

COLLOQUE
REVITALISATION **2^{ème}**
DES CENTRES VILLES ET *édition*
DES CENTRES BOURGS

Bonheur local :

**l'attachement au territoire,
moteur de revitalisation**



CAHIER D'ENSEIGNEMENTS DU COLLOQUE
15 MAI 2025
AU PETIT THÉÂTRE DE NEVERS





FINANCÉ PAR

NIÈVRE
le département

**Pays
Val de
Loire
Nivernais**

nevers
AGGLOMÉRATION

Ville de
NEVERS

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION:
ERIC GUYOT

RÉDACTION:
JULINE LEBRUN

ILLUSTRATIONS:
CYRILLE BERGER

CONTRIBUTEURS:
MANI CAMBEFORT, VALERIE
JOUSSEAUME, SOIZIK
BECHTOILLE, JEAN BLAISE,
ROBERT MARTIN, MATHIEU
PERONA



EDITO

PAR ERIC GUYOT_ PRÉSIDENT DU PAYS
VAL DE LOIRE NIVERNAIS



En 2019, notre territoire a engagé une démarche ambitieuse avec le dispositif « Revitalisation centre-bourg ». 21 communes, reflet de la diversité du Pays, des centralités urbaines aux villages ruraux, se sont inscrites dans cette dynamique. Le Pays Val de Loire Nivernais assure un rôle d'animation et d'ingénierie en accompagnant les élus, les acteurs culturels et associatifs dans la mise en œuvre de leurs projets en concertation avec la population.

Le colloque que nous avons organisé avec la Ville de Nevers et Nevers Agglomération s'inscrit pleinement dans cette trajectoire. Son objectif était de mettre en lumière l'attachement au territoire comme véritable levier de revitalisation, en cohérence avec notre stratégie d'attractivité. Ce fut aussi un moment pour prendre de la hauteur, interroger le sens de nos actions et construire collectivement la suite du dispositif à partir des expériences et des enseignements partagés.

Tout au long de la journée, nous avons bénéficié d'apports précieux d'experts de la ruralité, du bien-être, de l'art et du commerce. Les échanges ont été enrichis par les questionnements concrets des élus confrontés à la réalité du terrain, ainsi que par la présentation d'initiatives inspirantes portées dans d'autres territoires. L'immersion dans le vécu de nos communes, rendue possible grâce au documentaire tourné localement, a donné corps et émotion à nos réflexions.

Au fil des interventions, une vision commune s'est dessinée : revitaliser notre territoire ne se limite pas à rénover des bâtiments ou à moderniser des équipements. C'est avant tout faire communauté, créer du lien et redonner fierté et bonheur local en s'appuyant sur les singularités qui font la richesse du Pays.

Ce petit recueil vise à restituer les principaux enseignements de cette journée, à partager les approches et idées d'action évoquées, et à inspirer de nouvelles initiatives. Il a pour ambition de fournir à chacun des clés pour renforcer le bonheur local et faire de l'attachement au territoire un levier stratégique et durable de revitalisation.



• Retrouvez le documentaire sur
• la chaîne youtube du Pays

SOMMAIRE



1. RETOUR SUR LE COLLOQUE

2. ENSEIGNEMENTS THÉMATIQUES DU COLLOQUE, LES INTERVENANTS ET LEURS APPROCHES

- 2.1 LA RURALITÉ COMME LABORATOIRE D'AVENIR
- 2.2 LE BEAU COMME MOTEUR D'ATTRACTIVITÉ ET DE COHÉSION
- 2.3 L'ART DANS L'ESPACE PUBLIC COMME RÉVÉLATEUR D'IDENTITÉ
- 2.4 CULTURE ET COMMERCE, ALLIÉS DURABLES
- 2.5 MESURER LE BONHEUR LOCAL : INDICATEURS ET ÉVALUATION

3. PASSER À L'ACTION

- 3.1 LA STRATÉGIE
- 3.2 PAR OU COMMENCER ?

4. EXEMPLES INSPIRANTS

1. RETOUR SUR LE COLLOQUE

POURQUOI PARLER DE

« BONHEUR LOCAL » ?

Parler de « bonheur local » aujourd'hui, c'est affirmer que la réussite d'un territoire ne se mesure pas seulement à ses infrastructures ou à son économie, mais aussi à la qualité de vie et à la fierté de ses habitants. Dans un contexte de transitions et de mutations rapides, les petites et moyennes centralités doivent conjuguer réponses aux besoins concrets et sentiment d'appartenance.

Mettre le bien-être au cœur de la revitalisation, c'est miser sur la force du lien social et l'attachement au lieu. C'est faire du plaisir de vivre ici un levier stratégique pour attirer, retenir et impliquer.



OBJECTIFS DU COLLOQUE ET

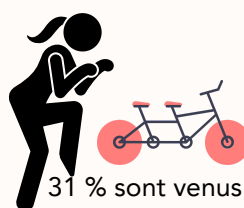
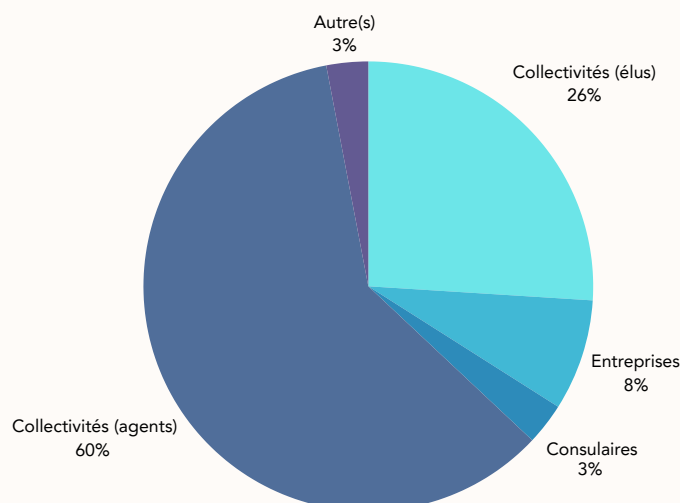
PUBLICS VISÉS

Ce colloque avait pour ambition de dépasser la simple restitution technique de projets pour devenir un véritable temps de réflexion collective autour de l'avenir des centres-bourgs du Pays Val de Loire Nivernais.

L'objectif premier était de mettre en lumière l'attachement au territoire comme un levier stratégique de revitalisation, au même titre que les infrastructures, l'économie ou les services. Cette approche, inscrite dans la stratégie d'attractivité du Pays, repose sur l'idée que fierté, identité et qualité de vie sont des moteurs puissants de développement et de cohésion. Le second objectif était de construire collectivement la suite du dispositif "Revitalisation centre-bourg" lancé en 2019.

Le colloque a réuni l'ensemble des forces vives impliquées dans les projets de revitalisation du Pays Val de Loire Nivernais. Étaient présents les élus et agents des communes et intercommunalités, les entreprises et bureaux d'études ayant contribué à la conception et à la réalisation des projets, ainsi que les partenaires financiers qui les accompagnent. Tous, témoins et actrices du lien social, ont côtoyé des experts nationaux et régionaux, venus partager leur regard et leurs méthodes. Cette diversité de participants a permis de croiser expériences de terrain, savoir-faire techniques et visions stratégiques, pour nourrir un récit commun au service du territoire.

CHIFFRES ET PARTICIPATION



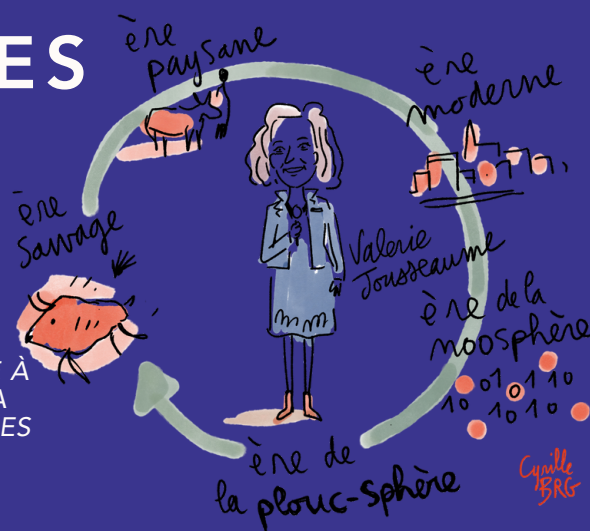
31 % sont venus à vélo, en train ou à pied : la transition est amorcée, sur la pointe des pieds



2. ENSEIGNEMENTS THÉMATIQUES DU COLLOQUE: LES INTERVENANTS ET LEURS APPROCHES

2.1 LA RURALITÉ COMME LABORATOIRE D'AVENIR

PAR VALÉRIE JOUSSEAUME
GÉOGRAPHE ET ENSEIGNANTE-CHERCHEUSE À
L'UNIVERSITÉ DE NANTES, SPÉCIALISTE DE LA
RURALITÉ ET DES DYNAMIQUES TERRITORIALES



La vision de Valérie Jousseume trouve un écho direct dans les échanges du colloque, qui a placé l'attachement au territoire au centre de toute démarche de revitalisation. Pour elle, aménager un espace n'est pas un acte neutre ni purement technique : c'est la traduction visible de la manière dont une société conçoit la vie collective, la place qu'elle accorde au lien social, à la nature, au patrimoine et à la culture. Elle met en garde contre le risque d'un monde artificiel, façonné par la standardisation des formes urbaines, la reproduction de modèles déconnectés des réalités locales et une vision consumériste de l'aménagement. Ce monde artificiel tend à effacer les singularités territoriales, à uniformiser les paysages et à distendre le lien affectif entre les habitants et leur environnement.

Face à cela, elle appelle à bâtir un monde conscient, où chaque choix d'aménagement s'appuie sur une connaissance fine du territoire et sur ses ressources réelles, matérielles comme immatérielles. Ce monde conscient se nourrit de l'histoire, des savoir-faire, des paysages et des usages, et vise à inscrire chaque projet dans un récit commun qui donne sens à l'action. Les territoires ruraux, souvent considérés comme périphériques, y trouvent une place stratégique : ils disposent d'atouts rares cadre de vie préservé, densité relationnelle, patrimoine souvent intact, paysages singuliers qui répondent aux aspirations contemporaines de sobriété, de proximité et de qualité de vie.

Dans cette perspective, revitaliser un centre-bourg ne peut se réduire à embellir une place ou à moderniser des équipements. C'est une démarche globale qui articule culture, commerce et cadre de vie, tout en valorisant les singularités locales. Cela suppose de faire des habitants de véritables co-auteurs du projet, porteurs de mémoire et acteurs du changement, capables d'assurer l'appropriation et la pérennité des transformations. Passer du monde artificiel au monde conscient, c'est repenser l'aménagement comme un acte politique et culturel qui transforme non seulement l'espace, mais aussi notre manière d'habiter ensemble, en plaçant la fierté, le bien-être et l'identité partagée au cœur de la stratégie territoriale.

2.2 LE BEAU COMME MOTEUR D'ATTRACTIVITÉ ET DE COHÉSION

PAR SOIZIK BECHETOILLE

HISTORIENNE ET ARCHITECTE DU PATRIMOINE, ELLE EST
ACTUELLEMENT CHERCHEURE À L'INSTITUT FRANÇAIS DU
PROCHE-ORIENT

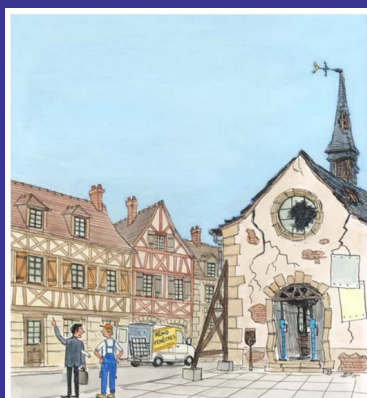


Pour Soizik Bechetoille, le beau n'est pas un luxe réservé aux territoires disposant de moyens exceptionnels, mais un levier essentiel pour renforcer à la fois la qualité de vie et l'attractivité d'un lieu. Elle souligne qu'il ne s'agit pas simplement d'esthétique ou d'embellissement, mais d'une vision globale qui intègre la manière dont l'espace est conçu, perçu et vécu au quotidien. Selon elle, un cadre soigné, harmonieux et fidèle à l'identité locale nourrit la fierté des habitants, suscite leur attachement au lieu et attire de nouveaux visiteurs ou porteurs de projets.

Elle insiste sur le fait que le beau se construit dans l'équilibre entre préservation du patrimoine et intégration des usages contemporains. Elle évoque ainsi des exemples concrets : un bâtiment rénové qui conserve ses proportions d'origine tout en offrant des espaces adaptés aux besoins actuels, une place publique qui conjugue histoire et convivialité, ou encore des aménagements paysagers en dialogue avec l'architecture locale. Le beau, ajoute-t-elle, s'exprime également dans l'attention portée aux détails : qualité des matériaux, cohérence des couleurs, soin des alignements, valorisation des perspectives, ou présence d'éléments artisanaux témoignant du savoir-faire local. Ce sont souvent ces détails, parfois imperceptibles isolément, qui créent l'harmonie d'ensemble et donnent à un lieu son caractère unique.

Dans sa pratique, Soizik Bechetoille défend l'idée que le beau ne constitue pas une surcouche décorative ajoutée en fin de projet, mais une dimension intégrée dès la conception. Elle rappelle que l'esthétique, la fonctionnalité et l'usage doivent être pensés ensemble, et que la qualité architecturale et paysagère est indissociable de la vitalité sociale et économique. Un lieu beau et bien conçu donne envie d'y passer du temps, d'y revenir et d'y investir.

Ainsi, investir dans le beau, c'est investir dans la cohésion sociale, le bien-être collectif et la réussite de la revitalisation. Pour elle, lorsqu'un territoire prend soin de son cadre de vie, il envoie un signal fort : il croit en sa valeur, respecte son histoire et se donne les moyens d'écrire la suite. Le beau devient alors un langage universel, capable de fédérer habitants, visiteurs, élus et acteurs économiques autour d'une même ambition : faire de l'identité locale un moteur durable d'attractivité et de fierté.



- Les petites bois de vos fenêtres ne sont pas de la bonne dimension ! Il est important que la qualité patrimoniale soit respectée aux abords d'un monument comme l'église.

2.3 L'ART DANS L'ESPACE PUBLIC COMME RÉVÉLATEUR D'IDENTITÉ

PAR JEAN BLAISE

*DIRECTEUR ARTISTIQUE ET CONCEPTEUR DE POLITIQUES
CULTURELLES, FIGURE CLÉ DE LA TRANSFORMATION DE
NANTES PAR L'ART DANS L'ESPACE PUBLIC*



L'art dans l'espace public révèle l'âme d'un territoire, raconte son histoire autrement que par les mots et renforce l'attachement des habitants en créant des repères visuels et émotionnels accessibles à tous. Installations, fresques, parcours artistiques ou œuvres éphémères investissent rues, places, jardins ou friches, offrant la culture au quotidien et à tous les publics, y compris ceux qui ne fréquentent pas les lieux culturels traditionnels.

Cette présence artistique favorise la rencontre entre générations et milieux sociaux, transforme l'espace public en lieu de convivialité et donne envie de flâner, de s'arrêter, de se retrouver. Jean Blaise, avec l'expérience emblématique du Voyage à Nantes, a montré que cette intégration de l'art au cœur de la vie quotidienne peut dynamiser un centre-ville, transformer l'image globale d'un territoire, stimuler la curiosité et générer des flux bénéfiques aux commerces, à la vie associative et aux usages urbains.

Il défend l'idée que cette exigence créative doit aussi s'appliquer aux territoires ruraux, souvent réduits à la notion de « diagonale du vide », alors qu'ils disposent d'atouts rares : paysages préservés, patrimoine souvent intact, rythme de vie plus humain et densité relationnelle forte. Dans ces contextes à taille humaine, chaque intervention artistique qu'il s'agisse d'une fresque murale, d'un parcours éphémère ou d'un aménagement créatif prend une résonance particulière, visible et immédiatement partagée. Elle peut devenir un repère identitaire, un moteur économique et un symbole de fierté locale. En liant ainsi art, identité et vie quotidienne, on transforme l'ordinaire en exceptionnel et l'on fait de l'art un véritable levier stratégique de revitalisation, capable de fédérer habitants, visiteurs et acteurs économiques autour d'un même récit collectif.

Pour Jean Blaise, cette capacité à transformer l'ordinaire en exceptionnel est la clé pour stimuler la fierté, nourrir l'attractivité et faire de l'art un véritable levier stratégique de revitalisation, autant dans un quartier de grande ville que sur la place centrale d'un village.



2.4 CULTURE ET COMMERCE, ALLIÉS DURABLES

PAR ROBERT MARTIN
EXPERT DU COMMERCE ET PRÉSIDENT DU CLUB DES
MANAGERS DE CENTRE-VILLE ET DE TERRITOIRES



L'attractivité d'un centre-bourg ne repose pas seulement sur la diversité ou la qualité de ses commerces, mais sur la manière dont ceux-ci incarnent l'identité du territoire. Chaque boutique, café, atelier ou marché devient un fragment du récit collectif, porteur d'histoire, de savoir-faire et de singularités locales. Cette dimension identitaire donne au commerce de proximité un avantage décisif face à l'offre standardisée des zones commerciales ou à la rapidité du e-commerce, en proposant une expérience relationnelle et mémorable qui ne peut être reproduite ailleurs.

L'avenir du commerce de centre-ville réside moins dans la concurrence frontale avec le commerce en ligne que dans la différenciation par l'expérience, les services et la convivialité. Les modèles hybrides (librairie-café, atelier-boutique, épicerie culturelle), les services complémentaires (ateliers participatifs, retrait de colis, personnalisation) ou encore la présence numérique couplée à l'ancrage local sont autant de pistes qui montrent ce qui fonctionne déjà.

La culture joue ici un rôle clé : elle rend l'identité visible et partagée, en créant un cadre unique dans lequel les commerces s'inscrivent naturellement. Fresques murales, festivals, parcours artistiques ou mise en valeur du patrimoine architectural donnent aux centres-bourgs une atmosphère singulière, que les commerçants renforcent en valorisant les produits du territoire, en collaborant avec des artistes ou en soignant leurs vitrines.

Comme le rappelle Robert Martin, président de l'Association des Managers de Centre-Ville, l'articulation entre commerce et identité n'est pas un supplément d'âme mais un levier stratégique. Elle transforme la déambulation en expérience immersive, encourage la flânerie et multiplie les occasions d'achat. En combinant identité locale, culture et innovation dans les services, les centres-villes peuvent fidéliser leurs habitants, attirer de nouveaux visiteurs et se positionner comme de véritables cœurs vivants face à la concurrence accrue du e-commerce et des périphéries.



2.5 MESURER LE BONHEUR LOCAL : INDICATEURS ET ÉVALUATION

PAR MATHIEU PERONA
ECONOMISTE ET DIRECTEUR EXÉCUTIF DE
L'OBSERVATOIRE DU BIEN-ÊTRE



Mesurer le bonheur local, c'est admettre que la réussite d'un projet de revitalisation ne peut se réduire à des données physiques ou économiques, comme le nombre de façades rénovées, de commerces ouverts ou de mètres carrés réaménagés. Pour Mathieu Perona, directeur exécutif de l'Observatoire du Bien-être au CEPREMAP, la véritable mesure de l'efficacité d'une action publique se trouve dans ce que vivent et ressentent les habitants : la satisfaction de leur vie, la qualité de leurs relations sociales, leur sentiment d'appartenance, leur capacité à se projeter dans l'avenir ici.

Cette évaluation peut reposer sur des outils simples, souvent sous-utilisés, comme des enquêtes de satisfaction ou des indicateurs qualitatifs réguliers. L'objectif n'est pas seulement de vérifier l'adhésion à un projet, mais d'entendre l'ensemble des perceptions, y compris celles des publics discrets ou moins visibles. Cela permet d'éviter de n'écouter que les critiques ou les voix les plus fortes, et de valoriser aussi les aspects qui fonctionnent bien.

Mathieu Perona souligne l'intérêt de penser en termes de « Bonheur Territorial Brut » : un indicateur qui croiserait des dimensions objectives (qualité de l'air, accessibilité des services, diversité des commerces, offre culturelle) et subjectives (bien-être perçu, fierté locale, sentiment de sécurité, lien social). Ce type de mesure permettrait non seulement d'évaluer l'impact réel des politiques de revitalisation, mais aussi d'orienter les priorités à venir, en mettant l'accent sur ce qui contribue le plus à la qualité de vie collective.

Un tel indicateur a également un effet politique et stratégique : il repositionne l'attachement au territoire et le bien-être au rang de leviers centraux, et non de conséquences secondaires. Il rend visible que revitaliser, ce n'est pas seulement « faire du neuf » ou « remplir des vitrines », mais c'est améliorer durablement l'expérience de vivre ici.

L'enjeu est enfin temporel : le bonheur local se construit et se mesure dans la durée. Il suppose d'accepter une part d'expérimentation, le droit à l'erreur, et la réévaluation constante des actions engagées. Comme le rappelle Perona, il ne s'agit pas de chercher « ce qui va marcher à coup sûr », mais « ce qui peut marcher ici et maintenant », en tenant compte de l'histoire, des ressources et des aspirations de chaque territoire.

3. PASSER À L'ACTION

3.1 LA STRATÉGIE

Le colloque a montré que l'attachement au territoire est un levier stratégique pour revitaliser durablement les centres bourgs. La culture, le beau, l'art dans l'espace public, le commerce de proximité et le bien-être local s'entrecroisent pour créer des lieux vivants, attractifs et identitaires. Les interventions d'experts et les témoignages d'élus ont souligné l'importance d'une approche intégrée, adaptée aux spécificités locales, où la revitalisation n'est pas un simple aménagement mais un projet collectif de long terme.

- FAIRE DE L'ATTACHEMENT AU TERRITOIRE UN MOTEUR DE REVITALISATION

- ARTICULER CULTURE, COMMERCE ET IDENTITÉ LOCALE

- INTÉGRER LE BEAU ET LA QUALITÉ DE VIE DÈS LA CONCEPTION

- IMPLIQUER HABITANTS, COMMERÇANTS ET ASSOCIATIONS

- VALORISER LES SINGULARITÉS LOCALES PLUTÔT QU'IMITER

- MESURER LE BIEN-ÊTRE ET L'IMPACT RÉEL DES ACTIONS

- PENSER REVITALISATION SUR LE LONG TERME





3.2 PAR OU COMMENCER?

1. OBSERVER ET ANALYSER

Identifier les atouts culturels, patrimoniaux et paysagers du territoire, ainsi que les attentes et besoins exprimés par les habitants et acteurs locaux.

2. INTÉGRER DANS LA PLANIFICATION

Inscrire les dimensions artistiques, culturelles et esthétiques dans les documents et projets de revitalisation dès leur conception, afin qu'elles soient cohérentes avec les autres objectifs (économiques, sociaux, environnementaux).

3. METTRE EN ŒUVRE PROGRESSIVEMENT

Déployer des actions de différentes échelles (éphémères, temporaires, pérennes) permettant de tester, ajuster et consolider les aménagements ou initiatives culturelles.

4. PILOTER AVEC LES PARTENAIRES

Structurer une gouvernance associant collectivités, acteurs économiques, structures culturelles, associations et habitants pour coordonner et suivre la démarche dans le temps.



4. EXEMPLES INSPIRANTS

À VOIR ET À FAIRE



VOYAGE À NANTES (FRANCE)

TRANSFORMATION DE L'ESPACE PUBLIC PAR UN PARCOURS ARTISTIQUE PERMANENT ET ÉPHÉMÈRE MÊLANT PATRIMOINE, ŒUVRES CONTEMPORAINES ET INTERVENTIONS URBAINES. RÉSULTAT : ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE ACCRUE, DYNAMISATION DU COMMERCE LOCAL ET RENFORCEMENT DE L'IDENTITÉ DE LA VILLE. TRAVAIL IMPORTANT SUR LES ENSEIGNES



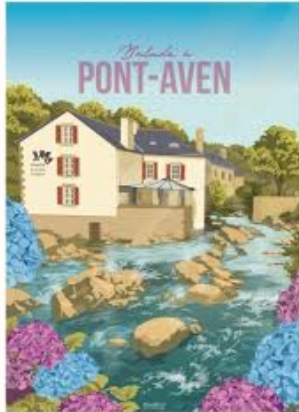
PROGRAMME DE STREET ART ET RÉHABILITATION URBAINE À MAPUTO (MOZAMBIQUE)

DES ARTISTES LOCAUX ET INTERNATIONAUX ONT RECOUVERT LES FAÇADES DE FRESQUES COLORÉES, REDONNANT VIE À DES QUARTIERS DÉLAISSÉS. CETTE DÉMARCHE A ATTIRÉ DE NOUVELLES ACTIVITÉS ET CHANGÉ LE REGARD DES HABITANTS SUR LEUR VILLE.



MUSÉE D'ART À CIEL OUVERT DANS LE VILLAGE DE FANZARA (ESPAGNE)

LA MUNICIPALITÉ ET LES HABITANTS ONT TRANSFORMÉ LE VILLAGE EN MUSÉE À CIEL OUVERT GRÂCE AU STREET ART, EN INVITANT CHAQUE ANNÉE DES ARTISTES À CRÉER DES FRESQUES QUI REVITALISENT L'IMAGE DU LIEU ET RENFORCENT LA COHÉSION SOCIALE.



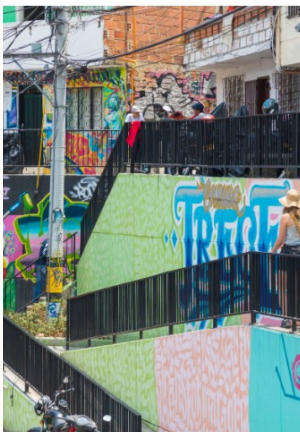
CITÉ DES PEINTRES À PONT-AVEN (BRETAGNE, FRANCE)

CITÉ DES PEINTRES QUI A BÂTI SON ATTRACTIVITÉ SUR SON HÉRITAGE ARTISTIQUE. MUSÉES, ATELIERS, PARCOURS PATRIMONIAUX ET OFFRE COMMERCANTE ARTICULÉE AUTOUR DE L'ART ET DU TERROIR CRÉENT UN CADRE HARMONIEUX ET VIVANT.



LE "JARDIN DANS LA RUE" (QUÉBEC, CANADA)

INITIATIVE CITOYENNE QUI TRANSFORME CERTAINES RUES EN ESPACES VÉGÉTALISÉS PARTAGÉS AVEC BANCs, FLEURS ET POTAGERS COLLECTIFS. RÉSULTAT : UNE FRÉQUENTATION ACCRUE, DES RENCONTRES INTERGÉNÉRATIONNELLES ET UN SENTIMENT D'APPROPRIATION RENFORCÉ.



RÉHABILITATION DES QUARTIERS POPULAIRES À MEDELLÍN (COLOMBIE)

RÉHABILITATION DES QUARTIERS POPULAIRES PAR DES BIBLIOTHÈQUES, DES ESCALATORS URBAINS ET DES PROJETS ARTISTIQUES PARTICIPATIFS. CETTE TRANSFORMATION A AMÉLIORÉ LA SÉCURITÉ, LA MOBILITÉ, L'ACCÈS À LA CULTURE ET LA FIERTÉ DES HABITANTS.

À LIRE



FAIRE TERRITOIRE : CULTIVONS LE BONHEUR LOCAL !

ANPP

CE VADÉMÉCUM PROPOSE UNE NOUVELLE ORIENTATION POUR LES POLITIQUES PUBLIQUES LOCALES, EN METTANT LE BONHEUR DES HABITANTS AU CŒUR DES DÉMARCHES PLUTÔT QUE LA SEULE PERFORMANCE. IL INVITE À IMAGINER DES POLITIQUES PUBLIQUES QUI ACCOMPAGNENT RÉELLEMENT LE BIEN-ÊTRE COLLECTIF



LITTÉRATURE

VALERIE JOUSSEAUME

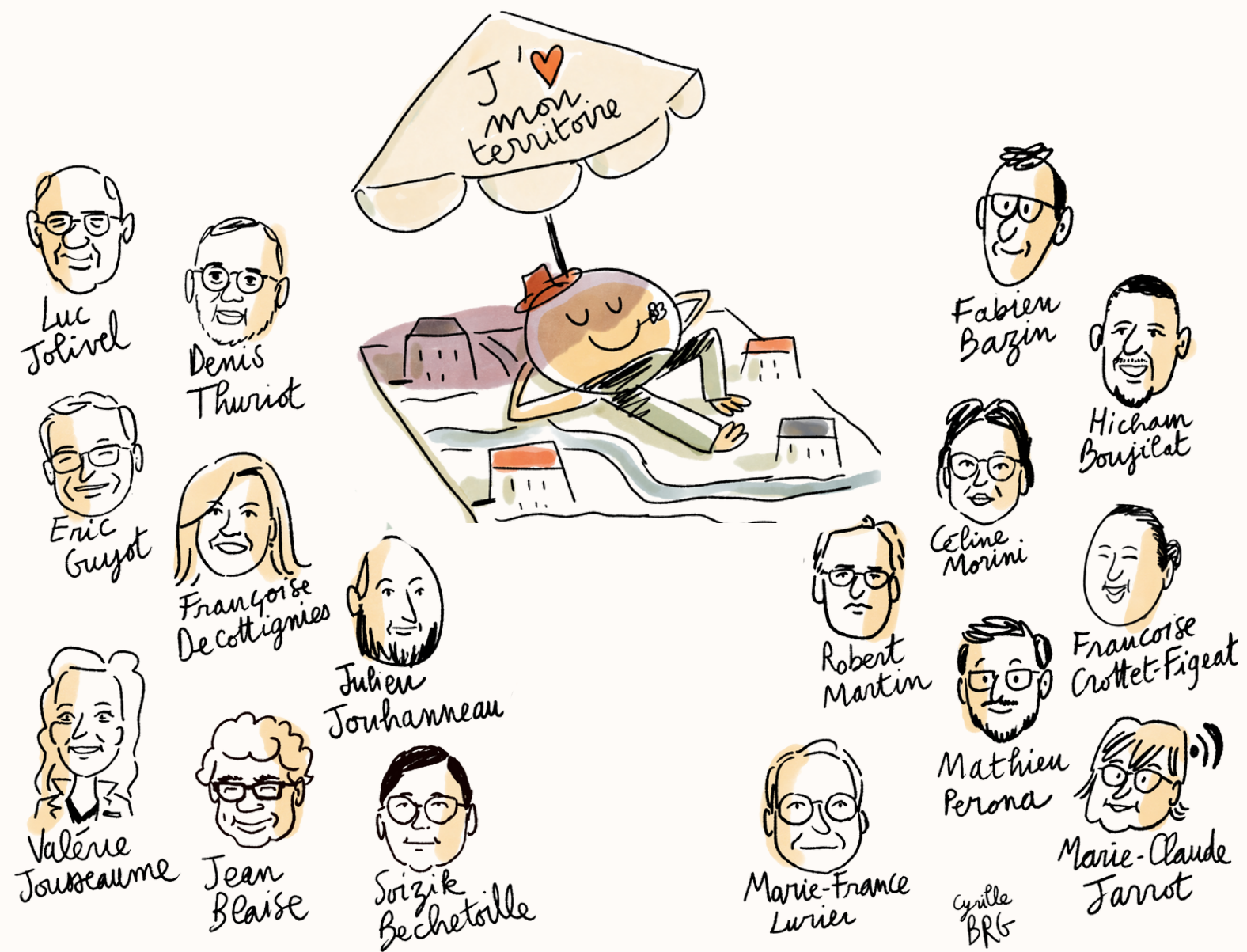
REPENSER L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE COMME UNE PROJECTION DE NOTRE CONCEPTION DE LA VIE, AFIN D'ENGAGER UNE TRANSITION VERS UNE RURALITÉ PLUS DURABLE, FERTILE ET COLLECTIVEMENT IMAGINÉE



AU BONHEUR DES CAMPAGNES

JEAN VIARD

L'AUTEUR EXPLORE COMMENT LES VILLAGES ET PETITES VILLES OFFRENT UN CADRE PROPICE AU BIEN-ÊTRE, GRÂCE À LA PROXIMITÉ HUMAINE, AU LIEN SOCIAL ET À LA RICHESSE DES PAYSAGES. IL MONTRE QUE LA RURALITÉ PEUT RÉPONDRE AUX ASPIRATIONS CONTEMPORAINES D'ÉQUILIBRE ET DE QUALITÉ DE VIE. UN PLAIDOYER OPTIMISTE POUR FAIRE DU LOCAL UN MOTEUR DE BONHEUR COLLECTIF



★★★★ Le Pays Val de Loire Nivernais remercie l'ensemble
des personnes qui se sont investies lors de ce colloque.

Ce cahier d'enseignements, fruit d'une réflexion collective, vous est offert par le Pays Val de Loire Nivernais dans le cadre de sa mission d'accompagnement des collectivités dans la redynamisation du territoire et le développement de son attractivité

Le Pays Val de Loire Nivernais recouvre toute la Nièvre ligérienne fédérant 110 communes (cinq communautés de communes et une communauté d'agglomération). Au service du territoire, le Pays travaille en collaboration avec tout un ensemble d'acteurs institutionnels et de la société civile pour mettre en œuvre des projets et/ou les financer au travers de ses différents contractualisations avec l'Europe l'État, la Région, ou encore le Département. Les thématiques fortes sur lesquelles le Pays travaille sont:

- l'attractivité
- l'urbanisme et les revitalisations centre-bourg
- la santé
- la transition écologique et alimentaire
- la mobilité



PAYS VAL DE LOIRE NIVERNAIS

25 rue Benoît Frachon

58 640 Varennes-Vauzelles

03 86 21 20 69

contact@valdeloirenivernais.fr

www.valdeloirenivernais.fr



CE DOCUMENT PARTAGE LES GRANDS ENSEIGNEMENTS DU COLLOQUE. POUR EXPLORER LA MÉTHODOLOGIE COMPLÈTE ET DES RETOURS D'EXPÉRIENCES DÉTAILLÉS, LE LIVRE BLANC « CONDUIRE UNE DÉMARCHE DE REVITALISATION DE SON CENTRE-BOURG » EST DISPONIBLE SUR LE SITE DU PAYS VAL DE LOIRE NIVERNAIS.

