

PARTIE IX : Tableaux de synthèse

1. Recommandations formulées pour favoriser le développement des entreprises rurales et leur implantation dans ce milieu

Outre l'aspect descriptif présenté dans les parties précédentes, il ressort de cette étude un ensemble de recommandations, fondées d'une part à partir de constats posés lors des enquêtes et des ateliers de travail, et d'autre part, formulées directement par les différents acteurs rencontrés. Ces recommandations ont pour objet de favoriser le développement et la croissance des petites entreprises en milieu rural. Certaines sont spécifiques au milieu rural et d'autres sont spécifiques aux entreprises de petite taille.

<u>Constats</u>	<u>Pistes d'actions de développement rural</u>	<u>Développement (quoi ?)</u>	<u>Mise en œuvre (comment ?)</u>
<p>Parmi les recommandations formulées par les entrepreneurs pour inciter à la création d'entreprise en milieu rural, celle citée le plus fréquemment est la revalorisation des atouts du milieu rural.</p> <p>De réelles opportunités pour le fonctionnement des entreprises en milieu rural sont mises en évidence : foncier¹, concurrence réduite², cadre de vie, proximité de ressources³, soutien et complémentarité entre entrepreneurs, possibilité de parking, pas d'embouteillage, produits spécifiques, convivialité entre les membres du personnel, fidélité de la clientèle, publicité par le bouche-à-oreille, etc.</p> <p>Trop peu d'entrepreneurs prennent en considération la proximité des ressources exploitées lors du choix du lieu d'implantation de leur entreprise. Parmi les entrepreneurs qui utilisent des ressources du milieu rural, seuls 35% ont pris en considération leur proximité. Par ailleurs, 43% des entrepreneurs ruraux n'utilisent aucune ressource propre au milieu rural.</p> <p>Des entrepreneurs estiment que la méconnaissance des richesses et des atouts du milieu rural participe à la localisation préférentielle des entreprises en milieu urbain.</p>	<p>1. Revaloriser les atouts du milieu rural</p>	<p>Auprès des entrepreneurs potentiels pour les inciter à y implanter leur entreprise</p> <p>Auprès des consommateurs pour les inciter à y faire leurs achats</p> <p>Auprès des travailleurs, pour les motiver à travailler dans une TPE rurale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cibler les jeunes dont les parents sont entrepreneurs ruraux, 1 entreprise rurale sur 5 se transmettant de génération en génération. - Campagne de sensibilisation. - Présenter les ressources endogènes du milieu rural comme de réelles richesses de ce milieu, porteuses de développement économique.

¹ Atout pour 62% des entrepreneurs d'origine urbaine, mais pas pour 50% des entrepreneurs d'origine rurale.

² La faible densité d'entreprises n'est pas bénéfique pour tous les secteurs. Pour les secteurs de l'horeca et du tourisme, une dynamique entrepreneuriale est nécessaire pour attirer les visiteurs.

³ Ressources endogènes : bois comme matière première, espaces forestiers, cadres champêtres et découvertes pour le secteur du tourisme, cadre calme, verdoyant, convivialité pour le secteur de l'horeca.

<u>Constats</u>	<u>Pistes d'actions de développement rural</u>	<u>Développement</u>	<u>Mise en œuvre</u>
<p>Quelques éléments sont jugés contraignants pour le fonctionnement de l'entreprise par l'entrepreneur localisé en milieu rural. Ceux-ci peuvent être reconnus comme des freins éventuels à l'envie de créer son entreprise en milieu rural. Il s'agit de la difficulté pour le personnel de se rendre à l'entreprise, des problèmes d'équipement de terrain, des mauvaises routes pour atteindre l'entreprise.</p> <p>La main d'œuvre des TPE est pour la plupart est une main d'œuvre "bon marché" (jeunes, non qualifiés). Les moyens financiers de la plupart de ces travailleurs ne leur permettent pas d'assumer les frais d'une voiture, d'où l'importance de développer les moyens de transport. La problématique des transports en commun s'accroît lorsque le besoin de flexibilité de la main d'œuvre est reconnu.</p> <p>Les femmes sont de plus en plus nombreuses à se lancer dans l'entrepreneuriat. Elles représentent un réel potentiel au développement d'entreprises.</p>	<p>2. Eliminer les freins éventuels à l'implantation des entrepreneurs en milieu rural</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Développer des moyens de mobilité pour les travailleurs. - Concentrer les lieux de travail (<i>cf.</i> zone d'accueil pour les entreprises) pour faciliter la desserte en transport. - Assurer l'accessibilité au système d'égout. - Entretien l'état des voiries pour assurer une bonne accessibilité à l'entreprise. - Améliorer les services de garde d'enfants
<p>Bonne perception des TPE pour autant qu'elles n'occasionnent pas de nuisances.</p> <p>Les résidents apprécient le regroupement des entreprises sur un même site.</p> <p>Certaines entreprises sont qualifiées de polluantes par les résidents, de par leurs nuisances sonore, olfactive et visuelle.</p> <p>Conflits d'usage de l'espace (l'entrepreneur devient encombrant, il gêne la vue et dégrade le paysage) et conflits environnementaux (l'entreprise est accusée de faire du bruit, dégager des odeurs, les camions des fournisseurs abîment les routes) sont des contraintes rencontrées par les entrepreneurs du milieu rural.</p> <p>La rigidité des règles urbanistiques rend parfois impossible l'extension ou la rénovation des infrastructures en phase avec le développement de l'activité de l'entreprise.</p>	<p>3. Protéger les TPE rurales</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Création de zones d'accueil appropriées pour les entrepreneurs. Cela permettrait de répondre en partie au problème de rigidité des règles urbanistiques et limiterait les risques de conflits d'usage de l'espace. - Mise en place d'une charte de convivialité que devraient signer les nouveaux résidents s'installant à proximité d'une entreprise. Celle-ci les obligerait à respecter les contraintes liées au fait qu'ils habitent à proximité d'une entreprise.

<u>Constats</u>	<u>Pistes d'actions de développement rural</u>	<u>Développement</u>	<u>Mise en œuvre</u>
<p>Le manque de considération du rôle de l'entrepreneur de la part de la population freine l'entrepreneariat.</p> <p>Les participants aux ateliers de travail s'accordent pour dire que les TPE contribuent au dynamisme de la commune : elles créent de l'emploi, s'investissent dans la vie locale, favorisent les contacts, rendent la commune accueillante et conviviale aux visiteurs, elles jouent un rôle important dans l'apprentissage des jeunes et servent d'exemple de faisabilité et de réussite auprès de ceux-ci.</p> <p>On constate également dans la pratique que les TPE créent de l'emploi : 2/3 des entreprises engagent du personnel. La taille moyenne des TPE est de 3.9 travailleurs.</p> <p>Reconnaissance d'un malaise entre les néo-ruraux et les entrepreneurs actifs dans le domaine du bois et celui de l'agro-alimentaire.</p>	<p>4. Reconnaissance de l'utilité des TPE par la population</p>	<p>Mise en évidence du rôle socioculturel auprès des habitants en exposant la solidarité des entrepreneurs au grand public, en donnant une image globale (a)</p> <p>Démystification que les néo-ruraux ne recherchent à travers leur localisation en milieu rural qu'un cadre de vie agréable (b).</p> <p>Mise en évidence du rôle économique auprès des habitants</p> <p>Favoriser l'engagement de main d'œuvre locale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation de foires, expositions locales (a) - Organisation des entreprises locales sous forme de communauté (a) - Favoriser les rencontres avec les néo-ruraux (b). - Favoriser l'aide au logement (à proximité du lieu de travail) plutôt que l'aide à la mobilité (voiture comme avantage extra-légal)
<p>Certains entrepreneurs pensent que la propension à entreprendre en milieu rural pourrait être améliorée si l'intégration locale était facilitée.</p> <p>Des cas recensés ont permis de mettre en évidence la possibilité d'entraide entre certaines entreprises d'une même commune (aide matérielle, conseils, services). Des entreprises actives dans le secteur de l'horeca et des loisirs s'associent pour favoriser leur notoriété (site commun d'un gîte, d'un centre de thalasso et d'un restaurant) : possibilité d'associer des services profitables à un consommateur au cours d'un même séjour dans la commune.</p> <p>Des entrepreneurs rencontrés sont motivés à rencontrer d'autres entrepreneurs pour s'associer. A contrario, beaucoup d'entrepreneurs préfèrent encore travailler de manière individuelle.</p> <p>Les entrepreneurs d'une même commune ne se connaissent pas, ne connaissent pas leur existence. Il y a un réel manque de signalisation des entreprises. Les habitants de la commune sont également mal informés de l'existence des entreprises à proximité de chez eux.</p>	<p>5. Encourager l'intégration locale des entrepreneurs</p>	<p>Développer les échanges entre acteurs locaux</p> <p>Nécessité que les entrepreneurs prennent conscience de l'intérêt de travailler ensemble.</p> <p>Augmenter la visibilité des entreprises.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Favoriser les partenariats entre entreprises, ainsi qu'entre celles-ci et des acteurs locaux : livret, base de données détaillée des entreprises et acteurs de la commune et des environs, organisation de réunions à thématique attrayante⁴ pour favoriser les rencontres. - Création d'un appui permettant de créer des contacts entre entrepreneurs. - Création de lien entre le site internet de l'entreprise et celui de la commune, voire avec le site d'autres entreprises aussi bien issues du même secteur que de secteurs différents.

⁴ Thèmes proposés par les entrepreneurs : fiscalité, nomes d'hygiène, mobilité, promotion, tourisme.

<u>Constats</u>	<u>Pistes d'actions de développement rural</u>	<u>Développement</u>	<u>Mise en œuvre</u>
<p>Les charges administratives ont souvent fait l'objet des discussions. Elles sont perçues comme une perte de temps que l'entrepreneur ne peut consacrer à l'augmentation de sa plus-value, un découragement à l'augmentation de la diversification des activités au sein de l'entreprise et une démotivation des jeunes à la création d'entreprise.</p> <p>Un véritable manque d'information sur les aides existantes et les modalités d'accès à celles-ci est constaté à travers les débats et les enquêtes organisés.</p> <p>De nombreux entrepreneurs pensent que l'incitation des jeunes à la création d'entreprises passe par un meilleur coaching, une assistance de qualité, un service d'informations efficace ainsi que des conseillers spécialisés, mis à leur disposition. Des organismes d'insertion et de formation professionnelle confirment que les jeunes ont un grand besoin de soutien et d'encadrement.</p> <p>Flexibilité et rapidité d'action sont des caractéristiques indispensables au bon fonctionnement des TPE. Celles-ci souhaitent donc davantage de spontanéité, rapidité d'action et de réponse de la part de l'administration.</p> <p>Les entrepreneurs âgés n'ont pas connaissance des structures d'accompagnement récemment mises sur pied. Nécessité de plus de proximité entre entrepreneurs et services d'encadrement.</p> <p>Les charges administratives et la réglementation représentent l'une des principales craintes ressenties par les entrepreneurs au moment du lancement de leur entreprise, notamment pour le secteur de l'agro-alimentaire.</p>	<p>6. Aider spécifiquement l'entrepreneur en matière de procédure administrative et de réglementation</p>	<p>Assister l'entrepreneur en phase de démarrage</p> <p>Clarification des démarches à suivre pour l'obtention d'autorisations et l'octroi d'aides.</p> <p>Alléger et simplifier les charges et démarches administratives</p> <p>Améliorer la visibilité des services d'encadrement et d'aide existants</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Création d'une cellule d'aide et de guidance qui prend uniquement en charge les demandes des entrepreneurs. Après un certain temps, les mêmes demandes se répètent et la cellule est apte à donner une réponse rapide et efficace - Rassembler les différents services existants au niveau du site internet de la commune. - Prolonger la période d'encadrement pour les entrepreneurs actifs dans le secteur de la production

<u>Constats</u>	<u>Pistes d'actions de développement rural</u>	<u>Développement</u>	<u>Mise en œuvre</u>
<p>Nécessité d'action pour que les écoles techniques et professionnelles favorisent l'accueil de jeunes réellement motivés plutôt que des jeunes en décrochage scolaire.</p> <p>Selon les participants aux ateliers de travail, les secteurs du bois et des énergies renouvelables sont les secteurs offrant le plus d'opportunités de développement d'entreprises en milieu rural à l'avenir [*], ces secteurs valorisant les ressources endogènes de ce milieu.</p>	<p>7. Revaloriser le métier d'artisan, d'entrepreneur</p>	<p>Auprès des jeunes : les inciter à se lancer dans l'entrepreneuriat par volonté et non pas par dépit</p> <p>Auprès des consommateurs : afin de les inciter à faire leurs achats de biens et de services dans les petites entreprises et commerces ruraux</p> <p>Auprès des femmes : elles représentent un réel potentiel entrepreneurial</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Campagne de sensibilisation dans les écoles : rationaliser les craintes de se lancer dans l'entrepreneuriat et stimuler les jeunes à la création d'entreprise⁵ - Investir dans la formation et l'éducation des jeunes, favoriser l'adéquation entre formation scolaire et secteur porteur [*]. - Rappeler aux consommateurs que les TPE participent au maintien des traditions et des savoir-faire locaux.
<p>Diminution de l'installation des jeunes en milieu rural.</p> <p>Le développement des capacités linguistiques est trop peu mis en exergue dans les formations relatives à l'horeca et au tourisme.</p> <p>Un entrepreneur sur quatre déclare le dynamisme de la commune comme ayant été un élément pris en compte lors du choix du lieu de l'implantation de leur entreprise.</p> <p>Le tourisme est reconnu par les entrepreneurs comme étant le premier secteur porteur pour le milieu rural.</p>	<p>8. Développer et promouvoir le dynamisme de la commune</p>	<p>Une commune dynamique incite davantage les jeunes à s'y installer, cela peut notamment passer par leur épanouissement culturel, intellectuel et sportif.</p> <p>Pour les communes à potentiel touristiques, il est important pour les TPE de disposer de personnel multi lingue.</p> <p>Le développement de l'activité touristique participe de manière importante au dynamisme de la commune : attractivité de la commune et augmentation de la valeur ajoutée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation d'activités attrayantes pour les jeunes dans les centres culturels (pièce de théâtre, jeu de rôles), par le biais d'un centre de sport. - Améliorer la notoriété des ressources endogènes et potentialités du milieu rural à travers ces manifestations - Développer les capacités linguistiques dans le cadre des formations ayant trait à l'horeca et au tourisme - Améliorer l'offre en services de base afin d'inciter l'installation des jeunes

⁵ Le projet StimuLux travaille déjà dans ce sens

<u>Constats</u>	<u>Pistes d'actions de développement rural</u>	<u>Développement</u>	<u>Mise en œuvre</u>
<p>Le manque de ressources financières est l'une des principales craintes ressenties par l'entrepreneur au moment de lancer son entreprise.</p> <p>Une entreprise active dans le secteur des services nécessite des aides financières moindres qu'une entreprise de production.</p> <p>Un emprunt bancaire est difficilement accessible si l'entrepreneur ne dispose pas d'une couverture de sécurité.</p>	9. Débloquent des incitants financiers	Respecter les besoins de l'entreprise selon son secteur d'activité.	<ul style="list-style-type: none"> - Allocation familiale plus importante, augmentation de la pension, facilité au financement [ne concerne pas une action localisée]. - Obtention d'un crédit public par le biais de la commune⁶
<p>Mauvaise valorisation des primes à l'engagement : obtention de primes à l'engagement de demandeur d'emploi indemnisé, ce qui n'est pas le cas pour l'engagement d'un jeune demandeur d'emploi. Selon les entrepreneurs, le potentiel des jeunes n'est pas bien valorisé et contribue à la perte de leur motivation.</p> <p>Peu de différences entre le salaire proposé par une TPE et les allocations de chômage. Les travailleurs potentiels ne sont pas motivés au sein de ces structures.</p>	10. Faciliter l'engagement de personnel au sein des petites entreprises		<ul style="list-style-type: none"> - Repenser le système d'obtention de primes d'engagement - Valoriser les allocations de chômage en augmentant les bas salaires - Diminuer les charges salariales
<p>Les grandes surfaces représentent une concurrence rude pour les petits entrepreneurs, tant au niveau des prix affichés que des horaires appliqués (ouverture tardive et le dimanche).</p> <p>Les ruraux attendent davantage de flexibilité de la part des petits commerces : ouverture plus tard le soir.</p> <p>Les entrepreneurs s'accordent pour dire que le personnel d'une TPE doit être flexible au niveau de ses horaires de travail (donc motivé) et polyvalent étant donné le nombre restreint de travailleurs que peut s'octroyer une TPE.</p> <p>Antagonisme entre la qualification du personnel local parfois trop élevée et les besoins d'une TPE axées sur la polyvalence [Les jeunes sont poussés à suivre l'enseignement général].</p>	11. Rappeler aux candidats les exigences pour être un entrepreneur rural et un travailleur au sein d'une petite entreprise		<ul style="list-style-type: none"> - Proposer des services et/ou produits introuvables en grandes surfaces. Nécessité pour l'entrepreneur d'être innovant. - Les petits commerces doivent remplir un rôle de dépannage ; les grosses courses étant réalisées en grande surface : besoin de promouvoir le besoin de flexibilité et de disponibilité chez les jeunes au cours de leur apprentissage. - Revaloriser le potentiel qu'offrent les formations de l'enseignement professionnel. - Réorienter les jeunes davantage vers des métiers manuels qu'intellectuels quand cela s'avère plus adapté à l'enfant.

⁶ Expériences déjà réalisées dans la commune de Vresse-sur-Semois

2. Réflexions

L'analyse sectorielle et celle selon le milieu d'origine de l'entrepreneur ont également permis de donner une première réponse aux questions suivantes :

1. Des atouts du milieu rural propres à certains secteurs d'activité ?

Atouts	Bois	Agro-alimentaire	Restauration et hébergement	Loisirs, tourisme
Communs aux quatre secteurs, propres au milieu rural	<ul style="list-style-type: none"> - Cadre agréable (71%) - Convivialité avec les clients (81%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Cadre agréable (94%) - Convivialité avec les clients (88%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Cadre agréable (97%) - Convivialité avec les clients (97%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Cadre agréable (100%) - Convivialité avec les clients (83%)
Spécifiques au secteur, propres au milieu rural	<ul style="list-style-type: none"> - Vie sociale plus agréable (38%) - Proximité ressources exploitées (38%) - Tolérance des ruraux vis-à-vis des nuisances occasionnées par l'entreprise (50%) - Absence d'embouteillage (48%) - Activité appropriée à sa localisation en milieu rural, ce qui favoriserait l'estime de ces entrepreneurs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existence d'un marché (56% facteur de localisation) = Demande locale (69% atout) - Foncier disponible et favorable (50%) - Vie sociale plus agréable (44%) - Concurrence réduite (31%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Foncier disponible et favorable (54%) - Patrimoine architectural, naturel et culturel (71%) - Contribution des locaux à faire la publicité par le bouche-à-oreille (revers de la médaille) - Possibilité de garer les véhicules (71%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Proximité ressources exploitées (50%) - Situation par rapport aux grandes villes (50%) - Patrimoine architectural, naturel et culturel (67%) - Possibilité de garer les véhicules (67%)
Eléments recherchés, troublés en milieu rural	<ul style="list-style-type: none"> - Proximité des grands axes routiers (52%) : prix demandés plus élevés en milieu urbain 	<ul style="list-style-type: none"> - Dynamisme de la région (62%) - Présence d'autres entreprises (offrant des produits et services différents) au sein de la commune (56%) - Equipement des terrains de qualité pour le traitement des eaux usées (56%) - Proximité des grands axes routiers : facilite les possibilités d'élargir plus facilement son marché aux communes et villes voisines. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proximité des grands axes routiers (71%) : urbains plus dépendants - Dynamisme de la région (71%) - Existence d'un marché (60%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Proximité des grands axes routiers (83%) : besoins des citadins d'un retour à la nature durant un court séjour

2. Des entrepreneurs mieux adaptés au milieu rural que d'autres ?

2.1. Secteur d'activité

Restauration et hébergement : flop

- C'est dans le secteur de la restauration et de l'hébergement qu'une plus grande part d'entrepreneurs est motivée à se délocaliser vers la ville : sur les 7 cas prêts à repenser leur implantation en ville, 5 sont actifs dans le secteur de l'horeca.
- Les entrepreneurs du secteur de la restauration et de l'hébergement apprécient davantage les néo-ruraux que les ruraux, ces derniers étant moins dépensiers et parfois plus réservés vis-à-vis de l'originalité proposée dans les plats.
- Avec 72%, les entrepreneurs du secteur de la restauration et de l'hébergement sont les plus nombreux à rencontrer des obstacles au développement de leurs débouchés : potentiel de clients plus importants en milieu urbain, facilité de trouver du personnel.

Loisirs, activités culturelles et touristiques : top

- Aucun des entrepreneurs actif dans le domaine des loisirs et du tourisme n'envisage de délocaliser son entreprise vers le milieu urbain.
- En termes d'évolution du chiffre d'affaires : c'est dans le secteur des loisirs et du tourisme qu'une part plus grande d'entrepreneurs voit son chiffre d'affaires augmenter. Bien entendu, cette donnée n'est qu'un indicateur et ne peut suffire à poser comme conclusion que c'est ce secteur qui a le plus d'opportunité de développement en milieu rural. Pour aboutir à une telle conclusion, une investigation auprès d'entrepreneurs localisés en milieu urbain, actifs dans les mêmes secteurs étudiés, devrait être réalisée, et utilisée comme outil de comparaison.
- Avec 58%, les entrepreneurs du secteur des loisirs sont les moins nombreux à éprouver des difficultés à développer leurs débouchés en milieu rural.

2.2. Milieu d'origine

Seulement 4.8% des entrepreneurs d'origine urbaine (I) éprouvent des difficultés de fonctionnement à être implantés en milieu rural (II), contre 15% des entrepreneurs d'origine rurale. En ce qui concerne le développement des débouchés, 38% des entrepreneurs I et 34% des entrepreneurs II estiment ne rencontrer aucune difficulté.

Toutefois, 14% des entrepreneurs d'origine urbaine, rencontrant des contraintes à leur implantation en milieu rural, s'implanteraient en ville s'ils pouvaient repartir de zéro, contre 5% des entrepreneurs d'origine rurale. Dans ce cas, l'élément le plus souvent cité par les entrepreneurs I est le manque de

rentabilité et le manque d'équipement des terrains, tandis que les ruraux dénoncent les problèmes de conflits avec le voisinage (on remarque que la mentalité des néo-ruraux est un élément plus souvent évoqué par les entrepreneurs II, les entrepreneurs I semblent être moins affectés de l'arrivée des néo-ruraux) (page 73).

En termes de taille moyenne de l'entreprise, celle-ci reste approximativement la même quelque soit le milieu d'origine de l'entrepreneur : il y a 2.96 travailleurs par entreprise dont l'entrepreneur est originaire du milieu urbain et 2.87 travailleurs/TPE lorsque l'entrepreneur est d'origine rurale. Cependant, 52% des entrepreneurs d'origine rurale ont plus de 75% de la main d'œuvre issue de la commune dans laquelle siège l'entreprise contre seulement 31% des entrepreneurs d'origine urbaine.

Finalement, on remarque également que les entrepreneurs d'origine urbaine (52%) s'investissent généralement moins dans la vie locale que les entrepreneurs d'origine rurale (67%). Cependant, bien qu'étant moins nombreux à s'investir, les entrepreneurs d'origine urbaine (55%) estiment davantage leur investissement actif que les entrepreneurs d'origine rurale (29%), qui évaluent plutôt leur investissement comme étant moyen (37%).

3. Quels freins à l'extension pour quels secteurs ?

Bois	Agro-alimentaire	Restauration et hébergement	Loisirs, tourisme
<ul style="list-style-type: none"> - Difficultés de déplacement pour les poids lourds : un effort apporté au niveau de l'aménagement et de l'entretien des voiries permettrait de faciliter ces trajets. - les néo-ruraux sont considérés comme une adversité par les entrepreneurs de ce secteur vis-à-vis de leur épanouissement. 	<ul style="list-style-type: none"> - Déficience en équipement des terrains et problèmes de traitement des eaux usées : dégagement d'odeur, inondation des caves (notamment problématique pour le stockage de denrées) - Apparition massive des grandes surfaces, couplée à l'arrivée des néo-ruraux (les entrepreneurs de ce secteur estiment qu'ils que les néo-ruraux ne se soucient pas de leur sort) 	<ul style="list-style-type: none"> - Les règles urbanistiques rendent difficile l'accroissement de l'entreprise en accord avec son développement. - Le manque en transports en commun complique l'engagement de jeunes apprentis. - Déficience en équipement des terrains et problèmes de traitement des eaux usées. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les règles urbanistiques rendent difficile l'accroissement de l'entreprise en accord avec son développement - Absence de politique touristique au sein de la commune bénéficiant d'un réel potentiel d'attraction - Manque de promotion des activités touristiques en faveur des activités sportives

4. Quel profil requis pour quel secteur d'activité ? Y a-t-il des pré-requis à avoir afin de maximiser ses chances de réussite

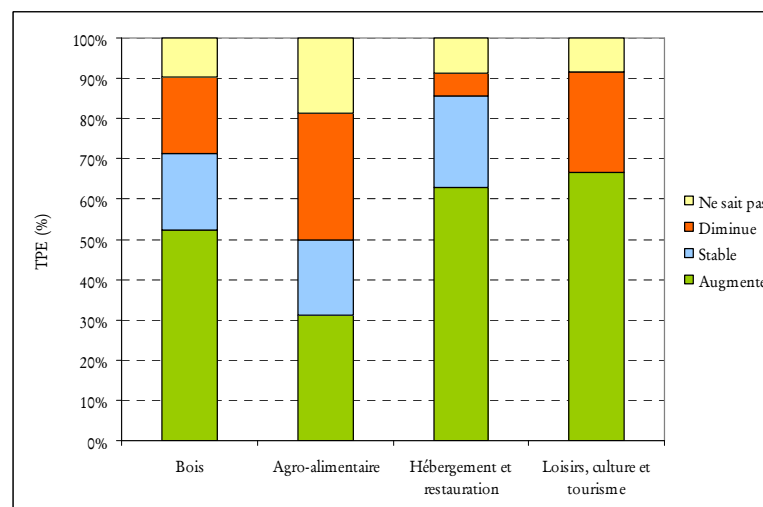
Secteur	Niveau de formation	Statut intermédiaire (apprenti, ouvrier)	Degré de variété des secteurs explorés	Opportunité d'entrepreneuriat féminin	Parenté avec l'entrepreneur précédent de l'affaire	Motivations principales à être son propre chef	Pluriactivité de l'entreprise
Bois	Etudes sec. Sup.	Pas nécessairement	Faible	Faible	29% des cas	Besoin d'autonomie et d'indépendance	Rare
Agro-alim.	Etudes sec. Sup.	De préférence	Faible	Faible	37% des cas	Continuité familiale et besoin d'autonomie et d'indépendance	Généralement 2 activités
Horeca	Etudes sec. Sup.	De préférence	Moyenne	Bonne	14% des cas	Besoin d'autonomie et d'indépendance	Peu importe
Loisirs	Etudes sup. non universitaires	Pas nécessairement	Elevée	Très bonne	0% des cas	Envie de faire de sa passion son métier	Peu importe

5. Des secteurs d'activité plus propices au développement rural que d'autres ?

Quelques données récoltées durant l'enquête peuvent être utilisées comme indicateurs mais ne permettent pas de tirer de conclusion quant à la détermination des secteurs d'activité les plus propices au développement rural.

- *En termes d'évolution du chiffre d'affaires : loisirs > horeca > bois >> agro-alimentaire.* Notez bien que cette donnée ne signifie pas que ce sont les entrepreneurs du secteur des loisirs qui apportent la plus grande valeur ajoutée au milieu rural. D'une part, les consommations intermédiaires n'étant pas connues et d'autre, le graphique ici représenté indiquant l'évolution et non les valeurs absolues des chiffres d'affaires des entreprises rencontrées.

Distribution des TPE selon l'évolution de leur chiffre d'affaires depuis leur création.



- *En termes d'engagement de personnel* : horeca = loisirs > agro-alimentaire >> bois.

Nombre de travailleurs moyen par TPE qui engage du personnel.

Secteur d'activité	Hébergement et restauration	Agro-alimentaire	Loisirs, culture et tourisme	Bois
Total : personnel engagé	3,9	4,8	3,6	2,9
% de TPE qui engage	63 %	50 %	67 %	57 %
Total : personnel engagé pondéré	$3.9 \times 0.63 = 2.43$	$4.8 \times 0.50 = 2.37$	$3.6 \times 0.67 = 2.43$	$2.9 \times 0.57 = 1.66$

- *Localisation des membres du personnel* : Pour une appréciation plus juste de la participation des secteurs d'activité dans la création d'emploi local, il convient de tenir compte de la localisation de la main d'œuvre. Eu égard aux résultats affichés dans le tableau ci-dessous, et compte tenu du nombre du travailleurs moyen par TPE qui engage du personnel, il ressort que c'est dans le secteur de l'agro-alimentaire qu'un plus grand nombre de travailleurs est localisé dans la commune. Viennent ensuite, par ordre décroissant du nombre de travailleurs issus de la commune, les secteurs des loisirs, de la restauration, suivis par le secteur du bois.

Distribution des entreprises qui engagent du personnel selon la part de la main d'œuvre (MO) issue de la commune dans laquelle est localisée l'entreprise.

Secteur	Part de la MO issue de la commune dans laquelle siège l'entreprise				
	< 10%	10 - 24%	25 - 49%	50 - 75%	> 75%
Bois	8%	0%	8%	33%	42%
Agro-alimentaire	11%	0%	11%	11%	55%
Restauration et hébergement	4%	12%	4%	12%	46%
Loisirs, culture et tourisme	0%	25%	25%	13%	37%

- *Localisation des débouchés* : la participation d'une entreprise au développement d'une commune se traduit notamment par son impact économique au sein de ce territoire. Cet impact se mesure à partir de l'ampleur des revenus et emplois locaux supplémentaires, créés par les injections externes de nouvelles dépenses dans la zone considérée issues d'un équipement nouveau implanté au sein même de celle-ci [Nicolas Y, France, 2007]. Dans le cas de l'étude, les injections externes de nouvelles dépenses sont celles des visiteurs ou clients non locaux que nous attribuons au motif premier de visite ou de présence qu'est l'entreprise implantée au sein de la commune. Dans ce sens, nous pouvons constater à partir du tableau ci-dessous, que la totalité des entrepreneurs du secteur du **bois** ont parmi leurs débouchés principaux des clients externes à la commune et commune limitrophes. 88% des entrepreneurs du secteur des **loisirs** et du tourisme ont des clients principaux localisés à distance. Ceux-ci sont suivis par les entrepreneurs de l'horeca (79%) et les entrepreneurs de l'agro-alimentaire (73%), qui ont plutôt une clientèle localisée dans un environnement proche de l'entreprise.

Part des entrepreneurs (%) selon la localisation de leur clientèle principale.

	Bois	Restauration et hébergement	Agro-alimentaire	Loisirs et tourisme
Commune	13	45	25	22
Commune Limitrophe	33	28	75	22
Province	47	10	25	22
Région wallonne	33	14	8	11
Région flamande	20	17	8	0
Région bruxelloise	20	7	0	0
Belgique	13	10	16	22
International	13	21	16	33
Questionnaire non valide	40	21	33	33

- *Localisation des entreprises partenaires* : information non collectée lors de l'enquête qu'il serait intéressant de connaître dans le cadre d'un exercice complémentaire.

- *En termes d'implication dans la vie locale :*

Les entrepreneurs des secteurs de l'agro-alimentaire et des loisirs semblent être plus enclins à la participation d'évènements de la vie locale que ceux du bois et de l'horeca. Quel que soit le secteur d'activité, c'est principalement à travers les fêtes locales que l'entrepreneur s'investit. Viennent ensuite les clubs sportifs et le journal local.

Distribution des entrepreneurs selon qu'ils s'investissent ou pas dans la vie locale.

Secteur d'activité	Investissement dans la vie locale	
	Oui	Non
Bois	48 %	52 %
Agro-alimentaire	94 %	6 %
Restauration et hébergement	54 %	46 %
Loisirs, culture et tourisme	75 %	25 %

- *Conclusion :*

A partir du raisonnement développé ci-dessus, il ressort que le secteur de l'agro-alimentaire est meneur en termes de création d'emploi direct (aucune info concernant les fournisseurs et sous-traitants) et de participation à des évènements de la vie locale. D'autre part, le secteur des loisirs et du tourisme seconde le secteur de l'agro-alimentaire pour ces deux critères, il est également en deuxième position en termes d'attractivité (débouchés non-locaux) et il est le secteur dans lequel une plus grande part d'entrepreneurs voit leur chiffre d'affaires augmenter.

6. Les entrepreneurs originaires du milieu urbain ; un potentiel de candidats à valoriser ?

- 1 entrepreneur sur 5 est d'origine urbaine → belle proportion
- L'entrepreneur d'origine urbaine s'investit davantage dans les secteurs de l'horeca (43%) et des loisirs (19%). Or, comme indiqué au point précédent, c'est dans ces secteurs que les entrepreneurs créent le plus d'emploi et qu'une part plus importante voit son chiffre d'affaires augmenter. En outre, le secteur des loisirs participe activement à l'augmentation de la valeur ajoutée de la commune, une part importante des débouchés de ce secteur étant localisées à l'extérieur de la commune → actif dans des secteurs porteurs
- L'entrepreneur d'origine urbaine est plus enclin à la création de sa propre entreprise (76%) que l'entrepreneur rural de souche (63%). En effet, l'existence de liens de parenté étant plus rare, la reprise familiale de l'entreprise est moins rencontrée pour ces entrepreneurs (1 sur 10 contre 1 rural sur 4) → création de nouvelle entreprise.
- L'entrepreneur d'origine urbaine semble avoir une vision plus optimiste et positive sur les opportunités offertes par le milieu rural : une plus grande part de ces entrepreneurs considère des éléments du milieu rural comme des atouts de développement des débouchés : cadre agréable, possibilité de parkings, ils voient plus de possibilités de développement lorsque la commune est dynamique et proche des grands axes routier. (page 75) → meilleure promotion des potentialités du monde rural.

Les éléments à promouvoir pour les inciter à devenir entrepreneur en milieu rural :

- Ce qui les a motivé à devenir entrepreneur :
 - Possibilité d'exercer sa passion comme métier (67%)
 - Autonomie (57%)
 - Pouvoir de décision et d'initiative (24%)
 - Possibilité de travailler à domicile (cité spontanément)
- Les facteurs ayant été déterminants à les inciter à s'implanter en milieu rural (rappel : ½ de ces entrepreneurs implante son entreprise en milieu rural avant d'y avoir son lieu de résidence) :
 - Foncier disponible et favorable (62%)
 - Cadre de vie agréable (57%)
 - Dynamisme de la région (38%)
- Les facteurs considérés comme des atouts du milieu rural :
 - Cadre de vie agréable (100%)
 - Convivialité avec les clients (95%)
 - Patrimoine naturel, architectural et culturel (70%)