



Académie de l'Entrepreneuriat

Association pour la promotion de l'entrepreneuriat
Au sein du système éducatif et de la formation continue



4^{ème} congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat

**Sous le haut patronage
de Monsieur Christian PONCELET,
Président du Sénat**

Programme

L'accompagnement en situation entrepreneuriale : Pertinence et Cohérence



Avec le soutien de la société **JM BRUNEAU**, de la société **INOTEP** et des Editions **DUNOD**

L'ACCOMPAGNEMENT A L'ENTREPRENEURIAT NEO-RURAL : SPECIFICITES ET PRATIQUES

Séverine Saleilles

Doctorante Equipe de Recherche sur la Firme et l'Industrie

ISEM, Université Montpellier 1

Adresse personnelle :

90 rue Edouard Vaillant

92300 Levallois Perret

Tel : 06 18 43 76 29

Mail : saleilles.severine@wanadoo.fr

Résumé

Les politiques d'accueil de nouveaux entrepreneurs et les structures dévolues à leur accompagnement sont porteuses d'enjeux considérables pour les zones rurales périphériques tant ces néo-ruraux permettent de redynamiser et rediversifier leur tissu économique.

A partir d'une revue de littérature pluridisciplinaire (économie, géographie, sociologie...) et d'entretiens semi-directifs conduits auprès d'entrepreneurs néo-ruraux, nous montrons les spécificités des projets à accompagner : projets atypiques du fait des caractéristiques du milieu d'implantation, aux mobiles complexes car s'inscrivant dans un projet de vie plus large et fragilisés par la rupture géographique et sociale qu'entraîne le processus migratoire. La problématique commune rencontrée par les structures d'accompagnement semble donc être l'imbrication du projet de vie et du projet entrepreneurial.

Une première étude exploratoire (recherche documentaire et entretiens semi-directifs), cherchant à observer les diverses pratiques d'accompagnement mises en place face à cette problématique commune, nous indique que les structures d'accompagnement, en général porteuses d'un projet de développement local, intègrent un troisième pilier : le projet du territoire.

L'ACCOMPAGNEMENT A L'ENTREPRENEURIAT NEO-RURAL : SPECIFICITES ET PRATIQUES

Résumé

Les politiques d'accueil de nouveaux entrepreneurs et les structures dévolues à leur accompagnement sont porteuses d'enjeux considérables pour les zones rurales périphériques tant ces néo-ruraux permettent de redynamiser et rediversifier leur tissu économique.

A partir d'une revue de littérature pluridisciplinaire (économie, géographie, sociologie...) et d'entretiens semi-directifs conduits auprès d'entrepreneurs néo-ruraux, nous montrons les spécificités des projets à accompagner : projets atypiques du fait des caractéristiques du milieu d'implantation, aux mobiles complexes car s'inscrivant dans un projet de vie plus large et fragilisés par la rupture géographique et sociale qu'entraîne le processus migratoire. La problématique commune rencontrée par les structures d'accompagnement semble donc être l'imbrication du projet de vie et du projet entrepreneurial.

Une première étude exploratoire (recherche documentaire et entretiens semi-directifs), destinée à observer les diverses pratiques d'accompagnement mises en place face à cette problématique commune, nous indique que les structures d'accompagnement, en général porteuses d'un projet de développement local, intègrent un troisième pilier : le projet du territoire.

INTRODUCTION

L'afflux de population d'origine urbaine vers le milieu rural, phénomène nommé conterurbanisation (Mitchell, 2003), est observé depuis plus de 30 ans dans les pays industrialisés. En France, selon le dernier recensement de 1999, l'espace à dominante rurale a attiré, au cours de la dernière période intercensitaire, 410 000 migrants, ce qui lui permet de gagner en population malgré un solde naturel négatif (-163 000). « *Ce n'est pas une marée, c'est plus qu'un incident, un signe que nos désirs de campagnes, même loin des villes, deviennent réalité...* » (Hervieu et Viard, 2001). Ce regain démographique se fait sentir dans une majorité de communes, y compris en rural isolé, fait nouveau (Bessy-Pietry et ali, 2000).

Parmi ces nouveaux arrivants, forts divers (candidats à la construction neuve, actifs travaillant en ville, retraités, étrangers, personnes en situation d'exclusion, porteurs de projets de création/reprises d'entreprises..., Bontron, 2004), l'accueil d'entrepreneurs est un enjeu considérable pour les zones rurales tant ces néo-ruraux permettent de redynamiser (« *les migrants urbains ont été à l'origine du renouveau de certaines activités en déclin par manque de dynamisme de la natalité* », p 248) et de rediversifier (« *l'arrivée de migrants amène de nouvelles catégories socioprofessionnelles et d'autres activités* », p 251) leur tissu économique (Font, 2000). Il ne s'agit, alors, plus de déterminer le bien-fondé de ce phénomène mais, plutôt, de se questionner sur les moyens de l'accompagner.

Si des structures locales existent sur certains territoires pionniers depuis plusieurs décennies, ce n'est qu'à partir du milieu des années 90 que l'accueil des entrepreneurs néo-ruraux s'est véritablement organisé en France avec des structures de statut (public/privé) et d'échelon territorial différents. Elles se distinguent, également, par leurs rôles : appui aux territoires souhaitant mettre en place une politique d'accueil, interface entre territoires et porteurs de projet, accompagnement de proximité des porteurs de projet (Collectif Ville-Campagne, 2003).

	Missions	Types de structures	Exemples
APPUI	Appui aux territoires	Services de l'Etat, régions, cabinets d'études, agences de développement	Leader+ thème accueil, DATAR massif-central Région Limousin
INTERFACE	Information et communication	Médias	CVC, Village, Demain !
	Formation, apports de compétences, intégration	Chambres consulaires, associations de développement et de conseils/services...	Asfodel, Place aux jeunes
PROXI	Accueil et accompagnement des candidats à l'installation	Communes, communautés de commune, pays, PNR, GIP, association...	Espace Séronnais, Cap actif, sites de proximité Rhône-Alpe, Soho-solo

Tableau 1 : Typologie des structures d'accompagnement (d'après CVC, 2003)

Nous pouvons alors nous interroger sur la problématique commune rencontrée par ces structures d'accompagnement et sur les pratiques mises en place pour y répondre. En nous appuyant sur une revue de littérature pluridisciplinaire (économie, géographie, sociologie...) et sur douze entretiens exploratoires conduits auprès d'entrepreneurs installés, nous proposons de préciser quelle peut être la spécificité du public des structures d'accompagnement à l'installation à la campagne. Puis, des entretiens conduits auprès de six responsables de structures d'accompagnement, complétés par une revue documentaire (sites Internet, presse, brochures, rapports...), nous permettront de préciser comment ces accompagnateurs perçoivent la spécificités de leur public et quelles actions sont conduites pour y répondre.

I. SPECIFICITE DE L'ACCOMPAGNEMENT A L'ENTREPRENEURIAT NEO-RURAL.

1.1. Stratégie d'accès au réel

Notre stratégie d'accès au réel a été la suivante. Une première phase d'identification des enquêtés et/ou des structures partenaires potentiels a été conduite à partir de lectures de magazines spécialisés ou d'articles de presse sur l'entrepreneuriat néo-rural, de participations à des colloques professionnels d'acteurs de l'accompagnement à la création d'entreprise à la campagne et de recherches Internet. Nous avons pu ainsi repérer une cinquantaine de structures auxquelles un mail de présentation de la recherche a été adressé. Six entretiens, en face à face ou par téléphone, ont été réalisés avec les responsables des structures intéressées

afin de connaître leur rôle dans l'accompagnement des entrepreneurs néo-ruraux et leur perception des spécificités de ce public. Selon la méthode de l'échantillonnage par réputation (Goetz et Lecompte, 1984, cités par Miles et Huberman, 2003), un travail collaboratif sur le thème de la recherche a été proposé. C'est dans ce cadre que nous avons pu réalisé un premier entretien semi-directif en face à face auprès de 12 entrepreneurs

Réf	Date	Dpt	Parcours avant	Activité
E1	2003	Gard ¹	Webmaster Commerciale	Chambres d'hôtes, gîtes
E2	1992	Orne ²	Journaliste	Presse, organisation colloques
E3	2000	Orne	Comédienne	Théâtre, résidence artistes
E4	2000	Orne	Muséologue Canada	Muséologue clientèle internationale
E5	2002 Projet	Gers ³	Traductrice brevets Professeur art	Traductrice brevets Atelier artiste
E6	2000	Gers	Journaliste Informatique	Informatique clientèle nationale
E7	2002	Gers	Vendeur informatique	Informatique clientèle locale + spécialisation sports automobiles
E8	2004	Gers	Accompagnement création entreprise	Création sites Internet tourisme
E9	2001	Gers	Photographe presse	Photographe créations artistiques
E10	2004	Ardèche ⁴	Ingénieurs informatiques	Informatique clientèle locale
E11	2003	Ardèche	ONG Afrique puis Paris	Formateur agroalimentaire et santé
E12	Projet	Ardèche	Ressources humaines Marketing	Mise en réseaux entreprises du secteur « bien-être » en Ardèche

Tableau n° 2 : les 12 entrepreneurs enquêtés

Les entretiens semi-directifs (Blanchet, 1985, Demers, 2003) ont eu lieu, généralement, sur le site de l'entreprise et ont été précédés d'une visite des locaux, voire du domicile. Ils ont été conduits à partir d'un guide thématique (parcours avant l'installation, mobiles à la migration et à la création, processus d'émergence du projet, avantages-inconvénients du milieu d'implantation) et enregistrés pour être transcrits par la suite. Leur durée a été comprise entre une et deux heures. L'analyse des transcription a été réalisées en deux temps. Une première lecture, complétée par des données secondaires issues de la revue documentaire (sites Internet, brochures, articles de presse...), a permis de reconstituer le processus migratoire et entrepreneurial de l'entrepreneur. Une deuxième lecture visait à dégager les éléments de discours de l'enquêtés évoquant les motivations (à chaque phase clefs du processus) et les perceptions avantages-inconvénients du lieu d'implantation afin de leur attribuer un code thématique.

¹ Connaissance personnelle

² Par le biais de l'Acteur Rural

³ Par le biais du programme soho-solo du CEEI Gers-Gascogne

⁴ Par le biais de Réajir (Place aux Jeunes Ardèche)

1.2. Les spécificités liées au territoire d'implantation

Tout d'abord, l'entrepreneur néo-rural choisit une localisation en milieu rural, milieu dont les caractéristiques peuvent constituer des handicaps mais aussi certaines opportunités pour son projet.

Caractéristiques	Handicaps potentiels	Opportunités potentielles	Extraits d'entretiens
Eloignement - Vis à vis des centres urbains - Vis à vis du secteur - Personnel	<ul style="list-style-type: none"> • Pas d'effet de diffusion comme en péri-urbain (Aubert et Blanc, 2002) • Problème d'accès aux ressources (Julien et al, 1999) 	<ul style="list-style-type: none"> • Rente de protection (Ganne et Bertrand, 1996) • Evitement de concurrence • Permet de mieux sélectionner ses partenaires (Ganne et Bertrand, 1996) 	E2 : « ça peut avoir cet inconvénient là quand même, pour une activité nationale, c'est d'être moins dans les réseaux »
Ressources humaines, matérielles et financières limitées	<ul style="list-style-type: none"> • Peu d'appui possible sur le territoire pour être compétitif • Difficulté de recrutement (Patterson et Anderson, 2003) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendance à innover par soi-même (Vaessen et Keeble, 1995, North et Smallbone, 2000) • Salariés plus flexibles et fidèles (Raveyre, 2000) 	E7 : « il y a un problème de locaux qui sont très rares et, la plupart du temps, inadaptés à certaines professions » E4 : « il y a aussi un certain manque de service » E2 : « le recrutement..., ça nécessite de s'organiser à plusieurs, mais je trouve que c'est pas grave, c'est même plutôt sympa, voilà, mais c'est un peu incontournable aussi »
Aménités liées au milieu naturel	<ul style="list-style-type: none"> • Peu d'aménités pour les entreprises sauf exploitation productive de l'espace 	<ul style="list-style-type: none"> • Exploitation productive de l'espace (matières premières, main d'œuvre non qualifié, foncier moins cher...) • Importance des aménités gratuites (air, calme, espace) pour les ménages et pour les activités à forte dominante intellectuelle 	E3 : « C'est vraiment pas un endroit où on peut mener une véritable vie professionnelle » E4 : « plus de nuits à l'hôtel, plus de frais, donc, à mon avis, ça dépasse le coût du loyer, ou ça se vaut quoi, en terme d'économies »
Climat interconnaissance	<ul style="list-style-type: none"> • Pressions pour coopérer avec les acteurs locaux. • Possibilité de rejet social « effet village » 	<ul style="list-style-type: none"> • Opportunités de coopération renforcées (Font et Thireau, 1997) • Ciment social (Font, 2000) • Plus facile de solliciter élus et institutions locales 	E5 : « on n'est jamais... on n'est quand même pas des gens originaires du village. » E7 : « on arrive à avoir quand même un contact beaucoup plus humain avec les dirigeants et les élus »

Faible densité	<ul style="list-style-type: none"> • Marchés locaux et réseaux de partenaires professionnels ou institutionnels restreints. • Difficultés de coordination des acteurs locaux (Le Roy, 1997) • Proximité relationnelle difficile (Fustier, 1999) 	<ul style="list-style-type: none"> • Très faible concurrence 	<p><i>E7 : « le tissu économique de la région ne permet pas vraiment de faire vivre une société qui ne ferait que de la prestation auprès des professionnels »</i></p> <p><i>E3 : « y'a alors là, pour le coup, pas du tout de concurrence, localement ».</i></p>
----------------	--	---	---

Tableau 4 : Handicaps et opportunités du milieu rural

Les entretiens exploratoires nous ont permis de confirmer ces travaux : les handicaps liés à l'éloignement, notamment vis à vis du secteur, sont soulignés ainsi que le manque de services, notamment aux entreprises, et la faiblesse des marchés locaux. Cependant, des problèmes plus actuels comme la couverture en téléphonie mobile ou en ADSL sont également évoqués :

Extraits d'entretiens : les problèmes d'accessibilité aux TIC

E2 : « Le haut-débit, c'est vraiment la première nécessité aujourd'hui. »

E4 : « C'est le problème avec le téléphone portable, la couverture est très mauvaise (...) On n'aura pas le haut débit d'ici un certain nombre d'année (...) franchement, je ne sais pas si on aurait pu venir ici en sachant ces complications. »

Face aux caractéristiques du milieu rural, plusieurs modes de fonctionnement, destinés à la fois à pallier aux handicaps de ce milieu d'implantation et/ou à en valoriser les ressources cachées, sont à souligner :

- L'innovation : Smallbone, North et Kalantaridis (1999) montrent que les PME rurales surmontent le handicap d'un marché local restreint en lançant de nouveaux produits et en recherchant de nouveaux marchés, davantage que les PME urbaines. Ils rejoignent ainsi la position de Vaessen et Keeble (1995), pour qui un environnement de travail plus hostile peut avoir pour effet d'encourager les entreprises à devenir davantage, plutôt que moins, innovantes dans le but de contrecarrer les contraintes auxquelles elles font face.
- Le recours aux TIC : l'utilisation des technologies de l'information et de la communication permet aux entreprises situées en milieu rural éloigné d'obtenir des informations urbaines en « favorisant la formation de liens forts entre acteurs des deux milieux » (Julien et al, 1999, p 112). De plus, selon Rallet et Torre (2004), les TIC ne permettent, désormais, plus seulement de transmettre des connaissances codifiées

(articles, livres, mode d'emploi...) mais elles se substituent de plus en plus aux relations en face à face et permettent la transmission de connaissances tacites : association de l'image, de l'écrit et de la voix, moyens de communication écrits proche de la communication orale (e-mails, forum, chats..)

- Le développement de double marché : à partir d'une enquête portant sur des petites entreprises de service en milieu rural, Chevalier (2000) note le développement d'un double marché, un local limité mais fidèle et un national, voir international, de constitution plus récente.
- La pluri-activité : Biche, Gerbaux, Le Monnier et Perret (1996) montrent que la pluri-activité est un moyen pour beaucoup d'entrepreneurs de surmonter la faiblesse des marchés locaux.
- Le recours à des réseaux à la fois locaux et extra-territoriaux : Joyal et Dehaies (2001) montrent que les entreprises à succès, implantées en rural profond, ont un comportement fortement individualiste au niveau local et s'appuient avant tout sur des réseaux extra-territoriaux. De même, Raveyre (2000) décrit une « *articulation singulière de réseaux* » chez des PME performantes en milieu rural : un réseau vertical de clients et fournisseurs nationaux et internationaux, qui « *contribue à l'efficience technique et à la qualité des produits* » et des réseaux horizontaux entre PME collègues locales contribuant à « *assurer la souplesse productive et la mobilité des entreprises sur le marché.* » (p85). Bertrand (1996) souligne, également, que la compétitivité d'une petite entreprise en milieu rural est meilleure si elle prend appui à la fois sur des relations personnelles territorialisées (liées à l'appartenance à une communauté culturelle et sociale) et délocalisées (liées à l'appartenance à une communauté professionnelle), et non sur un seul type de relations.

Nous pouvons observer une grande complexité du système de gestion de ces entreprises, notamment en ce qui concerne le couple « métier-mission », puisqu'elles opèrent leurs activités (souvent très diversifiées, voire sur des secteurs différents) auprès de marchés doubles en s'appuyant sur un réseau partenarial établi sur une base géographique élargie. Le caractère souvent atypique de ces projets constitue, nous semble-t-il, une spécificité forte dont il convient de tenir compte pour mettre en place des dispositifs d'accompagnement. A ceci s'ajoute le fait que le projet entrepreneurial s'inscrit dans un projet plus large qui correspond à un véritable projet de vie.

1.3. Les spécificités liées à l'imbrication entre processus migratoire et processus entrepreneurial

L'entrepreneuriat néo-rural repose sur un double processus : un processus migratoire et un processus entrepreneurial. Or, les interactions entre ces deux processus, souvent simultanés, sont fortes, tant au niveau des mobiles conduisant au projet que dans la réalisation elle-même du projet.

Tout d'abord, nous pouvons remarquer que les critères personnels semblent prépondérants par rapport aux critères économiques dans le choix du lieu de localisation de l'entreprise. En effet, si le choix d'une localisation en rural périphérique peut s'expliquer par l'attractivité de cet espace pour les ménages, son attractivité « économique » paraît beaucoup plus problématique car les handicaps du rural périphérique sont tels (cf tableau 4) qu'il peut n'être caractérisé par aucun des 3 types d'attractivité (accessibilité, présence d'actifs ou organisation du territoire) évoqués par Saives (2002). L'enquête de Johnson et Rasker (1995), réalisée sur un échantillon de 420 entreprises de la région du « Greater yellowstone » aux Etats-Unis et portant sur les raisons qui ont poussé ces entrepreneurs à s'installer en milieu rural, le confirme en montrant que les valeurs qualitatives (qualité de vie et beauté des paysages), celles liées à la communauté et aux possibilités de pratiquer des loisirs devançant très largement les valeurs dites économiques (fiscalité, coûts du travail, proximité de centres de recherche).

Outre la volonté de vivre en milieu rural et l'impossibilité d'y être salarié, qui peut être considéré comme un mobile négatif, les entrepreneurs enquêtés ont effectivement des mobiles à la création d'entreprise positifs mais s'inscrivant plus dans le courant du « lifestyle entrepreneurship » (Schine, 2003) que correspondant à la figure de l'entrepreneur traditionnel à la logique essentiellement économique (Pendelau, 1997). Henricks (2002) : définit le "lifestyle" entrepreneur comme quelqu'un qui devient entrepreneur à la recherche d'une vie meilleure. Au lieu de profits économiques, il cherche avant tout des profits en terme de mode et de cadre de vie mais aussi se lance dans la création d'entreprise pour « vivre une expérience ».

Pour l'analyse des mobiles des entrepreneurs enquêtés nous avons utilisé la typologie des mobiles à la migration de Font (2000) ainsi que celle des mobiles à la création d'entreprise en milieu rural de Chevalier (2000) :

Référence	Idéaux-types proposés	Entrepreneurs
Font (2000)	Logique économique : Sacrifier une partie de ses revenus pour bénéficier de biens gratuits : air pur, climat, espaces naturels, sécurité	E1, E7, E9, E10, E12
	Logique environnementale : Volonté de vivre dans un cadre naturel et de le préserver	E2, E4, E5, E6, E12
	Logique sociétale : Volonté de mieux reconnaître et de mieux être reconnu	E3, E11
	Logique éthique : Rééquilibrer sa vie personnelle en faveur de la famille et des loisirs	E5, E8
Chevalier (2000)	Création par nécessité	E12
	Création par volonté avec logique entrepreneuriale	E2, E4, E6, E8, E10
	Création par volonté avec logique d'accession à une promotion sociale	
	Création par volonté avec logique à composante plus large	E1, E2, E5, E7, E9, E11

Tableau 5 : les mobiles à la migration et à la création (d'après Font, 2000 et Chevalier, 2000 et entretiens réalisés)

Il apparaît que la création d'une entreprise à la campagne correspond à des mobiles beaucoup plus larges qu'un projet entrepreneurial « classique ». Il s'agit d'un véritable projet de vie impliquant un cadre de vie rural et la réalisation d'aspirations diverses : harmonie vie familiale/vie professionnelle, volonté d'indépendance, temps pour passion, participation à la revitalisation du milieu rural...

Un exemple de création par volonté avec logique à composante plus large

Les mobiles à la création chez E11 sont, à la fois : sortir du salariat (difficultés relationnelles dans dernier emploi), revenir vivre en Ardèche (liens affectifs importants), envie de « *mener sa barque* », besoin d'un « *grand espace de liberté* », valoriser l'ensemble des compétences acquises autour d'un projet « sur-mesure » (20 ans d'expériences et formation pluridisciplinaire), profiter de sa vie familiale (naissance de deux enfants), participer à la recomposition du milieu rural (insertion active dans des réseaux de néo-ruraux locaux)

Les mobiles à la migration et à la création apparaissent étroitement mêlés. Cependant, les mobiles migratoires ne sont pas forcément prédominants sur les mobiles entrepreneuriaux (très peu de création par nécessité). En fait, ils sont plutôt partie prenantes des mobiles à la création (cas des créations par volonté avec logique à composante plus large). Un deuxième impact de l'imbrication entre processus migratoire et entrepreneurial doit être évoqué : l'impact au niveau de la réalisation du projet.

En effet, le fait de migrer impacte fortement le processus entrepreneurial dans la mesure où le porteur de projet se trouve en situation de rupture (rapport Grep, 2002). Parmi ces ruptures (professionnelle, affective, salariale...), la rupture géographique et sociale semble être la plus lourde de conséquences dans la mesure où la migration entraîne un déracinement à la fois culturel et relationnel, ce qui implique une méconnaissance du tissu économique et institutionnel local et pas ou peu de réseaux personnels locaux sur lesquels s'appuyer alors que la plupart des créateurs créent dans un environnement qu'ils connaissent bien et au sein duquel ils sont bien insérés. Mais faut-il pour autant interpréter cette rupture comme une fragilité pour le projet et inciter le nouveau venu à s'intégrer localement ?

De nombreux travaux montrent le rôle primordial du territoire durant le processus entrepreneurial. En effet, ce dernier, qui est l'environnement socio-économique privilégié de l'entrepreneur, a un rôle important de capital social. Ainsi, Julien (2003) voit dans le territoire un « *réservoir de savoirs pour offrir des opportunités de créer des entreprises* » (p 116). Plusieurs rôles sont mis en avant : fournisseur de ressources matérielles (main d'œuvre, infrastructures...), de ressources d'affaires (fournisseurs, transport, distribution...), de ressources financières (financement de proximité) et de ressources immatérielles (formation, information...). De plus, il diminuerait l'incertitude en facilitant les échanges et diminuerait les coûts de transaction (Saives, 2002). Jack et Anderson (2002) montrent également que le fait d'être encadrée dans la structure sociale du territoire crée pour la petite entreprise des opportunités et améliore la performance. L'encastrement territorial (Granovetter, 2000, Johannison et ali, 2002) constitue le mode de mobilisation de ces ressources. En effet, dans ce phénomène, se superposent aux effets de proximité « géographique » d'autres effets de proximité (Rallet et Torre, 2004, Julien, 2003) : proximité de « similitude » ou « cognitive » (partage de mêmes connaissances de base et d'expertise, d'un même système de représentations), proximité d'« appartenance » ou « organisationnelle » (être membre d'une même organisation comme une école, une entreprise, une association), proximité « sociale » (partage de valeurs, de normes, de conventions...), proximité « institutionnelle » (partage de lois, règles de jeu institutionnel). De même, en ce qui concerne le rôle des réseaux sociaux (Woodward, 1988, Chollet, 2002, Greve et Salaff, 2003), durant le processus entrepreneurial, ce sont les réseaux locaux qui sont généralement évoqués.

La théorie des sites permet de mieux comprendre pourquoi ces entrepreneurs, qui sont nouveaux sur le territoire parviennent tout de même à générer du capital social. En effet,

Zaoual (2005) utilise une définition mouvante du site dans la mesure où « *il peut y avoir des superpositions de ce que l'acteur juge relevant de ce qu'il estime être son territoire, voire ses territoires d'appartenance* » (p74). Ceci rejoint Degenne et Forsé (2004), pour qui « *un acteur appartient en réalité à une grande quantité de cercles sociaux qui lui procurent chacun des ressources et des contraintes, des rôles et des statuts, des coutumes et des règles.* » (p. 74). Dans ces cas, la proximité géographique, ou du moins une proximité géographique permanente, n'est plus indispensable. Nous pouvons donc envisager que les entrepreneurs néo-ruraux s'appuient sur des réseaux, situés sur d'autres territoires d'appartenance que leur territoire d'implantation, pour contrecarrer l'handicap de la rupture géographique et sociale.

Par conséquent, il semble que l'imbrication du projet personnel et du projet professionnel impose un accompagnement simultané des deux processus et une prise en compte à la fois des mobiles à la migration et des mobiles à la création dans la définition du projet. De plus, dans quelle mesure l'accompagnement peut-ils aider à pallier les fragilités liées à la rupture géographique et sociale ? Enfin, il convient également de tenir compte des spécificités liées au milieu rural, et donc du caractère souvent atypique des projets. Pour préciser ces problématiques communes rencontrées par les structures d'accompagnement, nous proposons d'étudier les actions mises en place au sein de six structures.

2. PRATIQUES D'ACCOMPAGNEMENT A L'ENTREPRENEURIAT NEO-RURAL

Nous avons choisi, dans un premier temps, de focaliser notre étude sur les structures d'interface et de proximité car elles nous ont semblé être les plus proches des problématiques concrètes d'accompagnement, les structures d'appui étant essentiellement des dispositifs destinés à aider les territoires à mettre en place une politique d'accueil. Nous ne présentons, ici, que les actions réalisées par ces structures dans le cadre d'un accompagnement des porteurs de projets. La plupart travaillent également sur des axes connexes : sensibilisation auprès des élus et des acteurs locaux, marketing territorial, mise en réseau d'acteurs de l'accompagnement, recherches ...

2.1. Les structures d'interface

L'objectif de ces structures est essentiellement de mettre en relation des porteurs de projets potentiels se trouvant dans des grands centres urbains (notamment région parisienne) avec des territoires ruraux souhaitant accueillir de nouveaux entrepreneurs.

	Collectif ville campagne	Place aux jeunes	Asfodel
Statut	Association regroupant 16 membres : publics, privés, médias	Association, modèle québécois	Association
Création	1999	1996 (en Ardèche), 2001 (structure nationale)	1985 (Peuple et culture Isère) 1992 (asfodel)
Niveau territorial	National, implanté en Limousin	10 territoires (départements ou pays) en fonctionnement + 10 en cours de mise en place	2 départements : Drôme (437 000 hbts) et Ardèche (288 000 hbts)
Organisation	3 employés	1 chargé de mission par territoire	8 employés
Public	Ante création / Idée	Jeunes diplômés (bac + 4 et 5) Ante création / Idée	De l'idée à l'opérationnalisation du projet par rapport au territoire
Constat de départ	Aspect « projet de vie » occulté dans l'accompagnement traditionnel + manque en méthodologie	Manque de matière grise en milieu rural car les jeunes partent pour les études et ne reviennent pas. Carences des chambres consulaires qui privilégient les gros projets (>10 employés).	Recherche Peuple et Culture Isère (années 80) : concept d'exploitant rural. Accueil de porteurs de projet en pluri-activité mais avec très peu ou pas de composante agricole
Outils/action s en place	<ul style="list-style-type: none"> • Permanence téléphonique • Sessions information 1/2 journée dans les centres émetteurs (Paris) • Foire à l'installation bi-annuelle à Limoges 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 week-end sur le territoire par groupe de 10 à 15 jeunes Obj : constitution d'un réseau collectif, donner les clefs d'entrée du territoire, susciter un esprit entrepreneurial, accompagnement dans les démarches auprès des chambres consulaires • Montage de coopératives d'emploi 	<ul style="list-style-type: none"> • Formation Exploitant agricole 1an • Formation Entreprise Rurale depuis 1996 individualisée par modules. • Animation réseau (feuille info, fête-foire annuelle, rencontres thématiques) de 250 personnes • Etudes de faisabilité, guide de projet • Guide du réseau : annuaire qualitatif

Outils/actions en projet	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositif d'appui- amont sur 1 à 3 mois en partenariat avec Airelle et Région Limousin : Alternance formation à Paris et visite territoires • Site Internet portail 	<ul style="list-style-type: none"> • Adapter la méthode aux activités artisanales et de maintenance 	<ul style="list-style-type: none"> • Guide des compétences des membres du réseau • Réseaux de proximité par micro-régions
--------------------------	---	--	---

Tableau 6 : les structures d'interface

Les actions mises en place sont essentiellement à destination d'un public en phase d'anté-
création n'ayant pas de projet entrepreneurial précis mais un projet personnel de migration
vers le milieu rural. La structure d'interface ayant une mission de communication (CVC) vise
à accompagner le choix du lieu d'implantation et éventuellement une première phase
d'émergence d'un projet de création d'entreprise. Les structures ayant une mission de
formation (PAJ et ASFODEL) sont destinées à un public souvent déjà en cours de processus
migratoire. Il s'agit donc de préciser le projet entrepreneurial par deux types d'actions:

- connecter les accompagnés à un réseau local d'acteurs afin de diminuer les fragilités
liées à la rupture géographique et sociale
- leur faire acquérir les compétences nécessaires au projet (formations) afin de diminuer
les fragilités liées à la rupture professionnelle et/ou avec le salariat.

2.2. Les structures de proximité

L'objectif est ici l'accompagnement concret du porteur de projet jusqu'à l'installation sur
le territoire choisit. Le rayonnement géographique est généralement un pays, un parc naturel
régional ou une communauté de commune. Soho-solo se situe à un échelon départemental
mais n'agit que sur un certain type de porteurs de projet.

	Soho-solo	Cap actif	ESPACE
Type	Programme CCI Gers Projet européen dans 5 zones Irlande, Portugal, Espagne, France	Réseau de 23 structures (accompagnement + élus) signataires d'une Charte Financement Leader +	Association à l'initiative de 4 néo-ruraux, CA (5 élus + 7 habitants non élus)
Création	2004	2004	1998
Niveau territorial	Département du Gers (173 000 hbts) + 5 à 6 territoires pilotes en cours de mise en place	PNR Livradois Forez 180 communes 100 000 hbts.	Communauté communes du Séronnais (3000 hbts, en progression de 10%)
Organisation	1 chargée de mission + personnel du CEEI	Ressources constantes mais prestataire extérieur pour la mise en place	2 animatrices (financés par Etat + conseil général)

Public	Solos + solos prospects	Tout porteur de projets	De l'idée à l'installation
Constat de départ	Recherche Téléparc sur impact TIC a montré les enjeux de l'accueil de solos	Manque de lisibilité offre + cloisonnement structures	La plupart des nouvelles entreprises du territoire étaient créées par des néo-ruraux
Outils/actions en place	<ul style="list-style-type: none"> • Annuaire des solos • Centre de ressources • Plate-forme d'intermédiation • Petits déjeuners professionnels • Groupes de travail dans les villages pilotes 	<ul style="list-style-type: none"> • Parrainage par des chefs d'entreprise • Référent qui assure lien porteurs /structures • Concours création d'entreprise • Réunion mensuelle pour étudier les projets et se répartir les rôles 	<ul style="list-style-type: none"> • Accueil : filtre, vérification adéquation projet/territoire • Visites du territoire • Réunion mensuelle d'étude des projets • Parrainage bénévole par la population locale • Repas installés/parrains/ porteurs de projet • Formation des parrains par cabinet extérieur
Outils/actions en projet	<ul style="list-style-type: none"> • Guide accueil bilingue • Guide professionnel • Centres de ressources supplémentaires • Géoportail • Espace d'échanges entre solos sur le site Internet • Site Internet portail avec les territoires du programme 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérennisation du réseau • Animation du réseau • Travailler sur le collectif avec l'Union régionale des SCOP 	

Tableau 7 : les structures de proximité

A ce niveau territorial, les actions sont beaucoup plus diverses étant donné l'étendue de la phase du processus accompagné (de l'idée à l'installation). En effet, certains porteurs de projet, ayant une idée précise du lieu de migration, s'adressent très tôt à ces structures locales. De plus, ces dernières communiquent parfois directement à une échelle nationale voire européenne pour attirer de nouveaux arrivants. Par conséquent, elles mettent également en place des actions de sensibilisation et de formation. Deux types de structuration du service d'accueil et d'accompagnement apparaissent:

- sous forme de guichet unique (soho-solo, espace)
- sous forme de réseau d'acteurs de l'accompagnement (cap'actif)

De part ce rôle premier d'intermédiation, les actions sont essentiellement:

- vérification de l'adaptation du projet aux potentialités du territoire (recherche de locaux, études de marché...)
- orientation des porteurs de projet vers les interlocuteurs adéquats (chambres consulaires, mairies...)
- suivi du projet (parrainage) et mise en réseau des acteurs compétents

Au delà des actions mises en place, nous avons cherché à analyser les perceptions qu'on les accompagnants de ce public.

2.3. les perceptions des spécificités de l'accompagnement à l'installation à la campagne

Bien que notre étude n'en soit encore qu'à un stade exploratoire, nous proposons de confronter les spécificités de l'accompagnement des candidats à l'installation en milieu rural perçues par nos enquêtés à celles envisagées à partir de notre revue de littérature.

Tout d'abord, les spécificités liées à la diversité du public sont effectivement mises en avant et deux conséquences sont évoquées :

- la nécessité d'une analyse approfondie des motivations du porteur de projet
- la nécessité pour les accompagnants d'être polyvalents.

De plus, les spécificités liées au milieu d'implantation et au caractère atypique des projets sont également soulignées, avec la problématique particulière de l'accompagnement à la pluri-activité qui ne correspond pas au traditionnel découpage sectoriel (agriculture, commerce, artisanat) des structures d'accompagnement.

Extraits d'entretiens : l'accompagnement au projet entrepreneurial

L'analyse des motivations

SI 3 : « *Il y a un travail assez poussé au niveau du bilan de compétences, au niveau de la motivation, au niveau des compétences transférables au projet, au niveau des motivations personnelles.* »

La polyvalence des accompagnants

SP1 : « *Nous, c'est vrai qu'on a des demandes qui partent dans tous les sens et que pour y répondre et être le plus réactif possible, surtout auprès des anglophones pour lesquels il faut être très très réactif sinon on perd très rapidement le contact, donc du coup ça demande une certaine polyvalence.* »

La pluri-activité

SP 3 : « *Nous avons accueillis de plus en plus de personnes qui avaient une composante agricole très très faible, voire plus du tout de composante agricole, pour autant qui avait un projet toujours en pluri-activité. Et du coup, nous avons développé un nouvel outils de formation, formation modulaire et individualisée* »

SP 3 : « *Il va falloir forcément être dans une logique de puri-activité dans de nombreux cas, donc ça veut dire une capacité à accompagner ces dynamiques spécifiques tant du point de vue de la composante organisationnelle que du point de vue juridique, fiscal et social, ou même que du point de vue familial j'allais vous dire.* »

SI 2 : « *On fait le même constat partout : Seuls peuvent rester ceux qui ont deux, voire trois métiers, des pluri-actifs ((...))* »

Enfin, l'imbrication entre projet personnel et projet entrepreneurial apparaît être pour les enquêtés une spécificité majeure et la raison même d'exister de structures spécifiquement

dédiées à l'accueil de candidats à l'installation à la campagne dans la mesure où un simple accompagnement professionnel ne suffit pas.

Extraits d'entretiens : l'accompagnement au projet de vie

SI 3 : « *On ne travaille pas que sur un projet de création d'activité mais vraiment un projet de vie* »

SP1 : « *Tu peux pas aider quelqu'un à s'installer professionnellement en oubliant le côté humain, sa famille, le logement tout ça. C'est complètement lié.* »

SI 1 : « *L'accompagnement professionnel occultait ce qui, nous, nous est apparu comme étant primordial dans cette démarche, c'est à dire l'aspect projet de vie.* »

Cependant, un élément, moins apparent dans la revue de littérature, est également fréquemment évoqué : c'est l'imbrication entre projet entrepreneurial et projet de territoire et le rôle de l'accompagnement dans la recherche de l'adéquation entre l'un et l'autre. D'ailleurs beaucoup d'actions mises en place visent cet objectif : découverte du territoire, mise en réseau avec des acteurs locaux, confrontation du projet aux potentialités locales...

Extraits d'entretien : l'intégration du projet de territoire

SI 3 : « *la particularité, pour moi, c'est évidemment de pouvoir intégrer dans l'accompagnement la dimension de comment la personne va pouvoir s'ancrer dans le territoire* »

SI 1 : « *les gens ((accompagnateurs)) pouvaient parfois posséder parfaitement la démarche et la méthodologie en terme de projet professionnel mais étaient complètement démunis sur le territoire, sur le choix du territoire, sur l'importance du territoire.* »

SP 2 : « *L'an dernier, le conseil régional de... à fait une promo à Paris et ça a été mal vécu par les territoires car on n'a pas été consultés et on a été inondés d'offres, notamment de création de gîtes et de multiples ruraux alors qu'aujourd'hui, c'est pas ce que l'on cherche et c'est pas viable.* »

Nous proposerons donc ici que la spécificité d'un tel accompagnement repose sur la gestion du triptyque projet de vie / projet entrepreneurial / projet de territoire. « *Pour nous, tout se résume à ce tripode ou tri-pied, projet de vie/projet professionnel/projet de territoire et toutes les interactions qu'il peut y avoir entre ces différents piliers.* » (SI 1). L'accompagnement des candidats à l'installation s'appuierait donc à la fois sur des outils issus des sciences de gestion, des sciences humaines et du développement local

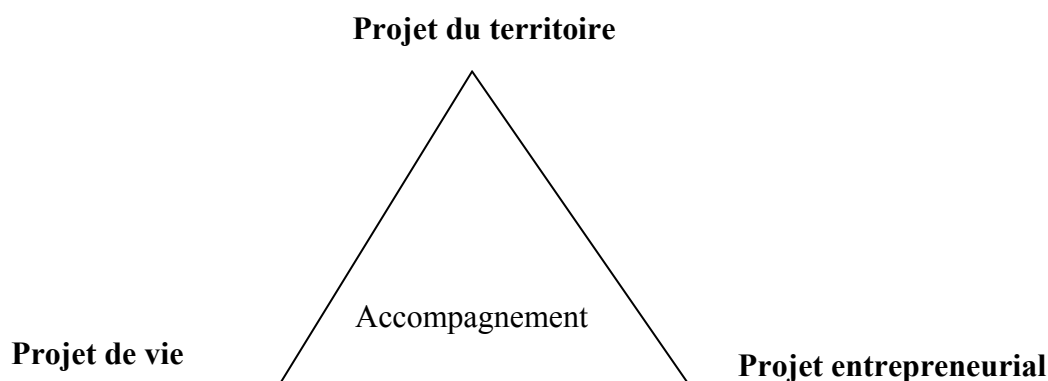


Schéma 1 : Le triptyque projet de vie/projet entrepreneurial/projet de territoire

CONCLUSION

A partir d'une revue de littérature portant sur le processus entrepreneurial chez les néo-ruraux et d'une série d'entretiens exploratoires auprès d'entrepreneurs et de structures d'accompagnement, nous pouvons proposer que la spécificité de cet accompagnement réside dans la gestion d'un triptyque projet de vie/projet entrepreneurial/projet de territoire.

Cela implique des pratiques d'accompagnement dépassant l'écoute du porteur de projet et le tutorat technique (gestion, marketing, financier...). En effet, parce qu'il s'agit souvent de projets atypiques (pluri-actifs par exemple) et surtout, parce que le processus entrepreneurial est lié à un processus migratoire, des pratiques beaucoup plus larges sont nécessaires.

Spécificités	Objectifs	Exemples de pratiques
Localisation en milieu rural	Accompagner les projets pluri-actifs	Intermédiation avec les chambres consulaires Formations spécifiques
Insertion dans un projet de vie plus large	Tenir compte de la diversité du public	Analyse approfondie des motivations Polyvalence du personnel accompagnant
	Accompagner le projet de vie	Aide à la recherche de logement, d'emploi pour le conjoint Aide pour la scolarisation des enfants Formations linguistiques
Rupture géographique et sociale	Accompagner à distance	Permanences téléphoniques Sites Internet Réunions d'informations dans les centres émetteurs
	Intégrer le porteur de projet dans son nouveau territoire	Formation avec présentation du territoire Parrainage du porteur par des acteurs locaux Désignation d'un référent par porteur pour faire le lien avec les institutions

Tableau n°8 : spécificités de l'entrepreneuriat néo-rural et pratiques d'accompagnement

Cependant, nous pouvons nous questionner quand à la pertinence de la recherche d'adéquation entre le projet du territoire et le projet entrepreneurial. L'analyse des pratiques de gestion d'entrepreneurs néo-ruraux nous permettra de déterminer si un encastrement territorial de la TPE est nécessaire à sa viabilité, voire souhaitable.

BIBLIOGRAPHIE

- Aubert F. et Blanc M. (2002), Activités économiques et emplois: le rural refuge de secteurs déclassés ou milieu attractifs?, in Perrier-Corent P (sd), *Repenser les campagnes*, L'Aube
- Bertrand N. (1996), L'ancrage spatial des entreprises en milieu rural: de l'espace fonctionnel à l'espace territoire, Thèse de doctorat en Sciences économiques, Université Pierre Mendès France, Grenoble 2
- Bessy-Pietri P., Hilal M. et Schmitt B. (2000), Recensement de la population 1999. Evolution contrastées du rural, in *INSEE première*, n°726.
- Biche B., Gerbaux F. Lemonnier J et Perret J. (1997), *Créer son emploi en milieu rural: les chemins de traverse de la pluriactivité*, L'Harmattan, coll. Alternatives rurales
- Blanchet A. (1985), *L'entretien dans les sciences sociales*, Bordas
- Bontron JC (2004), les espaces ruraux dans les nouvelles dynamiques migratoires, Rencontres « campagnes en mouvement », Saint Briec, 15-16 décembre.
- Bouhaouala M. (1999), Micro-mentalités et logiques d'action des dirigeants des petites entreprises du tourisme sportif, Thèse de doctorat en STAPS, Université Joseph-Fourrier, Grenoble 1
- Chevalier P. (2000), Dynamiques tertiaires de l'espace rural, Thèse de doctorat en géographie, Université Paul Valéry, Montpellier 3 (473p)
- Chollet B. (2002), L'analyse des réseaux sociaux : quelles implications pour le champ de l'entrepreneuriat ?, Congrès International francophone sur la PME, Montréal
- Collectif ville Campagne (2003), Bilan des actions en faveur de l'accueil de nouveaux actifs en milieu rural
- Degenne A. et Forsé M. (2004), *Les réseaux sociaux*, ed. Armand Colin
- Demers C. (2003), L'entretien, in Giordano Y., *Conduire un projet de recherche, une perspective qualitative*, EMS (p. 173-210)
- Font E. et Thireau V. (1997), Réseaux d'entrepreneurs en milieu de faible densité, in *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* n°5 (p 709-722)
- Font E. (2000), *Les activités non agricoles dans la recomposition de l'espace rural*, L'Harmattan
- Fustier B. (1999), Une stratégie de développement fondée sur la production de biens identitaires, in Benhayoun G., Gaussier N. et Planque B. *L'ancrage territorial du développement durable*, L'Harmattan
- Ganne B. et Bertrand N. (1996), PME et milieu rural: changer les problématiques, in *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* n°2 (p 283-306)
- Ganne B. (2000), PME, districts et nouvelles territorialités, in *"les dynamiques de PME"*, cahiers du centre d'études de l'emploi, 38
- Gazel, Raty et Riou (2004), Les nouvelles modalités d'implantation d'activités en milieu rural, rapport DERF/Place aux Jeunes France pour le Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires rurales.
- Granovetter M. (2000), *Le marché autrement: les réseaux dans l'économie*, Desclée de Brouwer (238p)
- Grep (2002), la conduite d'une entreprise en couple : le cas des très petites entreprises touristiques rurales, rapport.
- Greve A. et Salaff J. (2003), Social networks and entrepreneurship, in *Entrepreneurship theory and practice*, fall.
- Henricks M. (2002), *Not just a living: the complete guide to creating a business that give you a life*, Perseus Books group.
- Hervieu B. et Viard J. (2001), *Au bonheur des campagnes*, Editions de l'aube (155p)

- Jack S. et Anderson A. (2002), The effects of embeddedness on the entrepreneurial process, in *Journal of business Venturing* n°17 (p 467-487)
- Johannisson B., Ramirez-Pasillas M. et Karlsson Gosta (2002), The institutional embeddedness of local inter-firm networks: a leverage for business creation, in *Entrepreneurship and regional development* n°14 (p 297-315)
- Johnson J. et Rasker K. (1995), The role of economic and quality of life values in rural business location, in *Journal of Rural Studies*, vol. 11 n°4 (p 405-416)
- Joyal A. et Deshaies L. (1998), Des PME québécoises en milieu rural: exemples de succès, *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 4, pp 607-624.
- Joyal A. (2000), PME rurale: une revue de la documentation, GRPME Trois Rivières
- Julien PA (2003), Entrepreneuriat endogène et milieu, papier de recherche GRPME
- Julien PA, Beaudoin R. et Ndjambou R. (1999), PME exportatrices et information en zones rurales ou zones urbaines, in *Revue internationale PME*, vol. 12 n°1-2 (p 107-126)
- Kayser B. (1996), *Ils ont choisi la campagne*, L'Aube (205p)
- Le Roy A. (1997), *Les activités de service: une chance pour les économies rurales? Vers de nouvelles logiques de développement rural*, L'Harmattan (288p)
- Mandy JF et Roussel V. (2001), Nouveaux arrivants et territoires ruraux fragiles : quelques exemples dans le Massif central, in *Espace, population et société*, vol 1-2.
- Marchesnay M (1999), L'entrepreneuriat rural en quête de légitimité, in Risome, *Les nouvelles légitimités du monde agricole*, Economica
- Micoud A. (2004), La patrimonialisation de la campagne?, in *Pour Cap sur la campagne*, n°182, p 71-74.
- Miles MB. et Huberman M. (2003), *Analyse des données qualitatives*, De Boeck.
- Mitchell C. (2003), Making sense of counterurbanization, in *Journal of rural studies*
- Negro Y. (1994), Activités et emplois non agricoles en milieu rural: mutation et résistance, Thèse de doctorat en développement rural, Université Toulouse-le Mirail
- North D et Smallbone D. (2000), The innovativeness and growth of rural SMEs during the 1990s, in *Regional studies*, Cambridge, vol. 34 n°2 (p 145-157)
- Patterson H. et Anderson D. (2003), What is really different about rural and urban firms? Some evidence from Northern Ireland, in *Journal of Rural Studies*
- Pendelieu G. (1996), *Le profil du créateur d'entreprise*
- Pineau JY (2004), Bilan des actions en faveur de l'accueil de nouveaux actifs en milieu rural, colloque « les nouveaux entrepreneurs, de l'énergie pour les territoires ruraux et urbains », Toulouse, 14 septembre.
- Raveyre M. (2000), Nouvelles formes de PME, nouvelles perspectives pour le création d'emplois en milieu rural, in *"les dynamiques de PME"*, cahiers du centre d'études de l'emploi, 38.
- Saives AL (2002), *Territoire et compétitivité de l'entreprise*, L'Harmattan
- Schine G. (2003), *How to succeed as a lifestyle entrepreneur*. Dearborn Trade.
- Smallbone D., North D. et Kalantaridis C. (1999), Adapting to peripherally: a study of small rural manufacturing firms in northern England, in *Entrepreneurship and regional development*, vol. 11 n°2 (p 109-127)
- Vaessen P. et Keeble D. (1995), Growth-oriented SMEs in unfavourable regional environments, in *Regional studies*, Cambridge, vol. 29 (p 489-505)
- Woodward, W.J. (1988), A social network theory of entrepreneurship : an empirical study, Thèse de doctorat, University Microfilms International
- Zaoual H. (2005), *Socioéconomie de la proximité : du global au local*, L'Harmattan