QUEL ACCOMPAGNEMENT AU RESEAUTAGE DES ENTREPRENEURS NEO-RURAUX ? [1]

Réflexions à partir des résultats d'études réalisées en France sur ce public

Séverine SALEILLES

Maître de Conférences en Sciences de Gestion

Laboratoire COACTIS, Université de Lyon

IUT de Roanne - Dpt TC, 20 avenue de Paris 42334 Roanne Cedex

Tel : +33 (0)6 18 43 76 29

Mail : severine.saleilles@univ-st-etienne.fr

RESUME DE LA COMMUNICATION

Cette communication se veut le point de départ d'une réflexion, à partir de diverses études réalisées en France, sur les besoins des entrepreneurs néo-ruraux en termes d'accompagnement dans leurs pratiques de réseautage.

INTRODUCTION

Créer une entreprise implique nécessairement de constituer et de mobiliser un réseau de contacts utiles pour mener à bien ce projet. Le réseautage est donc une activité essentielle de l'entrepreneur (Aldrich *et al.*, 1985). Mais est-ce une activité qui peut être accompagné ? Et si oui, comment ? Nous proposons ici de nous intéresser à cette problématique mais dans un contexte particulier : celui des nouveaux arrivants en milieu rural qui créent une entreprise (entrepreneurs néo-ruraux). En effet, la question de l'accompagnement au réseautage se pose alors de façon singulière. Ainsi, pour Reynolds (1991), « la principale preuve de l'importance des réseaux sociaux est que la plupart des entrepreneurs créent leur entreprise « à la maison » ; c'est à dire dans un contexte géographique – même communauté et même juridiction politique – comme industriel familier. » (p. 64). Et, effectivement, la plupart des entrepreneurs créent là où ils vivent, et ce aussi bien chez les petites entreprises de type artisanal ou commercial que pour les créations d'entreprises high-tech (Bruyat, 1993).

[1] Communication au XVIème colloque de l'Association de Science Régionale De Langue Française, Clermont-Ferrand, 6-8 juillet 2009

Or, un phénomène va à l'encontre de cette propension des entrepreneurs à créer « sur place » : l'entrepreneuriat néo-rural. En effet, de plus en plus de personnes décident de quitter la ville pour s'installer à la campagne et y créer une entreprise. Le repeuplement des campagnes qui s'est amorcé dans les années 70, en France comme dans la plupart des pays développés, s'est accru et transformé ces dernières années. Selon l'observatoire des territoires (2005), 1,8 millions de personnes ont quitté un pôle urbain pour la campagne entre 1990 et 1999. Parmi eux, on compte plus de 800 000 actifs. Alors que cela n'était pas le cas jusqu'alors, il a été observé, lors de ce recensement de 1999, que le rural isolé aussi se repeuplait (Bessy-Pietri et al., 2000). Ce regain des espaces ruraux les plus isolés est confirmé par les résultats des enquêtes annuelles[2] de recensement de 2004 et 2005 (Morel *et al.*, 2006). Et cette tendance n'est, semble-t-il, pas prête de s'inverser. Ainsi, un sondage de 20073 montre qu'en France, plus de 8 millions de citadins (39%) désirent s'installer à la campagne, soit un million de plus que le même sondage effectué en 2005, et ce n'est pas forcément pour y passer leur retraite. En effet, 50% des citadins souhaitant vivre à la campagne veulent le faire en tant qu'actifs et 23% envisagent même de changer d'employeur ou d'activité. Une bonne partie d'entre eux sera amenée à créer son entreprise pour réaliser ce souhait de vie à la campagne. Selon un rapport de 2008, « ce type de néo–ruraux, principalement attirés par la vie rurale en ce qu'elle a de plus éloigné avec la ville, constitue une proportion de migrants marginale et relativement stable, évaluée à un peu plus de 5 % en 1999 » (François-Poncet *et al.*, 2008).

Malgré cette faible proportion, les entrepreneurs néo-ruraux sont un type de nouvel arrivant largement « courtisé » par les territoires car leur contribution tant qualitative que quantitative au développement économique est importante. Pour le rural isolé l'accueil de migrants est encore plus crucial que pour le reste du milieu rural. En effet, dans une enquête portant sur 156 entrepreneurs (secteur des services) en rural isolé, pôles ruraux et rural sous influence urbaine, Chevalier (2000) montre que « c'est dans les espaces de plus faible densité, que les entrepreneurs issus de la ville sont, relativement les plus nombreux » (p. 306) et que dans ce même milieu, « la quasi totalité des prestataires hautement diplômés sont des migrants » (p.308). En Angleterre, les résultats d'une étude (Keeble *et al.*, 1995) d'ampleur plus

[2] La loi du 27 février 2002 a instauré un nouveau dispositif de recensement. La nouvelle méthode mise en place à partir de 2004 substitue au comptage traditionnel organisé tous les huit ou neuf ans une technique d'enquêtes annuelles. Les communes de moins de 10 000 habitants sont recensées une fois tous les 5 ans par roulement. Dans celles de plus de 10 000 habitants un échantillon d'adresse regroupant environ 8% de la population est recensé chaque année.

[3] Sondage réalisé en avril 2007 par l'institut BVA auprès de 457 personnes formant un échantillon représentatif de citadins. Résultats consultables sur le site www.projetsencampagne.com

importante (1022 entreprises enquêtées) montrent que, parmi l'ensemble des créateurs, les néo-ruraux (entendu comme ceux qui migrent et créent quasiment au même moment) sont bien plus nombreux en rural isolé (21,1%) qu'en rural accessible (13,3%) ou en milieu urbain (8,6%). Bien que, selon Stockdale et Findlay (2004, cités par Bosworth, 2006), les néo-ruraux créent moins d'emploi que les autochtones ou les personnes « de retour au pays », leur contribution au développement locale est importante au niveau qualitatif. Ainsi, Kalantaridis et Bika (2004, 2006) ont conduit une enquête auprès de 500 habitants (dont 42,6% de néo-ruraux) de la région anglaise de Cumbria. Ils concluent à une propension à l'entrepreneuriat plus grande chez les néo-ruraux que chez les autochtones, et en particulier chez ceux les plus récemment arrivés sur le territoire. Parmi les habitants ayant créé leur entreprise, 62% des néo-ruraux avaient une expérience en management avant de créer l'entreprise contre 45% pour les autochtones. De plus, les néo-ruraux sont deux fois plus nombreux que les autochtones (54% contre 29%) à considérer que leur entreprise est innovante dans le contexte régional. Ces résultats confirment que les néo-ruraux sont des moteurs du développement économique des zones rurales. Ils concluent ainsi : « Les néo-ruraux font une contribution qualitative positive en offrant, au niveau local, des attributs et des compétences qui sont moins fournis par les entrepreneurs autochtones. Ceci élargit le champ des opportunités exploitables par les entreprises rurales. Les entrepreneurs néo-ruraux favorisent l'intégration des communes autrefois reculées dans les réseaux nationaux et globaux de production et de distribution » (Kalantaridis *et al.*, 2006, p. 126).

Dans le cadre des politiques d'accueil développées aux échelons européen, national, régional et local en France depuis le milieu des années 90, plusieurs actions visent à mieux accompagner ces entrepreneurs néo-ruraux. Le Collectif Ville-Campagne (2003) distingue trois types de structures d'accompagnement: des structures d'appui aux territoires, des structures d'interface entre les territoires et les porteurs de projets et des structures de proximité, accompagnant concrètement la création. Il semble que la spécificité de l'accompagnement des entrepreneurs néo-ruraux repose sur la gestion d'un triptyque projet de vie / projet entrepreneurial / projet de territoire. Dans un rapport sur l'accompagnement des migrants, il apparaît que les acteurs enquêtés (40 sur les 108 structures contactées) sont dans « une phase intense de réflexion, de construction ou d'adaptation d'outils visant à améliorer le traitement global de l'accompagnement des candidats à l'installation » (Collectif Ville Campagne, 2003, p. 25). La réflexion réalisée au travers de cette communication se veut être un point de départ pour le développement de tels outils. L'accompagnement au réseautage est,

qui plus est, un point peu traité dans les travaux en entrepreneuriat. Dans ce contexte, nous proposons de réfléchir, à partir d'études réalisées en France auprès d'entrepreneurs néo-ruraux, aux pratiques qui peuvent être mises en place pour accompagner ces entrepreneurs dans leur activité de réseautage. Pour cela, nous proposerons un cadrage théorique de la problématique du réseautage des entrepreneurs. Puis, nous exposerons les particularités du réseautage des entrepreneurs néo-ruraux à partir d'études réalisées en France. Enfin, nous proposerons des pistes de réflexion sur l'accompagnement au réseautage des entrepreneurs néo-ruraux.

1. LE RESEAUTAGE DES ENTREPRENEURS : CADRAGE THEORIQUE.

« Mobiliser des ressources pour poursuivre des opportunités requiert des contacts, des connaissances et de la confiance. Mobiliser des ressources implique aussi de demander à d'autres de fournir des moyens financiers et des efforts pour une entreprise dont l'avenir est incertain. L'entrepreneuriat est donc une activité essentiellement de mise en réseau. » (Dubini *et al.*, 1991, p.306). Le courant de l'entrepreneur « encastré » est basé sur cette idée, à savoir : les ressources utiles à la création de l'entreprise sont accessibles au travers du réseau dans lequel est inséré le créateur. De nombreuses revues de littérature ont été réalisées au sein de ce courant (Drakopoulou Dodd *et al.*, 2006; Hoang *et al.*, 2003; Johannisson *et al.*, 1997; O'Donnell *et al.*, 2001). Elles débouchent sur plusieurs points :

- *Les types de réseaux* : De manière générale, le réseau de l'entrepreneur peut être défini comme « un ensemble d'individus qui peuvent se connaître ou pas entre eux et qui d'une certaine façon apportent quelque chose à l'entrepreneur, que ce soit passivement, réactivement ou proactivement, que cela ait été suscité explicitement par l'entrepreneur ou pas » (Gilmore et Carlson, 1999, p. 31). En reprenant la typologie de Julien et Lachance (2006), on peut distinguer quatre types de réseau : le réseau personnel, le réseau d'affaire, le réseau informationnel (qui sont à rapprocher des réseaux personnel, commercial et de communication de Szarka, 1990) et le réseau social (qui est à rapprocher du réseau symbolique de Johannisson, 1987). Ce dernier facilite l'insertion du dirigeant dans son milieu.
- *Le rôle de ces réseaux* : Durant la phase de création, le réseau est mobilisé pour l'obtention de divers types de ressources : ressources matérielles, informationnelles et relationnelles

- *Le réseautage* : Le réseautage peut être conçu comme, seulement, une activité de mobilisation du réseau personnel (Aldrich et al., 1987; Hill et al., 1999) ou comme une activité à la fois de constitution et de mobilisation du réseau personnel (Carson et al., 1995). La définition de Jack (2005) nous semble la plus adaptée car elle distingue bien les deux processus (constitution et mobilisation) : « Un processus qui se développe dans le temps et qui implique, pour l'entrepreneur, d'activer ses contacts latents pour manifester des liens et transférer la relation à une situation entrepreneuriale, d'identifier un besoin entrepreneurial et de localiser l'individu dans le réseau qui peut l'aider sur le besoin en question. ». La constitution du réseau personnel a fait l'objet de peu de travaux. Cependant, les travaux portant sur l'évolution du réseau personnel soulignent que, pendant la phase de constitution du réseau, le rôle du réseau préexistant de l'entrepreneur est crucial. (Butler *et al.*, 1991; Hite, 2005). En fait, deux formes de réseautage peuvent être distinguées : l'un est instrumental et l'autre est affectif. Si l'entrepreneur s'appuie au départ essentiellement sur son réseau social, donc sur un réseautage affectif, il a intérêt, par la suite, à chercher de l'aide et des informations au-delà de ce réseau social. Se développe alors un réseautage plus instrumental (Hite *et al.*, 2001). Enfin, s'appuyant sur 3 cas d'entrepreneurs, deux cas de « réussite » à un cas d' « échec », l'étude de Drakopoulou Dodd et al. (2006) montre que si sur le court-terme, le réseautage instrumental peut apporter divers bénéfices, il est nécessairement amené à se transformer au fil du temps en réseautage affectif.

D'après la littérature, le réseautage de l'entrepreneur est donc présenté comme étant, au départ, affectif (il s'appuie essentiellement sur son réseau préexistant pour constituer son réseau personnel). Au cours du démarrage de l'entreprise, il devient plus instrumental. Mais à long terme, ce réseautage instrumental est amené à se transformer en réseautage affectif. Dès lors, en quoi l'entrepreneur néo-rural, de part ses particularités, peut impliquer une forme de réseautage particulier ?

2. LES PARTICULARITES DU RESEAUTAGE DES ENTREPRENEURS NEO-RURAUX : RESULTATS D'ETUDES.

Les entrepreneurs néo-ruraux ont fait l'objet de différentes études en France synthétisées dans le tableau suivant.

Tableau 1 - les études portant sur les entrepreneurs néo-ruraux en France

Référence	Méthodologie	Principaux résultats concernant le réseautage
Raveyre (2000)	Entretiens auprès de 21	Articulation singulière de réseaux : un réseau vertical

	PME industrielles (en moyenne, 35 salariés) implantées en milieu rural profond français créée par des « néo-entrepreneurs ruraux »	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.
Roussel et Begon (2005)	Entretiens auprès de 48 nouveaux venus créateurs d'entreprises, Massif-Central	la moitié des enquêtés avaient un référent sur place (famille ou amis), sans qu'il ne s'agisse systématiquement de « retour au pays ». Parmi l'autre moitié des enquêtés (celle ne connaissant personne avant l'installation), la majorité étaient déjà entrés en rapport avec le territoire (vacances par exemple) avant la migration ou ont effectué une migration de proximité (dans le même département ou dans un département limitrophe). Finalement, les personnes n'ayant vraiment aucun lien avec leur territoire d'implantation ne sont que 7 sur 48.
Chevalier (2003, 2005)	Questionnaire auprès de 145 entreprises (crées par des autochtones ou des migrants) de service en Lozère et Aveyron en 1997 (sur les facteurs de localisation) et 2004 (sur les modes de fonctionnement)	Stratégie d'extension géographique ou de délocalisation très fréquentes (et particulièrement en milieu rural isolé) En général, présents sur un double marché (local et non-local) Les entreprises implantées en rural isolé fonctionnent davantage en réseau de coopération, en particulier si services basiques Importance de l'entraide, concurrence limitée Utilisation des relations personnelles, locales, amicales ou familiales, comme moyen de servir les intérêts de l'entreprise (surtout pour les entreprises les plus imprégnée au niveau local) Phénomène d'effet village (effet négatif des réseaux) Pour les migrants, l'activité professionnelle peut être un moyen d'activer des réseaux sociaux et familiaux. Dans l'espace rural le plus isolé, le nombre de relations possibles étant limité par l'isolement, les prestataires remplacent souvent la proximité par la durée, la distance par le temps.
Saleilles (2005, 2006)	Entretiens auprès de 12 entrepreneurs néo-ruraux dans le Gers et l'Ardèche + 9 responsables de structures d'accompagnement	Ancrage territorial assez faible du fait du caractère de nouvel arrivant et du faible potentiel de ressources relationnelles du milieu rural mais tout de même recherché avec des motivations souvent non économiques (permet de se créer un réseau personnel, volonté de participer au développement local, etc.) Intégration du nouvel arrivant au tissu économique du territoire reconnu comme une des missions importante de l'accompagnement des entrepreneurs néo-ruraux.

A partir de ces différents travaux, nous avons conduit une série d'entretien auprès de 20 nouveaux arrivants sur le territoire des Monts et Montagnes d'Ardèche ayant créé une entreprise (Saleilles, 2007a, 2007b). Notre recherche visait principalement à répondre à la question suivante : « comment l'entrepreneur néo-rural mobilise et constitue son réseau personnel ? ». Les enquêtés avaient créé leur activités dans différents secteurs d'activité : artisanat, artisanat d'art, e-commerce, conseil, traduction, formation, etc. (souvent en pluriactivité). Pour l'analyse des données, nous avons procédé à un codage de type bottom-up

sous le logiciel d'analyse thématique NVivo7 et nous avons réalisé une matrice d'analyse de réseau, par cas puis inter-cas, a également été constituée. Cette matrice indiquait pour chaque *alter* : le contexte social le liant à *ego*, la localisation géographique, le rôle joué, le stade d'intervention et, enfin, qui est à l'initiative de l'échange.

Nous avons, dans un premier temps, cherché à décrire le réseau mobilisé par ces entrepreneurs néo-ruraux. Quelques tendances ont été dégagées : forte instabilité des alters, diversité géographique, prépondérance des liens strictement professionnels mais durabilité supérieure des liens ayant une dimension plus personnelle. Par ailleurs, La plupart des effets du réseau de l'entrepreneur néo-rural correspondent à ceux relevés dans la littérature : participation à la création de valeur de l'entreprise, obtention de ressources matérielles, immatérielles (soutien, identification d'opportunités, informations et conseils divers, discussions et partage d'expériences), mise en relation, création d'une réputation positive. Cependant, le rôle d'intégration au territoire est spécifique à l'entrepreneur néo-rural.

Enfin, nous avons cherché à comprendre comment l'entrepreneur néo-rural constitue ce réseau personnel au cours de son cheminement vers la création d'entreprise à la campagne. Il apparaît que les pratiques de réseautage différent en fonction de l'attitude face au réseautage mais surtout en fonction du type de réseau à constituer et à mobiliser : local ou non-local. La constitution du réseau personnel local implique d'aller au-delà de la simple activation d'un réseau social pré-existant, qui est souvent très petit et inadapté. Pour cela, l'entrepreneur néo-rural a recours aux élus, « élites » et institutions locales, fait de la prospection, de la publicité, participe à des foires locales et/ou crée en deux temps (migration en tant que salarié puis création). Au contraire, la constitution du réseau non-local s'appuie essentiellement sur l'activation d'un réseau social et/ou professionnel pré-existant. Pour créer de nouveaux liens, l'entrepreneur néo-rural a recours à la cooptation par le réseau pré-existant ou par des clients et à Internet. L'absence de proximité géographique est palliée par l'utilisation des TIC, une proximité géographique temporaire et une proximité cognitive.

En conclusion, nous proposons que parce qu'il est nouvel arrivant et que son réseau préexistant sur place est petit et peu adapté, la constitution d'un réseau dans le milieu d'accueil (quadrant en bas à gauche de la typologie) implique pour l'entrepreneur l'utilisation de pratiques formelles, et donc un réseautage plutôt instrumental. Ce n'est que par la suite, quand un premier noyau de réseau local est constitué et donc quand le contexte fonctionnel

local devient plus familier que le réseautage peut devenir plus affectif. A partir de ces résultats, nous pouvons réfléchir aux modes d'accompagnement au réseautage de ces entrepreneurs néo-ruraux.

CONCLUSION : BESOINS ET PRATIQUES D'ACCOMPAGNEMENT AU RESEAUTAGE DES ENTREPRENEURS NEO-RURAUX : PISTES DE REFLEXION.

L'importance du réseautage instrumental durant la phase de création donne à penser que les entrepreneurs néo-ruraux ont davantage besoin d'être accompagnés dans leur pratiques de réseautage que les entrepreneurs autochtones. D'ailleurs, diverses structures d'accompagnement (ou services au sein de structures existantes) dédiés à ce public existent. Dans un rapport sur l'accompagnement des migrants, il apparaît que les acteurs enquêtés (40 sur les 108 structures contactées) sont dans « une phase intense de réflexion, de construction ou d'adaptation d'outils visant à améliorer le traitement global de l'accompagnement des candidats à l'installation » (Collectif Ville Campagne, 2003, p. 25). Dans sa typologie pour accompagner les petites entreprises, Rouault (2006) propose de distinguer les besoins en accompagnement de 3 types de TPE : les managériales, les traditionnelles et enfin les inventives. Elle classe dans cette dernière catégorie les entrepreneurs néo-ruraux. Ce type d'entreprises « s'appuierait davantage sur des coopérations de type affinitaire, inter-sectorielles ou inter-professionnelles. Ces coopérations ont pour logique l'appartenance à un territoire ou un destin commun, et pour objet la constitution de ressources d'inter-connaissance, de partage d'information et d'expérience » (p. 87). Selon cet auteur, le type d'accompagnement adapté à ces TPE inventives est l'accompagnement par un réseau territorial et inter-professionnel de TPE alors que les TPE traditionnelles privilégient les organismes professionnels (chambres consulaires) et que les TPE managériales préfèrent acheter des services de conseils (comme le ferait une entreprise plus grande). Cela conduit à proposer que ces TPE sont essentiellement accompagnés au cours de leur création puis de leur démarrage par le réseau de contacts utiles qu'elles ont elles-mêmes constitués. Jaouen et al. (2006) montrent les atouts de cet accompagnement par les pairs. Or, cela est sans doute vrai si la TPE inventive est créée par quelqu'un de bien implanté dans la région où il crée mais cela semble moins évident pour le cas des entrepreneurs néo-ruraux. Ainsi, il semble important de réfléchir à trois pistes d'accompagnement :

- l'accompagnement à la constitution du réseau dans le milieu d'accueil

- l’accompagnement à l’entretien de relations à distance (notamment dans le milieu d’origine)
- l’accompagnement à la « gestion » de ces deux réseaux parfois incompatibles.

Les discussions lors de la session « Les mutations dans les espaces ruraux sous l’effet des nouvelles installations : comparaison entre les pays européens et le Québec » permettront de présenter les outils existants et ceux restant à inventer pour chacune de ces pistes. Ceci pourrait constituer le point de départ d’un projet de recherche-action sur cette thématique.

Bibliographie

Aldrich H, Rosen B, Woodward WJ. 1987. The impact of social networks on business foundings and profit: an longitudinal study. In NC Churchill, JA Hornaday, BA Kirchhoff, OJ Krasner, KH Vesper (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College: Wellesley

Aldrich H, Zimmer C. 1985. Entrepreneurship through Social Networks. In DL Sexton, RW Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*: 3-24. Ballinger Publishing Company: Cambridge

Bessy-Pietri P, Hilal M, Schmitt B. 2000. Recensement de la population 1999: Evolutions contrastées du rural. *Insee première*(726)

Bosworth G. 2006. Counterurbanisation and job creation: Entrepreneurial in-migration and rural economic development, *Center for Rural Economy Discussion Paper Series*, Vol. 4:

Bruyat C. 1993. Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation, *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*: Grenoble

Butler JE, Hansen EL. 1991. Network evolution, entrepreneurial success, and regional development. *Entrepreneurship and Regional Development* **3**(1): 1-16

Carson D, Cromie S, McGowan P, Hill J. 1995. *Marketing and Entrepreneurship in SMEs*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ

Chevalier P. 2000. Dynamiques tertiaires de l'espace rural, *Thèse de doctorat de géographie*. Université Paul Valery, Montpellier 3

Chevalier P. 2003. Qualité de vie et logique économique dans les espaces de faible densité. *Revue d'Economie Méridionale* **51**(201-202): 149-153

Chevalier P. 2005. Stratégies de localisation des entreprises non agricoles et pérennité économique dans les campagnes de faibles densités, *Colloque "Faire Campagne"*: Rennes

Collectif Ville Campagne. 2003. Bilan des actions en faveur de l'accueil de nouveaux actifs en milieu rural. DATAR

Drakopoulou Dodd S, Jack S, Anderson A. 2006. The Mechanisms and Processes of Entrepreneurial Networks: Continuity and Change. In DD Johan Wiklund, Jerome A. Katz and Dean A. Shepherd (Ed.), *Entrepreneurship: Frameworks And Empirical Investigations From Forthcoming Leaders Of European Research*, Vol. 9: 107-145. Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth JAI Press: Oxford

Dubini P, Aldrich H. 1991. Personal and Extended Networks Are Central to the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing* **6**(5): 305

François-Poncet J, Belot C. 2008. Le nouvel espace rural français. Sénat, Rapport d'information fait au nom de la Délégation à l'aménagement et au développement durable du territoire

Hill J, McGowan P, Drummond P. 1999. The development and application of a qualitative approach to researching the marketing networks of small firm entrepreneurs. *Qualitative Market Research* **2**(2): 71-81
Hite JM. 2005. Evolutionary Processes and Paths of Relationally Embedded Network Ties in Emerging Entrepreneurial Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice* **29**(1): 113
Hite JM, Hesterly WS. 2001. The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm. *Strategic Management Journal* **22**(3): 275
Hoang H, Antoncic B. 2003. Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing* **18**(2): 165
Jack SL. 2005. The role, use and activation of strong and weak network ties: a qualitative analysis. *The Journal of Management Studies* **42**(6): 1233-1258
Jaouen A, Loup S, Sammut S. 2006. Accompagnement par les pairs, confiance partagée et résilience: illustration au travers du cas Voile d'Oc. *Revue de l'entrepreneuriat* **5**(1): 59-72
Johannisson B, Monsted M. 1997. Contextualizing entrepreneurial networking. *International Studies of Management & Organization* **27**(3): 109-136
Julien P-A, Lachance R. 2006. Réseaux personnels, d'affaires et informationnels: une dynamique complexe, *8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*: Fribourg, Suisse
Kalantaridis C, Bika Z. 2004. Sources of entrepreneurial supply and embeddedness in rural Cumbria. In L Labrianidis (Ed.), *The Future of Europe's rural peripheries*: 159-197. Ashgate Publishing Company: Hampshire
Kalantaridis C, Bika Z. 2006. In-migrant entrepreneurship in rural England: beyond local embeddedness. *Entrepreneurship and Regional Development* **18**: 109-131
Keeble D, Tyler P. 1995. Enterprising behaviour and the urban-rural shift. *Urban Studies* **32**(6): 975-997
Morel B, Redor P. 2006. Enquêtes annuelles de recensement 2004 et 2005: La croissance démographique s'étend toujours plus loin des villes. *INSEE Première*(1058)
O'Donnell A, Gimore A, Gummins D, Carson D. 2001. The network construct in entrepreneurship research: a review and critique. *Management Decision* **39**(9): 749-760
Observatoire des territoires. 2005. *Dynamique et diversité des territoires français*. La Documentation française: Paris
Raveyre M. 2000. Nouvelle forme de PME, nouvelles perspectives pour la création d'emplois en milieu rural. *Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi* **38**: 75-91
Reynolds PD. 1991. Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions. *Entrepreneurship: Theory & Practice* **16**(2): 47-70
Rouault S. 2006. Une typologie pour mieux accompagner les petites entreprises. *POUR* **192**: 83-90
Roussel V, Bégon M. 2005. Les nouveaux venus et leur rapport au territoire: Etude de cas dans le Massif Central. *Revue de l'Economie Méridionale* **53**(212): 463-481
Saleilles S. 2005. L'accompagnement à l'entrepreneuriat néo-rural : spécificités et pratiques *4ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat* Paris
Saleilles S. 2006. Les entrepreneurs néo-ruraux : un ancrage territorial atypique *colloque « les mondes ruraux à l'épreuve des sciences sociales »*: Dijon, ENESAD
Saleilles S. 2007a. L'entrepreneur néo-rural et son réseau personnel: une étude exploratoire, *Thèse de doctorat en Sciences de Gestion*. Université de Montpellier 1
Saleilles S. 2007b. Le « réseautage » chez les entrepreneurs néo-ruraux. *Revue de l'Entrepreneuriat* **vol. 6**(1): 79-91