

Cet article présente quelques constats issus d'une analyse menée sur les Très Petites entreprises dans les espaces ruraux en Wallonie. Elle a été réalisée par la Cellule d'Analyse et de Prospective en matière de Ruralité (Cellule CAPRU) ; une collaboration entre le Ministre de la Ruralité de la Région wallonne et Gembloux Agro-Bio Tech, faculté de l'université de Liège.

L'approche développée a pris appui sur la nécessité de mettre en œuvre des actions participant à la revitalisation et au développement socio-économique des zones rurales. A partir d'une analyse bibliographique, il est apparu qu'un des vecteurs semblant pouvoir répondre à cette attente est celui des Très Petites Entreprises (TPE), d'ailleurs souvent cité par les décideurs et responsables de la politique économique.

En 2002, 96.6% des entreprises wallonnes sont composées de moins de dix travailleurs indépendants et salariés confondus¹. En 2005, une entreprise de petite taille sur quatre (26.4%) est située en milieu rural². En termes de densité, cela représente 7.0 TPE pour 100 ruraux, contre 5.3 TPE pour 100 habitants du milieu urbain. Malgré leur omniprésence, ces entreprises sont encore peu reconnues comme moteurs de développement économique, facteurs de cohésion sociale et pourvoyeurs d'emploi par la population. Dans, ce sens, il est apparu intéressant de dresser un état des lieux de leur situation actuelle. Les objectifs principaux de l'étude étaient les suivants : dresser le profil de l'entrepreneur rural et celui de son entreprise, identifier les impacts locaux de l'entreprise rurale, mettre en exergue les atouts et les contraintes du milieu rural envers l'entrepreneuriat ainsi que ses perspectives d'avenir dans ce milieu et dégager des pistes de développement de l'entrepreneuriat en milieu rural. L'étude complète est disponible sur le site internet de la Cellule CAPRU, via le lien suivant : <http://www.fsagx.ac.be/eg/capru/>.

Qu'est-ce qu'une Très Petite Entreprise ?

Le terme de « Très Petites Entreprises » a été défini pour cette étude sur base de trois critères :

1. *un critère de l'effectif* : la TPE est composée d'un maximum 10 personnes ;
2. *un critère juridique* : la TPE est une entité économique qui a le statut de personne physique ou morale (société), travaillant seule ou employant du personnel, à l'exclusion des agriculteurs, des sociétés de droit public et des a.s.b.l. ;
3. *un critère géographique* : le siège d'exploitation de la TPE se trouve dans l'une des six communes sélectionnées pour cette étude.

Fiche technique

La collecte des informations s'est réalisée en 2006 sur base de contacts de terrain auprès de 94 entrepreneurs ruraux, localisés au sein de six communes wallonnes (Aywaille, Couvin, Frasnes-lez-Anvaing, Hotton, Incourt et Vresse-sur-Semois). Celles-ci ont été sélectionnées afin d'intégrer des spécificités territoriales des zones rurales. Outre la représentation des cinq provinces wallonnes, l'échantillon de communes intègre différentes dynamiques démographique et résidentielle, différents niveaux de richesse (interprété selon le revenu net moyen imposable par habitant), de densités en entreprises (exprimées en nombre de TPE/km² et nombre de TPE/hab.) et d'intensité de création d'entreprises (nombre d'entreprises en déclin, stable ou en croissance entre 2001 et 2004). L'échantillon sondé a permis d'atteindre un taux de couverture de 13% des petites entreprises effectives des communes sélectionnées.

Il a été décidé de mettre l'accent sur des secteurs d'activité reposant sur la valorisation d'une ou de plusieurs caractéristiques rurales et/ou locales. Notamment : la qualité de l'environnement, la typicité de certaines productions agro-alimentaires, un savoir-faire traditionnel et le patrimoine culturel. Ainsi, nous avons rencontré des pépiniéristes, ébénistes, menuisiers, exploitants forestiers et commerçants en mobilier pour représenter le secteur du bois (21 répondants), des brasseurs, négociants en boissons ou aliments, boulangers, bouchers, fromagers, pisciculteurs et fruiticulteurs pour représenter l'agro-alimentaire (16 représentants), des gérants d'entreprises dans le domaine de la restauration et de l'hébergement (35 répondants) ainsi que dans celui des activités de loisirs, culturelles et touristiques (12 répondants), parmi le quel on compte des organisateurs de spectacle, animateurs de fêtes et organisateurs de randonnées (principalement équestres). Le secteur des technologies de l'information et de la communication (7 répondants), qui témoigne de la modernisation du cadre de vie et celui des eco-entreprises (3 répondants), qui internalise les problématiques environnementales, sont également représentés par quelques entrepreneurs moins nombreux. Ayant déjà fait l'objet d'une étude menée par la Cellule CAPRU en 2005 (article paru dans les Nouvelles de l'Hiver- 2007), le secteur agricole n'a pas été retenu dans le cadre de cette étude.

L'analyse des résultats a été opérée sur base d'une approche globale portant sur l'ensemble de l'échantillon mais aussi selon une approche par secteur (selon les secteurs d'activité ciblés) et le milieu d'origine de l'entrepreneur (issu de la ville ou de la campagne). Les témoignages récoltés auprès des entrepreneurs ont ensuite été confrontés à l'opinion d'autres acteurs du monde rural (agents de développement, associations locales, organismes d'aide à l'emploi, Maisons du Tourisme, mandataires communaux, etc.) au travers d'ateliers de travail organisés au sein des communes sélectionnées. Ces ateliers se sont construits sur deux temps : une restitution des résultats d'enquêtes, suivie d'un débat initié par plusieurs pistes de réflexion issus d'éléments transversaux des témoignages recueillis.

Qui sont les créateurs d'entreprises rurales ?

La question suivante a été posée aux entrepreneurs : « Quelles ont été les motivations qui vous ont poussé à créer votre entreprise ? ». Les réponses étaient spontanées et trois motivations pouvaient être énoncées. Des témoignages recueillis, il ressort que c'est essentiellement la dynamique psychologique qui intervient dans la création d'entreprise. Les entrepreneurs recherchent autonomie et indépendance. Ils veulent prendre des initiatives

Motivations à devenir son propre chef	Entrepreneurs
Vivre de sa passion	51 %
Besoin d'autonomie et d'indépendance	47 %
Continuité familiale	20 %
Pouvoir d'initiative	19 %
Opportunité	12 %
Meilleurs revenus	9 %
Suite à un licenciement	7 %
Gestion d'équipe, esprit d'animation	4 %
Par facilité : reprise d'une clientèle existante	2 %

et devenir leur propre patron dans ce sens. Ils sont animés par la volonté et le plaisir trouvé de proposer des produits et/ou services nouveaux. Ils recherchent aussi une certaine qualité de vie, trouvée pour certain par la possibilité de travailler à domicile et pour d'autre par celle de travailler à son rythme ou en famille. La valorisation d'un patrimoine familial et l'envie de perpétuer un savoir-faire local sont également énoncés. Au cours des entretiens tenus avec les entrepreneurs, il est apparu que ceux-ci étaient pleins d'énergie et de motivation et qu'ils avaient un réel besoin de réalisation personnelle.

Carte d'identité de l'entrepreneur rural

- ✓ C'est un homme [85%]
- ✓ Il est originaire du milieu rural [78%]
- ✓ Il habite près de son entreprise [93%] et il n'envisage pas de s'en éloigner [81%]
- ✓ Il a souvent terminé ses études secondaires supérieures [79%], 10% ont fait des études universitaires
- ✓ Il passe souvent par une phase d'apprentissage avant de devenir son propre patron [75%]
- ✓ Il crée sa propre entreprise [66%] plutôt que de succéder à un prédécesseur
- ✓ Il est âgé de moins de 30 ans quand il lance (ou reprend) son entreprise [56 %] et il ressent bien souvent des craintes au lancement de cette activité [62%]



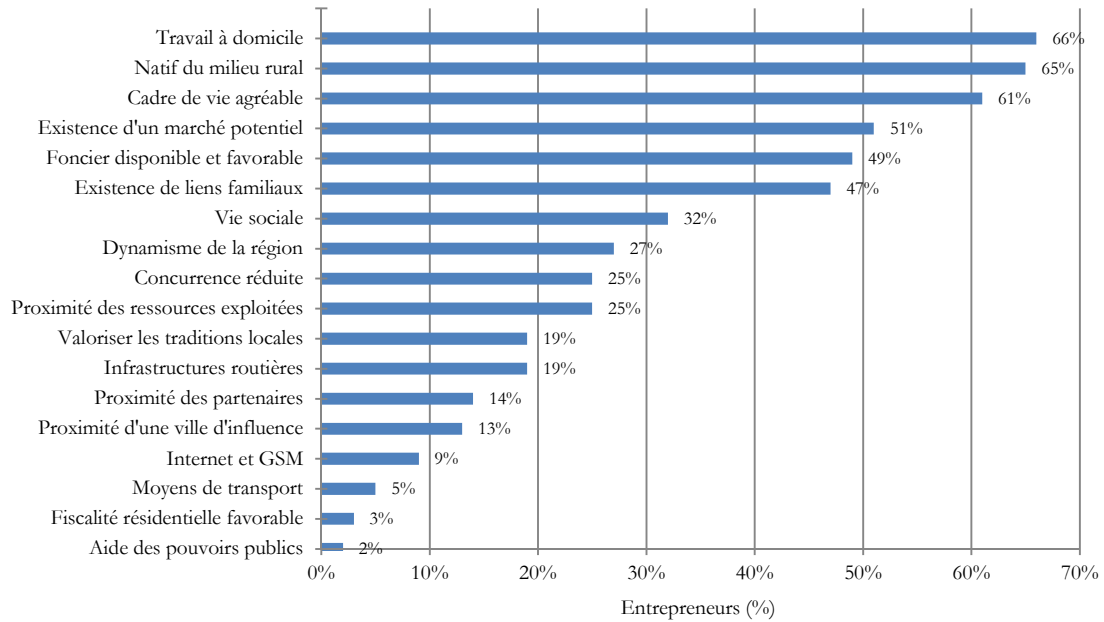
La création d'entreprises rurales semble être le fait d'enfants du terroir. En effet, près de 80% des entrepreneurs rencontrés sont originaires du milieu rural. Bien souvent, la création ou la reprise de l'entreprise a lieu avant le trentième anniversaire de l'entrepreneur (56%). Au-delà de 40 ans, entreprendre une telle activité devient plus rare (9%). L'entrepreneuriat féminin est peu représenté au sein de l'échantillon sondé (15% des entrepreneurs). Les quelques femmes rencontrées, principalement actives dans le secteur de l'hébergement et de la restauration (23% des entrepreneurs de ce secteur), ainsi que dans celui des loisirs et du tourisme (33% des entrepreneurs de ce secteur) contribuent essentiellement à développer une économie d'accueil des territoires ruraux.

Dynamique entrepreneuriale : quand la qualité de vie prime sur les profits économique et technique

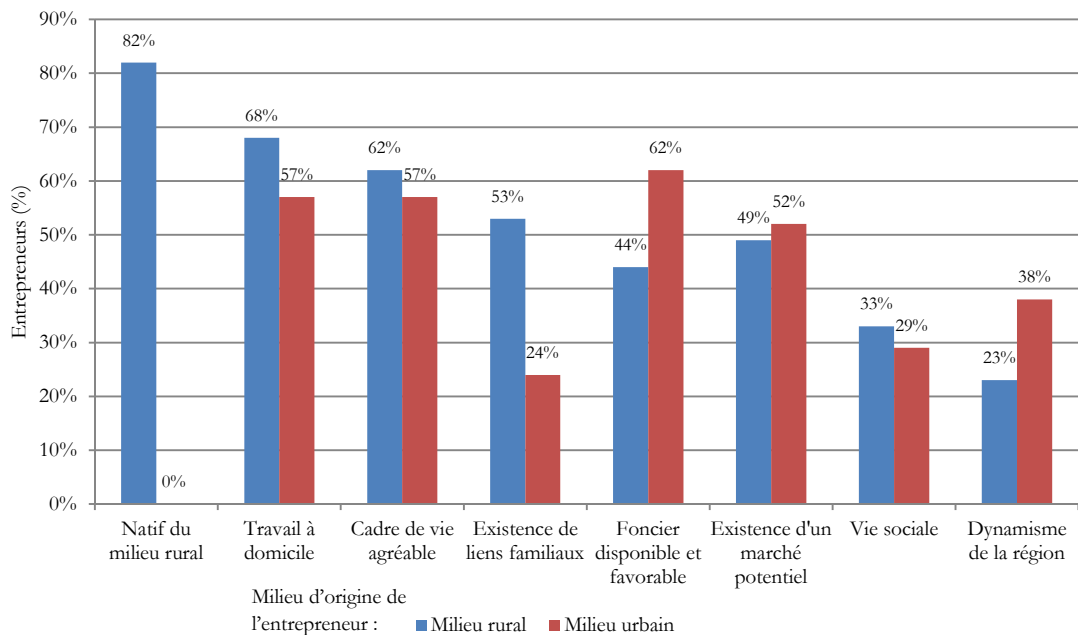
Comme annoncé précédemment, une grande majorité des entrepreneurs rencontrés est originaire de la campagne. L'analyse des propos recueillis fait donc apparaître une forte filiation au milieu rural. Toutefois, dans l'échantillon d'entrepreneurs composé, 20% sont issus de la ville, et parmi ceux-ci, un entrepreneur sur deux s'est délocalisé vers le milieu rural expressément pour y implanter son entreprise. Pour 50% des autres entrepreneurs venus de la ville, le choix de vivre et de travailler à la campagne s'est fait en même temps. Ces constats laissent supposer que nos campagnes disposent d'un pouvoir attractif auprès des jeunes entrepreneurs et présentent de réelles opportunités de développement pour ceux-ci. Pour confirmer cette hypothèse, nous avons interrogé les entrepreneurs quant à leurs motivations à s'être implanté dans nos campagnes.

Pour environ 60% des entrepreneurs, le cadre de vie agréable offert à la campagne, y compris la possibilité d'en profiter pour travailler (travail à domicile) ont été déterminants dans leur choix d'implanter leur entreprise en milieu rural, est cela qu'ils soient originaires de la ville ou de la campagne. Des résultats obtenus, il ressort que le cadre et le mode de vie (travail à domicile, proximité de la famille) prévalent sur les possibilités de promotion (dynamisme de la région, concurrence réduite), sur la recherche de garantie de rentabilité (existence d'un marché potentiel, proximité d'une ville d'influence) ou celle de facilités pour le fonctionnement de l'entreprise (proximité des partenaires et des ressources exploitées, infrastructures routières de qualité). La recherche de profits n'est donc pas l'élément majeur ou est en tout cas, plus faiblement ressenti, et la recherche d'un *mieux être* prévalant sur un *plus avoir* n'est pas marginale. Saleilles (2005)³ confirme ce phénomène en précisant que le projet entrepreneurial s'inscrit dans un large projet qui correspond à un véritable projet de vie. Au cours des discussions tenues avec les entrepreneurs, il est d'ailleurs parfois ressorti une volonté affirmée à garder un caractère artisanal à leur activité. Ce constat n'est pas nouveau et confirme bien la multitude de travaux français effectués sur le sujet.

"Parmi les facteurs proposés, quels sont ceux qui ont été déterminants dans votre choix d'implanter votre entreprise en milieu rural?"



"Parmi les facteurs proposés, quels sont ceux qui ont été déterminants dans votre choix d'implanter votre entreprise en milieu rural?"



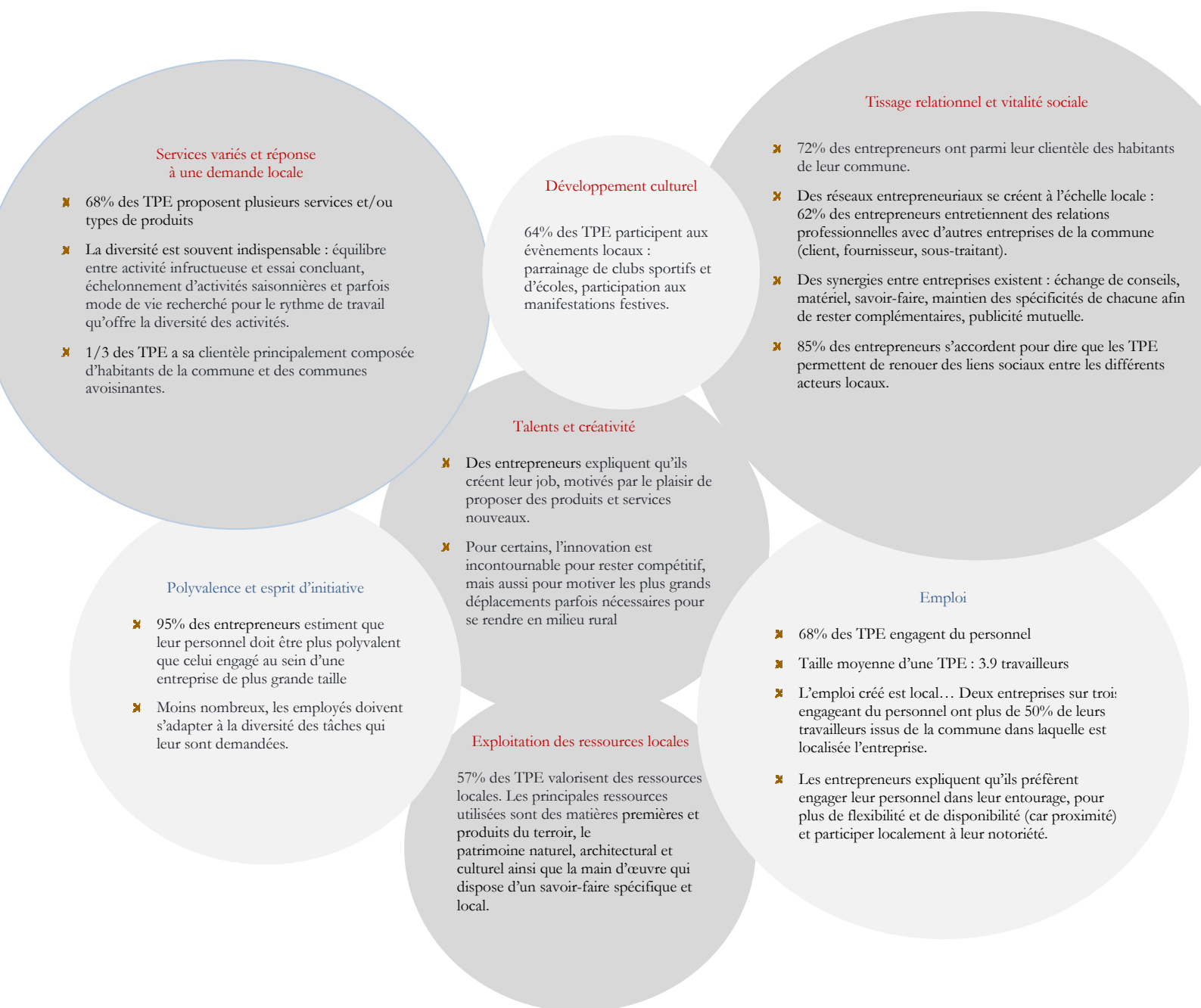
Par ailleurs, comme le stipulent Calay *et al.* (2005)⁴, il serait simpliste de considérer la création d'entreprise uniquement du point de vue de l'individu. Certains éléments du contexte économique peuvent en effet être considérés comme susceptibles d'avoir un impact sur la décision de la création d'entreprise en milieu rural. En choisissant ce milieu pour installer leur entreprise, les investisseurs évitent en effet des surcoûts fonciers (énoncé comme facteur de localisation par 49% des répondants). L'existence d'une demande locale peut également déterminer la localisation des nouvelles entreprises (facteur de localisation pour 51% des répondants). On constate aussi qu'une forte présence de petites entreprises et une population dense et en croissance (dynamisme de la région : facteur de localisation pour 27% des répondants) influencent positivement la création de nouvelles entreprises.

A contrario, d'autres facteurs semblent être sans incidence sur la localisation des entreprises : facteurs institutionnels, tels que les aides publiques à la création ou fiscalité réduite. Alors que la localisation de l'entreprise pourrait s'insérer dans le cadre d'une stratégie de réduction des coûts de transport, en s'implantant à proximité de partenaires, d'une ville d'influence ou d'infrastructures de transport de qualité, il ressort de l'étude que ces éléments ne sont que très peu pris en considération par les entrepreneurs. Nos résultats confirment l'étude menée par Janssen (2003) qui n'a pas constaté d'effet significatif du niveau de développement des infrastructures routières, moyens de transport et réseaux de communication (internet, GSM) sur la croissance entrepreneuriale.

L'entrepreneuriat : de nombreuses retombées positives

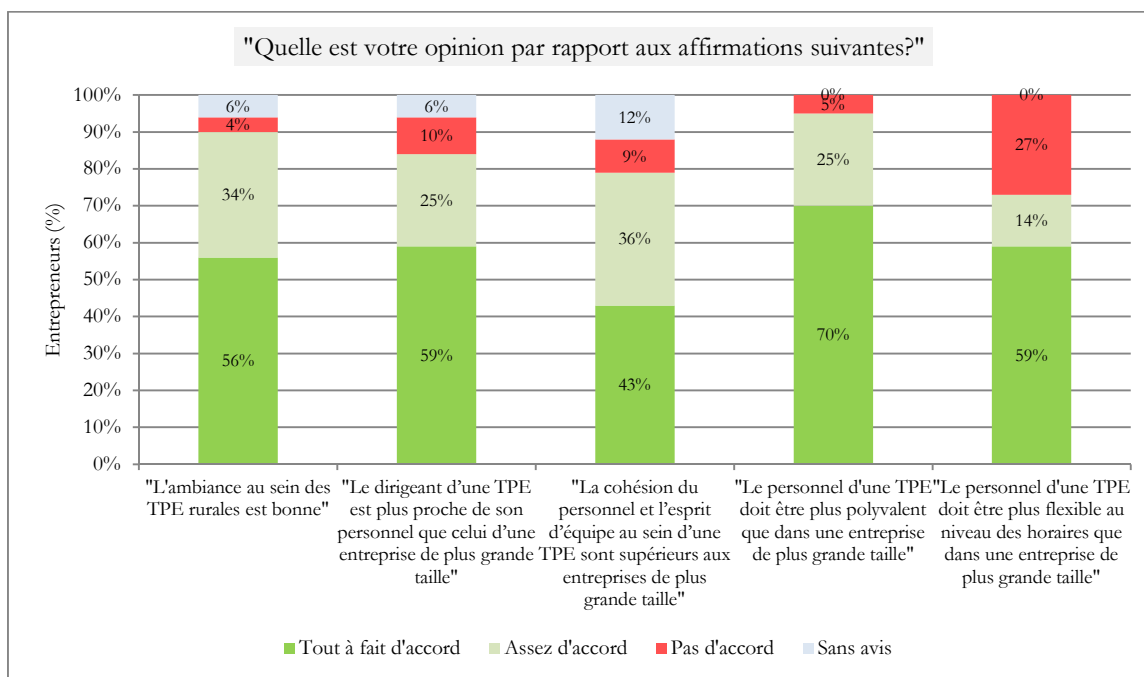
Les multiples politiques d'entreprises et d'innovation menées au niveau de la Communauté européenne et en Région wallonne témoignent de la place importante qu'occupe l'entrepreneuriat en termes de croissance économique de nos régions. Il suffit de citer le Contrat d'Avenir, le plan 4x4 lancé en 2002 par le Ministre wallon de l'Economie mais aussi la Charte européenne des petites entreprises, l'initiative Leader +, le programme pluriannuel pour les PME et le plan d'action BEST adoptés par l'UE, sans oublier les nombreuses aides financières et services de soutien mis à la disposition des entrepreneurs.

Outre les effets sur la croissance économique que nous ne cherchions pas à démontrer au travers de cette étude, la rencontre des entrepreneurs a permis de constater que les TPE participent activement au développement local en procurant des activités utiles et satisfaisantes qui contribuent à l'éveil social et culturel de la communauté. Non seulement elles dynamisent le milieu par la création d'emplois, mais elles maintiennent l'offre de services variés et répondent à une demande locale. Elles permettent aussi l'exploitation des ressources locales, l'utilisation des talents et de la créativité des personnes et participent à la vitalité sociale des territoires par la création d'un large tissage relationnel. Ainsi, les TPE jouent le double rôle d'acteurs économiques et d'acteurs de développement rural global.



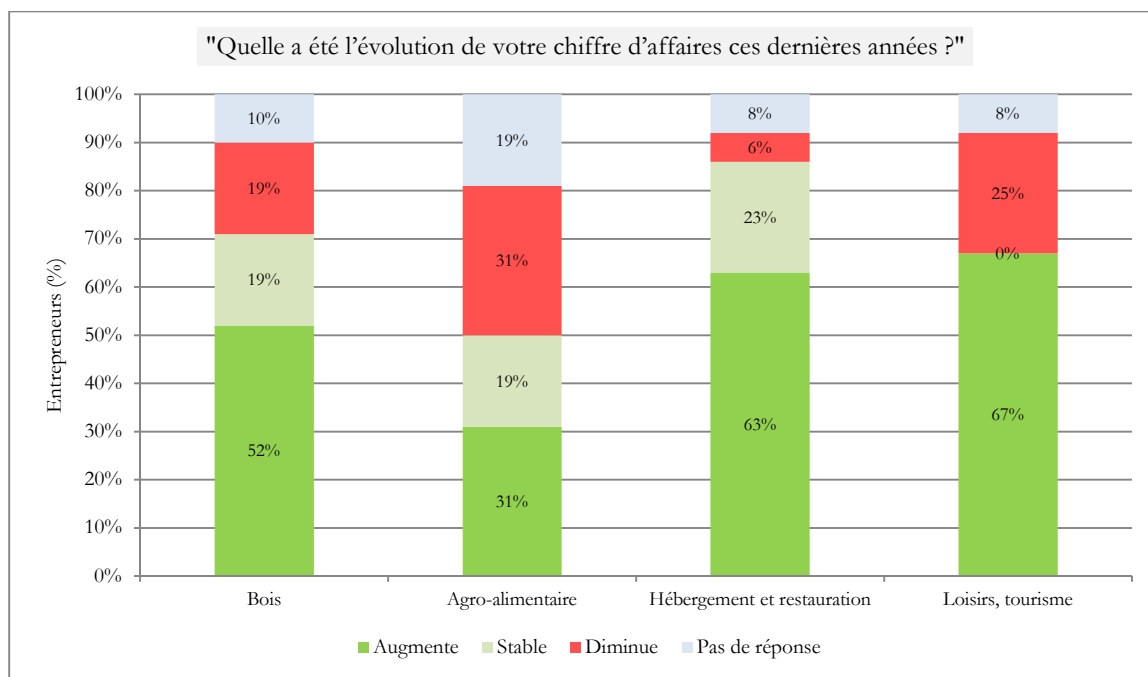
Les entrepreneurs nous disent aussi que la conciliation de la vie de famille et du travail peut être facilitée dans ce type d'entreprises et estiment que les emplois y sont plus intéressants étant donné leur appel à l'esprit d'initiative et à la polyvalence, les travailleurs étant moins cloisonnés dans une seule tâche bien définie. 95% des entrepreneurs sont en effet d'accord pour dire que le personnel d'une TPE doit être plus polyvalent que celui d'une entreprise de plus grande taille. La flexibilité du personnel est également une caractéristique attendue au sein des TPE : 73% des entrepreneurs estiment que le personnel d'une TPE doit être plus flexible en termes d'horaires que celui engagé au sein d'une entreprise de plus grande taille. Mais si le chef d'entreprise sollicite de la flexibilité de la part de son personnel, il lui octroie également plus de souplesse, ce qui facilite parfois l'organisation familiale. Les entrepreneurs expliquent que la petite taille de l'équipe facilite la proximité entre eux et leur personnel. La gestion paternaliste, conditionnée par la petite dimension du collectif de travail offre des avantages accessibles au personnel de la petite entreprise rurale. Par exemple, les circonstances exceptionnelles de la vie privée de l'employé

peuvent donner lieu à une négociation plus facile avec le patron. Bien entendu, ces attentions complémentaires reposent sur une base interpersonnelle qui laisse une grande latitude d'appréciation à l'employeur, notamment basée sur l'intensité de l'effort et l'attachement à l'entreprise du travailleur. Enfin, le climat de travail au sein des TPE a souvent été qualifié de « bon ». La cohésion entre les membres du personnel et l'esprit d'équipe sont jugés meilleurs au sein des TPE que dans les entreprises de plus grande taille.



Pérennité économique de la TPE rurale

Les résultats traités dans leur globalité indiquent que 62% et 14% des entreprises voient respectivement leur chiffre d'affaires augmenter et rester stable. 9% des dirigeants préfèrent ne pas se prononcer (ne savent pas, trop tôt pour le dire ou ne répondent pas à la question) et les 15% restants ont malheureusement un chiffre d'affaires qui diminue. La TPE rurale est donc, en général, une entreprise en bonne santé. Cependant, une analyse par secteur d'activité montre que la répartition susmentionnée ne s'applique pas à tous. Certains secteurs, tels que ceux de la restauration, de l'hébergement et des activités de détente et de loisirs semblent en effet être plus propices que d'autres à une évolution croissante.



Les entrepreneurs ont ensuite été interrogés quant à leur prévision globale envers leur avenir. On constate alors qu'il n'y a pas de lien direct entre la prospérité actuelle de l'entreprise et la confiance qu'à son dirigeant en son avenir. En effet, alors que les entrepreneurs du secteur de l'agro-alimentaire rencontrent plus de difficultés à accroître leur chiffre d'affaire, ils sont toutefois 63% à s'attendre à un avenir serein.

"Comment voyez-vous votre avenir ?"

Secteur	Serein	Incertain	Sans avis
Bois	48%	29%	23%
Agro-alimentaire	63%	31%	6%
Restauration et hébergement	86%	11%	3%
Loisirs, culture et tourisme	75%	25%	0%
Total	63%	22%	15%

Total : indique les résultats obtenus à partir des six secteurs ciblés.

Afin d'identifier les difficultés attendues par l'entrepreneur d'une TPE rurale dans son avenir proche, une liste de suggestions lui a été soumise. Plusieurs réponses étaient possibles. Définies comme pesantes et décourageantes, les charges administratives arrivent en tête du panier. Celles-ci nécessitent beaucoup de temps, qui ne peut alors plus être

valorisé au sein de l'entreprise. Les secteurs de l'agro-alimentaire et de la restauration appréhendent principalement les modifications récurrentes de la réglementation et les difficultés financières à s'y tenir. Pour compléter ce duo, est citée par plus de la moitié des entrepreneurs, l'évolution défavorable que prend la conjoncture économique du pays. Ils s'inquiètent quant à la place octroyée aux plaisirs et à la qualité différenciée des produits alimentaires dans le futur budget du ménage.

Les charges salariales font également parties des préoccupations de plus de 50% des petits entrepreneurs et la suppression des aides reçues obligerait certains à diminuer leur personnel. Les entrepreneurs expliquent aussi qu'il est de plus en plus difficile de trouver de la main d'œuvre qualifiée, ou du moins motivée à apprendre le métier. Ils dénoncent la trop faible différence entre les barèmes salariaux qu'ils peuvent allouer à leur personnel et les allocations de chômages facilement reçues. Certains entrepreneurs déplorent encore leur impossibilité d'engager de la main d'œuvre pourtant devenue nécessaire à la survie de l'entreprise.

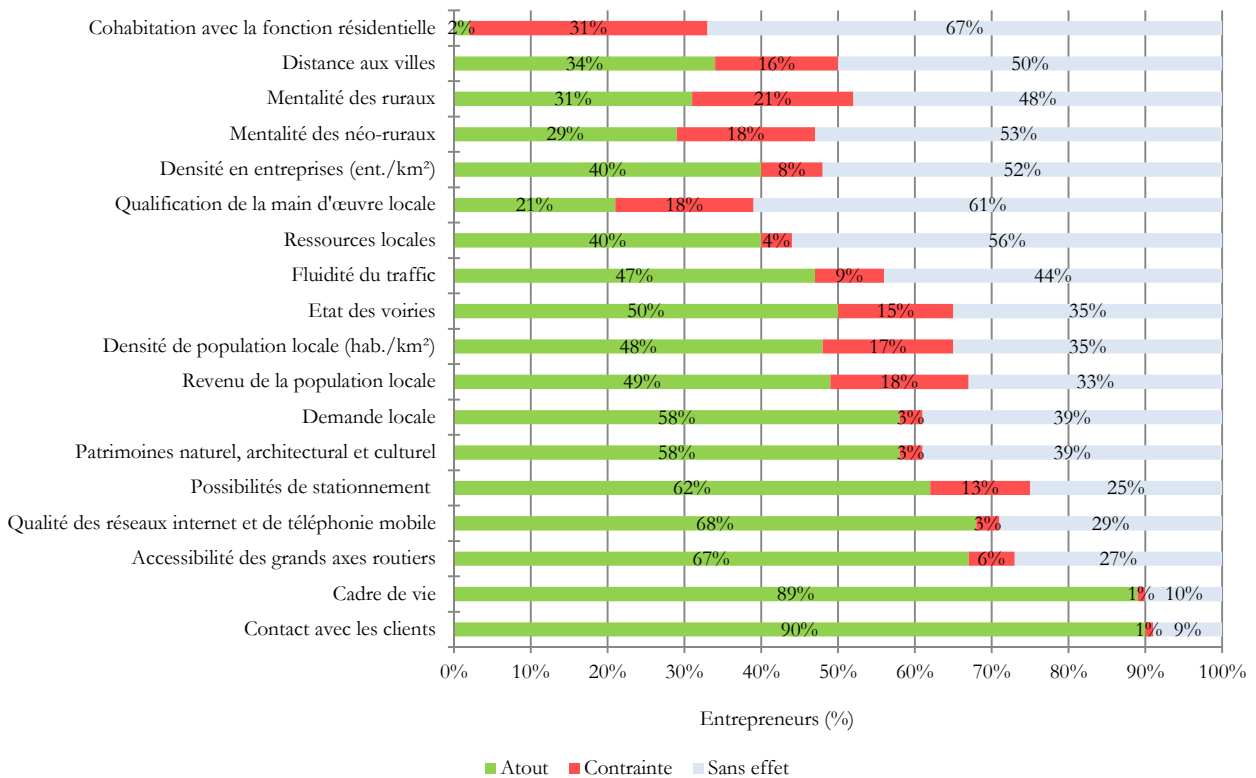
"Quelles sont les difficultés attendues ?»	Bois	Agro-alimentaire	Restauration & hébergement	Loisirs	Total
Charges administratives	62%	81%	74%	58%	66%
Réglementation	38%	88%	77%	50%	64%
Conjoncture économique	48%	63%	63%	58%	56%
Charges salariales	57%	50%	63%	50%	55%
Manque de clients, de contrats	19%	50%	46%	42%	43%
Mesures d'aide et de soutien	29%	38%	40%	17%	31%
Qualification du personnel	19%	38%	40%	17%	30%
Motivation du personnel	14%	19%	43%	25%	27%
Problèmes d'infrastructures	10%	25%	29%	17%	24%
Problèmes internes organisationnels	5%	13%	23%	8%	14%
Aucune	14%	6%	3%	0%	6%

Total : indique les résultats obtenus à partir des six secteurs ciblés.

Le milieu rural : des atouts pour l'entrepreneuriat

Nous avons soumis aux entrepreneurs toute une série d'éléments et nous leur avons demandé s'ils les considéraient comme des atouts ou des contraintes du milieu rural ou sans effet sur le bon fonctionnement de leur entreprise : organisation de leurs activités quotidiennes et développement des débouchés. Des résultats obtenus, il ressort que les entrepreneurs ne considèrent bien souvent pas les caractéristiques spécifiques du milieu rural comme étant des obstacles à leur fonctionnement et nous font plutôt part de leur satisfaction d'avoir leur entreprise implantée en milieu rural. Dans ce sens, ils nous indiquent les avantages de l'entrepreneuriat rural. Cité à la quasi unanimité, le cadre de vie plaisant et sécurisant est l'une des caractéristiques principales dont bénéficie l'entreprise rurale. L'espace vert, l'air pur, le calme et le retour à l'authenticité sont cités et sont selon les entrepreneurs autant appréciés par les clients que par l'entrepreneur lui-même. Ils expliquent encore que dans cette atmosphère reposante, la convivialité peut généreusement s'installer avec leurs clients. Certains définissent encore leur petite entreprise rurale comme un lieu de rencontre accueillant et chaleureux où les acteurs locaux apprécient s'y retrouver. A nouveau, nous constatons la prévalence du bien-être environnemental sur le bien-être économique.

"Considérez-vous l'élément suivant comme un atout, une contrainte ou sans effet pour le fonctionnement de l'entreprise ?"



L'accessibilité aux grands axes routiers (et non la proximité, qui n'est pas spécifique au milieu rural) est aussi considérée comme un privilège dont bénéficient les entreprises rurales bien implantées. Les trajets à effectuer, même plus longs, sont souvent plus rapides étant donné la fluidité du trafic rural.

Des stratégies de coopération sont également de mise entre les petites entreprises rencontrées. Achat groupé ou partage d'équipement, publicité réciproque, complémentarité dans les services et produits offerts apparaissent comme autant de formes d'organisation consistant à sortir les entreprises de la concurrence classique. Selon les dirigeants, ces synergies entrepreneuriales sont facilitées lorsqu'ils sont peu nombreux à être implantés sur un même territoire, la densification en entreprises les entraînant dans l'individualisme. Parmi les quelques réseaux informels de solidarité que nous avons découverts, nous pouvons notamment citer celui d'un gîte rural, d'un centre de thalassothérapie et d'un restaurant. En créant un site internet commun et en proposant une « formule mid week », ces trois

"Où est principalement localisée votre clientèle ?"	Entrepreneurs
Commune	14%
Commune limitrophe	20%
Province	19%
Région wallonne	9%
Région flamande	6%
Région bruxelloise	1%
Belgique	14%
Etranger	17%

entrepreneurs contribuent à augmenter leur visibilité.

En outre, les témoignages recueillis ne confirment pas les nombreux ouvrages français dénonçant la distance aux grandes agglomérations comme un handicap majeur que doivent subir ou compenser les unités de productions et de services en milieu rural de faible densité. L'éloignement des marchés ou l'isolement (moins marqué en zones rurales wallonnes que françaises) ne semblent en effet pas compliquer les relations et les échanges. Pour la majorité, cette distance est sans effet et pour plus de 30%, elle représente même un avantage (surtout pour le secteur des loisirs et du tourisme, qui est à la recherche d'espaces verts). Ce constat est toutefois à mettre en relation avec la localisation géographique des débouchés des entreprises. Nous avons donc interrogé les entrepreneurs sur ce point. Autant d'entrepreneurs (34%) ont une clientèle principalement locale (commune où est située l'entreprise et communes limitrophes) que d'entrepreneurs ayant des clients dispersés à l'échelle nationale (14%) et internationale (17%). Pour deux tiers des entrepreneurs ruraux, la clientèle locale ne suffit pas à leur viabilité, mais l'éloignement des marchés n'est pas pour autant considéré comme un désavantage de leur localisation. L'isolement, souvent évoqué comme contrainte rurale, n'est donc pas vérifiée par l'analyse et participe de ce fait aux rumeurs qui ont cours à propos de la viabilité des entreprises dans les villages. Enfin, les plus jeunes entrepreneurs déclarent que le milieu rural est davantage propice aux échanges d'expériences, soutien moral et entraide qu'en milieu urbain, et sert dès lors, de terreau à l'implémentation des entrepreneurs naissants. Dans ce sens, plusieurs entrepreneurs conseillent les jeunes porteurs de projets à venir les rencontrer afin de leur venir en aide et les conseiller dans leurs démarches.

Brulard C, Dogot Th, Lebailly Ph & Sunnaert D.
ULg - Gembloux Agro-Bio Tech
Département d'Economie et Développement rural - Cellule CAPRU
<http://www.fsagx.ac.be/eg/capru>
Passage des Déportés, 2 - B-5030 Gembloux
E-mail : capru.gembloux@ulg.ac.be
Tél. : 081/62.23.65

¹ Données de la TVA juridique. Rapport 2007 sur la Démographie d'entreprise et entrepreneuriat en Région wallonne [Ministère de la Région wallonne, Direction de la Politique Economique].

² Nombre d'entreprises actives en 2005 : données fournies par la TVA juridique. Milieu rural défini sur base du critère de l'OCDE : densité de population \leq 150 hab./km².

³ Saleilles S., 2005. Accompagner le candidat à l'installation en milieu rural. Colloque « Accompagnement des jeunes entreprises : entre darwinisme et assistanat », à Montpellier, 26 mai.

⁴ Calay V., Guyot J. et Van Hamme G., 2005. Primo-créateurs d'entreprise et contexte locaux : analyse empirique de la situation wallonne. IWEPS-Discussion Papers n°0503.