

PARTIE V

Analyse globale

Certains résultats ne nécessitent pas de ventilation selon le secteur d'activité de l'entreprise ou le milieu d'origine de l'entrepreneur et sont donc pour cette raison traités de manière globale, c'est-à-dire tout entrepreneur confondu.

1. Infrastructures et services locaux

L'objet de cette première partie est de déterminer si les infrastructures et services locaux du milieu rural sont propices à l'installation des TPE. Pour cela, nous déterminons d'une part si la qualité de ces services influence le fonctionnement des TPE et d'autre part, nous mesurons le degré de satisfaction des entrepreneurs vis-à-vis de ces services.

Les services et infrastructures traités dans le cadre de cette étude sont l'entretien des voiries et des espaces communaux, l'équipement des terrains (accès au réseau de distribution de l'eau, au réseau électrique, au système d'égouts et la collecte des déchets), les services administratifs communaux et les services de la Poste.

1.1. Entretien des voiries et des espaces communaux

L'entretien des voiries, tout comme l'entretien des espaces communaux, sont des services communaux qui contribuent fortement à préserver un cadre de vie agréable ainsi qu'un bon état des infrastructures routières. Pour rappel, près de 89% des entrepreneurs interrogés considèrent le cadre de vie agréable comme un atout du milieu rural et le bon état des infrastructures routières est un atout pour 50% d'entre eux.

La satisfaction des entrepreneurs vis-à-vis de ces deux services a été mesurée. Le tableau 25 indique qu'environ 55% sont satisfaits, voire même très satisfaits de l'entretien des voiries de leur commune. Cependant, près de 41% n'en tirent pas de satisfaction ou peu. Etant donné qu'une faible majorité seulement est satisfaite de ce service et que celui-ci contribue au bon fonctionnement de la petite entreprise rurale, nous pensons qu'il devrait être amélioré dans certaines communes. Cette amélioration contribuerait ainsi à rendre les milieux ruraux plus accueillants aux TPE. Par ailleurs, les résultats révèlent qu'une large majorité des entrepreneurs (64%) est satisfaite voire très satisfaite de l'entretien des parcs, places, esplanades, ronds-points et autres espaces de leur commune.

Seulement 23% de l'échantillon sondé n'en est pas satisfait ou peu. Ce service peut donc être jugé comme propice à l'installation des TPE en milieu rural.

Tableau 25 : Distribution des entrepreneurs selon leur degré de satisfaction pour chacun des services et infrastructures locaux.

Services et infrastructures communaux	Pas satisfait	Peu satisfait	Satisfait	Très satisfait	Sans avis
Entretien des voiries	28%	13%	32%	22%	5%
Entretien des espaces communaux	9%	14%	30%	34%	13%
Accès au réseau de distribution d'eau	12%	4%	27%	45%	12%
Accès au réseau électrique	8%	8%	33%	47%	4%
Accès au système d'égouts	23%	16%	22%	25%	14%
Collecte des déchets	21%	14%	25%	36%	4%
Horaires des services administratifs	9%	13%	32%	23%	23%
Efficacité des services administratifs	8%	16%	32%	23%	21%
Distribution du courrier	12%	11%	34%	39%	4%
Horaires du bureau de Poste	13%	24%	36%	27%	0%
Efficacité des services de la Poste	5%	26%	39%	29%	1%

Source : Enquête CAPRU 2006

1.2. Equipement des terrains ruraux

La majorité (46%) des entrepreneurs sondés considèrent qu'un bon équipement en eau et en électricité, l'accès à un système d'égouts et une collecte des déchets efficace n'influencent pas de manière importante le fonctionnement de leur entreprise. Cependant, 41% ne sont pas de cet avis et considèrent même que lorsque ces services sont satisfaisants, ils représentent un réel avantage pour le fonctionnement de leur entreprise.

Comme l'indique le tableau 25, les entrepreneurs sont satisfaits voire très satisfaits de l'accès au réseau de distribution d'eau (72%) ainsi qu'au réseau électrique (80%). Ces services peuvent donc être jugés comme opportuns à l'installation des TPE en milieu rural. A contrario, seulement 47% des entrepreneurs sont satisfaits de l'accès au système d'égouts contre 39% qui en sont insatisfaits. Cette insatisfaction s'explique par l'inexistence de ce service dans encore plusieurs communes, notamment à Incourt où 6 entrepreneurs sur les 10 sont insatisfaits, 11 à Aywaille (sur 20) et 5 à Hotton (sur 10). Par conséquent, nous pensons que l'amélioration de l'accessibilité à ce service correspondrait à la suppression d'un frein à la propension à entreprendre dans nos villages.

Le terme "collecte des déchets" englobe périodicité et régularité du ramassage des déchets et prix demandés. Bien que près de 60% des entrepreneurs sont satisfaits à très satisfaits de ce service, 21% ne le sont absolument pas et 9% le sont peu. L'entrepreneur reproche soit l'irrégularité dans le ramassage des déchets, ce qui occasionne une perte de temps (mise et reprise des déchets non ramassés), soit le prix trop élevé réclamé par la commune. Il semble donc que certains efforts peuvent être encore réalisés dans ce domaine afin de maximiser les chances du milieu rural à accueillir de nouvelles entreprises.

Bien que les parcs à containers ne soient pas mis à la disposition des entrepreneurs pour usage professionnel, certains d'entre eux nous expliquent que la distance qui les sépare des parcs à containers les oblige à stocker leurs déchets chez eux (souvent à l'arrière de l'entreprise) afin de ne pas perdre trop de temps et d'argent dans les trajets.

1.3. Services administratifs

Les services administratifs ne sont pas considérés comme ayant une grande importance pour le fonctionnement de l'entreprise. En effet, 60% de l'échantillon considèrent ces services négligeables pour leur entreprise. Par ailleurs, aussi bien vis-à-vis des horaires d'ouverture des bureaux administratifs que de leur efficacité, plus de 50% des entrepreneurs sont satisfaits à très satisfaits (tableau 25).

1.4. Services de la Poste

Tout comme les services administratifs, les services de la Poste ne sont pas considérés comme ayant une grande importance pour le fonctionnement de l'entreprise, puisqu'environ 53% de l'échantillon considèrent ces services négligeables pour leur entreprise. Cela s'explique notamment par le fait que les entrepreneurs ont adopté l'outil informatique, beaucoup plus rapide que le courrier (*cf.* Utilisation des TIC par les entrepreneurs ruraux). Par ailleurs, que ce soit vis-à-vis de la distribution du courrier, des horaires d'ouverture du bureau de Poste ou de leur efficacité, une grande majorité des entrepreneurs est satisfaite avec respectivement 73, 63 et 68% (tableau 25).

Plusieurs entrepreneurs nous ont cependant fait part de quelques reproches vis-à-vis des services offerts par la Poste. Certains d'entre eux se plaignent de devoir moduler leurs horaires de travail en fonction des horaires d'ouverture du bureau de Poste. D'autres, expliquent qu'ils reçoivent leur courrier trop tardivement dans la journée. Même si le courrier est déposé début d'après-midi, l'entrepreneur ne peut en prendre connaissance que le soir, après sa journée de travail. Certains connaissent des irrégularités dans la distribution de leur courrier et d'autres se plaignent que leur courrier n'est pas toujours déposé à la bonne adresse. Finalement, l'entrepreneur se plaint également de la distance qui le sépare du bureau de Poste le plus proche.

Nous avons pu relever, dans les communes où le bureau de Poste est ouvert durant les temps de midi, une fois par semaine jusque 19 heures ainsi que le samedi matin, une grande satisfaction des entrepreneurs vis-à-vis des services de la Poste. Etant donné que le nombre de bureaux de Poste est voué à diminuer prochainement au sein de nos communes, nous pensons qu'il serait favorable pour le milieu rural d'appliquer les horaires présentés ci-dessus s'il veut présenter un avantage supplémentaire aux jeunes entrepreneurs.

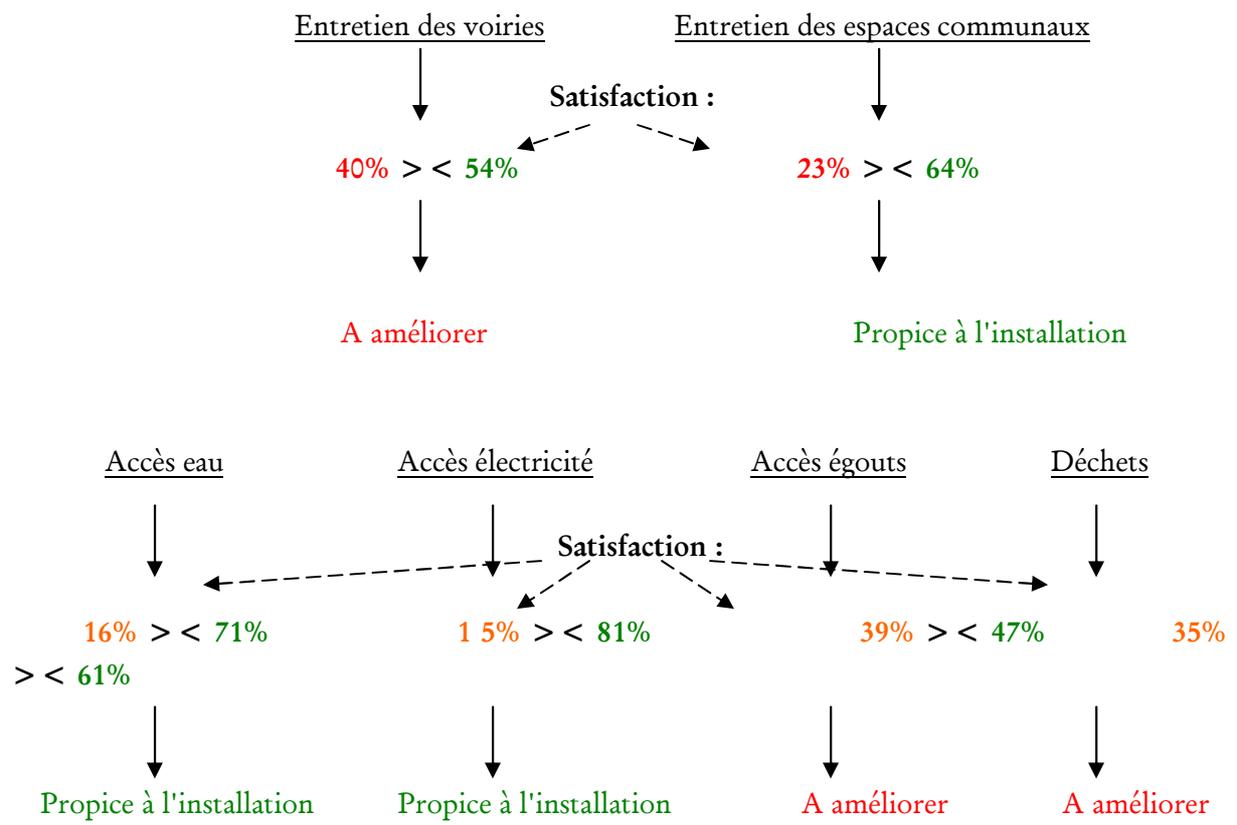
Le schéma ci-dessous permet de clarifier et de synthétiser les données collectées dans le cadre des infrastructures et services locaux.

Atouts :

Cadre de vie agréable : 89% des entrepreneurs

Etat des infrastructures routières : 50% des entrepreneurs

Bon équipement des terrains : 42% des entrepreneurs



2. Les ressources endogènes

L'objectif de cette seconde partie est de déterminer si les ressources endogènes du milieu rural conditionnent l'installation des TPE dans ce milieu. Les ressources endogènes d'un territoire peuvent être définies comme étant les richesses naturelles ou humaines qui sont utilisables par l'homme et qui sont propres à ce territoire.

Comme l'indique le tableau 26, la présence des ressources endogènes n'a été déterminante que pour 20% des entrepreneurs dans le choix d'implanter leur entreprise en milieu rural. 34% des entrepreneurs qui utilisent certaines ressources endogènes de leur commune affirment que celles-ci ne les ont absolument pas influencés lors de leur choix et pour 3%, leur présence a été peu prise en considération.

Tableau 26 : Distribution des réponses émises par les 94 entrepreneurs par rapport à la question "La présence des ressources endogènes que vous exploitez actuellement a-t-elle été déterminante dans le choix du lieu d'implantation de votre entreprise ?"

Réponse émise	
Déterminante	20%
Peu prise en considération	3%
Pas du tout déterminante	34%
Je n'exploite pas de ressources endogènes	43%

Source : Enquête CAPRU 2006

Parmi les entrepreneurs pour lesquels la présence des ressources endogènes (RE) à été déterminante, 6 proviennent de la commune de Vresse-sur-Semois, 4 de la commune de Hotton, 3 de la commune d'Aywaille, 3 également de la commune de Couvin, 2 proviennent de la commune de Frasnes-lez-Anvaing et 1 de la commune d'Incourt. Le tableau 27 indique également que la présence des RE est principalement importante pour les entrepreneurs orientés dans le secteur des activités de loisirs (42%) et du bois (29%). Les éco-entreprises enregistrent un score de 33%, mais le fait que seulement trois éco-entreprises aient été rencontrées ne rend pas ces résultats fort représentatifs.

Tableau 27 : Part (%) des entrepreneurs pour lesquels la présence des ressources endogènes qu'ils utilisent actuellement a été déterminante dans le choix du lieu d'implantation de leur entreprise, selon les secteurs d'activité économique sélectionnés.

Secteur	Entrepreneurs (%)
Activités de loisirs	42%
Eco-entreprise	33%
Bois	29%
Agro-alimentaire	19%
Restauration et hébergement	11%
TIC	0%

Source : Enquête CAPRU 2006

Les principales ressources endogènes utilisées par les entrepreneurs sont les matières premières (le bois, la pierre et l'eau des rivières), les produits du terroir, le patrimoine naturel, architectural et culturel ainsi que la main d'œuvre qui dispose d'un savoir-faire spécifique et local.

Aux entrepreneurs pour lesquels la présence des ressources a été déterminante au moment de s'installer, la question suivante a été posée : "Si ces ressources venaient à ne plus être disponibles à proximité de votre entreprise, vous délocaliseriez-vous vers un autre lieu d'implantation ?". A cela, 8 répondent *oui, obligatoirement*, 4 : *non, certainement pas*, 4 : *non, je réorienterais mes activités* et 3 ne savent pas.

Par conséquent, pour seulement 8 entrepreneurs sur les 94 rencontrés, la présence des ressources endogènes du milieu rural les a incités à y installer leur entreprise et est obligatoire à leur activité. En effet, ils seraient obligés de se délocaliser pour poursuivre leur activité si ces ressources venaient à disparaître.

3. L'utilisation des TIC par les entrepreneurs ruraux

Dans le cadre de cette enquête, les technologies de l'information et de la communication étudiées sont internet et le téléphone mobile ou GSM. Comme présenté précédemment, l'accès à ces deux outils informatiques représente un atout important pour environ 68% des entrepreneurs sondés.

L'objectif de cette partie est de déterminer la part des entrepreneurs qui utilise internet et/ou un GSM dans le cadre du fonctionnement de leur entreprise. Nous mesurons également leur degré de satisfaction vis-à-vis de ces services et relevons si l'accessibilité et la qualité de ces services influencent le fonctionnement de leur entreprise.

3.1. Internet

Sur les 94 entrepreneurs rencontrés, 76 disposent d'un accès à internet et 2 sont en voie d'y accéder (soit environ 83% des entrepreneurs). Les raisons pour lesquelles un entrepreneur ne dispose pas d'internet sont l'inutilité (10 cas), le manque de temps à se lancer dans la démarche pour accéder à ce service (2 cas), le manque de formation (2 cas), le prix demandé trop élevé (1 cas) et la réticence (1 cas). Aucun des entrepreneurs n'a évoqué l'impossibilité de raccordement et les coupures fréquentes, bien que toutes deux proposées lors de l'entretien.

Pour les entrepreneurs disposant d'un accès à internet, nous leur demandons dans un premier temps d'exprimer leur niveau de satisfaction vis-à-vis de la qualité et de l'accessibilité de ce service. 85% de ces entrepreneurs en sont satisfaits voire même très satisfaits (7% sont insatisfaits, 7% sont peu satisfaits et 1ù est sans avis).

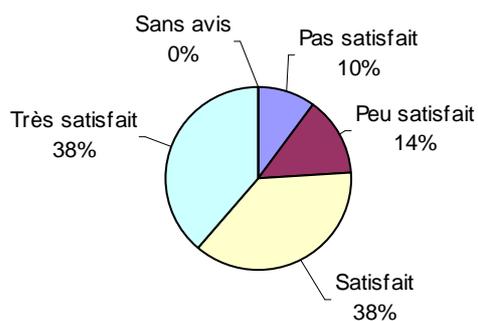
Ensuite, nous leur demandons si l'accessibilité et la qualité de ce service avaient une influence sur le fonctionnement de leur entreprise. A cela, 49 (sur les 76) nous répondent positivement. De cet outil, l'entrepreneur bénéficie d'un gain de temps, il peut offrir un meilleur service à ses clients (accessibilité, réponse rapide, réservation), il peut réaliser de la publicité en créant son propre site ou en envoyant des promotions à ses clients, il peut également obtenir rapidement des informations et des conseils qui l'aident à s'améliorer et rester compétitif sur le marché, il réalise ses commandes auprès de ses fournisseurs et peut régler rapidement ses factures. Cependant, si la connexion à internet représente un atout important pour de nombreux entrepreneurs, cet outil peut également causer des ennuis lorsque surviennent fréquemment des coupures de connexion. En effet, dans ce cas, l'entrepreneur éprouve des difficultés à répondre rapidement aux attentes de ses clients ce qui provoque leur mécontentement.

3.2. Téléphone mobile

Nombreux sont les entrepreneurs qui possèdent un téléphone mobile à usage professionnel. En effet, ils représentent 85% de l'échantillon sondé. Pour ces entrepreneurs, nous leur demandions dans un premier temps d'exprimer leur niveau de satisfaction vis-à-vis de la qualité et de l'accessibilité de ce service. La figure 4 indique que 76% de ces entrepreneurs en sont satisfaits voire même très satisfaits.

Dans un second temps, nous demandions aux entrepreneurs possédant un GSM à usage professionnel si l'accessibilité et la qualité de ce service avaient une influence sur le fonctionnement de leur entreprise. A cela, 56% nous répondent positivement.

Figure 4 : Distribution des entrepreneurs utilisant un GSM dans le cadre du fonctionnement de l'entreprise selon leur degré de satisfaction vis-à-vis de la qualité et de l'accessibilité de ce service



Source : Enquête CAPRU 2006

L'utilisation d'un GSM permet à l'entrepreneur d'être accessible à tout moment aussi bien pour ses clients que pour ses ouvriers. Certains utilisent même la déviation d'appel sur leur mobile lorsqu'ils quittent leur entreprise. Ce système permet à certains de rentabiliser au maximum leur temps en contactant fournisseurs et clients durant les trajets sur la route. Pour plusieurs, le téléphone mobile représente l'unique moyen de communication dont ils disposent. Certains entrepreneurs nous expliquent aussi que de plus en plus de jeunes ne disposent pas de ligne fixe chez eux et que par conséquent, il est plus avantageux pour eux de pouvoir

Les raisons pour lesquelles un entrepreneur ne dispose pas d'un GSM dans le cadre du fonctionnement de son entreprise sont l'inutilité (10 cas), l'absence de couverture de réseau (2 cas), le prix demandé trop élevé (1 cas) et la volonté de préserver sa vie privée et un peu de tranquillité (1 cas). En outre, l'utilisation du téléphone mobile est peu à peu remplacée par celle d'internet, outil qui permet de communiquer à moindre prix (1 cas). Par ailleurs, selon certains entrepreneurs, il serait intéressant de développer davantage les cybercafés et bornes publiques de raccordement à internet dans les milieux ruraux.

4. Relations locales des TPE

4.1. Acteurs de la commune avec lesquels la TPE entretient des contacts

Près de trois quarts des entrepreneurs rencontrés entretiennent des relations professionnelles avec les habitants de la commune (tableau 28). Les entrepreneurs expliquent qu'ils entretiennent de bonnes relations avec leur voisinage et qu'ils ont de nombreuses connaissances avec lesquelles ils s'échangent divers services.

Les autorités communales sont le deuxième type d'acteur avec lequel une grande partie des entrepreneurs ont des contacts. Dans ce cas, il s'agit principalement de demandes de permis divers (permis d'urbanisme, autorisation d'accès sur certains sites, autorisation d'organisation de certains événements) mais également de services. A titre plus marginal, certains membres des autorités communales font partie de la clientèle des TPE. Bien que Saleilles (France, 2005) estime qu'il est plus facile de solliciter élus et institutions locales en milieu rural, cette opportunité hypothétique du milieu étudié n'a pas été évoquée par les entrepreneurs rencontrés.

Deux tiers des entrepreneurs entretiennent des relations professionnelles avec d'autres entreprises de la commune. Celles-ci ont tantôt un rôle de client, tantôt un rôle de sous-traitants ou de fournisseurs. Par ailleurs, les entrepreneurs nous révèlent l'existence d'entraide spontanée qui se développe au fil du temps et qui se matérialise par l'échange de matériel, de conseils, de savoir-faire avec d'autres entreprises de leur commune. Les entrepreneurs localisés dans des communes à faible densité de TPE, telle que la commune de Vresse-sur-Semois, estiment qu'il est plus facile de s'y entraider que dans des communes où la concurrence est plus importante. Selon eux, l'augmentation de la concurrence engendre l'individualisme. Dans ces communes, où il n'y a que peu d'entreprises, existe une réelle opportunité de synergie. Certains entrepreneurs nous expliquent leur volonté de maintenir leur spécificité afin de rester complémentaire aux autres entreprises.

Comme l'indiquait déjà Chevalier (France, 2005), ces réseaux entrepreneuriaux sont en général composés d'activités du même domaine ou d'entreprises plus ou moins complémentaires. En effet, l'exemple rencontré correspond à l'association d'un gîte, d'un centre de thalassothérapie et d'un restaurant. Le réseau s'est créé par hasard. C'est en discutant que ces entrepreneurs se sont rendus compte qu'ils avaient des centres d'intérêts communs et des difficultés communes. Ces entrepreneurs s'associent via des liens entre leur site internet et proposent une formule de court séjour combinant les trois activités.

Tableau 28 : Part des TPE (%) ayant des relations avec des acteurs de la commune et motifs de ses contacts.

Acteur	TPE	Motif principal	Motif secondaire
Population	72	Clientèle	Voisinage, connaissance, services, aides
Autorités communales	65	Administration	Clientèle
Autres entreprises	62	Clientèle, fournisseurs, sous-traitants	Entraide, échanges
Comités des fêtes	47	Clientèle	Sponsor
Clubs de sport	41	Clientèle	Sponsor
Organisations culturelles et folkloriques	28	Sponsor	Clientèle
Syndicat d'initiative	5	Tourisme	-

Source : Enquête CAPRU 2006

Un peu moins de la moitié des entrepreneurs sondés comptent parmi leur clientèle des comités des fêtes ainsi que des clubs de sport. En outre, les TPE sponsorisent ces deux types d'acteurs. Finalement, les entrepreneurs côtoient des organisations culturelles et folkloriques principalement dans l'objectif de les sponsoriser et 5% d'entre eux ont déjà collaboré avec le Syndicat d'Initiative.

Nous avons également recensé un entrepreneur qui entretenait des relations avec un comité de jeunesse, un autre avec l'assemblée des commerçants de sa commune et cinq entrepreneurs avec des écoles. De ces résultats, il ressort que les TPE entretiennent des relations avec une multitude d'acteurs de leur commune, et que le motif principal de ces relations est d'ordre professionnel.

4.2. Les débouchés des TPE rurales

Cette partie a pour but de déterminer si les débouchés des TPE se limitent aux acteurs de la commune où elle est localisée, ou s'ils sont également composés d'acteurs extérieurs à la commune. A travers cette partie nous désirons également caractériser davantage la clientèle des TPE.

4.2.1. Types de clientèle

On recense quatre types de clientèle pour les TPE :

- Clientèle uniquement composée d'entreprises : 4% des TPE ;
- Clientèle uniquement composée de particuliers : 25% des TPE ;
- Clientèle uniquement composée d'indépendants : 2% des TPE ;
- Clientèle composée d'une combinaison de deux ou de trois des types de clients cités ci-dessus, avec parfois un acteur supplémentaire (école, commune, mouvement de jeunesse, comité de fêtes) : 67%.

Pour cette dernière catégorie, nous avons ensuite distingué la clientèle principale, à partir de laquelle l'entrepreneur enregistre la plus grande part de son chiffre d'affaire de la clientèle secondaire, cela afin de déterminer la localisation géographique des principaux débouchés des TPE rurales.

4.2.2. Localisation géographique de la clientèle principale

La localisation géographique de la clientèle principale des TPE rurales est présentée dans le tableau 29. Un peu plus d'un entrepreneur sur trois a la majorité de ses clients situés au sein de sa commune ou du moins dans les communes voisines.

Pour les deux autres tiers, la clientèle locale n'est pas suffisante : un entrepreneur sur cinq étend son champ d'action à un niveau provincial et près d'un sur dix au niveau de la région wallonne. Pour ces entrepreneurs, le fait qu'ils aient des clients dispersés sur de plus grands territoires ne signifie pas qu'ils n'ont pas parmi leur clientèle principale des habitants de leur commune ou des communes avoisinantes. Très peu d'entrepreneurs ont leur clientèle uniquement située en région flamande et bruxelloise. Autant d'entrepreneurs ont leurs clients uniquement situés dans la commune que d'entrepreneurs dont les clients sont répartis au quatre coins de la Belgique. Finalement, un peu moins d'un entrepreneur rural sur cinq travaille à une échelle internationale. Parmi ceux-ci 6 entrepreneurs ont leur clientèle principale uniquement située à l'étranger tandis que les autres ont également des clients belges.

D'autre part, alors que les besoins des urbains sont considérés comme avantageux au développement des débouchés pour 55% des entrepreneurs (*cf.* analyse selon le milieu d'origine), ils ne sont que 35% à estimer ceux des ruraux comme tels. Eu égard aux différents résultats collectés, il ressort que les débouchés locaux, bien que figurant chez de nombreux entrepreneurs ruraux ne sont pas suffisants dans la plupart des cas pour assurer une rentabilité satisfaisante.

Tableau 29 : Distribution de la clientèle principale selon sa localisation.

Localisation	Entreprises
Commune	14 %
Communes limitrophes	20 %
Province	19 %
Région wallonne	9 %
Région flamande	6 %
Région bruxelloise	1 %
Belgique	14 %
International	17 %
Nombre de questionnaires valables	79

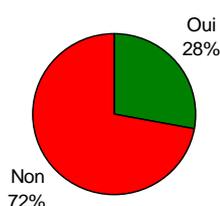
Source : Enquête CAPRU 2006

5. Les zones franches

Un volet du questionnaire visait à évaluer la notoriété des zones franches et estimer si la mise en place de ces zones pouvait inciter à la création d'entreprise en milieu rural. Pour rappel, c'est le Fonds d'Impulsion de Développement Economique Rural (FIDER) qui permet la mise en place de ces zones. Le budget zones franches rurales est doté de 12.5 millions d'euros pour la période 2006-2009.

Les zones franches rurales sont des territoires communaux rencontrant des problèmes d'isolement et des difficultés socio-économiques, et qui présentent sur base de données de l'INS, une densité de population inférieure à 150 habitant/km². 52 communes sont situées en zones franches rurales. Ces communes sont essentiellement namuroises et luxembourgeoises. Les zones franches bénéficient d'un régime de discrimination positive en vue d'assurer leur redéploiement.

Figure 5 : Distribution des entrepreneurs à la question :
"Avez-vous déjà entendu parler des zones franches ?"



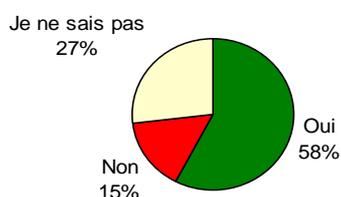
Source : Enquête CAPRU 2006

Lorsque nous demandons aux entrepreneurs s'ils ont déjà entendu parler des zones franches, seulement un quart (26 entrepreneurs) nous répondent oui (figure 5). Parmi ceux-ci, 20 ne savent pas expliquer de quoi il s'agit. Seulement 4 entrepreneurs sur l'ensemble de l'échantillon ont déjà entendu parler des zones franches et ont pu nous en donner une explication correcte.

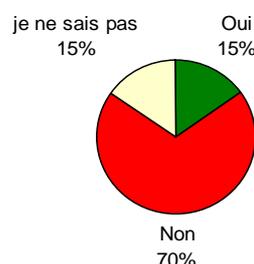
A ces 26 entrepreneurs, après leur avoir expliqué le concept des zones franches, nous leur demandions d'une part s'ils pensaient que cette mesure pouvait inciter à la création d'entreprises en milieu rural et d'autre part, s'ils devaient réinstaller leur entreprise, est-ce que le statut de zone franche d'une commune serait-il important dans le choix de cette commune pour installer leur entreprise. La figure 6 nous indique que les entrepreneurs sont d'accord pour dire que cette mesure peut inciter à la création d'entreprise en milieu rural, mais que toutefois si c'était à refaire, le statut de zone franche d'une commune ne serait pas important dans le choix de cette commune pour y installer leur entreprise.

Figure 6 : Distribution des 26 entrepreneurs ayant déjà entendu parler des zones franches aux questions :

"Pensez-vous que cette mesure peut inciter à la création d'entreprise en milieu rural ?"



"Si c'était à refaire, le statut de 'zone franche' d'une commune serait-il important dans le choix de cette commune"



CAPRU 2006

69

Source : Enquête CAPRU 2006

Source : Enquête CAPRU 2006

6. Point de vue des entrepreneurs

6.1. Quels sont les secteurs d'activité porteurs pour le milieu rural ?

A la question : "Quels sont, selon-vous, les activités professionnelles et secteurs d'activité économique, qui offrent le plus d'opportunités de développement d'entreprises en milieu rural?", les entrepreneurs interrogés ont répondu :

- Le tourisme : 25 répondants ;
- L'alimentation : secteur agricole et de l'agro-alimentaire : 22 répondants ;
- La restauration et l'hébergement : 19 répondants ;
- Les services de proximité en tout genre : 12 répondants ;
- La construction : 9 répondants ;
- L'artisanat : 8 répondants ;
- Les activités de loisirs (sport et spectacles) : 8 répondants ;
- Le secteur du bois : 7 répondants ;
- Les énergies renouvelables : 3 répondants ;
- Les nouvelles technologies de l'information et de la communication : 2 répondants.

La valorisation des patrimoines naturel, architectural et culturel des milieux ruraux via le tourisme semble être le secteur clé pour favoriser la dynamique économique de ces milieux. Pour de nombreux entrepreneurs, le développement de ce secteur doit se faire conjointement à celui de la restauration et de l'hébergement afin d'assurer un accueil optimal aux touristes et de favoriser la prolongation de la durée de leur séjour dans nos villages.

La valorisation des terres via l'agriculture et la valorisation des matières premières agricoles via le secteur de l'agro-alimentaire sont toutes deux des voies qu'il convient de préserver en milieu rural. Outre la nécessité de s'alimenter, les entrepreneurs estiment que les gens apprécient disposer d'un large choix dans les produits qu'ils consomment. Par ailleurs, les secteurs de l'agro-alimentaire et agricole permettent de préserver et de valoriser un savoir-faire spécifique et local. Pour certains entrepreneurs, il serait intéressant de développer la culture maraîchère en Wallonie, au même titre qu'en Flandre.

Les entrepreneurs jugent les services de proximité insuffisants en milieu rural, et nombreux sont les ruraux qui s'en plaignent. Par conséquent, ils pensent que le développement de ces services permettrait de répondre aux attentes de la population rurale. Par services de proximité, l'entrepreneur entend les services tertiaires, les services aux personnes âgées, les services de soins de santé, les crèches, les services d'aide aux jeunes défavorisés ainsi que les services de dépannage et d'entretien du matériel électroménager, informatique ou autre. Selon eux, les grosses entreprises préfèrent remplacer le matériel que le réparer, or, cet état esprit n'est ni économique pour le client ni écologique.

Selon environ 10% des entrepreneurs rencontrés, le secteur de la construction est un secteur qui offre de belles opportunités de développement de petites entreprises en milieu rural. Ils estiment qu'il existe en ce moment une forte demande dans ce secteur et que l'offre est insuffisante voire parfois inexistante.

Certains entrepreneurs évoquent l'artisanat. Selon eux, il est à promouvoir quel que soit le type de secteur d'activité. Nous avons cependant remarqué que l'entrepreneur définit souvent l'artisan comme "le petit" menuisier, plombier, le maçon ou encore le garagiste.

Outre les activités de loisirs liées au tourisme, l'entrepreneur estime que les activités sportives en plein air nécessitant des grands espaces verts (randonnées), des cours d'eau (descente en kayak) ou du relief (escalades) et qui permettent aux ruraux tout comme aux urbains de se ressourcer le week-end et en vacances sont également une voie porteuse de développement rural. Par ailleurs, ces activités répondent bien aux attentes de nombreux néo-ruraux venus en milieu rural pour y trouver un cadre de vie agréable.

Etant donné la proximité de la ressource, certains entrepreneurs pensent que le secteur du bois est opportun au développement d'entreprises en milieu rural.

Pour une faible part des entrepreneurs interrogés (environ 3%), les milieux ruraux sont propices à la création d'énergie verte. Il leur semble que l'orientation des exploitations agricoles vers ce domaine, mais aussi la création d'entreprises de transformation de la matière première soient toutes deux des voies de développement des milieux ruraux.

Dans un second temps, nous avons demandé aux 94 entrepreneurs s'ils pensaient que les énergies renouvelables pouvaient, à l'avenir, faire partie de ces secteurs d'activité porteurs pour les entreprises du milieu rural. 79% des entrepreneurs sont d'accord pour dire que le secteur des énergies renouvelables est à promouvoir en milieu rural, 15% pensent le contraire et 6% ne savent pas.

Les raisons qui les portent à croire cela sont :

1. La valorisation du potentiel rural :
 - Bois : bois de chauffage
 - Vastes terrains disponibles : installation d'éoliennes
 - Agriculture : production de matières premières
2. C'est une nécessité :
 - Préserver l'environnement et réagir aux changements climatiques
 - Alternative aux énergies fossiles qui se raréfient
3. C'est une opportunité :
 - Diminution des coûts énergétiques et donc des coûts de production
 - Valorisation des sous-produits
 - Création d'emploi
 - Revenus alternatifs pour les agriculteurs

6.2. Comment inciter à la création d'entreprises en milieu rural ?

Parmi les recommandations données par les entrepreneurs pour inciter à la création d'entreprise, certaines sont spécifiques au milieu rural et d'autres restent globales. Pour une meilleure interprétation, nous distinguerons donc les recommandations valables quel que soit le milieu de celles spécifiques au milieu rural.

6.2.1. Recommandations générales

- ◆ Alléger et simplifier les charges et démarches administratives : 23 répondants ;
- ◆ Incitants financiers : facilité au financement, primes, exonération partielle d'impôts, allocation familiale plus importante, augmentation de la pension : 21 répondants ;
- ◆ Diminuer les charges salariales : 13 répondants ;
- ◆ Diminuer les taxes : 9 répondants ;
- ◆ Investir dans l'éducation et la formation des jeunes et les inciter à se tourner davantage vers un métier manuel qu'intellectuel quand cela s'avère plus adapté à l'enfant : 8 répondants ;
- ◆ Rassurer, encourager, conseiller, coacher, assister les jeunes entrepreneurs : 6 répondants ;
- ◆ Bénéficier d'une aide administrative efficace et informée : 4 répondants ;
- ◆ Limiter les horaires d'ouverture des grandes surfaces, obligation de fermeture un jour par semaine : 1 répondant ;
- ◆ Diminuer les loyers : 1 répondant.

6.2.2. Recommandations spécifiques au milieu rural

- ◆ Revaloriser les atouts du milieu rural, promouvoir les potentialités de développement non exploitées par la commune, démystifier ("les paysans ne sont pas des arriérés") : 10 répondants ;
- ◆ Protéger les entreprises des riverains : 8 répondants ;
- ◆ Prévoir des emplacements valables et appropriés pour les TPE (atelier rural, zoning artisanal) : 5 répondants ;
- ◆ Améliorer les services publics (écoles, crèches, soins de santé, banque, bus) : 3 répondants ;
- ◆ Favoriser le développement de partenariats entre les TPE et les acteurs locaux et faciliter l'intégration locale : 2 répondants ;
- ◆ Veiller aux places de stationnement et créer des parkings si cela s'avère nécessaire : 2 répondants ;
- ◆ Faire connaître les entreprises rurales, de sorte qu'elles servent d'exemple de réussite et de faisabilité : 1 répondant ;
- ◆ Tirer une certaine reconnaissance au sein même de la commune d'y être entrepreneur : 1 répondant.