

PARTIE VIII

Résultats des ateliers ruraux

A partir de l'analyse présentée dans les trois parties précédentes et du point de vue des entrepreneurs envers les solutions à apporter pour favoriser la propension à entreprendre en milieu rural, il a été possible d'émettre quelques points d'ancrage susceptibles d'alimenter la réflexion lors des ateliers de travail organisés dans chacune des communes sélectionnées. Ceux-ci ont été soumis aux différents groupes de participants, citoyens et autres acteurs communaux, en vue de les évaluer. L'objet final de ces ateliers est la synthèse d'une série de recommandations susceptibles de favoriser le développement et la croissance d'entreprises en milieu rural. Cette synthèse est l'objet de la huitième partie de ce document.

1. Pistes de réflexion

1.1. Piste 1 : Comment revaloriser les atouts du milieu rural ?

Parmi les recommandations données par les entrepreneurs pour inciter à la création d'entreprise, certaines sont restées globales et d'autres étaient plus spécifiques au milieu rural. La piste de solution spécifique au milieu rural qui a été citée le plus fréquemment par les entrepreneurs est la revalorisation des atouts du milieu rural.

A partir des résultats obtenus, nous suggérons de revaloriser les atouts du milieu rural, dans un premier temps pour les entreprises, en améliorant d'une part les services locaux disponibles : entretien des voiries, accessibilité au système d'égouts et modification des horaires d'ouverture des bureaux de Poste, et d'autre part, en mettant en évidence les ressources endogènes du milieu rural qui représentent une réelle richesse de ce milieu et par conséquent une opportunité de développement économique. Car, comme le montrent les résultats, les ressources endogènes sont peu prises en considération par les entrepreneurs lors du choix du lieu d'implantation de leur entreprise, ce qui est fortement regrettable pour le milieu rural.

Dans un second temps, nous pensons qu'il serait également important de revaloriser les atouts du milieu rural vis-à-vis des consommateurs, en rappelant la large gamme de produits et de services spécifiques et de qualité que leur offre le milieu rural, et de mettre davantage l'accent sur le cadre de vie agréable, l'accessibilité et la convivialité que peut proposer à ses clients l'entrepreneur installé en milieu rural.

1.2. Piste 2 : Comment inciter à la création d'entreprises en milieu rural ?

1.2.1. Protéger, intégrer et mieux reconnaître les entreprises du milieu rural

Une deuxième piste de solution donnée par les entrepreneurs est de protéger, intégrer et mieux reconnaître le rôle des entreprises du milieu rural. Au regard des données obtenues, nous avons relevé comme étant des contraintes pour les entrepreneurs, les conflits environnementaux et conflits d'usage de l'espace qu'ils connaissent avec les riverains. Par ailleurs, l'arrivée massive des grandes surfaces, qui représentent une concurrence rude face à laquelle il est difficile pour le petit entrepreneur de rester compétitif, a également été décrite comme étant une contrainte susceptible de pousser l'entrepreneur à se délocaliser vers la ville voire même d'arrêter son activité. Pour cette raison, il semble qu'une meilleure protection des entreprises contre les riverains et contre les grandes surfaces, serait susceptible de favoriser la propension à entreprendre en milieu rural.

Par ailleurs, les entrepreneurs réclament une meilleure reconnaissance de l'utilité des TPE rurales par la population en ce qui concerne leur participation au maintien d'une vie locale équilibrée. Ils pensent également que le développement de partenariats entre les TPE et les acteurs locaux faciliterait l'intégration locale et susciterait une augmentation de la propension à entreprendre en milieu rural.

1.2.2. Aider spécifiquement l'artisan du milieu rural et revaloriser le métier d'artisan

En effet, nous pensons qu'il serait profitable pour le milieu rural qu'il apporte une aide spécifique à l'artisan. Etant donné que de nombreuses plaintes concernant les charges et démarches administratives ont été formulées au cours des entretiens avec les entrepreneurs, nous suggérons qu'une aide administrative soit spécifiquement mise en place en faveur des artisans. Cette aide administrative devrait fournir une meilleure information des démarches nécessaires à l'obtention des autorisations, à l'octroi des aides ainsi qu'une meilleure information des démarches à suivre pour obtenir des informations sur les aides existantes et les modalités d'accès.

Par ailleurs, bien que de nombreux efforts aient déjà été réalisés au cours de ces dernières années en termes de revalorisation du métier d'artisan auprès des jeunes, il semble que l'impact soit insuffisant et que des démarches similaires doivent encore être menées. De plus, outre la valorisation du métier d'artisan envers les jeunes, nous pensons qu'il serait intéressant de reconsidérer l'artisanat auprès des consommateurs, en précisant qu'il permet de préserver les éventuelles traditions et savoir-faire locaux.

1.2.3. Favoriser le dynamisme de la commune rurale

Plus d'un quart de l'échantillon sondé déclare que le dynamisme de la commune a été un facteur de localisation déterminant lors du choix du lieu d'implantation de leur entreprise. De ce fait, nous pensons que la revalorisation du dynamisme ainsi que le développement du dynamisme au sein d'une commune, permettraient d'améliorer la propension à entreprendre en milieu rural.

Les entrepreneurs nous ont cité le tourisme comme premier secteur porteur pour le milieu rural. Le développement de l'activité touristique d'une commune, lorsque cela s'avère possible, contribuerait donc à la redynamiser. Par ailleurs, le développement d'un tel pôle d'attractivité ne peut se faire qu'à partir d'une politique touristique réfléchie et originale.

Pour les communes présentant déjà un certain potentiel d'attractivité, il est nécessaire de le valoriser au maximum. C'est pourquoi, nous proposons d'étendre la connaissance de l'existence des entreprises de la commune auprès du grand public via des panneaux et des brochures de publicité. En plus de favoriser la popularité de la commune, ce concept permettrait également de favoriser les échanges entre les entreprises d'une même commune.

1.2.4. Sécuriser le statut d'indépendant

Parmi les craintes attendues dans un avenir proche par les entrepreneurs, figure celle de tomber en incapacité de travail suite à un accident ou une maladie. En effet, cette situation les oblige à faire un stage d'attente, durant lequel leur situation financière est plus que précaire, avant de pouvoir bénéficier des allocations de chômage. De ce fait, nous pensons qu'une sécurisation du statut d'indépendant correspondrait à la suppression d'un frein à la propension à entreprendre dans nos villages.

1.3. Piste 3 : Comment favoriser la création d'emploi local ?

Comme le révèlent les résultats obtenus, les TPE rurales créent de l'emploi local. En effet, la TPE occupe en moyenne 3.9 travailleurs, principalement issus de la commune où est localisée l'entreprise et des communes limitrophes à celle-ci.

Cependant, le fait que le fonctionnement d'une grande partie des TPE soit principalement familial limite leur rôle vis-à-vis de la création d'emploi.

Les objectifs de cette piste de réflexion sont de préciser les raisons pour lesquelles les TPE préfèrent la main d'œuvre familiale et de là, mettre en évidence des solutions à adopter pour favoriser la création d'emploi local à partir des TPE.

1.4. Piste 4 : Comment favoriser les synergies entre entreprises rurales ?

Etant donné que près de deux tiers des TPE rencontrées entretiennent des relations avec les autres entreprises de la commune, il nous semble intéressant de décrire davantage ces contacts et de définir, si cela s'avère intéressant, des pistes de solutions permettant de favoriser l'entraide entre les TPE.

1.5. Piste 5 : La clientèle locale est-elle suffisante ou est-ce une conséquence inéluctable pour les entrepreneurs ruraux ?**1.6. Piste 6 : Quelle entreprise pour quelle ruralité ?**

Finalement, les ateliers de travail viseront également à déterminer quels types d'entreprises les ruraux attendent-ils dans la ruralité de demain.

2. Caractérisation des groupes de discussion

Si l'approche par enquête a exclusivement ciblé les entrepreneurs, les ateliers de travail organisés dans les communes visent à recueillir le point de vue des autres acteurs ruraux par rapport à la thématique étudiée et, plus précisément par rapport aux résultats qui leur seront présentés. C'est ainsi que des groupes de discussion ont été formés dans chacun des sites d'étude. Les ateliers de travail ont été construits sur deux temps forts. Le premier consistait en une restitution des résultats de l'enquête tandis que le second visait à donner la parole aux participants sous la forme d'un débat initié par la présentation des pistes de réflexion décrites ci-dessus et animé par la Cellule CAPRU avec l'appui d'un médiateur externe.

En décembre 2006, 6 ateliers de travail ont donc été organisés au niveau local. Sur un nombre potentiel de participants invités atteignant, en moyenne, une cinquantaine de personnes, les effectifs présents ont varié entre 4 et 26 personnes, avec une moyenne d'une quinzaine de participants.

Pour lancer les débats, l'option choisie a été celle d'une validation des résultats présentés laissant ensuite les participants aborder les thématiques qui les touchaient le plus. Nous recentrons au fil de la soirée le débat sur notre liste de questions auxquelles nous voulions trouver des réponses à travers les débats. Toutes les questions n'ont pu être abordées au sein de chaque commune, vu le laps de temps imparti au débat. Cependant, toutes les thématiques ont été abordées sur l'ensemble des six réunions et approfondies de manière variable en fonction de l'assistance. Si dans certains cas, le débat s'est rapidement centré sur la recherche de solutions concrètes aux questions posées, les discussions de groupe ont parfois davantage pris la direction d'une séance de dialogue entre entrepreneurs permettant néanmoins de valider davantage de résultats et de les préciser. Quelle que soit l'orientation prise par les débats, les ateliers de travail ont été constructifs. Les discussions ont été retranscrites en fonction des thématiques et pistes de réflexion mises en évidence précédemment.

3. Synthèse des débats et recommandations

3.1. Validation des résultats et précisions

3.1.1. Profil de l'entrepreneur rural

Quelle que soit la commune où se tenait la réunion de restitution, les entrepreneurs participant au débat se sont reconnus, à l'unanimité, au travers du portrait type que nous avons dressé sur l'entrepreneur rural. Un entrepreneur nous a cependant fait remarquer que selon lui, un indépendant travaillant seul ne peut être considéré comme une entreprise, si petite qu'elle puisse l'être.

3.1.2. Facteurs physiques du milieu rural

De nombreux résultats concernant les facteurs physiques du milieu rural ont pu être validés au cours des débats. De multiples précisions ont également pu être apportées à ces résultats au cours des discussions.

3.1.2.1. *Facteurs de localisation*

Le foncier plus disponible et favorable en milieu rural qu'en milieu urbain a été reconnu comme facteur de localisation déterminant dans le choix d'un jeune entrepreneur à implanter son entreprise en milieu rural. Les prix pouvant parfois être trois fois plus faibles en milieu rural qu'en milieu urbain, ce critère est très important vu les difficultés actuelles d'obtenir un prêt de la part de la banque.

3.1.2.2. *Atouts et contraintes pour le fonctionnement de l'entreprise*

Nous avons présenté parmi les contraintes que subit l'entrepreneur à être localisé en milieu rural, la rigidité des règles urbanistiques. En effet, près d'un tiers des entrepreneurs interrogés considèrent ces règles urbanistiques comme un frein à l'extension ou à la rénovation de leurs infrastructures en phase avec le développement de l'activité. Les participants sont d'accord pour dire, qu'effectivement cet élément représente un frein au développement de nouvelles entreprises ainsi qu'à l'expansion d'entreprises existantes.

Le manque de visibilité de l'entreprise, et par conséquent, l'inutilité d'investir dans un show room, est une deuxième contrainte liée au milieu rural qui a été relevée au cours des discussions. Cependant cet avis a été contrasté : bien que les probabilités pour une entreprise d'être moins visible en milieu rural soient plus grandes qu'en milieu urbain, une entreprise localisée le long d'un grand axe routier en milieu rural reste plus visible qu'une entreprise située au coin d'une ruelle en ville.

Au travers des débats, l'arrivée des néo-ruraux a été définie comme contraignante pour les petites entreprises rurales. Les participants expliquent que les néo-ruraux se plaignent énormément des petits désagréments occasionnés par l'entreprise rurale (bruits, routes fissurée par les camions des fournisseurs), qu'ils ne consomment pas au sein de leur commune et qu'ils contribuent par conséquent à la formation des villages-dortoirs. Certains entrepreneurs nous ont également confirmé qu'ils connaissaient de réels conflits environnementaux avec leur voisinage, notamment pour cause de nuisances sonores et olfactives.

La présentation des résultats montrait que les ruraux étaient de moins en moins enclins à la dépense, ce qui correspondait à une contrainte contribuant à donner des regrets aux entrepreneurs de s'être installé en milieu rural. Un agent d'un des groupes d'action locale a confirmé ce phénomène en expliquant que lors d'exposition d'artisanat artistique, le nombre de visiteurs restait satisfaisant mais que le nombre d'acheteurs diminuait progressivement.

3.1.2.3. Infrastructures et services locaux

A travers la présentation des résultats, nous suggérons d'améliorer au niveau communal l'accès au système d'égouts, la collecte des déchets, les horaires d'ouverture des bureaux de Poste ainsi que l'entretien des voiries. Lors des discussions, les participants ont fait part de la nécessité d'améliorer l'entretien des voiries et étaient d'accord pour dire qu'il serait utile d'ouvrir les bureaux de Poste durant les temps de midi, une fois par semaine jusque 19 heures ainsi que le samedi matin.

3.1.2.4. Atouts et contraintes pour développer les débouchés

L'arrivée massive en milieu rural des grandes surfaces a été présentée comme une contrainte pouvant donner des regrets à l'entrepreneur de s'être installé en milieu rural eu égard aux difficultés qu'il connaît alors pour développer sa clientèle. Les prix plus attractifs et les horaires d'ouvertures plus larges des grandes surfaces représentent une concurrence rude vis-à-vis de laquelle le petit entrepreneur ressent de grandes difficultés à faire face.

L'avantage qu'ont les entrepreneurs à être localisés en milieu rural, pour développer leurs débouchés via leur publicité qui se fait par le bouche-à-oreille, a été validé au cours des débats. De plus, il a été précisé que ce phénomène est très important pour la survie des TPE car en plus de s'y rendre par proximité, les clients s'y rendent aussi par connaissance.

La plus faible densité de population en milieu rural, qui est la cause d'un plus faible potentiel client, a été présentée comme une contrainte pour développer les débouchés des TPE rurales. Les participants ont validé cette déclaration mais ont tout de même précisé que la faible densité de population représentait un atout indispensable pour certains secteurs d'activités, tels que les activités de loisirs, les activités touristiques et le secteur de l'horeca (gîte, hôtel, camping) qui nécessitent parfois des grands espaces verts, la nature et le calme.

Les participants étaient d'accord pour dire que le manque des transports en commun en milieu rural n'affecte pas le développement de la clientèle des TPE rurales.

3.1.3. L'utilisation des TIC par les entrepreneurs ruraux

Les entrepreneurs participant aux réunions de restitution ont approuvé que la connexion à internet était un moyen efficace et peu coûteux pour effectuer leur publicité. Ils précisent que cet outil est principalement efficace pour développer une clientèle extérieure à leur commune, c'est-à-dire là où la publicité via le bouche-à-oreille ne fonctionne pas. Ils complètent l'information en expliquant que leur publicité via internet peut se faire via la création de leur propre site, mais aussi par l'intermédiaire du site de la commune. Ce dernier présente alors des liens vers les entreprises, inscrites sur base volontaire. Lorsqu'il existe des synergies entre entreprises, des liens vers les sites des différents partenaires sont mis en place, ce qui augmente la visibilité du site internet de l'entreprise.

3.1.4. Emploi local

3.1.4.1. *Perception du rôle de la TPE vis-à-vis de l'emploi local par l'entrepreneur*

A partir des données collectées lors de l'enquête auprès des entrepreneurs, nous avons relevé que la main d'œuvre au sein d'une grande partie des TPE est essentiellement familiale. De ce fait, le rôle que jouent les TPE vis-à-vis de la création d'emploi est limité. Les entrepreneurs présents durant les ateliers de travail précisent les raisons pour lesquelles les TPE préfèrent la main d'œuvre familiale :

- Les charges salariales sont trop élevées ;
- Les entrepreneurs n'ont pas confiance envers les compétences des jeunes qui sortent de l'école ;
- La main d'œuvre familiale est plus motivée et plus flexible.

3.1.4.2. Caractéristiques de la main d'œuvre

Les participants sont d'accord pour dire que la main d'œuvre rurale ne dispose pas d'un savoir-faire spécifique et local. Ils valident également la nécessité pour une TPE de disposer d'un personnel flexible et polyvalent étant donné le nombre restreint de travailleurs que peut s'octroyer une TPE.

Ils approuvent également que les TPE n'exigent pas de leur personnel une qualification poussée et précisent que les entreprises sont prêtes à former elles-mêmes leur personnel pour autant que celui-ci soit réellement motivé. Par ailleurs, le salaire pour des travailleurs sans qualification est moins élevé, ce qui est favorable à des structures de si petite taille.

Les participants relèvent l'antagonisme existant entre la qualification d'un personnel local parfois trop élevée et les besoins d'une TPE axés sur la polyvalence. Ils soulèvent également la problématique des jeunes qui font des études trop poussées.

3.1.4.3. Difficultés rencontrées dans la gestion du personnel

Le manque de motivation de la part du personnel qui agit directement sur leur disponibilité et leur flexibilité et le recrutement du personnel qui est souvent long et épuisant ont été présentés comme étant les deux difficultés principales que connaît l'entrepreneur vis-à-vis de son personnel et ont été approuvés comme telles par les participants.

3.1.4.4. Éléments qui influencent la motivation du personnel

Le manque de transport en commun et la fluidité du trafic ont été présentés comme des éléments influençant la motivation du personnel.

La problématique des transports en commun eu égard au personnel a été abordée au cours de plusieurs débats. Ce problème s'accroît encore lorsqu'on reconnaît que les TPE se caractérisent par un besoin de flexibilité de la main d'œuvre qui peut être limité par l'offre des transports en commun. Les participants déclarent également qu'il se pose comme facteur limitant pour les jeunes en stage ou en apprentissage : le jeune choisit sa formation selon la proximité de l'entreprise et non sur base de ce qu'il aime vraiment. Cela se répercute inévitablement sur sa motivation ultérieure face au travail.

Selon les participants, un effet "boule de neige" accentue le manque de transports en commun : vu l'amointrissement des services de proximité en milieu rural, les ruraux sont obligés de disposer d'une voiture (contrairement aux citadins). Le fait que la majorité des ruraux dispose d'une voiture entraîne la diminution des efforts réalisés pour améliorer l'offre des transports en commun.

Certains entrepreneurs nous révèlent devoir moduler les horaires de travail de leur personnel pour que celui-ci puisse venir travailler en bus.

La fluidité du trafic proposée comme atout du milieu rural a été validée par les participants et ceux-ci ont également souligné l'importance que des parkings soient mis à la disposition des travailleurs.

3.1.5. Les débouchés des TPE rurales

A partir des données collectées lors de l'enquête auprès des entrepreneurs, nous avons relevé que pour de nombreuses entreprises, les débouchés sont principalement issus de la commune et des communes limitrophes de l'entreprise. Les participants ont validé cette affirmation et ont également précisé que le secteur de l'hébergement (gîte, hôtel, camping), les activités de loisirs, culturelles et autres activités en lien avec le tourisme ne se limitent pas à une clientèle de proximité.

3.1.6. Influence socio-culturelle de la TPE

Les participants sont d'accords pour dire que les TPE contribuent au dynamisme rural :

- Elles créent de l'emploi local ;
- Elles évitent les villages-dortoirs ;
- Elles rendent la commune accueillante et conviviale aux étrangers ;
- Elles favorisent les contacts ;
- Elles créent du mouvement et de la vie.

Les participants approuvent également l'idée que les TPE motivent les jeunes à se former, qu'elles jouent un rôle important dans leur apprentissage et servent d'exemple de réussite et de faisabilité auprès de ceux-ci. Certains participants précisent que les TPE motivent les jeunes à se former principalement dans le secteur des services.

3.1.7. Les difficultés attendues par l'entrepreneur

Parmi les difficultés attendues, les charges administratives ont été présentées comme étant la principale. Nombreuses ont été les discussions à propos de cet élément considéré comme lourd et pesant. Les conséquences du poids des charges administratives :

- Perte de temps que l'entrepreneur ne peut consacrer à donner une plus-value à son entreprise ;
- Découragement de l'entrepreneur au point qu'il ne souhaite pas augmenter le nombre de ses activités mais plutôt les diminuer ;
- L'entrepreneur redoute que ces charges se complexifient et s'alourdissent avec le temps ;
- Démotivation des jeunes à la création d'entreprise.

En ce qui concerne ce dernier point, les entrepreneurs estiment que les jeunes qui voudraient créer leur propre entreprise sont mal informés des démarches administratives à suivre pour créer sa propre entreprise et qu'il en est de même pour les démarches visant à obtenir des informations sur les aides existantes et les modalités d'accès à celles-ci. Ils estiment que les initiatives des jeunes peuvent ainsi être freinées voire même découragées.

En outre, les entrepreneurs expliquent que les démarches administratives nécessaires à l'obtention des autorisations et à l'octroi d'aides, en plus des démarches pour en obtenir des informations sont longues. Or, flexibilité et rapidité d'action, que ce soit au niveau de la réalisation de projets qu'au niveau de l'embauche, sont deux des caractéristiques des TPE. Il serait donc intéressant de rendre les démarches administratives plus spontanées de manière à fournir une réponse rapide qui permettrait alors une réaction rapide.

Un autre élément, la crainte de devoir restructurer les infrastructures a été présenté comme une difficulté attendue par les entrepreneurs. Ceux-ci précisent au cours des débats que les restructurations obligatoires pour que leur bâtiment soit conforme aux normes représentent un investissement lourd voire même impossible eu égard aux possibilités d'entreprises de si petite taille. Ils estiment injustes le fait qu'ils soient obligés de répondre aux mêmes normes que celles exigées pour les entreprises de grande taille. Certains pensent même que cette politique est une stratégie appliquée par les autorités afin d'exterminer les TPE au profit des grandes entreprises.

3.1.8. Point de vue des entrepreneurs : comment redynamiser la ruralité de demain ?

3.1.8.1. *Secteur porteur*

Les participants ont admis que les secteurs du bois et des énergies renouvelables sont des secteurs d'activité qui offrent des d'opportunités de développement d'entreprises en milieu rural. Ils précisent que ces deux secteurs permettent de valoriser les ressources endogènes de ce milieu.

Certains sont étonnés de voir que le secteur du bois n'a été considéré que par 7 répondants comme étant un secteur porteur du milieu rural. D'autres, dénoncent l'économie souterraine qui règne dans ce secteur et expliquent la raison pour laquelle il ne peut représenter une voie de développement de TPE rurales, du moins tant qu'il ne sera pas davantage protégé. Un raisonnement identique a été mené pour le secteur de l'horéca. Certains participants remarquent qu'il est regrettable que des secteurs offrant autant d'opportunités pour dynamiser le monde rural ne soient davantage protégés par les autorités.

3.1.8.2. *Incitants*

Pour rappel, nous avons relevé une série de recommandations, auprès des entrepreneurs, qui visent à inciter à la création d'entreprises en milieu rural. Parmi celles-ci, certaines ont été validées lors des ateliers de travail et certaines précisions ont pu être apportées :

- Prévoir des emplacements valables et appropriés pour les TPE : création de zoning artisanal, d'atelier rural ;
- Diminuer les charges salariales trop lourdes pour des entreprises de si petite taille ;
- Diminuer les taxes : les entrepreneurs ne comprennent pas pourquoi ils sont taxés de la même manière que les grandes entreprises. Pour les communes isolées, telle que la commune de Vresse-sur-Semois, les entrepreneurs estiment que si les autorités souhaitent voir un regain de création d'entreprise dans ce type de commune, il serait plus convenable de réduire les taxes sur les déplacements de ces entrepreneurs souvent obligés de se déplacer vers leurs clients ;
- Alléger et simplifier les charges administratives, accélérer les démarches et assurer une bonne information auprès des jeunes entrepreneurs ;
- Incitants financiers : faciliter l'accessibilité à un emprunt bancaire.

Durant les enquêtes, un entrepreneur a suggéré de limiter les horaires d'ouverture des grandes surfaces et de les obliger à fermer leurs portes un jour par semaine. Cependant, au cours d'un débat au sein d'une commune touristique, les participants ont jugé cette recommandation impossible à exécuter. Ils expliquent que l'arrivée de touristes le week-end dans leur commune, oblige les grandes surfaces à ouvrir leurs portes de sorte que les besoins de ceux-ci soient contentés.

De nombreux entrepreneurs pensent que l'incitation des jeunes à la création d'entreprises en milieu rural passe par un meilleur coaching, une assistance de qualité, un service d'informations efficace ainsi que des conseillers spécialisés, mis à leur disposition. A cela, d'autres acteurs, issus des services à l'emploi (Forem, Maison de l'emploi ou IFAPME) répondent que de nombreuses structures d'encadrement sont déjà mises en place. Vraisemblablement, il y a un manque de connaissances de ces structures d'accompagnement auprès des entrepreneurs rencontrés. Certains participants soulèvent que l'âge moyen des entrepreneurs interrogés étant de 43 ans, il se peut que cela explique leur méconnaissance envers ces services et que peut-être les jeunes entrepreneurs ont une meilleure connaissance de ceux-ci.

3.2. Identification des attentes et des besoins du monde rural vis-à-vis des TPE rurales

Piste 1 - Comment revaloriser les atouts du milieu rural et réduire les contraintes qu'occasionne l'installation de son entreprise en milieu rural ?

Constats

- a. L'augmentation de la densité de population en milieu rural est profitable aux entreprises, pour autant que celles-ci ne nécessitent pas de grands espaces verts et le calme pour assurer leur bon fonctionnement.
- b. Une très faible densité de population a pour conséquence d'accroître les distances que doivent parcourir les entrepreneurs dans le cadre de leur travail (approvisionnement de l'entreprise, livraison chez les clients) et de les obliger à investir davantage dans la publicité. Cependant, aucun avantage fiscal ne leur est attribué.
- c. Outre à travers les activités de loisirs, touristiques et sportives, les ressources endogènes du milieu rural peuvent être valorisées à travers le secteur du bois et celui de l'horéca. Cependant, une importante économie souterraine s'est développée au sein de ces deux secteurs, ce qui empêche une valorisation optimale de ces richesses rurales.
- d. La méconnaissance des richesses et des atouts du milieu rural conduit à l'éloignement des entreprises de ce milieu.

- e. La centralisation des pouvoirs de décision en périphérie ou au centre des grandes agglomérations incite les entreprises à les suivre, ce qui contribue à la désertification des entreprises en milieu rural. Dans ce sens, le zoning de Mariembourg est en stagnation depuis le désinvestissement du BEP, dont le siège s'est maintenant limité à la ville de Namur.
- f. La publicité via le bouche-à-oreille est un atout important qu'offre le milieu rural aux entrepreneurs.
- g. Les entrepreneurs ressentent davantage de soutien en milieu rural qu'en milieu urbain : il est plus facile d'y trouver de l'aide matérielle et des conseils auprès de personnes qui se sont lancées dans le même créneau. Par ailleurs, il est souvent plus facile pour les entrepreneurs ruraux de trouver un terrain d'entente : complémentarité dans les activités réalisées. Ces phénomènes résultent d'une meilleure connaissance entre les différents acteurs ruraux.
- h. Le foncier est plus disponible et favorable en milieu rural.
- i. L'arrivée des néo-ruraux accentuent les problèmes de voisinage. Ceux-ci attribuent à certains villages la vocation de villages dortoirs → Crainte des incidences lors de l'implantation d'une TPE → Immobilisme.
- j. Les règles urbanistiques représentent dans certains cas une contrainte à l'expansion des TPE rurales : choix de ne pas implanter une zone économique dans la commune → manque de terrains pour accueillir les TPE.

Initiatives existantes

- ♦ La création du Parc naturel des Collines (commune de Frases-lez-Anvaing) a provoqué un changement radical vis-à-vis de l'attractivité de la zone territoriale et a permis aux résidents de la commune de prendre conscience de l'existence d'un potentiel local.

Contrainte liée à cette attractivité : Les néo-ruraux qui viennent s'installer en masse. Ils se plaignent énormément de petits désagréments (bruit, les camions des fournisseurs qui fissurent les routes ...). De plus, ces nouveaux habitants ne consomment pas sur la commune et contribuent à la formation de villages dortoirs.

Contrainte liée à cette attractivité : Le prix du foncier augmente énormément et les gens ne savent plus s'installer dans leur commune.

- ♦ Création (en cours) de zones d'habitation et de zones d'artisanat (dans la commune de Vresse-sur-Semois).

Pistes de solutions

- ♦ Attribuer des avantages fiscaux ou autres aux entrepreneurs installés dans les communes rurales isolées et à faible densité de population > < village fantôme (lien b).
- ♦ Sécurisation des secteurs du bois et de l'horeca → meilleure exploitation des ressources endogènes (lien c).
- ♦ Investissements en vue de développer la notoriété des atouts qu'offre le milieu rural aux entrepreneurs (lien d, f, g, h).
- ♦ Charte de convivialité à faire signer par les nouveaux habitants. Plus de sévérité envers les nouveaux résidents → meilleure protection des TPE.
- ♦ Installation d'un atelier relais (lien PCDR), prévoir des zonings artisanaux pour développer les TPE (moins d'obligations que zonings industriels : en termes d'emploi créé, de place à occuper, etc.).

*Piste 2 - Comment inciter à la création d'entreprises en milieu rural ?*Constats

- a. Les TPE d'une commune isolée sont perçues de façon positive. Les habitants étant eux-mêmes éloignés des grandes agglomérations, ils sont heureux de pouvoir disposer de divers services offerts par les TPE à proximité de chez eux.
- b. Les TPE sont bien perçues tant qu'elles n'engendrent pas de nuisances.
- c. Le fait que les entrepreneurs ne récoltent que peu de considération de la part des résidents n'incite pas à entreprendre.
- d. Il n'existe pas un bon service d'informations pour un jeune qui veut créer sa propre entreprise et qui se pose une multitude de questions → "balle de ping-pong" entre les différents services. Par ailleurs, les Chambres de commerce ne savent répondre à aucune question en ce qui concerne l'emploi > < Association professionnelle : il faut payer une cotisation, mais celle-ci offre un meilleur service.
- e. Manque de connaissance des structures d'accompagnement de la part des entrepreneurs plus âgés.
- f. Mauvaise connaissance des lois : ça crée un malaise pour un jeune qui veut se lancer.
- g. Flexibilité et rapidité d'action sont deux des caractéristiques des TPE, que ce soit pour la réalisation de projets ou l'embauche → démarches spontanées nécessitant une réponse rapide pour une réaction rapide > < contrainte : les démarches administratives nécessaires à l'obtention des autorisations, à l'octroi d'aide voire même les démarches pour obtenir des informations sur les aides existantes et les modalités d'accès sont longues → initiatives freinées voire découragées.
- h. A l'heure actuelle, beaucoup de TPE se créent dans le secteur des services. Une grande partie des entrepreneurs débutent leur entreprise en activité complémentaire, puis une fois celle-ci amorcée, ils souhaitent régulariser leur situation professionnelle = potentiel de création d'emplois.
- i. De plus en plus de femmes se lancent dans l'entrepreneuriat.
- j. Les aides financières sont suffisantes pour lancer une entreprise qui offre des services mais restent insignifiantes pour une entreprise de production.
- k. Les jeunes entrepreneurs ont un grand besoin de soutien et d'encadrement.

- l. La reprise familiale d'une entreprise est une caractéristique du milieu rural. La culture familiale joue un rôle important vis-à-vis des motivations à entreprendre.
- m. La difficulté à obtenir un prêt bancaire est un frein majeur à la création d'entreprise. Les banques ne veulent plus prêter sans garantie.

Initiatives existantes

- ◆ Service d'encadrement et de soutien : "La Couveuse". Ce service encadre pendant 9 mois (soutien morale, aide financière, conseils) les personnes qui se lancent dans l'entrepreneuriat.

Constat vis-à-vis de cette activité : suffisant pour les entreprises de service mais pas assez long pour les entreprises de production. 60% : âge moyen = 30 à 45 ans (qui se présentent déjà avec une clientèle existante), 40% : +/- 25 ans (qui veulent se lancer directement).

- ◆ Certains artisans organisent des foires, ce qui leur permet de se montrer solidaires au grand public et de favoriser la reconnaissance de leur rôle socio-culturel auprès des habitants.
- ◆ Demande pour le développement d'une ADL dans la commune d'Aywaille (lien PCDR).
- ◆ Projet StimuLux : stimulation des jeunes à la création d'entreprise.

Pistes de solution

- ◆ Pour une meilleure reconnaissance du rôle socio-culturel joué par les TPE : donner une image globale : création d'une communauté (lien c).
- ◆ Pour une meilleure intégration et le respect des TPE : engager leur personnel au sein de la commune (lien c).
- ◆ Création d'une cellule locale de guidance, d'un guichet d'aide, qui prend en charge la demande des entrepreneurs et s'occupe uniquement de leur répondre. Après un certain temps : on retrouve les mêmes demandes → réponse rapide. Cellule qui serait efficace aussi bien en ce qui concerne les subsides que l'engagement du personnel (quel âge engager, combien de personnes, a besoin d'expérience ou pas ?) ainsi qu'envers les risques pris à créer son entreprise (coût réel de la création) et les possibilités d'exportation (lien e, f, g, k).
- ◆ Plus de proximité entre entrepreneurs et services d'encadrement et de soutien : permettrait une connaissance approfondie des attentes de l'entreprise et donc une réponse si pas plus

rapide, tout au moins plus adaptée. Intégra+ (commune de Hotton) a travaillé dans ce sens (mais est en voie d'extinction, faute de moyens financiers) (lien e, f, g, k).

- ♦ Nécessité de protéger les TPE existantes : activer au niveau local les outils existants (CCAT, CLDR,...) dans le sens du développement de politiques cohérentes et harmonieuses (communale rurale = faible densité de population, il n'est donc pas nécessaire de développer de nouveaux outils) (lien c).
- ♦ Travailler sur la mentalité des jeunes au niveau des écoles : rationaliser leurs craintes de se lancer dans l'entrepreneuriat. Dans ce sens, il existe déjà le projet StimuLux, qui a pour objectif de stimuler les jeunes à entreprendre.
- ♦ Améliorer la connaissance des services de guidance offerts aux entrepreneurs potentiels → rassembler les différents services existants au niveau du site Internet de la commune (lien e).
- ♦ Obtention d'un crédit public/aide de la part de la commune (existait avant sous formes de primes dans la commune de Vresse-sur-Semois) pour contrer la réticence des banques vis-à-vis des prêts aux entrepreneurs (lien m).
- ♦ Inciter les jeunes à s'installer en milieu rural : assurer leur épanouissement culturel, intellectuel → augmenter les activités organisées par le centre culturel, disposer d'un cinéma, avoir une bibliothèque riche en nouveautés, organiser des pièces de théâtre = proposer des activités attrayantes pour les jeunes. De plus, il faut ensuite assurer la publicité de ses activités.
- ♦ Les organisations culturelles peuvent aussi être utilisées pour améliorer la notoriété des ressources endogènes et autres potentialités offertes par le monde rural.
- ♦ Améliorer les services de garde d'enfants : crèches, accueils extrascolaire (lien i).
- ♦ Prolonger la période d'encadrement pour les entrepreneurs qui créent une entreprise de production et adapter les aides financières en fonction des besoins de l'entreprise au démarrage.
- ♦ Cibler les jeunes dont les parents sont des entrepreneurs ruraux (lien l).

Piste 3 - Comment favoriser la création d'emploi local ? Comment motiver le personnel des TPE ?Constats

- a. Les différences salariales entre les régions sont parfois importantes : pousse certaines personnes à faire plusieurs km pour aller travailler dans une région plus profitable → désertification d'entreprises dans les zones moins attrayantes.
- b. L'entrepreneur touche des primes lorsqu'il engage un demandeur d'emploi indemnisé, ce qui n'est pas le cas lorsqu'il engage un jeune demandeur d'emploi : profit mal attribué → n'encourage pas à valoriser le potentiel des jeunes demandeurs d'emploi → contribue au manque de motivation des jeunes travailleurs. En effet, l'entrepreneur d'une TPE donne le privilège au chômeur (difficulté liée à la taille "critique" de la TPE).
- c. Faibles incitants financiers à quitter une situation de chômage pour une situation d'apprenti → immobilisme.
- d. Filières d'enseignement pas toujours adaptées à la réalité.
- e. On pousse les jeunes à suivre l'enseignement général or il existe un potentiel au niveau technique et professionnel (= emploi qu'offrent les TPE). Antagonisme entre la qualification d'un personnel local parfois trop élevée et les besoins d'une TPE axés sur la polyvalence.
- f. Personnel essentiellement familial dans une TPE :
 - Charges salariales trop lourdes ;
 - Manque de confiance qu'ont les entrepreneurs vis-à-vis des jeunes qui sortent de l'école ;
 - Pas assez de motivation et de flexibilité de la part du personnel, contrairement aux membres de la famille.
- f. Pour les communes touristiques : importance de développer les capacités linguistiques notamment dans les secteurs de l'horéca et du tourisme. Le fait que beaucoup de wallons ne soient pas bilingues peut être la cause pour laquelle les entrepreneurs ne trouvent pas suffisamment de personnel à certaines périodes de l'année.
- g. Mobilité = facteur limitant pour le personnel. Idem pour les gardes d'enfants.
- h. Les entrepreneurs, ainsi que les organismes d'aides à l'emploi (dixit CréaJob) n'ont plus connaissance des personnes qui cherchent un emploi, notamment depuis la suppression du pointage des chômeurs. "Le FOREM et l'ALE ne jouent-ils pas ce rôle ?"

- i. Manque d'informations sur le profil de la main-d'œuvre locale → difficulté de recrutement d'un personnel local. Pas de contacts efficaces et faciles entre entrepreneurs et le Forem ou la Maison de l'emploi.
- j. Problématique du logement dont le coût élevé dans certaines régions est un frein à l'installation du personnel à proximité de son lieu de travail.
- k. Trop de contrôles et d'exigences en ce qui concerne les conditions de travail au sein des petites entreprises. Toutefois, au regard des statistiques, c'est dans les très petites entreprises qu'arrivent le plus d'accidents de travail.

Pistes de solution

- ◆ Meilleure adéquation entre formation scolaire et secteur porteur → mise en contact enseignement /entreprise, secteur professionnel (lien d).
- ◆ Augmenter les stages de formation en entreprise : accroît la motivation des jeunes.
- ◆ Réagir pour que les écoles techniques et professionnelles favorisent l'accueil de jeunes réellement motivés plutôt que des jeunes en décrochage scolaire (lien e).
- ◆ Développer les capacités linguistiques notamment dans les secteurs de l'horéca et du tourisme. Favoriser la continuité de l'utilisation de la langue : sinon perte après l'école (lien f).
- ◆ Aides à l'entrepreneur pour engager un stagiaire, un apprenti (lien b).
- ◆ Favoriser la communication entre l'offre et la demande d'emplois locaux : publicité pour les emplois locaux (lien h, i).
- ◆ Revaloriser les métiers d'artisans.
- ◆ Mettre les jeunes au travail dès la fin de l'école et ne pas les laisser connaître une période d'inactivité, ce qui est très mauvais pour leur motivation ultérieure face au travail. ("On préfère payer leur formation plutôt que de leur payer le chômage, de toutes façons, ça nous coûtera la même chose", disent les entrepreneurs).

Piste 4 : Comment favoriser les synergies entre entreprises rurales ?Constats

- a. Certaines TPE d'une même commune s'entraident mutuellement : aide matérielle, conseils (quand l'entrepreneur a un problème, il va en parler à un autre dont il sait qu'il a connu ce même problème pour y trouver une solution), services (pas besoin de payer) et ils se recommandent les uns aux autres (pub faite de bouche-à-oreille).
- b. La concurrence est nécessaire : le monde appelle le monde. Attention : cela n'est pas valable pour tous les secteurs, notamment celui de la construction, mais bien pour les secteurs de l'horéca et des loisirs.
- c. Il est possible pour certaines TPE d'être complémentaires : les entrepreneurs ne vendent pas les mêmes produits, n'offrent pas les mêmes services. Ils essaient d'avoir chacun leurs spécificités.
- d. La faible densité de population et la faible densité de TPE favorisent les synergies entre elles > < quand le nombre d'entreprises augmentent, elles tombent dans l'individualisme.
- e. Contrainte : parfois problèmes d'identification des TPE présentes au sein de la commune.

Initiatives existantes

- ♦ Association d'un gîte, d'un centre de thalasso et d'un restaurant (organisation de « mid-week »). But : ce n'est pas de faire de la promotion, mais surtout de proposer quelque chose d'original aux clients et de faire découvrir la commune.

Constat : C'est efficace surtout dans le secteur des activités de loisirs et de l'horéca, et plus difficile dans d'autres secteurs plus individualistes.

Proposition : Il faudrait associer d'autres entreprises de manière à pouvoir répondre à toutes les demandes. Pourquoi ne pas associer toutes les entreprises de la commune, chacune d'entre elles pouvant en tirer profit. → Existence d'un potentiel touristique régional qu'il est encore possible de mieux valoriser.

- ♦ Existence d'un carnet qui rassemble l'ensemble des entreprises de la commune. Cependant, il manque une "charnière" entre les entreprises, notamment par manque de connaissance d'autrui. De plus, les commerçants de la commune semblent peu intéressés par une mise en commun : ils sont individualistes et jaloux. Pour preuve, l'Association des commerçants vient d'être dissoute par manque de participation.

Selon les participants, il faut que les commerçants prennent conscience de l'intérêt de travailler ensemble et il ne faut pas attendre les pouvoirs publics pour se rassembler. D'ailleurs, les entrepreneurs n'attendent pas une aide financière de leur part mais plutôt un appui permettant de créer des contacts entre les entreprises.

- ♦ Existence du site de la commune où sont reprises les entreprises.

Pistes de solution

- ♦ Proposition : favoriser les contacts et les rencontres entre entrepreneurs pour favoriser les échanges → conférence à thématique attrayante (pas le samedi matin, de préférence le soir). Idées de thème données par les participants : fiscalité, normes d'hygiène, mobilité, promotion, tourisme. L'atelier de travail organisé dans la commune de Vresse-sur-Semois a permis de rassembler de nombreux entrepreneurs. Ceux-ci, nous ont particulièrement fait part de leur intérêt pour que des réunions, leur permettant de se rencontrer, soient organisées au sein de leur commune. Ils ont également précisé que ce genre de démarches n'était actuellement pas fréquent chez eux.
- ♦ Signalisation des entreprises de la commune (bases de données, livre) (rôle à jouer par la commune).
- ♦ Organisation par la commune de rencontres pour la mise en place d'une centrale de réservation (via Internet) des gîtes, restaurants et produits du terroir.

Piste 5 - La clientèle locale est-elle suffisante ou est-ce une conséquence inéluctable pour les entrepreneurs ruraux ?

Constats

- a. Si les entrepreneurs veulent rester compétitifs face aux grandes surfaces, ils doivent offrir aux consommateurs de nombreux services que n'offrent pas les grandes surfaces, et être disponibles (travailler quand grandes surfaces fermées par exemple). En plus d'une diversité apportée dans ses services, l'entrepreneur doit donner des conseils ainsi que des produits et services de qualité → Compétence, disponibilité, services, qualité.
- b. Les grandes surfaces représentent un problème important pour la survie des TPE. Cependant, elles sont indispensables aux communes touristiques (beaucoup de touristes viennent dans les zones rurales le week-end et y font leurs courses le dimanche matin, il n'est pas possible d'obliger les grandes surfaces à fermer leurs portes le dimanche matin).
- c. Certains entrepreneurs ont des difficultés à créer du nouveau et donc de rester compétitif face à la concurrence (notamment des grandes surfaces). Or il est indispensable d'avoir la capacité de rebondir rapidement lorsqu'on a le statut d'indépendant.
 - Parfois, obligation de démotiver le jeune entrepreneur qui n'est pas assez innovant
 - Est-ce que le fait de proposer des services/produits originaux, de qualité suffisent à préserver sa clientèle > < grandes surfaces ; la clientèle en milieu rural n'étant pas extensible ?
 - (En lien avec la flexibilité et rapidité d'action des TPE > < démarches administratives).
- f. Internet : outil important pour développer sa clientèle, surtout extérieure à la commune (là où le bouche-à-oreille fonctionne moins).
- g. Le fait d'avoir une clientèle située dans un rayon de 20 à 30 km autour de l'entreprise permet de limiter les frais ; notamment de livraison. Mais la clientèle rurale est-elle suffisante ? Oui si l'entreprise offre beaucoup de services (exemple d'un négociant en vins : livraison, prêt de verres, reprise des invendus). Cependant, il se peut que la clientèle potentielle qu'offre le milieu rural soit insuffisante pour certains secteurs, quels que soient les services rendus.
- h. Les petits commerces de village ferment trop tôt (18h). Or, ceux-ci ont plus un rôle de dépannage (les grosses courses sont faites dans des grandes surfaces). Parfois, les petits commerces manquent de disponibilité et de flexibilité, or c'est ce que recherchent les consommateurs auprès de ceux-ci.

- i. Trop peu/pas d'exportations car peu/pas de connaissances des démarches à suivre. Or, il existe des potentialités au niveau des pays limitrophes.

Initiative existante

La publicité via Internet peut se faire par un site propre à l'entreprise mais aussi par le site de la commune. Ce dernier présente des liens vers les entreprises inscrites sur base volontaire. Lorsqu'il existe des synergies entre entreprises, des liens vers les sites des différents partenaires sont mis en place (exemple : le site du gîte a un lien vers le centre de thalasso et le resto, idem pour les autres partenaires), ce qui augmente la visibilité de l'entreprise.

Pistes de solution

- ♦ Augmenter la visibilité de l'entreprise via internet : création de son propre site internet. Paradoxe : pour faire connaître son site, cela se fait via les contacts humains → Internet : est-ce un outil réellement mis à disposition des entrepreneurs ?
- ♦ Créer un lien entre le site de l'entreprise, celui de la commune voire même avec le site d'autres entreprises issues de secteurs similaires ou différents → meilleure visibilité de l'entreprise.
- ♦ Attente des ruraux : davantage de flexibilité de la part des petits commerçants → Ouverture des TPE plus tard le soir.
- ♦ Création d'une cellule de guidance capable de fournir des informations concernant les possibilités d'exportations.

Piste 6 - Quelle entreprise pour quelle ruralité ?

Constats

- a. Les entreprises sont bien perçues tant qu'elles n'engendrent pas de nuisances à la qualité de vie des résidents.
- b. A l'heure actuelle : beaucoup de création d'emplois dans le domaine des services.
- c. Si les entreprises ne sont pas regroupées, elles génèrent parfois des nuisances pour les résidents. L'expansion des entreprises peut se faire pour autant que la vie des ruraux n'est pas affectée.

Initiative existante

- ◆ Commune de Frasnes-lez-Anvaing : le site de l'ancienne sucrerie est une zone industrielle qui a été rachetée par la commune pour en faire une zone d'activité économique mixte (ZAEM). Ce rachat par la commune va lui permettre de contrôler le type d'entreprises qui viendront à l'avenir s'installer sur ce site. Ainsi, elle pourra refuser l'installation d'entreprises polluantes. Il existe d'ores et déjà une demande vis-à-vis de ce site : il s'agit d'entrepreneurs qui ne peuvent pas s'étendre étant donné leur emplacement actuel ou qui ne sont pas propriétaires des bâtiments qu'ils occupent. Les bâtiments seront mis à la disposition des TPE pour une durée de 3 ans. Passé ce délai, l'entrepreneur peut soit signer un nouveau bail de 3 ans, soit acquérir le bâtiment. Les bénéfices de la vente sont alors réinjectés dans d'autres projets destinés aux entreprises.

Pistes de solution

- ◆ Entreprises attendues : entreprise non polluantes, c'est-à-dire qui n'apportent pas de nuisances sonores, olfactives et visuelles aux résidents.
- ◆ Entreprises qui contribuent à développer le tourisme des communes à potentiel touristique (développer les capacités linguistiques).
- ◆ Entreprises de services.
- ◆ Entreprises orientées dans les énergies renouvelables : valorisation des terres en jachères via les énergies renouvelables : exploitation des terres mises en friche par la biométhanisation.