des tranches d'âges qui se révèlent être différents, selon que l'on ait 55 ans, 65 ans ou 75 ans. Il est difficile de mettre en évidence des comportements de consommation homogène pour cette catégorie de nouveaux habitants, même si certains critères de consommation se révèlent être identiques. Les manières de vivre se caractérisent par une disponibilité et une certaine liberté, notamment dans la gestion de leurs quotidiens et leurs mobilités. Les points communs de ces individus est leurs inactivité, un mode de vie dégagé des contraintes. Mais leur consommation reste éclectique du fait de leurs trajectoires personnelles différentes.

➤ La qualité de l'environnement comme critère d'installation

Les retraités rencontrés se situent sur l'ensemble du territoire. Les chiffres des derniers recensements de l'INSEE permettront de mieux identifier leurs localisations. Dans d'autres territoires de la France, les chiffres montrent que les retraités s'installent dans les territoires ruraux isolés. On peut faire l'hypothèse que la proportion des retraités en tant que nouveaux arrivants est plus forte à l'Est du territoire. On peut émettre l'hypothèse également que les retraités vivant seul, vont s'installer dans les pôles ruraux pour ne pas souffrir de l'isolement, c'est le cas pour Caussade, où beaucoup de retraités rencontrés se sont installés ici pour le maintien d'une vie sociale. Dans les récits recueillis, les vertus de la ruralité relèvent de l'évidence : le calme, la tranquillité, la convivialité, la relation privilégiée avec la nature, sont mentionnées de manière systématique.

« J'ai pris ma retraite professionnelle, je voulais la prendre dans un endroit paisible. J'ai cherché une maison en campagne mais qui soit dans un département pas trop loin de mes enfants. J'ai cherché pendant 5 mois dans le Tarn, Tarn et Garonne et le Lot. »(EBrr)

Vivre dans une commune rurale c'est bénéficier d'espace, accorder plus de temps aux loisirs. La ruralité est perçue comme territoire idyllique, les discours sont tous élogieux. Le retour aux Pays, le coup de cœur pour les paysages ou une bâtisse à rénover sont les principaux critères d'installation, l'événement qui a déclenché le changement de lieu de résidence est la retraite. Le lieu de provenance de ces nouveaux résidents est d'origine urbaine, Toulouse, Paris, Bordeaux ou des régions plus au nord. L'installation dans les territoires ruraux est pour eux, une façon de rompre avec «leur vie d'avant urbaine et stressante. »

« Et pourquoi êtes-vous ici ?

Pour fuir Paris.

Ah vous êtes de Paris ?

On y travaillait. En fait on avait des amis à Cordes. Ils sont décédés depuis. On venait de temps en temps en vacance chez ces amis. C'est pour ça qu'on a appris à connaître le coin. »(EAlr)

« Qu'est ce qui vous plaît ici ?

On y nés. Cette une attache. On a des souvenirs, on a des amis, les copains d'école, la famille, puis le calme, à côté de Toulouse ça n'a rien à voir. »(EMor)

➤ **Un mode de vie sans contrainte de temps**

Les retraités se caractérisent par une forte réserve de temps libre dû à leur inactivité professionnelle. Cela va se traduire par une augmentation de leur de temps de loisir, associatif et par une mobilité plus libre et non contrainte à l'inverse des navetteurs. Les retraités expérimentent des activités de loisirs qu'ils ne pouvaient pas faire avant, faute de temps mais également du fait du changement d'environnement. Beaucoup d'activités en lien avec la nature telle que la randonnée, le vélo, la pêche, la chasse, le jardinage.

« Je fais de la randonnée sur Caussade, du chant sur Montauban et atelier peinture sur Bruniquel. J'ai du abandonné certaines pratiques mais maintenant que j'en ai d'autre ça me va très bien, je n'ai pas le temps de faire autre chose. Avant je faisais de l'aquagym, j'allais en salle de musculation et je faisais du VTT. Je bouge beaucoup en voiture pour faire tous ça. » (EBrr)

Les retraités ont du temps pour les loisirs mais également du temps pour consommer. Pourtant, on remarque dans les entretiens que c'est le profil qui consomme le minimum dont

ils ont besoin. Ils font très peu d'achat superficiel, c'est le besoin et l'utilité qui priment. Par exemple, pour le poste de l'habillement ils vont très peu acheter de vêtement, car souvent ils ont accumulé au cours de leurs vies le nécessaire, leur consommation se caractérise par une certaine rationalité. Le poste de l'habillement est pour eux secondaire car ils sont à une période de leurs vies où ils n'ont pas besoin de suivre de mode.

« Ce qui a changé pour nous c'est au niveau vestimentaire, on a pu à s'habiller pour aller au travail. C'est cool maintenant. »(ESar)

Le principal changement en terme de consommation est la fréquentation systématique des marchés, une fois par semaine ou plusieurs par semaine les fruits et légumes sont achetés aux marchés. Ce qu'ils ne faisaient pas forcément avant. L'offre des marchés sur le Pays Midi-Quercy est abondante, ce qui le permet de varier selon les jours où ils veulent faire les courses.

Vous avez changé de mode de consommation depuis votre arrivée ?

Oui, c'est forcément différent. Quand j'habitais à Vendôme, je n'avais pas le temps d'aller autre part qu'au supermarché. Avant je faisais 2 km et j'étais au cœur de tout. C'est beaucoup de km, ici, c'est un gros budget et nous faisons attention. Notre conscience écologique aussi. On n'est pas des écolos durs, on est quand même responsable. Avant je n'avais pas le temps d'aller au marché. (EClr)

Les retraités ont également plus de temps à consacrer à leurs petits-enfants. Ceux qui ont des petits-enfants ne se sont pas trop éloignés géographiquement de leurs enfants ou petits-enfants. Ainsi leur temps libre est dédié, surtout pour les grands-mères, à la garde des petits-enfants. L'entraide familiale va donc engendrer des déplacements supplémentaires.

« Vous allez souvent en gironde ?

Oui, j'ai ma maison familiale encore là-bas. J'ai ma maman là-bas en maison de retraite, j'ai ma fille, mon petit-fils, ma sœur. J'y vais très souvent pour garder mon petit fils. » (EClr)

« Je garde mes petits-enfants à côté de Toulouse tous les mercredis. Une heure de route, je vais chercher la petite au primaire.

Lui : Mais ça c'est un service de famille.

Elle : oui, mais qui fait ma journée. »(EMor)

➤ **Les retraités inquiets pour leur pouvoir d'achat**

L'âge des retraités rencontrés est assez homogène (62 ans), par contre le niveau de vie est inégale, le montant des retraites n'est pas une variable qui a été prise en compte dans

l'étude mais il semble qu'il y ait de fortes inégalités entre de « bonnes retraites » et des « moins bonnes retraites ». Le profil des retraités est décrit comme le profil ayant le potentiel de revenu disponible pouvant profiter le plus à l'économie locale, mais il faut relativiser leur potentiel de revenu car leur situation peut parfois se révéler complexe. Les nouveaux arrivants retraités ne sont forcément des consommateurs potentiels, ils peuvent même devenir des personnes à aider. Un couple de retraités rencontrés a dû adopter des comportements de consommation qu'ils n'avaient pas en étant actifs, car ils doivent utiliser une partie de l'argent qu'ils ne consomment pas, à aider financièrement leurs enfants et leurs petits enfants. Nous avons assisté, au cours des années récentes, à une inversion des transferts intergénérationnels. Aujourd'hui, ce ne sont plus les enfants qui aident les parents mais très majoritairement le contraire, les parents et les grands-parents qui aident les enfants et les petits-enfants.

Des accidents de la vie peuvent également être source de déconvenue et plonger des retraités dans des situations précaires. Il existe donc une partie des retraités dans une situation précaire qui les obligent à une préoccupation constante de leur manière de vivre et leurs manières de consommer

« Pourquoi allez-vous à Lidl et Mutant ?

Parce que c'est moins cher. Quand on est retraité, même si on a eu un métier avec un bon salaire, on n'a pas grand chose. Jamais avant on allait là. Mais le pouvoir d'achat...

Et en habillement ?

C'est le secours catholique. »(ECar)

➤ **Des consommateurs accomplis, une consommation de nécessité**

Selon les études du CREDOC sur cette frange de la population, les postes de consommation les plus typiques des retraités sont ceux de l'alimentation (et notamment de la viande, des graisses, du vin, du cidre ...), des produits d'entretien, des services traditionnels (coiffure, blanchisserie, réparation des vêtements, services médicaux, journaux en abonnements). Les dépenses de vacances et de sorties sont très importantes pour les classes d'âge inférieures à 70 ans, mais elles sont relativement faibles ensuite. Pour expliquer cette structure particulière de consommation, se mêlent des effets classiques de génération et de cycle de vie qu'il n'est d'ailleurs pas toujours aisé de séparer clairement. Les retraités sont des consommateurs accomplis, en général le fondement des attitudes en matière de consommation se forge entre 30 et 40 ans, il ne change plus par la suite. Ils ont développé une certaine maturité dans leur nature de consommation, ainsi ils achèteraient moins d'achats impulsifs

mais plus réfléchis et souvent par nécessité. Le plaisir ou la nécessité sont des critères de consommation qui distinguent les générations, en effet selon les études menées notamment par le CREDOC, les 18-29 ans sont encore dans la découverte d'être consommateur et leur attitude est plus hédoniste, alors que les français changent de point de vue avec l'arrivée du premier enfant, l'installation en couple, les contraintes financières. A ce moment là, le plaisir comme critère cède la place à la nécessité. Des habitudes de consommation persistent une fois acquises, même à l'âge de la retraite où les pressions financières se font moins sentir. Les comportements de consommation chez les retraités se font donc par habitude. Le fait de changer de lieu de résidence a-t-il un impact sur leurs habitudes ? La réponse est variable, certains ont transformé leur consommation, notamment sur la consommation de produits frais qui s'effectue pour la plupart des retraités sur les marchés et non plus en grande surface comme avant, car ils ont plus de temps pour flâner et les produits locaux sont pour eux des critères de qualité.

➤ **Des produits locaux mais pas bio**

Les retraités achètent localement dans tous les postes de consommation. Montauban ou Toulouse ne sont pas des lieux d'achats réguliers, exception faite pour les postes loisirs/cultures personnelles comme les livres, CD, DVD. Les grandes surfaces sont également utilisées pour son aspect pratique mais souvent à Caussade ou Nègrepelisse, car elles offrent un large choix. Les retraités de l'Est du territoire vont moins dans les centres commerciaux de la banlieue de Montauban. Ils ne se déplacent pas exprès là-bas pour faire des courses mais s'ils se trouvent dans le secteur pour d'autres motifs, ils vont en profiter pour y faire des courses notamment dans le secteur du bricolage et jardinage. Leurs achats se font donc dans un périmètre de proximité à leur lieu de résidence. Les retraités interrogés sont sensibles aux produits régionaux, par contre ils restent méfiants sur les produits bio. Ils recherchent des produits de qualité, mais le bio n'est pas pour eux un critère de qualité alors que les produits des producteurs locaux le sont.

Est-ce que les produits bios vous intéressent ?

Ah non, je ne dépenserais pas un centime de plus pour ça. Parce que je sors de la campagne, il y a de ça 30 ans, nous à cette époque là, on faisait des produits bios. Si vous cultivez votre jardin et que vous faites du bio, vous n'avez rien, les insectes ils y sont, la maladie elle y est, si vous la traitez pas. Alors, travailler pour ne rien avoir, c'est pas la peine !

Lui : du bio à 100% ce n'est pas possible, ça dépend des choses. On peut quand même essayer d'en mettre moins. (EMnr)

➤ **Du temps libre pour la culture, les loisirs et l'engagement associatif**

Les retraités interrogés viennent de grandes villes. Ils avaient l'habitude d'avoir accès à des services culturels assez riches et nombreux. Certains retraités rencontrés, avaient des habitudes en termes de culture qu'ils continuent ou souhaitent continuer à avoir. Pour cela, ils sont prêts à se déplacer à Montauban, Toulouse pour des concerts par exemple. Ces déplacements restent ponctuels mais la culture, pour certains individus, est un motif de mobilité. Les individus rencontrés sont tous satisfaits de l'offre culturelle sur le territoire. Les bibliothèques sont plébiscitées et appréciées. Les achats en lien avec la culture (livres, musique, Dvd,) sont des achats que les retraités ne font pas sur le territoire Midi-Quercy car ils ne trouvent pas l'offre qu'ils leur correspondent. Les achats se font alors soit sur internet soit dans les grandes villes. Par exemple, un couple de retraité à Caylus, va régulièrement à Toulouse, acheter un stock de livre dans une librairie car la médiathèque communal ne suffit pas à satisfaire leurs besoins.

« Quand on y va (Toulouse) on essaie de penser à l'avance ce qu'on veut y faire. Quand on y va on y va pour la journée et on regroupe les choses, et là inmanquablement il y a la Fnac et ombre blanche, parce que nous sommes gros lecteurs tous les deux. »(EClr)

« On n'est pas informé de ce qui se passe. Le programme de cinéma de Caussade ne vient pas jusqu'ici, ni ceux de Montauban. » (EAlr)

Les retraités sont très impliqués dans la vie locale associative. La plupart des retraités interrogés font partie d'une ou plusieurs associations. Cela touche différents domaines (des associations sportives, culturelles) mais également des domaines liés à leurs activités professionnelles précédentes. Par exemple, dans l'informatique deux retraités vont mettre à contribution leurs expériences professionnelles, à un Caussade l'autre à Caylus et vont aider à mettre en place des salles informatiques avec accès internet et donner des cours.

« Il manque une station informatique, internet. On a projet de la faire avec l'association. C'est une organisation qui permet à des gens du troisième âge qui n'ont pas d'ordinateur, de pouvoir s'en approcher, de l'utiliser, qu'il ait quelqu'un pour les aider. Pour qu'ils communiquent avec leurs petits enfants. C'est le projet que l'on a dans le cadre de notre association. »(ECar)

La voie associative est selon eux, le meilleur moyen de s'intégrer dans une nouvelle commune. C'est le profil de nouvel arrivant qui participe le plus à la vie associative locale et

c'est chez eux que le sentiment d'appartenance et d'intégration à la commune est le plus fort. Ils ont développé un réseau social par le biais de leur participation associative que n'ont pas les navetteurs. Ce réseau leur permet de jouir des « bons plans » que les locaux ont notamment en termes de consommation. Cette implication dans la vie associative locale, les incitent aussi à une consommation locale, car ils prennent conscience de la difficulté, surtout à l'Est du Pays, pour certains commerçants de survivre.

3 - Les européens du nord, french consommation

Ce profil est, comme les autres profils décrits plus haut, difficile à quantifier. Pourtant il semblerait à entendre parler les habitants locaux que le phénomène d'arrivée d'européens du nord est exponentielle : « Nous sommes envahis d'anglais » peut on entendre parfois au détour d'une ruelle à Saint-Antonin. Le territoire de l'Est du Pays semble le territoire le plus attractif pour ce type de population, le nombre d'agence immobilière ou d'association leur étant destiné est significatif. Selon les données de l'INSEE, entre 1990 et 1999, 800 personnes en provenance de l'étranger ou des DOM-TOM se sont installés, dont 400 de nationalité étrangère, les britanniques et les néerlandais, étant les plus nombreux. Il n'existe pas de chiffres plus récents actuellement. Le mouvement s'est-il accéléré depuis 1999, a-t-il ralenti ? Au-delà d'obtenir une photographie exacte du nombre d'européens du nord présent sur le territoire à un moment T, il s'agit ici de se demander comment ils vivent sur le territoire, sont-ils intégrés et est-ce qu'il existe des particularités dans leurs manières de consommer ? Pour cela, j'ai rencontré des européens du nord, plus particulièrement des anglais et néerlandais. Il est important de ne pas réduire, comme nous l'entendons parfois dans les campagnes, l'arrivée de population étrangère comme étant le seul fait de population anglaise. Si l'afflux des sujets britanniques correspond numériquement à la couche la plus importante de ce mouvement migratoire on trouve aussi dans la campagne française d'autres migrants, comme les Hollandais ou Allemands. Il existe également des nuances à l'intérieur même de ce profil au niveau socio-démographiques. Les européens du nord ne sont pas homogènes dans leurs profils, ils appartiennent à des classes sociales différentes qui induisent des motivations différentes et une intégration locale différente. Deux couples anglais et un couple hollandais ont été rencontrés, un couple avec jeune enfant à Caylus, un couple de retraité à Saint-Antonin, un couple sans enfant à Montpezat. Même si, ces personnes ont des parcours de vie très différents, leurs points communs résultent dans le fait qu'à un moment donné dans leurs

vies, ils aient décidé de changer de manière de vivre en quittant leur pays. Leurs discours sont très riches en information notamment sur leurs motivations à l'installation dans le Pays Midi-Quercy.

➤ **Motivations à l'installation: the French way of life**

Il est évident que les personnes rencontrées ne sont qu'une vision parcellaire du phénomène de nouveaux arrivants étrangers. Tous, ne partagent pas cette envie de changer de manière de vivre et s'adaptent peu à leur nouveau pays d'accueil. D'ailleurs une première vague d'anglais, décrit par les locaux comme de riches retraités venus profiter d'une conjoncture économique leur étant favorable, sont repartis ou repartent actuellement.

« Vous connaissez des personnes qui sont repartis ?

Oui, déçus mais aussi pour des raisons économique. Le rapport euro/livres c'est détérioré. Des gens ont vu leurs revenus de retraite diminué par 25%. »(EVae)

Ceux, rencontrés pendant l'étude sont présents sur le territoire depuis au moins cinq ans et avaient un projet longuement mûri et réfléchi en arrivant en France.

« On est venu pour un style de vie, pour vivre ici. Il y a des gens qui ont beaucoup plus de moyens que nous, qui ont des maisons secondaires. Il y a eu des vagues d'arrivées assez diverses. Puis nous et d'autres, c'est un autre style de vie qu'on cherche, c'est pas que pour le soleil ou avoir une grande maison. »(Ecle)

« Est-ce qu'on peut dire qu'il y a plusieurs vagues d'anglais qui sont arrivés, et que maintenant ce sont plus des familles comme vous ?

Oui, je pense que les familles sont plus intéressantes pour le développement du village, car les enfants vont à l'école. Ce ne sont pas des gens qui restent seulement 3 semaines par an. On n'aime pas ces gens là. Ils ne sont pas ici, pour s'investir. »(Ecle)

Il existe un biais dans les entretiens réalisés, car en passant par des intermédiaires, le risque de rencontrer des habitants visibles, connus, donc bien intégrés exclut la rencontre avec une frange d'européens du Nord présents sur le territoire mais peu visibles. Les personnes rencontrés parlent bien français, participent à la vie locale de leur commune. Est-ce le cas pour tous les européens du Nord ? Ceci est difficile à dire.

Les personnes rencontrées ont longuement raconté leurs motivations à venir s'installer. La particularité de ces personnes est le changement radical de vie qu'ils sont venus chercher ici. Le fait de changer de pays, de langue, de quitter famille et amis n'a pas le même sens que de déménager de 20, 100 ou 400 km. Alors pourquoi et comment se fait ce choix de

déménagement ? Le prix de l'immobilier est souvent cité dans les médias, par les locaux, comme étant le facteur premier de l'arrivée des européens du Nord en France. Mais cette explication du phénomène par cette seule variable est réductrice. Il ne s'agit pas que de ça, en tout cas, pas pour les personnes rencontrées. Même s'il est vrai, comme l'indique les études du réseau Era sur le marché européen que les prix de l'immobilier sont attractifs. En Grande-Bretagne, le prix moyen d'un logement à l'échelon national s'établit à 283 825 euros en 2005. En France, cette valeur n'est que de 176 000 euros. Pas étonnant que de nombreux propriétaires britanniques qui se sont enrichis grâce à l'immobilier, débarquent en France avec de gros budgets. Mais cela va-t-il durer ? Il semblerait, selon les observations des acteurs locaux, que le phénomène s'atténue. Les acquéreurs étrangers ne représentaient plus que 12% du marché des maisons de campagne l'année dernière contre 14% en 2004 au niveau national. On peut émettre l'hypothèse que les motivations premières de jouir d'un avantage économique, à céder le pas à des motivations plus profondes axées sur l'envie de changer de manière de vivre. Leurs départs correspondent à une étape biographique de leurs vies, retraite anticipée, projet artistique, tenter sa chance professionnellement ailleurs.

« Comment vous avez connu ici ?

Une amie à moi qui travaillait ici, elle m'a conseillé car il a acheté ici, à cette époque on était dans une recherche de ce qu'on voulait être dans la vie, car ce n'était plus possible pour nous de vivre au Pays-Bas. C'est devenu un pays désagréable à vivre en métropole avec ces problèmes de quartier, comme les banlieues ici. Puis j'ai toujours vécu dans des espaces énormes, au Sahel, en Tanzanie. »(EVae)

Les personnes interrogées ont quitté leur pays pour fuir une vie urbaine et dense qu'ils ne supportaient plus. L'attrait d'une campagne française paisible, calme et conviviale les a décidés. L'atout principal des territoires ruraux français est l'espace, la faible densité. Ils recherchent une campagne qu'ils ne trouvent pas dans leur pays d'origine. Une campagne peu urbanisée avec de grands espaces, une faible densité de population. A l'inverse la ville est souvent décrite comme « lieu de mal-être » (pollution, stress, violence).

« Ici, ça vous plaisait d'avoir moins de monde ?

Oui. Parce que la bas il y a 5 ou 6 villes mais entre il n'y a pas de campagne. On ne voit pas qu'on est sorti des villes. Ici, il y a beaucoup de campagne. »(EMze)

« Avant vous habitez Cardiff ?

On voulait couper avec cette vie urbaine. Je faisais 70 km par jour pour aller travailler. Les gens vivent trop vite, ils sont fous. Ça c'est négatif. »(ECle)

Le cadre naturel est le critère principal. Un cadre de vie naturel qui correspond à leurs aspirations de nouvelle vie. Le couple habitant Caylus a mis en avant ces critères pour leur fille de 10 ans comme étant le meilleur contexte pour elle. Mais ces derniers n'hésiteraient pas à déménager s'il existait un risque que ce cadre « idyllique » change. Par exemple, le projet d'enfouissement de déchets nucléaires sur le territoire les inquiète beaucoup, également l'augmentation de passage de camion dans le village.

« Si le camp militaire ferme avec la peur que les déchets nucléaires soient enterrés ici. Si c'est ça, on part, il y a beaucoup d'anglais et hollandais qui s'inquiètent. Ça ne serait pas bon car ce n'est pas compatible avec le mode de vie qu'on est venu chercher. Ça fait peur. »(Ecle)

La proximité avec Toulouse a été pour ce couple décisif dans le choix de leur lieu de résidence. Le mari effectuait toutes les 5 semaines le trajet en avion Toulouse-Pays de Galle, pour le travail. Ils ont donc choisi la proximité avec un aéroport pour favoriser cette mobilité domicile-travail particulière.

« Depuis combien de temps vivez-vous à Caylus ?

Ça fait 6 ans pour Alois et moi, et un an pour mon mari à temps plein. Il faisait 5 semaines ici, et 5 semaines en Angleterre pendant 5 ans. » (Ecle)

➤ **A la recherche d'une consommation de qualité et raisonnée**

La consommation des personnes interrogées, n'a pas de spécificités par rapport aux autres profils. Leur consommation se révèle être locale, et raisonnée. Ils se sont complètement adaptés aux produits et leurs pratiques sont très similaires aux comportements français, ils apprécient l'alimentation et les produits locaux qui ont selon eux, plus de goûts par rapport à leurs alimentations de leurs pays d'origine. Ils utilisent beaucoup internet pour des achats type matériels informatique, appareil photo, Cd, livres, qu'ils se font livrer à domicile.

« Est-ce que vous cherchez des produits que vous consommiez en Hollande ?

C'est comme quand j'étais en Afrique, tu consommes ce qu'il y a sur place. Ici, c'est pareil »(EVae)

Ils se déplacent peu à Montauban ou Toulouse contrairement aux navetteurs et retraités car ils supportent mal la densité de la ville.

Et vous allez quelque fois à Montauban faire des courses ?

On va le plus souvent à Caussade. Moi je n'aime pas Montauban, je n'aime pas les grosses villes. Quand je dois aller à Montauban, je suis malade. (Emze)

« Pourquoi vous achetez ici, localement ?

La qualité est meilleure, on doit acheter des produits locaux et des produits de saison, changer serait une erreur. La France est bien pour ça. On préfère payer plus cher et en avoir un peu moins mais de la qualité. Ils ont agrandi un super marché sur Caylus, on y va pas. On préfère utiliser le petit supermarché du village. »(Ecle)

➤ **Des nouveaux arrivants intégrés**

Selon les discours d'européens du Nord rencontrés, il existe deux catégories d'étrangers. Ceux qui viennent s'installer sur le territoire avec l'intention de participer à la vie locale, d'apprendre la langue française et ceux qui viennent ponctuellement 6 mois de l'année et qui restent entre eux. Il existe sur le territoire une communauté d'européens du nord qui se retrouvent entre eux avec le risque d'un entre-soi communautaire. Cet entre-soi est parfois volontaire, mais certains européens du Nord, surtout ceux ayant des difficultés à apprendre la langue française, souhaiteraient être aidés et informés lors de leurs arrivés.

« L'idée est de faire ça avec les nouveaux arrivants pour les intégrer. Parler des choses courantes, il y en a beaucoup qui ne savent pas où chercher des infos. »(Ecle)

Je n'ai pas pu rencontrer ces individus, du fait de leur faible visibilité sur le territoire. Ces individus partagent leurs temps entre leur pays d'origine et leur résidence sur le Pays Midi-Quercy. On peut se demander quel est leur type de consommation sur le territoire. Les personnes interrogées donnaient l'exemple de personnes qui venaient d'Angleterre avec leur coffre de voiture rempli de provisions. Des anglais, surtout, vivant en autarcie, rencontrant essentiellement leurs compatriotes, au travers d'associations ou de réseau informel qui petit à petit s'est élargi, avec l'arrivée d'européens du nord. Le couple habitant à Montpezat, est venu s'installer ici, en sachant qu'il existait un réseau anglophone, ce réseau les rassurait, et les a incité à venir s'installer.

« Vous aviez votre cousine là-bas, ça vous a aidé ?

Oui. Il y avait ma cousine et des amis à elle qui étaient anglais, ça nous a aidés. On s'est dit que si eux, ils peuvent le faire, nous aussi on peut le faire. » (EMze)

Ensuite, ils se sont détachés de ce réseau, tout comme les autres couples rencontrés. A leurs arrivées, ce réseau communautaire, les aide à s'adapter à leurs nouvelles vies

françaises mais très vite, ils ont fait le choix de s'en détacher pour aller à la rencontre des habitants du territoire. Le rapport avec les locaux est d'ailleurs assez particulier, ils se sentent parfois stigmatisés comme étant des étrangers avec un fort capital économique voulant racheter tout le patrimoine immobilier. C'est avec le temps, mais surtout leurs volontés de s'intégrer que les regards des habitants évoluent. Selon eux, « l'intégration », passe également par le fait de vivre et de consommer de la même manière que les français et de ne pas vivre et consommer comme ils le faisaient avant. Leurs manières de vivre et de consommer n'a donc rien d'exceptionnel, ni de particulière. Pour eux, l'intégration passe par le fait de consommer des produits locaux et de soutenir l'activité du village.

« Quand les gens, voisins, voient que des anglais achètent une grande maison dans Caylus, ils se demandent ce qu'ils vont faire avec. Mais quand ils voient qu'on s'investit dans la vie du village, qu'on a une fille qui va à l'école, qu'on reçoit les étudiants qui ont fait quand même marcher le traiteur, les restaurants, les cafés. C'est pas que pour nous. On est venu pour un style de vie, pour vivre ici. Il y a des gens qui ont beaucoup plus de moyens que nous, qui ont des maisons secondaires. Il y a eu des vagues d'arrivées assez diverses. Puis nous et d'autres, c'est un autre style de vie qu'on cherche, c'est pas que pour le soleil ou avoir une grande maison. » (ECle)

La particularité des personnes interrogées est, qu'elles ont toutes développé un projet professionnel sur le territoire. Un projet de création d'entreprise dans le secteur du bâtiment, un projet de résidence artistique et le dernier projet, la création d'une galerie d'art. Les individus se sont souvent sentis seuls dans leurs démarches et peu soutenus. Leur méconnaissance du système institutionnel français et parfois de la langue, les ont handicapés dans leurs démarches, ils souhaiteraient être soutenus dans leurs projets.

« Vous auriez aimé avoir un accompagnement pour votre arrivée ?

Oui. On a eu un accompagnement avec Mr Tyack, c'est un gentil homme. Mais les chambres de métier n'aident pas. C'est difficile, le travail. C'est un problème pour les artisans. Pour les entrepreneurs, on n'a pas d'interlocuteurs sauf Christophe Tyack, mais il est tout seul. (EMze) »

« Le problème qu'on a eu c'était plus au niveau professionnel. On a été naïfs. En Angleterre, l'art même dans le milieu rural c'est très encouragé. On pensait qu'on aurait pu faire notre projet plus facilement. C'est pas la même gestion des choses. Ici, c'est vraiment dirigé par l'état. Quand on est nouveau c'est pas facile.

Lui : Ouvrir une galerie ici, c'était une contribution aussi au village, mais il n'y a eu aucune assistance.

Elle : On a fait des dossiers pour Midi-Quercy et on n'a pas eu de nouvelle, alors qu'il y a des gens qui sont là depuis longtemps et qu'en ont eu, ça me gêne un peu.

On n'a pas eu de soutien, ni de suite. On a décidé d'y aller tout seul et nos partenariats viennent de l'étranger. On a été sollicité par un couple qui gérait Cathare. Ils ont proposé de travailler avec nous, ils ont eu les mêmes problèmes que nous. Tout le monde parle de mettre en réseau, mais nous on le fait depuis longtemps. On espère être en réseau avec 6 autres lieux en France. »(ECle)

➤ **Plus de service culturel et de loisir, comme pour les navetteurs**

Comme le profil des navetteurs, les européens du nord sont habitués à une offre de service publique urbaine, notamment en matière de culture et de loisirs. Une étude Mairie-conseil de 2004³⁵ met en évidence l'exigence des populations anciennement citadines sur les services tels que le transport, services sportifs et culturels. Cette demande renvoie à des lacunes anciennes des milieux ruraux, renforcés aujourd'hui par le rajeunissement et la diversification de la population.

« Moi je voudrais aller à la piscine, avant j'allais tous les vendredis en Angleterre après le travail. Ici, il n'y a pas de piscine couverte. »(EMze)

« Non, il n'y a pas de manque. Il manque une piscine, pour les enfants il n'y a rien pour les enfants. Il n'y a rien pour que les gens se retrouvent surtout l'hiver. C'est pour notre fille que ça va être le plus difficile. Elle faisait de la danse à Saint-Antonin, cette année. Elle est douée et on pense qu'on va la mettre au conservatoire de Montauban. »(ECle)

4 - Les autres

Ce profil réunit deux catégories d'individus qui ne se ressemblent pas d'un point de vue socio-démographique. Ils sont réunis dans ce profil, car ils ont la particularité d'avoir une mobilité interne et faible hors du Pays Midi-Quercy. Cette faible mobilité n'a pas, la même explication, selon ces deux catégories d'individus.

➤ **Les populations fragiles, la face cachée de l'économie résidentielle**

Il existe sur le territoire Midi-Quercy, des populations précaires, cette précarité a différentes facettes: des personnes à la recherche d'emploi de longue durée, accident de la vie

³⁵ Études Mairie-conseils. 2004. « *Les nouveaux arrivants des territoires ruraux.* » sur le site internet collectif « villes-campagnes »

qui entraîne des dépressions, des personnes seules. Mais ce qui peut vite accentuer cette précarité est l'isolement qui caractérise les territoires ruraux. La mobilité sur ce territoire rural est une vraie problématique, et peut devenir un handicap pour les populations les plus fragiles. Là encore, nous n'avons pas de chiffres précis sur le nombre de personnes dites « fragiles » qui s'installent sur le territoire, l'étude Acadie révéla qu'en 2000, la part des foyers fiscaux non imposable était de 60%, l'un des taux les plus élevés dans la région Midi-Pyrénées. Il existe bien dans le Pays Midi-Quercy, cette frange de la population qui vient s'installer dans un territoire rural car ils espèrent trouver une vie et une situation plus facile à vivre que dans les villes, qu'ils fuient ou que l'ont chassent. L'appel d'une campagne idyllique, d'une sociabilité plus forte, ne touche donc pas que les navetteurs, les retraités et les européens du Nord.

Cette catégorie d'individus rentre dans le phénomène d'économie résidentielle car ces individus ont souvent comme revenus les minimas sociaux pour survivre, des revenus importés, selon la définition de Laurent Davezies. L'économie résidentielle a donc une face plus sombre, il ne s'agit pas de capter leur potentiel revenu mais de les aider à mieux s'intégrer dans ce territoire rural, car il peut très vite se transformer en « prison dorée », avec ce sentiment d'être assigné à résidence. Leur consommation se limite au nécessaire, ils sont locataires de leurs logements et vivent grâce à une certaine entraide soit familiale ou de voisinage, quand il y en a une. Un individu habitant Saint-Antonin, expliquait qu'il utilisait la voiture de sa fille pour pouvoir se déplacer de temps en temps, notamment à Caussade, profiter des prix de biens de consommations moins cher que la supérette ou le marché du dimanche destiné aux touristes. Leur consommation est subie et non choisie

« Quelles ont vos critères lorsque vous allez consommer ?

C'est en fonction de l'argent que j'ai. La qualité surtout mais parfois c'est pas évident selon l'argent que vous avez. Je ne peux pas acheter le haut de gamme comme beaucoup de gens ici. Vous aller à Shoppy vous allez voir le prix des légumes vous partez en cavalant.

Et le marché ?

C'est pas donné non plus. Vous avez des prix vous allé le lundi matin à Caussade, ils sont moins cher c'est aberrant. C'est vrai qu'il y a des gens qui ont de l'argent mais il y a aussi beaucoup de gens qui sont au RMI. »(ESar2)

➤ **Les entrepreneurs résidentiels: vivre, travailler et consommer sur place**

Le profil « les autres », regroupe également les personnes qui ont la particularité d'être venu avec comme projet de s'installer et de travailler sur leur lieu de résidence. Le travail peut

être la source de ce déménagement, une mutation professionnelle par exemple, mais également la volonté de tenter sa chance sur le territoire en créant un projet professionnel. Leur lieu de résidence se confond avec leur lieu d'activité. Il faut noter que les européens du Nord peuvent également entrer dans cette catégorie. Ces projets professionnels correspondent à une offre urbaine qui profite aux nouveaux arrivants qui ont une culture urbaine notamment dans le domaine artistique, mais également informatique, des services comme l'entretien du jardin ou de la maison et des nouveaux secteurs du bâtiment comme les constructions à faible coût énergétique. Leur motivation à l'installation est souvent liée au cadre de vie et à une volonté de concilier ce cadre de vie avec une reconversion professionnelle. L'envie de changer de vie et de rompre avec une vie urbaine et une activité professionnelle stressante a joué dans leurs choix à l'installation. Par exemple, ce jeune couple qui vient de s'installer à Verfeil, avec un projet d'auto-construction de leur maison et un projet professionnel de formation en direction des publics qui veulent également construire leurs maisons écologiques. A la question, pourquoi avoir choisi cette commune dans la partie Est du Pays Midi-Quercy, la réponse rejoint les autres motivations vues précédemment pour les autres profils c'est-à-dire le cadre de vie, la nature, la proximité également avec les centres urbains.

« Ça faisait partie de la zone géographique qui nous intéressait aussi. On cherchait plutôt dans le sud, sud ouest.

Lui : oui, nord-ouest, massif central. On ne voulait pas forcément très cher, que le paysage soit intéressant. Oui c'est sur que ça a joué on ne serait pas allé habiter dans la région parisienne ou dans le couloir audonien.

Qu'est ce qui a plu quand vous êtes arrivé ici ?

Le paysage. Ça correspond à ce qui nous faisait envie. C'est la campagne, en France ce n'est jamais trop perdu. En 15 min en France on est toujours à un endroit où on peut faire ces courses. C'est pas comme en Australie. Donc oui, c'est la campagne, c'est vallonné, il y a du bois, des rivières. Il y avait le paysage, les gens du coin les initiateurs du projet qui était très motivant. »(EVe)

Leur pratique de consommation se révèle être très local. Ils ont une sensibilité particulière, du fait d'avoir un projet professionnel sur le territoire, à la problématique de désertification des commerçants locaux et des services comme la poste, les écoles. Les déplacements pour la consommation se font pour des biens en lien avec leur activités, comme l'informatique, ils profitent alors de ces déplacements, pour effectuer des achats sur Montauban, Toulouse, dans l'habillement mais également le bricolage, la culture.

« On essaie de limiter les trajets, et comme nous avons une amie à Montauban c'est Montauban ou Toulouse si on est amené à se déplacer. On essaie de limiter on ne va pas faire des courses exprès à Montauban ou Toulouse, mais si on est amené à y aller.

Elle : on ne va pas faire des courses exprès, c'est dans le cadre de nos déplacements qu'on fait les courses.

Vous vous déplacez pas mal pour les marchés ?

Oui. On fréquente aussi la pisciculture qu'est sur la commune de Varen. Quand on va à Montauban, et quand on a besoin de fringues, d'une piscine en plastique pour la petite, si on a besoin de faire des courses en supermarché. On a également fait des courses chez BIOSol, magasin bio à Montauban. »(EVeA)

Comme d'autres personnes rencontrées sur cette partie du territoire, la consommation des produits frais est locale, ensuite la consommation des biens non périssables s'effectuent dans les grandes surfaces à l'extérieur du Pays, tout comme le poste de l'habillement, bricolage, culture, habitat. Ces achats se font en grande quantité et selon les circonstances. Ils ne se déplacent pas exprès pour ce type d'achat.

« Quels sont vos critères d'achat ?

On privilégie le local et le bio pour le frais, tout le reste, conserve, c'est au super marché.

Les prix, la qualité

Lui : la nécessité

Si je veux absolument un produit bio que je ne trouve pas dans un rayon de 15 min autour de chez moi, je ne vais pas aller exprès à Montauban le chercher. »(EVAe) »

Le rôle des organismes de soutien sur ce territoire rural sont très importantes pour ces catégories d'individus. Les Eref (Espace Rural Emploi Formation), au nombre de trois sur le territoire, sont des lieux d'accueil d'information, d'orientation au service des demandeurs d'emplois et de formation, la coopérative d'activités d'Ozon soutient les créateurs d'entreprises et les accompagnent dans leurs projets. Ces organismes en milieu rural permettent à ces individus de concrétiser leurs projets mais également pour les chercheurs d'emplois d'avoir un lieu de proximité, où ils peuvent avoir accès à internet et continuer des recherches pas toujours évidentes dans des territoires isolés.

« Après on a la chance d'avoir à Saint-Antonin, l'EREF qui gère les ASSEDIC , recherche d'emploi, tout ça. On n'a pas été mis en rapport encore avec eux mais il y a une ANPE à Caussade, mais nous on a été convoqué à Montauban. Tous les 2 on est pour l'instant sous le régime des allocations chômages. » (EVeA)

III- DES DIFFÉRENCES DE CONSOMMATION PAR POSTE

La consommation peut également être analysée par secteurs de consommation. Au niveau national, l'INSEE et le CREDOC observent les évolutions par poste de consommation, notamment depuis 40 ans. Ces études montrent que la part du poste alimentation a diminué dans la consommation totale passant de 27,5 % en 1960 à 12,9% en 2006. La part de consommation du logement ou des transports sont devenus les plus importants.

	1960	1980	2000	2006	tvam
Alimentation	27,5	16,4	13,8	12,9	2,1
Habillement	10,1	6,1	4,2	3,6	1,8
Logement	9,7	15,4	18,1	19,4	3,9
Equip. Maison	7,9	6,4	4,8	4,6	3,0
Santé	1,9	1,6	2,5	2,6	5,5
Transports, communications	9,5	13,3	13,8	13,5	4,1
Loisirs et culture	6,1	6,9	7,2	7,2	4,9
Autres	13,1	13,7	13,2	13,2	2,4
Conso socialisée	14,1	20,1	22,4	23,2	3,8
Consommation effective	100	100	100	100	3,3

Source : INSEE – 40 ans de consommation des ménages

Les entretiens avec les nouveaux arrivants portaient sur trois principaux secteurs de consommation : L'habitat au sens large (de la construction à la décoration) commerces alimentaires (commerces ruraux), et vie personnelle (services aux particuliers, loisirs, culture). L'analyse des entretiens a permis de mettre en avant les stratégies et les pratiques de consommation différentes selon chaque poste ainsi que les contraintes locales dû à la localisation de l'offre et les alternatives pour détourner ces contraintes. Par exemple, un achat sur internet de livre ou de Cd est une alternative à une consommation locale, qui ne peut pas être satisfaite.

1- Habitat: bâtiment, décoration, ...

Ce poste couvre aussi bien le choix de l'habitat (maison ancienne à rénover ou construction de maison individuelle), que l'entretien de l'habitat à la décoration.

➤ Le choix de l'habitat

Les nouveaux arrivants ont le choix de chercher soit un terrain pour ensuite construire une maison neuve, ou d'acheter un bâtiment déjà construit mais qui nécessitait pour la plupart des rénovations. Les nouveaux arrivants rencontrés sont pratiquement tous propriétaires, tous pour les retraités, les européens du Nord et les navetteurs. Dans la catégorie Autres, quelques personnes rencontrées sont locataires, soit par choix ou par obligation (pas les moyens financiers d'accéder à la propriété). La plupart des nouveaux arrivants rencontrés ont la particularité de vivre en habitat individuel et non collectif. L'habitat dans certains cas, peut être le premier motif d'installation, le pays Midi-Quercy possède un patrimoine immobilier riche dans le sens où il existe beaucoup de vieille bâtisse typique, ancienne ferme souvent à rénover, surtout à l'Est du territoire.

« Comment vous avez trouvé cette maison ?

Mon mari la trouvé par des relations qu'il avait à Lasalle. Il est venu quelques jours chez eux et il est tombé amoureux de la ruine qu'était cette maison »(EClr)

Les européens du Nord et les retraités sont les plus friands de ce type d'habitat à rénover, ils recherchent également souvent du terrain, de l'espace. Dans la rénovation, les artisans locaux sont sollicités. Les artisans locaux sont bien perçus, leur travail est globalement apprécié même si des problèmes récurrents liés à la disponibilité de l'artisan à informer l'habitant sur l'avancement, les méthodes utilisés, surtout quand l'habitant n'est pas sur place pour suivre l'avancement des travaux.

« Et pour la maison vous avez l'avez rénové ?

Oui, on a eu quelques, problèmes. On a refait la terrasse deux fois. Il jouait sur le fait qu'on n'avait pas compris. Il faut être sur place, c'est quelqu'un qui a travaillé pour nous depuis quelques années on lui a fait confiance et il n'a pas fait ce qu'il aurait du. On avait une amitié, son fils avait le même âge que notre fille. C'est dommage. »(ECle)

Pour le profil des navetteurs et certains retraités, la construction passe par un promoteur, qui livre les maisons, clés en main. Les promoteurs sont basés à Montauban et Toulouse et la plupart des habitants ont évoqué des problèmes notamment dans les délais et les finitions. Le cas particulier est celui d'un lotissement où la commune et le promoteur se renvoient la balle, pour finir des travaux notamment de voirie. Les habitants de ce lotissement songent déjà à repartir dès qu'ils le peuvent si des solutions ne sont pas apportées à cette situation.

La construction se fait en lotissement et les habitants cherchent avant tout un terrain qui leurs plaisent plutôt qu'une maison. Le charme, le côté typique de l'habitat ne joue pas du tout ici, mais plutôt le prix, le côté fonctionnel du terrain et l'environnement du terrain.

« Puis nous, on aime bien tout ce qui est vallonné. On avait regardé les lotissements à Saint Etienne de Tulmont, c'était plat on n'appréciait pas beaucoup, alors qu'ici c'est vallonné. Tout simplement ça s'est fait comme ça. A l'époque il y avait des lotissements qui se construisaient sur Monclar puis les prix doubleraient d'une année sur l'autre. Donc on s'est dit on n'attend pas que ça double encore parce qu'on ne pourra plus acheter. Et donc ça c'était un nouveau lotissement, on a été les premiers à choisir le terrain, on a choisi le terrain qui nous intéressait le plus. »(EMon)

Les nouveaux arrivants rencontrés sont donc propriétaires pour la plupart. A l'Est du territoire, les retraités et les européens du nord, achètent des « vieilles pierres » et rénovent souvent en faisant appel aux artisans locaux, ils sont pour la plupart satisfaits sauf certains qui se sentent parfois abusés.

➤ **L'habitat « économie d'énergie »**

En ce qui concerne l'habitat « économie d'énergie », il n'apparaît pas de réelle demande forte sur ce thème, en tout cas, chez les nouveaux arrivants interrogés. Les valeurs que ce type d'habitat soutient (préservation de l'environnement) sont fortement approuvées mais la question du prix les freinent dans leurs envies. La question de l'information est également soulevée car par exemple, ce couple qui a fait construire par un promoteur, s'est rendu compte en allant dans un salon de l'immobilier à Toulouse, ce qu'ils auraient pu faire dans ce domaine. Mais souvent ce qui compte le plus pour eux, c'est d'abord de posséder une maison individuelle, ensuite ils pourront penser à des aménagements de leurs habitats, plus tard.

« Lors de la construction de la maison, est-ce que vous vous intéressiez aux économies d'énergies ?

Non. C'est bien mais ça à un coût. On s'était posé la question du chauffage au sol géothermie. C'est sûr, on fait des économies mais sur le moment c'est cher. »(EMcn)

« Ça vous intéresserait ?

Oui, par rapport à l'économie et par rapport à l'environnement aussi. Mais sur le moment on pense à la maison on ne pense pas forcément à ça. C'est quand on va faire le salon de l'immobilier à Toulouse qu'on a vu qu'on pouvait faire ça. Maintenant qu'on est là, on peut faire ça dans quelques années, on n'est pas pressés. Mais c'est vrai que ça nous intéresserait de faire des économies. On s'est renseigné trop tard pour le crédit et tout mais on compte le faire plus tard c'est des panneaux solaire et mettre une pompe à chaleur. » (ENgn)

Pour les maisons anciennes en rénovation, la question est plus délicate, car on agit sur de l'existant.

« Ce sont des artisans locaux. Non pas de l'éco-construction mais on fait en sorte qu'on ne sache pas ce qui a été refait et ce qui ne l'a pas été. C'est des pierres sèches. Mais en même temps à l'intérieur c'est double vitré, isolé. J'aimerais changer de chaudière mais il faudrait que le Pays aide les particuliers, pour les énergies renouvelables. C'est là qu'il y aurait un vrai impact, car quand on aide que les collectivités. »(ESana)

Un couple habitant dans le centre bourg de Caylus, est par exemple limité dans sa volonté de participer au développement durable comme il le souhaiterait.

« Vous étiez intéressés dans la rénovation de la maison par des procédés d'économie d'énergie ?

Là, c'est difficile, on a des contraintes, parce qu'on est trop proche du château. On voulait mettre des panneaux solaires, mais il faut que ça soit discret, là on n'a pas le droit. Au niveau chauffage, il n'y avait rien. On a mit 2 poêles au départ car on ne voulait pas tout casser pour mettre le chauffage central. On a pris des chauffages électriques avec des trous en porcelaine dedans qui accumulent. Maintenant il y a le confort avant il y a certaine pièces qu'on n'utilisait pas. On est très concerné par l'écologie. » (ECle)

L'habitat dit « économie d'énergie » est en évolution et progressent dans les mentalités, ce secteur est en pleine expansion et des actions comme le fait le Pays Midi-Quercy « écorencontre Énergie/Habitat » avec exposition, information, débats permettent de sensibiliser les habitants sur ce thème.

De nouvelles expériences sont révélateurs d'un certain changement dans la morphologie de l'habitat et notamment de nouveaux projets collectifs. Un couple de nouvel arrivant, rencontré dans la partie Est du territoire, est venu s'installer avec un projet axé sur l'éco-construction en éco-hameau. Ce couple reste une exception dans les nouveaux arrivants rencontrés mais, est révélateur des évolutions concernant ce domaine. Leur projet était de construire une maison écologique dans un lotissement avec d'autres personnes ayant les mêmes désirs. Malheureusement, le projet est pour le moment arrêté car un recours a été posé par des habitants de la commune, selon la raison officielle, que l'éco-hameau : « allait dégrader le paysage. » On voit bien à travers cet exemple, le décalage qu'il peut exister entre les autochtones et les nouveaux arrivants sur le partage du territoire et les innovations en matière d'habitat.

« Pourquoi êtes-vous venus ici ?

Dans le cadre de la construction de l'éco-hameau, pour construire une maison écologique sur le lotissement éco-hameau de Verfeil.

Ça nous plaisaient beaucoup de créer quelque chose ensemble, de voir jusqu'où on pouvait mener des actions qui vont dans le sens du développement durable. C'est ça aussi le projet d'éco-hameau c'est la construction écolo, mais c'est aussi pouvoir partager des transports, pour construire moins cher à être plus nombreux à faire certains achats, pour diviser les coûts. Le côté financier est important. Diviser certains équipements comme la partie pour laver le linge. »(EVeA)

« Ce sont des personnes, riverains qui ont posé le recours. Des gens qui ne veulent pas avoir un an de travaux en bas de chez eux. Un Monsieur qui a deux terrains. Il aimerait bien acheter ce terrain pour en faire des logements ici. Il ne veut pas de concurrence. Ça c'est les raisons officieuses, les raisons officielles, c'est qu'on va dégrader le paysage. Ces deux personnes font partie d'une association de sauvegarde du patrimoine paysagère. » (EVeA)

Alors que certains futurs nouveaux arrivants de cet éco-hameau se sont retirés du projet, ainsi que l'organisme qui s'occupait du projet, le couple a décidé de s'installer dans le village et de poursuivre les démarches administratives afin que le projet aboutisse.

➤ **Le bricolage et le jardinage : des postes importants**

Le principal changement pour les nouveaux arrivants, est le fait d'avoir désormais, pour la plupart une maison avec un terrain. A part, trois personnes rencontrées vivants en appartement, les autres vivent dans une maison. C'est d'ailleurs, comme nous l'avons vu précédemment, l'une de leur motivation à l'installation. Ce qui implique qu'un poste comme le bricolage, jardinage, entretien, est devenu plus important dans leur budget actuel qu'auparavant, du fait pour la plupart de leur provenance des villes. Les retraités sont le profil qui consacre le plus de temps et d'argent à ce poste. Les navetteurs ont également changé leurs habitudes urbaines et se mettent au jardinage pour madame et au bricolage pour monsieur, le week-end. Le jardinage est d'ailleurs considéré comme un loisir, mais également comme un acte éducatif pour les parents.

« Pour finir, pouvez-vous me dire les principaux changements en termes de consommation entre avant et après l'installation ?

Le marché que je ne faisais pas avant, gros point fort pour la qualité et aussi du coup on a fait un petit potager car ils vendent des plans. Ça ne nous était jamais arrivé. Bon pas grand-chose, des trucs qui poussent bien. Puis avec la petite, on a planté, on arrose le soir, ça pousse. »(ECaa)

L'achat de produits rattachés à ce poste tel que des outils, se font souvent dans les grandes surfaces telles que Bricomarché de Caussade et Bricodépot de Montauban. Ce sont les deux enseignes les plus citées. Les habitants de l'Ouest du territoire ont donc accès plus rapidement à cette offre. A l'Est, les habitants doivent se déplacer pour acheter des biens correspondant à ce service, les habitants développent alors une stratégie de consommation, qui consiste à concentrer ces achats sur un même lieu et en même temps. C'est-à-dire qu'ils ne vont pas aller exprès à Bricodépot à Montauban, ils vont rationaliser leur trajet.

« Non il y a tout ce qu'il faut, si peut-être un quincailler qui manquerait. Il y en avait un et il a fermé. On va à Bricomarché à Caussade ou Bricodépot de Montauban si mon mari reçoit le catalogue, on compare les prix, mais souvent Bricomarché arrive à s'aligner sur Bricodépot. »(ELaa)

L'offre en commerce de proximité pour ce poste là, est assez limitée sur le Pays, mais ces commerces de proximité sont mises valeurs par les quelques habitants qui les côtoient, notamment le contact humain, la confiance, le conseil, des qualités qu'ils ne trouvent pas dans les grandes surfaces. Il faut toutefois que les prix de ces commerces soient compétitifs, sinon leurs qualités s'effacent au profit des magasins moins cher.

« Moi c'est tout ce qui est le bâtiment. La j'ai quand même mes magasins : Chaussou, Tignolle à Monclar que je connais, j'ai un compte ouvert.

Et chez lui qu'est-ce qui vous plaît ?

C'est la qualité puis les prix sont les mêmes qu'à Montauban. Je ne vois pas pourquoi je vais aller à Montauban alors que là j'en ai pour 5 min pour aller à Monclar. Puis il y a le service, il y a un bon contact. Ce sont des copains, je les connais. Ça passe bien. Il n'y a pas de coup tordu tout est clair. »(EMor)

➤ **Les services à domicile dans le secteur de l'entretien de l'habitat**

Les personnes rencontrées entretiennent leur maison et leurs jardins de manière autonome. Pour le moment, ils ne font appel à personne pour les aider, sauf des personnes appartenant au profil des navetteurs. Les deux personnes dans le couple travaillent, le mari est souvent absent, la femme fait donc appel régulièrement à quelqu'un pour venir tondre sa pelouse et entretenir le jardin. Cette jeune femme a également fait appel à une personne quand elle était enceinte pour l'entretien et le ménage de la maison. Un autre couple également navetteur à Monclar de Quercy, veut profiter des avantages que leur donnent leur entreprise, comme les chèques emploi-service, pour employer quelqu'un pour venir faire le ménage et s'occuper des enfants.

« On verra plus tard pour les baby-sitters. J'ai des chèques emplois services à utiliser par mon travail. On paiera la baby-sitter avec et après pour utiliser ces chèques, on prendra quelqu'un pour l'entretien du jardin ou le ménage. J'ai droit à 200 euros jusqu'aux 11 ans des enfants. Je regarde les annonces dans superettes. » (EMcn)

La même question se pose pour les retraités, qui sont pour le moment très actifs. Ces jeunes retraités auront bientôt besoin de ce genre de service à la personne. Mais cette question est peu abordée dans les entretiens avec les retraités. Ils se sentent pour l'instant actifs et capable de s'occuper de leurs maisons et de leurs terrains qui parfois, de par leur taille, demandent beaucoup d'entretien et de temps.

2- Commerce rural et commerce alimentaire

➤ Les commerçants de proximité : une réelle pratique à l'Est du territoire

Comme nous l'avons vu dans la première partie, les valeurs de consommation sont différentes selon un effet de territoire : Est/Ouest. Les habitants à l'Est du territoire ont une sensibilité à consommer chez leurs commerçants de proximité. D'ailleurs le Maire de Caylus, met en avant le rôle crucial des nouveaux arrivants dans la redynamisation du centre-bourg, notamment la fréquentation des commerçants. Les habitants de l'Est ont une consommation alimentaire locale chez les petits commerçants et moins dans les grandes surfaces. La question de la proximité de ces grandes surfaces y joue pour beaucoup. Plus on habite loin de cette offre, comme Caylus ou Varen, plus on va limiter ces achats dans les grandes surfaces et consommer localement. Cette consommation locale est également un choix de vie lié aux valeurs qui sont différentes. Le seul fait de venir s'installer dans un territoire rural plus enclavé, correspond à des valeurs de vies qui vont se refléter sur leurs manières de consommer. On peut même dire, que pour certains, ils ont fui la ville pour échapper à des lieux de consommation comme les grandes surfaces, où les valeurs humaines comme l'échange, le contact humain sont exclues ou limités. En venant s'installer dans l'Est du territoire, ce qu'ils recherchent c'est un meilleur cadre de vie. La consommation de qualité et locale fait partie de ce projet de meilleur cadre de vie.

➤ **Le rôle de dépannage des commerces de proximité à l'Ouest**

A l'Ouest du territoire, les commerces de proximité n'ont pas la même fonction. Leur fréquentation n'est pas aussi prononcée qu'à l'Est. La concurrence avec les grandes surfaces y est plus forte du fait de la proximité des grandes surfaces, notamment de Montauban. Les navetteurs, le profil le plus important de nouveaux arrivants à l'Ouest, n'a également pas les mêmes valeurs et les mêmes contraintes notamment dans leurs temps sociaux pour pouvoir consommer localement comme les retraités ou les européens du nord habitant l'Est du territoire.

« Mais après je dirais que ça dépend de la gestion du quotidien, si j'ai pas le temps ça va être dans les grandes surfaces. »(EMcn)

Les commerces de proximité sont alors fréquentés pour dépanner et non pour leurs propres qualités. La question des prix est également importante. Si les prix étaient aussi compétitifs qu'ils le sont dans les grandes surfaces, ils iraient consommer chez eux. Les épiceries et les superettes ont ce rôle de dépannage, quand un produit a été oublié lors des courses dans la grande surface.

« C'est l'ancien boucher du village qui a monté le 8à8 et qui fait encore lui-même la viande, donc c'est autre chose. On achète toute la viande ici, après des petites choses qui nous manque mais on évite parce que niveau prix ce n'est pas la même chose. »(EMcn)

La question de la compétitivité des prix entre les commerces de proximité et les grandes surfaces se posent plus de ce côté du territoire qu'à l'Est. On peut se poser la question alors, de savoir : s'il n'existait pas cette offre de grande surface près de chez eux, est-ce qu'ils consommeraient localement ? Il semblerait que les grandes surfaces aient développé des comportements de consommation chez les habitants. Ces grandes surfaces correspondent également à des modes de vie qui se sont développés depuis une quarantaine d'année de consommation de masse. Ces grandes surfaces correspondent également à l'évolution d'une société individualiste, où les gens doivent concilier leurs propres temps sociaux et notamment temps de travail et temps familiaux. Les navetteurs seraient-ils prêts à consommer localement, certains oui, si des contraintes de temps par exemple, sont levées. D'autres, n'en ont pas l'intention et continueront à consommer dans les grandes surfaces, par habitude mais également par contrainte notamment de « pouvoir d'achat ». Certains élus, vont alors développer des zones commerciales sur le territoire, afin d'éviter à ces habitants de se déplacer pour faire leurs courses, l'intention est bonne pour le consommateur habitant le Pays,

mais implique un choix stratégique de développement local, car sur le long terme que va-t-il se passer si on multiplie les centres commerciaux. Car comme nous l'avons vu, plus il y a d'offre de ce genre, plus on est tenté d'y consommer. Les navetteurs rencontrés, pour l'instant hésitent, combinent grande surface et commerce de proximité. Ils aimeraient consommer des produits locaux mais n'ont pas encore trouvé la bonne solution pour concilier ces achats de produits locaux avec les contraintes de temps. Si une grande surface se construit près de chez eux, la question de la mobilité est en partie réglée, et vont ainsi consommer dans cette grande surface. En quelque sorte, la consommation serait locale, et les revenus seraient captés. L'économie résidentielle fonctionnerait, mais les valeurs, les envies de consommer autrement des nouveaux arrivants ne seraient pas prises en compte.

➤ **Le rôle important des marchés pour les produits frais**

Les nouveaux arrivants sont tous des amateurs des marchés. Cette fréquentation varie en intensité selon là encore, l'effet de territoire Est/Ouest. Les navetteurs à l'Ouest du territoire travaillent souvent le jour de marché de leur commune. Par exemple, à Monclar de Quercy, le marché est le mardi matin, c'est alors difficile pour les gens qui travaillent de s'y rendre. Pourtant, ce jeune couple avec enfant souhaiterait vraiment consommer des fruits et légumes produits localement. Le marché correspond à leurs valeurs de consommation, c'est-à-dire cette relation directe avec le producteur, des produits de qualité mais la pratique est différente car il existe une contrainte de disponibilité ce jour là. Ainsi, ce couple va consommer des produits frais dans les grandes surfaces alors qu'il préférerait consommer des produits locaux, sans passer par des intermédiaire que sont les grandes surfaces, mais ce couple n'a pas trouvé la bonne méthode qui concilie valeurs, envies de consommation et les contraintes de vie. D'autres solutions sont à rechercher notamment du côté des AMAP.

« Ce qu'on aime bien ici, c'est le marché le mardi matin, je ne le fais pas régulièrement mais là ce sont vraiment les petits producteurs du coin, on a la chance de pouvoir manger des melons de Quercy. »(EMcn)

Il existe une inégalité d'accès aux produits frais selon l'effet de territoire Est/Ouest. Les navetteurs ont, comme ont nous l'avons vu, plus de contraintes, ce qui les obligent à rationaliser leurs déplacements et leurs consommations et de ne pas consommer comme ils le désirent des produits locaux car soit le jour de marché est la semaine, donc un jour où les personnes travaillent, ou l'accès au centre bourg est difficile à pied car dangereux et difficile en voiture pour des problèmes de stationnement.

3- Vie personnelle : loisirs, culture, services

➤ La culture et les loisirs

Les nouveaux arrivants n'ont pas le même ancrage territorial, les nouveaux arrivants à l'Est du Pays s'impliquent davantage dans la vie locale, surtout par le biais associatif. On constate que les associations culturelles et sportives sont plus fréquentées à l'Est du territoire, là encore les contraintes liées au temps de vie influencent beaucoup. Les habitants de l'Ouest, contraints par leur activité salariale et leurs temps familiaux ont moins de temps à accorder aux postes des loisirs et de la culture. A l'Est, la culture et les loisirs passent essentiellement par le biais associatif, ils en sont d'ailleurs très content, car l'offre existante est abondante, surtout dans les bourgs comme Saint Antonin Noble Val et Caylus.

« Depuis que je suis ici, je chante. Au début à Caylus avec la chorale ça s'est arrêté mais le chef de cœur a continué avec un autre cœur dont je fais partie et c'est très agréable.

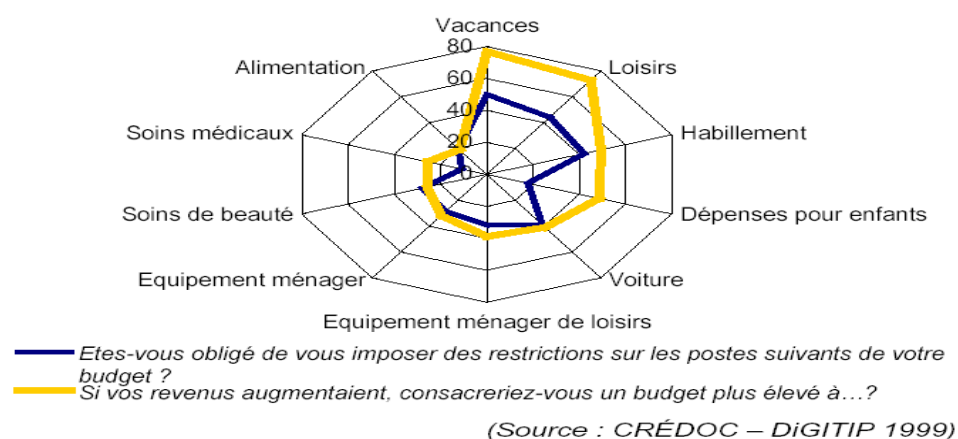
Comment vous avez connu ?

Avant je n'avais pas le temps. Et je n'y avais pas pensé. Un jour la chef de cœur passait par là, on a discuté et voilà. J'ai beaucoup plus le temps de lire aussi donc c'est très bien. Je vais toujours à des concerts. » (EClr)

« En plus mon mari et moi sommes sportifs. Nous nous sommes inscrits au bureau du tennis, nous avons pas mal d'activités. Mon mari s'est inscrit pour nettoyer les chantiers de randonnée des amis de Saint Antonin, tous les mardi matin, et moi je fais des cakes et quand on a besoin de moi je suis disponible. » (ESar)

Les loisirs et la culture passent par le biais associatif pour les habitants de l'Est du territoire, alors que les habitants de l'Ouest eux, ont des activités plus limitées et plus individuelles telles que les promenades en famille, le vélo ou encore des loisirs plus personnelles que socialisées comme la télévision, les DVD, la lecture. Il y a une forte demande pour les activités de loisirs et culturelles en direction des enfants. Au niveau national, le poste loisirs/culture avec les vacances est l'un des postes, qui, subit le plus de restrictions en cas de baisse dans le budget.

Sentiment de restrictions et arbitrage en cas de hausse des revenus



Par contre, on voit bien que les dépenses pour les enfants ne sont pas restreintes. Le discours des parents interrogés, abonde dans ce sens. Les parents préfèrent se priver sur le poste des loisirs et de la culture mais feront en sorte que les enfants ne manquent de rien.

« En termes de loisirs, est ce qu'il y a eu des changements depuis que vous êtes ici ?

Oui parce que du moment où on fait construire on n'a pas les mêmes moyens. On va faire un peu plus attention. Les restos on a toujours les tickets restaurants. Pour le cinéma on a des places moins chères avec le CA, donc on continue à y aller. Par contre si ça touche les enfants je ne regarde pas. Si on veut passer une après-midi à Tohu Bohu, on ira que j'ai les moyens ou pas. Je ne vais pas priver mes enfants parce qu'on a voulu faire construire. On se privera nous, les parents. »(ENgn)

« La seule chose qui m'inquiète pour les années à venir, ce sont les loisirs pour les enfants. En travaillant, je pense qu'on va être amené à prendre une personne les mercredis pour les amener aux activités. Il n'y en a pas énormément sur Monclar et les environs. L'année dernière on l'avait inscrit au Judo, le jeudi soir, ça tombait bien avec mes horaires, mais ça ne lui a pas plu. On va être amené à l'emmener soit sur Montauban ou Albi. Il n'y a pas de centre culturel, en plus maxime n'est pas très sportif, il voudrait faire de la musique et à part sur Montauban je ne vois pas. »(EMcn)

Au niveau de la culture, on constate une fuite vers les villes périphériques comme Toulouse ou Montauban, pour assister surtout à des concerts. La mobilité est très présente pour ce poste. Les week-ends sont l'occasion de retourner vers les anciens lieux de résidence pour retrouver amis et familles. Souvent, ces habitants ont des habitudes culturelles très urbaines telles que le théâtre, expositions, concerts et y retournent souvent. Pourtant, on peut se demander si l'augmentation du prix de l'essence peut influencer ces pratiques, car si l'on regarde le graphique plus haut, la restriction sur le poste voiture est également importante. Les loisirs et la culture au niveau local pourraient donc bénéficier de cette évolution de limitation de mobilité car avec le prix de l'essence, les habitants y pensent à deux fois avant de prendre

leurs voitures. Les habitants sont satisfaits de l'offre locale culturelle, ils ont tout simplement des anciens réflexes de citoyens qui petit à petit vont s'atténuer notamment à cause, ou grâce à l'augmentation du prix du pétrole.

➤ **L'habillement et commerces de services**

Le Poste de l'habillement, subit aussi de forte restriction, il a fortement baissé depuis 40 ans. Selon les profils, ce poste prend une importance différente. Les retraités rencontrés, par exemple sont peu attachés à ce poste, ces derniers ne suivent pas les effets de mode et ont accumulés durant leurs vies des vêtements qui ne renouvellent pas ou peu. Ils n'en ont pas ou plus la nécessité. Le fait de ne plus avoir d'activité professionnelle, ne les contraint plus comme avant à renouveler des « tenues de travail » et se satisfont de tenues décontractées.

« Pour l'habillement ?

Alors là... Les fringues que j'ai-je les ait depuis une éternité. On aime pas faire les magasins. »(ESana)

A l'inverse les jeunes actifs avec enfants ont des lieux d'achats plus spécifiques : magasins de grande surface ou boutique en ville auxquelles elles sont habituées. L'habillement est le poste de consommation où il existe une forte évocation commerciale vers Montauban et ces centres commerciaux.

« Et au niveau de l'habillement ?

Alors là Montauban ou Toulouse.

Les grandes surfaces ou centre-ville ?

Alors plus ceux du centre-ville. Pour les adultes, ça sera centre-ville et pour les enfants, centre-ville et un peu partout. Je lui ai pris des trucs des fois à Leclerc, à la halle ou Kiabi. »(ECaa)

En termes de service liés à la personne, les pratiques sont contrastées. Il existe une vraie demande locale surtout pour les navetteurs qui ont importé des pratiques urbaines, pour une anecdote, une « navetteuse », déplorait de ne pas avoir de toiletteur pour chien près de chez elle. En général, les habitants sont satisfaits des services proposés localement et n'ont pas d'attentes spécifiques sauf pour les couples avec enfants en ce qui concerne la garde et les activités.

PARTIE III

CONCLUSION ET PISTES DE

REFLEXION

Le principal résultat de cette étude est, qu'il existe une fracture entre l'Ouest et l'Est du territoire Midi-Quercy en termes, de profil de nouveaux arrivants et de manière de consommer de ces individus. La problématique de consommation locale n'est donc pas la même entre ces deux parties du territoire. Ensuite les entretiens auprès des nouveaux arrivants ont mis en évidence qu'il existait une réelle demande de « consommer autrement », des valeurs de consommation qui se dirigent plus vers les produits locaux de proximité notamment pour les produits frais. Ces valeurs de consommation ne sont pas toujours en adéquation avec leurs pratiques, surtout dans la partie Ouest du territoire. Le profil des navetteurs (surtout présent dans l'Ouest du territoire et qui représente un afflux plus important d'arrivée de population depuis 1999) connaît un certain nombre de contraintes liées notamment à leurs différents temps sociaux, plus difficile à gérer. A l'Est du territoire, les habitants connaissent d'autres types de contraintes qui ne touchent d'ailleurs pas que les nouveaux arrivants c'est la question de la mobilité et l'accès au même nombre de services et d'offre que les urbains et notamment, l'accès à internet qui devient primordiale aujourd'hui surtout pour les territoires ruraux. Les pratiques des nouveaux arrivants, dans cette partie du territoire correspondent souvent à leurs valeurs de consommation qui se traduit par une consommation locale.

Le phénomène grandissant du phénomène d'installation à la campagne ne se réduit pas à une simple réserve de revenus qui vont pouvoir être dépensé sur le territoire. Cette dimension économique qui caractérise le phénomène d'économie résidentielle est à relativiser. Ce potentiel économique existe et les TPE doivent s'adapter à ces évolutions de la demande même s'il semble que les habitants se soient adaptés à l'offre locale et que cette offre leur convient. Ces nouveaux arrivants sont avant tout porteur d'un savoir faire, d'un savoir être et peut-être aussi futur porteur de projet.

I - LA CONSOMMATION LOCALE : UNE PROBLÉMATIQUE DIFFÉRENTE SELON LE TERRITOIRE

Le territoire Midi-Quercy n'est pas un territoire rural uniforme. Cela implique des problématiques différentes notamment pour les commerces et services de proximité. En effet, les problèmes ne sont pas les mêmes pour la partie Ouest du territoire, proche des villes moyenne comme Montauban et la partie Est, plus enclavé où le village est un peu plus loin de

tout. Les nouveaux arrivants à l'Ouest du territoire, ont une consommation locale très limitée, on constate une plus forte évasion commerciale surtout vers les zones commerciales à la périphérie de Montauban. Ces pratiques de consommation sont liées à la proximité de l'offre. Plus le lieu de résidence est proche de ce type d'offre, plus on va y aller. C'est l'effet de distance et de proximité. Mais au-delà, on constate que les nouveaux arrivants qui s'installent dans cette partie du territoire ont des habitudes urbaines, des réflexes qui ne changent pas. Pourtant, on sent chez certains nouveaux arrivants interrogés, l'envie de changer de manière de consommer, de s'orienter vers des produits locaux, d'aider les petits commerçants. De nouvelles valeurs émergent tout doucement mais, ne sont pas forcément mises en pratiques.

Il existe donc un potentiel lié à l'économie résidentielle dans cette partie du territoire, autour de la consommation des produits frais. Il existe des explications à ce non passage à l'acte entre valeurs et pratiques de consommation. Les navetteurs, les plus présents dans cette partie du territoire, ont un certain nombre de contraintes liées à leurs temps sociaux ; comme nous l'avons vu. Une maman doit partager son temps entre les temps familiaux, domestiques et professionnels et temps de transport. C'est à partir de cette situation, qu'elle va développer des stratégies de consommation qui vont prendre en compte, le gain de temps, la praticité, les prix. Ce sont ces types de contraintes qui vont lui faire mettre de côté certaine de ces valeurs, comme la consommation locale, car pas en adéquation avec son mode de vie. L'émergence de nouvelles valeurs de consommation appelées post-matérialiste n'étaient pas présent dans tous les entretiens, certains continueront à se déplacer et à consommer dans les grandes surfaces, à ne pas s'inscrire sur leur lieu de résidence. Mais les valeurs post-matérialistes où la consommation est un moyen d'affirmation de soi se développent doucement. Ces changements de valeurs impliquent petit à petit des changements de pratiques de consommation, même si le processus peut parfois être long, il est important de l'accompagner et de proposer des alternatives à l'offre existante. L'acte de consommation devient selon des chercheurs comme R.Rochefort, un acte raisonné responsable : le pouvoir d'achat devient alors un pouvoir d'action. Il faut accompagner ces valeurs naissantes, notamment à travers l'information, car comme nous l'avons vu les navetteurs s'installent ici, surtout pour un prix du foncier attractif, de ce fait leur réseau social de proximité est assez limité. Ils n'ont pas de cercle d'amis ou de famille qui peuvent les conseiller, les orienter. Le bouche à oreille ne fonctionne pas pour eux, car ils arrivent souvent dans un endroit qui leur est inconnu.

De l'autre côté du territoire, à l'Est, il existe déjà ces pratiques de consommation « raisonnée ». La consommation locale est développée, soit pour la qualité des produits soit pour des raisons plus militantes d'aide au développement local et à la sauvegarde de l'environnement. D'ailleurs, le maire de Caylus le dit : ce sont les nouveaux arrivants qui ont fait revivre le centre-bourg, par leur consommation locale chez les petits commerçants. Les locaux avaient eux, tendance à fuir vers Montauban. Ce n'est pas le même type de nouveaux arrivants qui s'installent dans cette partie du territoire plus isolé. Souvent le choix de changer de lieu de résidence, de s'installer ici, va de paire avec un changement de pratiques de consommation. En effet la motivation à l'installation est souvent liée à des valeurs telles que le respect de la nature, à la tranquillité, ainsi une consommation proche de ces valeurs, c'est-à-dire locale, va être adoptée. Les revenus de ces nouveaux arrivants sont donc captés pour partie mais il faut les garder. D'autres territoires ruraux sont attractifs en France mais également en Europe. Même si dans les entretiens effectués, les retraités et les « autres » ne semblaient pas prêts à repartir, les européens du Nord se disaient prêts à partir si ce cadre de vie idyllique et naturel changeait. Il est donc important de soutenir et de développer ces aspects liés au commerce de proximité qui font partis du cadre de vie idyllique : produits de qualité, lien social, proximité, le conseil, mais également des postes tels que la culture ou les loisirs pour ces populations qui ont une certaine culture du temps libre (pour les retraités) et des habitudes urbaines.

Enfin, la face cachée de l'économie résidentielle, que l'on retrouve surtout dans cette partie Est du territoire, est liée à la catégorie « Autres ». Les populations fragiles sont également des individus qui viennent s'installer sur le territoire mais pour eux, se pose une problématique liée à la mobilité sur un territoire rural isolé. Le sentiment d'être assigné à résidence peut se développer, car ils n'ont pas la possibilité comme les autres d'avoir le choix de se déplacer. Ils consomment alors localement mais plus, par dépit. La question de la mobilité est alors cruciale dans cette partie du territoire, qui peut vite devenir un handicap. L'autre point important pour cette partie du territoire est l'accès au nouveau moyen de communication comme l'accès à internet, pour limiter ce sentiment d'exclusion. Internet est également une condition *sine qua non* pour le maintien de nouvelle population, notamment les individus venus avec un projet professionnel.

II - UNE RÉELLE DEMANDE DE CONSOMMER DES PRODUITS FRAIS LOCAUX : TROUVER DES ALTERNATIVES

Il y a une demande et des pratiques qui tendent vers une consommation des produits locaux. Les fruits et légumes sont les produits où la demande est la plus forte. Certains nouveaux arrivants consomment des fruits et légumes des grandes surfaces mais se déclarent déçus et souhaiteraient consommer des produits du Pays. Les motivations à ce changement sont liées aussi au souhait de ces nouveaux arrivants de ne plus consommer ou moins consommer les produits des grandes surfaces. On peut se demander, si la fin de la fréquentation des hypermarchés est arrivée. Des signes de baisse de fréquentation sont pourtant perceptibles³⁶. Est-ce annonciateur de la fin des hypermarchés ? La question est hasardeuse surtout dans le contexte actuel de faible croissance et où le pouvoir d'achat est au plus bas. Les consommateurs achètent-ils moins ou achètent-ils moins en grande surface et se dirigent vers d'autres formes de consommation ? C'est la question que se pose les auteurs de l'article paru dans *les échos* :

« L'hypermarché est-il atteint de maladie mortelle ? En publiant pour la première fois de son histoire des chiffres de décroissance de la consommation dans les grandes surfaces (« Les Echos » du 5 juin), IRI France a semé le doute sur un modèle déjà en mal de repères. « *Ce sont des données objectives lourdes* », insiste Olivier Geradon de Vera, vice-président de la société d'études. « *Depuis des années, les sociologues de la consommation tirent la sonnette d'alarme. Ils observent une prise de distance des consommateurs vis-à-vis des entreprises et des marques, mais c'était jusqu'au 1er janvier 2008 sans effets sur les comportements* », poursuit-il. Un avis partagé par Danielle Rapoport, psychosociologue et directrice de DRC Conseil : « *Cette attitude visait surtout de la part des Français à redonner un sens à leurs dépenses. Mais elle restait au niveau des discours.* »

Des symptômes de ce désamour apparaissent dans les discours des habitants rencontrés. Ils reprochent aux grandes surfaces une consommation stressante, un manque de lien social et des grandes surfaces jouant le jeu de la mondialisation. Ce couple de retraité est nostalgique d'un temps où les petits commerces faisaient vivre le village.

³⁶ « *Le modèle de la grande distribution malmené.* » in Les échos .19/06/08

« C'est la voiture qui a développé ces grandes surfaces qui ont pourri la vie. Il y a un supermarché à Monclar mais qu'est ce que vous voulez qu'il tienne la route. Les gens y vont acheter ceux qu'ils ont oublié à Montauban. Mais il ne peut pas lutter avec des grandes surfaces qui sont des multinationales qui ont des prix moins élevés. » (EMor)

Les nouveaux habitants ont des habitudes, des réflexes qui les font consommer en grande surface, même s'ils souhaiteraient consommer autrement. Une consommation dite « durable » tend donc à se développer, mais ce type de consommation est pratiqué surtout par une partie de la population appartenant aux couches supérieures de la population. Souvent ce qui est mis en avant c'est le manque d'information sur ce qui se pratique près de chez eux en matière de produits locaux. Par exemple cette « navetteuse » qui a cherché des alternatives sur le Pays pour consommer des produits frais locaux. Ces motivations sont un combiné de : pratiques en faveur du développement durable, meilleure qualité au niveau du goût surtout pour ses enfants et de soutien aux producteurs locaux. Elle a donc cherché avec son mari des solutions alternatives, telles que les AMAP, qu'ils n'ont pas trouvées. L'offre est selon elle, peu visible, et pas toujours adaptée.

« La qualité, oui pour les petits c'est important de manger sain. Le concept de l'AMAP on avait bien aimé. Manger des fruits de saison, puis c'est bien pour les agriculteurs aussi. On aimerait bien que ça se développe. C'est bien parce qu'on se rend compte qu'avec les problèmes de temps, climatique. Si on veut continuer à avoir des agriculteurs qui puissent vivre de leurs outils, on peut les aider comme ça aussi. »(EMon)

Des alternatives sont donc à mettre en place pour répondre aux attentes de ces nouveaux arrivants, des réponses qui doivent se concilier avec leurs contraintes de temps. Le Pays Midi-Quercy a comme projet, un magasin bio en ligne, où les habitants se déplaceraient chez les agriculteurs faisant partie du réseau, récupérer leurs produits qu'ils auront commandés en ligne. Certains des nouveaux arrivants seraient prêts à utiliser ce procédé, même si, par exemple les retraités, ont une certaine méfiance envers les produits Bio et n'utilisent pas internet. Les jardins des Gorges de l'Aveyron, surtout développés dans l'Est du territoire permettent par une adhésion de faire partie de l'association et de recevoir un panier toutes les semaines dans un point-dépôt. Des alternatives allant dans ce sens là sont donc à poursuivre, surtout pour les habitants de l'Ouest du territoire.

Tous les habitants rencontrés n'ont pas ces valeurs de consommation locale, et préféreront continuer à aller dans les grandes surfaces. D'ailleurs si les produits frais, type

fruits/légumes, mais également viande sont les produits qui se consomment chez les producteurs et commerçants locaux, les produits d'entretien par exemple, vont continuer à être consommé dans les grandes surfaces. Se pose alors la question, notamment pour les élus soit, de voir ces habitants consommer ailleurs que dans leurs communes soit, d'implanter ce type d'offre dans leurs communes. Depuis juillet 2008, la loi de modernisation économique permet aux grandes surfaces de moins 1000 m² de s'implanter sans autorisation préalable de la commission départementale de l'urbanisme. Cet assouplissement des règles d'implantation a pour objectif de développer la concurrence entre les enseignes et de faire baisser les prix pour les consommateurs. Certaines communes jouent à fond cette carte du libéralisme, en faisant venir des enseignes sur leur territoire, c'est le cas dans l'Ouest du territoire. L'objectif affiché est de permettre aux habitants de ces communes de pouvoir faire leurs courses sur leur lieu de résidence et d'éviter les déplacements. Si cette offre satisfait une certaine partie de la population, notamment les navetteurs, il faut compléter cette offre avec des alternatives de consommation.

De l'autre côté du territoire, à l'Est, l'implantation des grandes surfaces avec cette nouvelle loi est vécu comme une menace pour les commerçants mais aussi pour les habitants qui fuient ce genre d'endroit. Au-delà des préférences des nouveaux habitants, les communes de l'Est ne connaissent pas la même croissance démographique et le même type d'arrivée de population qu'à l'Ouest. La problématique des commerces locaux et la survie des centres bourgs est plus importante dans cette partie du territoire. Pour ce type de problématique, l'Etat a mis en place les Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce (FISAC), une aide qui vise à développer et aider les TPE de proximité par les actions suivantes :

- Les opérations individuelles à destination des entreprises en milieu rural

- Les opérations d'aménagement dans les communes rurales

- Les opérations collectives de modernisation en milieu rural et les opérations urbaines (+ de 2 000 habitants)

III - DES OUTILS ET DES SITES INNOVANTS

1- Les politiques d'accueil

L'accueil de nouveaux habitants est devenu pour les territoires ruraux, un réel enjeu de développement local. Confrontés pendant des décennies à un mouvement d'exode rural et au vieillissement de leurs populations, les territoires ruraux ont été fragilisés par un déclin démographique important, qui s'est accompagné d'une perte de services et commerces, voire d'une perte d'identité. Mais cette érosion n'est plus une fatalité et de nouvelles perspectives s'offrent aujourd'hui aux territoires ruraux. Plusieurs facteurs expliquent cette tendance : le développement des mobilités, les nouvelles organisations professionnelles et familiales, le souci du développement durable et la recherche d'une meilleure qualité de vie face aux nuisances urbaines. Le patrimoine bâti, culturel, environnemental sont des puissants facteurs d'attractivité. Le collectif « Ville-Campagne » illustre bien l'importance du phénomène, avec un dispositif de réseau et d'information pour l'aide à l'installation en campagne. Des sessions d'informations sont régulièrement sur les thèmes tels que « Partir vivre à la campagne »³⁷. Les régions du centre de la France, comme l'Auvergne, ont compris l'importance et la nécessité d'accueillir ces nouvelles populations pour le développement local. L'Auvergne fait figure de pionnière dans les politiques d'accueil des nouvelles populations en développant une vraie culture de l'accueil. Longtemps, ce rôle a été joué par les associations mais l'érosion démographique ont fait que les collectivités locales, structures intercommunales et chambres consulaires se sont accordés pour construire une politique d'accueil cohérente. La politique d'accueil est une politique globale et transversale, car elle couvre aussi bien l'économie, l'habitat, ou le cadre de vie. Les périmètres d'action pour mettre en place ce type de dispositif sont pertinents à une échelle de bassin de vie, de proximité comme un Pays. Par exemple le Pays Centre Ouest de Bretagne a mis l'accueil au cœur de la charte de Pays, dans le cadre du Projet Leader plus en 2002. Ces expériences concernent des territoires ruraux en déclin démographiquement, mais également des territoires qui ont décidé d'accueillir des habitants de manière intelligente favorisant leurs intégrations. Cet accompagnement se révèle être nécessaire pour que ces derniers s'inscrivent durablement dans le territoire. Ces politiques d'accueil se traduisent concrètement par des kits d'accueil comprenant des informations sur la vie locale du Pays, des commerçants, et des services, des activités de loisirs et culturelles. Ces envois de kits se font grâce aux fichiers de la Poste. L'échelle du Pays serait pertinente et pas seulement au niveau de l'échelle communale. Cela contribuerait à l'appropriation par les habitants de cette échelle de territoire et à développer l'identité et la cohérence du territoire

³⁷ Site collectif ville campagne : <http://www.projetsencampagne.com/>

Pays Midi-Quercy. Les discours des habitants mettent en évidence leurs méconnaissances et le manque d'information sur ce qui se passe sur l'ensemble du territoire, notamment sur les produits proposés par les producteurs locaux ou des offres alternatives comme les AMAP, mais également les activités de loisirs.

2- Accompagner et informer les TPE

L'étude met en évidence des tendances de consommation des nouveaux arrivants ainsi que leurs manières de vivre, mais il s'agit d'un échantillon restreint. Une étude complémentaire quantitative permettrait de préciser les attentes et les besoins sur le territoire, de manière plus précise par poste de consommation. Le biais de cette étude réalisée est que les nouveaux arrivants interrogés, surtout à l'Est du territoire, l'ont été grâce à une personne intermédiaire agissant localement, ainsi les caractéristiques de ces nouveaux habitants et leurs discours sont peut-être biaisés notamment sur leur satisfaction par rapport aux services et produits fournis par les Très Petites Entreprises du territoire, notamment les commerçants. Les habitants rencontrés sont satisfaits de leurs commerçants de proximité. S'ils n'y vont pas, cela est dû à des contraintes de vie que les TPE doivent prendre en compte, notamment en termes de livraison, d'horaires. Les habitants ont un discours positif envers eux, et souhaiteraient consommer chez eux pour les aider. Ils mettent en valeur chez eux la sociabilité et les produits de qualité. Les TPE ont une concurrence très forte avec les grandes surfaces, notamment en termes de prix. Ils doivent donc comme le font les commerçants de Caussade, se regrouper en association et proposer des services que les grandes surfaces ne peuvent pas fournir et faire valoir leurs facteurs de différenciation. Comme le disait Mr Perchet lors des jeudis de la prospective, un commerçant ne peut pas exister tout seul, il doit faire partie d'un collectif. Ils doivent être visibles et accessibles et montrer également une dynamique de développement. Des actions plus profondes sont menées par l'intermédiaire des projets FISAC. C'est le cas pour la communauté de commune des Deux Rives qui a mené de 2006 à 2009, une action de modernisation du commerce et de l'artisanat. Des aides concrètes, comme la modernisation des locaux ont été menées pour une meilleure attractivité. Des actions de fidélisation des habitants ont été menées, à travers la mise en place d'une carte de fidélité. Cela peut s'apparenter à des pures actions de marketing, pourtant on remarque bien dans les entretiens que les habitants ont des valeurs de consommation correspondant aux commerces de proximité. Ces derniers doivent jouer, de leurs atouts et séduire des habitants

encore un peu perdus et peu informés sur l'offre locale, par l'intermédiaire d'outils de communication, d'information, et de fidélisation des habitants. Des réflexions sont également à mener autour du « tricotage » social. A partir d'un point de fixation tel que des services publics présents, comme la bibliothèque communal ou encore le marché. Il faut développer des expériences pour favoriser la mobilité, qui devient un point crucial pour ce type de territoire rural, comme le co-voiturage ou des alternatives multimodales à penser au niveau d'un schéma de déplacement et de transport. Les commerçants peuvent être un aspect de ce maillage entre les différences forces vives du territoire. Le développement de ces territoires passera par la coordination de différentes actions. Des actions sont donc à penser au niveau d'un schéma de service à la personne, qui combinerait et articulerait un ensemble d'action.

BIBLIOGRAPHIE

Le Pays Midi-Quercy

- Dossier Candidature au périmètre définitif Midi-Quercy. Juillet 2002
- INSEE Midi-Pyrénées. 6 Pages. *Le Pays Midi –Quercy : un territoire attractif, à forte vocation touristique*. Numéro 75. Septembre 2004.

L'économie résidentielle

- Laurent DAVEZIES. (2008). *La république et ses territoires*. Ed Seuil.
- L'étude ACADIE : *L'économie résidentielle et le développement local : conséquence ou levier? Le poids de l'économie résidentielle dans les Pays de Midi-Pyrénées*. Octobre 2007

Sociologie de la consommation

- Pierre BOURDIEU , « Le capital social », Actes de la recherche en sciences sociales, n°31, 1980, p. 2.
- Jean BAUDRILLARD (1970), *La société de consommation. Ses mythes, ses structures*, Paris, Gallimard, coll. « Idées »
- Dominique DESJEUX (2006). *La consommation*. Paris. PUF
- Nicolas HERPIN (2001), *Sociologie de la consommation*, Paris, La Découverte, coll. « Repères ».
- Nicolas HERPIN et Daniel VERGER(2000), *La consommation des Français*, t. 1 : *Alimentation, habillement, logement* ; t. 2 : *Transports, loisirs, santé*, Paris, La Découverte, coll. « Repères »
- Bernard LAHIRE, « *L'homme pluriel. La sociologie à l'épreuve de l'individu* », Sciences humaines, n° 91, février 1999, p. 30-33
- Robert ROCHEFORT. (1995), *La société des consommateurs*, Paris. Ed Odile Jacob.
- Robert ROCHEFORT. (1997)*Le consommateur entrepreneur*. Paris. Ed Odile Jacob
- Robert ROCHEFORT. (2006)*Le bon citoyen, mauvais consommateur*. Paris. Ed Odile Jacob

- Victor SCARDIGLI (1983), *La consommation, culture du quotidien*, Paris, PUF.
- Rapport de l'INSEE. *La consommation des ménages depuis 40 ans*. Février 2002.
- CREDOC. « *Les grandes tendances prospectives de la consommation.* » Juin 2000
- « Entreprises et Territoires s'interrogent sur l'avenir ». Rencontre organisé par l'ADEFPAT. Pays Midi-Quercy et Pays Albigeois et des Bastides. Juillet 2008. Cordes et Saint Antonin Noble Val.
- Revue économique Les échos. « *Le modèle de la grande distribution malmené.* » 19/06/08 et ANTOINE BOUDET « *Les Français achètent moins dans les grandes surfaces* » in *Les Echos*. 5 juin 2008

Les stratégies résidentielles : s'installer en territoire rural

- Michel BONNET et Dominique DESJEUX. (2000), *Les territoires de la mobilité*. Paris. PUF
- « *La ville à trois vitesses : relégation, périurbanisation, gentrification* ». Revue Esprit. Jacques Donzelot. Mars 2004
- Daniel HERVIEU LEGER (1998). *Le retour à la nature*. Paris. Ed L'aube.
- Bernard KAYSER. (1996). *Ils ont choisi la campagne* ». Paris. Ed L'aube.
- Rapport de la DATAR (2003). *Quelle France rurale pour 2020 ?* Paris. La documentation française
- Étude CERTU. « *Le périurbain à Toulouse, Montauban, Lyon et Epinal* ». 2007
- Étude CERTU. « *Le périurbain, quelles connaissances, quelles approches.* »
- Revue : *Espace Populations et Sociétés*. (2001). « *Repopulation et mobilités rurales* »

ANNEXES