

étude étude



groupe
de recherche
pour
l'éducation et la prospective

Mars 2004

La cession des très petites entreprises touristiques rurales



UNION EUROPÉENNE
Fonds social européen

Étude

**La cession
des très petites entreprises
touristiques rurales**

- Mars 2004 -

Étude réalisée pour le Grep par Brigitte Arpin-Pont (Afrat),
Brigitte Biche (sociologue consultante) et Jean Le Monnier (Relier),
avec la collaboration de Philippe Drugeon,
étudiant en sociologie à Nantes, stagiaire du Grep.

Les enquêtes téléphoniques ont été réalisées par :
Yasmine Bardin (Accueil Paysan), Brigitte Barthas, David Bouhot,
Philippe Drugeon, Joëlle Ferlay et Christelle Sorges (Afocg),
Eve Paolini (Asfodel), Emma Pomarel (Relier).

Sommaire

Introduction	5
Une recherche-action	6
Étude bibliographique	7
Note méthodologique	8
L'échantillon	10
Première partie : caractéristiques des TPE	13
Identité	
1. L'identité du ou de la cédant(e)	13
2. Les âges des chefs d'entreprises	
3. La durée de l'activité des entreprises	
4. Les formes juridiques des TPE	
Emplois et statuts dans les TPE touristiques	15
1. L'emploi rémunéré	
2. Le travail non rémunéré	
3. La place du couple et les statuts des deux conjoints	
Les types d'activité des TPE étudiées	17
1. Les TPE par catégories d'activité	
2. La situation patrimoniale des TPE	
Deuxième partie : les caractéristiques de la cession	21
Les interlocuteurs du projet de cession	
1. D'abord, une histoire de famille	21
2. La présence des réseaux	
3. Les relations avec l'environnement socio-politique	
4. La communication sur la cession	
Questions autour de la cession	
1. Les principales motivations à céder	24
2. Les questions les plus importantes au moment de la cession	
3. L'accompagnement à la cession	
4. Les deux formes de cession	
5. Les atouts majeurs des TPE aux yeux des cédants	
6. Les freins à la cession	
Les repreneurs	
1. Quelques caractéristiques identitaires	31
Conclusion	33
Préconisations	35
Perspectives	37
Bibliographie	38
Table des annexes	39

Introduction

Le dernier recensement général de l'agriculture confirme le déclin du nombre d'agriculteurs et d'agricultrices et du nombre d'entreprises agricoles. Dans cette diminution généralisée, les exploitations pratiquant la vente directe n'échappent pas à la règle, elles voient leur effectif passer de 275 469 unités en 1988 à 101 988 en 2000, autrement dit, on ne retrouve en 2000 que 37 % du nombre des exploitations qui pratiquaient la vente directe douze ans plus tôt. Le nombre des exploitations pratiquant une activité touristique est également en diminution, même si leur proportion dans l'ensemble des exploitations françaises est en progression. Contrairement à ce qu'on aurait pu penser, ces exploitations qui ont adopté des systèmes de production diversifiés, ne trouvent pas plus facilement de repreneurs que les exploitations agricoles dites « classiques ». On peut cependant faire l'hypothèse que si les effets sont identiques, les causes peuvent être différentes, de même que les mesures pour y remédier.

Les entreprises pluri-fonctionnelles conjuguent plusieurs activités : accueil, restauration, hébergement, activités pédagogiques et de plein air, production agricole (ou non). La reprise de ce type d'entreprise, comme de celles pratiquant la commercialisation directe, n'obéit pas aux règles généralement en vigueur pour les exploitations agricoles classiques ou pour les entreprises de l'hôtellerie. En effet, si des critères ont été établis permettant d'évaluer le coût de la reprise d'une exploitation céréalière ou d'une entreprise laitière, les critères restent flous, voire inexistant, pour une exploitation combinant production, commercialisation et service touristique. Ce type d'exploitation peut n'avoir aucune valeur foncière, mais posséder un système de commercialisation très performant qui, du point de vue économique, se montre capable de faire vivre plusieurs personnes. Cependant la question de son évaluation reste entière : comment en estimer la valeur et la faire reconnaître au moment de la transmettre ? Il en va de même pour les entreprises touristiques non agricoles.

Créées il y a une vingtaine d'années pour répondre à la demande touristique de l'époque et en réponse aux besoins d'innovation et de diversification des activités (apport économique et ouverture sociale), ces entreprises sont très marquées par la personnalité de leurs créateurs et créatrices. On peut penser que leur pérennité supposerait qu'elles se transforment pour répondre à la nouvelle demande touristique et correspondre à des profils de repreneurs éventuellement différents de ceux des créateurs. Mais là encore, il semble que très peu de réflexions soient conduites sur cette question.

Parallèlement à ce constat, on sait qu'un mouvement de migration s'opère des villes vers les campagnes avec, pour les migrants, une difficulté à trouver des lieux d'accueil et des entreprises à reprendre. Des travaux existent déjà sur l'accueil de ces populations. Il s'agit notamment de ceux du *Collectif Ville Campagne*¹ qui ont dressé un bilan des actions en faveur de l'accueil de nouveaux actifs en milieu rural, mais la question des obstacles rencontrés par celles et ceux qui cherchent à céder une entreprise n'est pas traitée. Comment résoudre cette contradiction entre des cédants qui ne trouvent pas preneurs et des candidats à l'installation qui ne trouvent pas d'entreprise ?

Une recherche-action

L'objectif de cette étude est de sensibiliser à la question de la cession, les réseaux professionnels et associatifs du tourisme rural à la question de la cession. C'est pourquoi, il a été décidé d'adopter une démarche de recherche-action associant les réseaux dont on trouvera la présentation en annexe. C'est ainsi qu'ont été associés :

- *l'Accueil Paysan*, association nationale qui regroupe des agriculteurs et agricultrices pratiquant l'accueil touristique sous des formes diverses,
- *l'Inter Afocg*, un réseau national pour le conseil à la gestion des exploitations qui conduit un travail de réflexion sur l'accompagnement à la cession,
- *Asfodel*, association de formation et d'accompagnement des porteurs et porteuses de projets,
- et *Relier*, réseau de liaison et d'expérimentation des initiatives en espace rural.

L'Afrat, association de formation des ruraux au tourisme, basée à Autrans, en Isère, avec son expérience trentenaire et son important réseau de créateurs et créatrices de projets touristiques en milieu rural, a conduit l'étude en collaboration avec le Grep.

En accord avec la DG FAR au MAAPAR², cette étude a été réalisée dans le cadre du projet Equal acor-tpe. dont le Grep est chef de file (Cf. page 8). Ce projet est organisé autour de trois axes :

- comment rendre plus favorable l'environnement institutionnel des très petites entreprises rurales ;
- comment favoriser la coopération inter-entreprises ;
- et enfin comment encourager et accompagner la transmission des TPE rurales.

Les travaux de ce troisième thème sont animés, au sein du partenariat de développement, par Brigitte Arpin-Pont, directrice adjointe de *L'Afrat*. La présente étude augmente le capital de connaissance du partenariat de développement du projet Equal, enrichit sa réflexion et permet de dégager des pistes d'actions pour la suite du projet. Ainsi, une partie des préconisations formulées à la fin de cette étude pourra être expérimentée au cours de l'année 2004. De même, au cours de l'action III de ce projet Equal, il est prévu de diffuser les résultats de l'étude et des expérimentations qui seront conduites en 2004.

Ces travaux vont donner lieu à des recommandations à l'attention des décideurs nationaux et régionaux, des responsables et conseillers des chambres consulaires, des formateurs engagés dans l'accompagnement des porteurs de projets et des créateurs de TPE.

Il est prévu que ces observations et recommandations soient présentées sous différents supports de communication : « quatre pages », montage visuel (PowerPoint), documents papiers, informations mises en

¹ *Bilan des actions en faveur de l'accueil de nouveaux actifs en milieu rural* - Collectif Ville Campagne, mai 2003. Étude conduite à la suite du CIADT du 13 décembre 2002.

² DG FAR : Direction Générale de la Forêt et des Affaires Rurales

MAAPAR : Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales

ligne sur le site du projet et sur ceux des partenaires du PDD (*Afrat, Peuple et Culture, Relier, Grep, Côté Campagne...*). Des sessions d'information/formation pourront également être construites et proposées.

Une fois ces outils mis au point, les partenaires du PDD et les réseaux mobilisés pour cette étude organiseront des campagnes de communication en direction des publics cibles dont les modalités seront adaptées à chacun d'eux :

- Directions et services concernés au ministère de l'Agriculture ;
- Secrétariat d'État aux PME ;
- Datar ;
- Députés concernés par la question du développement rural ;
- Élus et décideurs en régions ;
- Établissements de l'enseignement technique agricole (CFPPA)
- Chambres consulaires ;
- Réseaux du tourisme rural.

Une pauvreté bibliographique certaine

La bibliographie a été constituée après consultation de différents organismes :

- Source, centre de ressources sur le tourisme rural à Clermont-Ferrand ;
- l'Assemblée permanente des chambres de métiers ;
- l'Association des chambres françaises de commerce et d'industrie ;
- la Datar Massif central.

De l'analyse des différents rapports (cf. la bibliographie en page 38) sur la cession, ressortent les points suivants :

La question spécifique de la cession des TPE touristiques rurales n'est pas évoquée et celle des exploitations agricoles qui pratiquent vente directe et accueil est traitée de la même manière que l'ensemble des entreprises agricoles, sans que soient prises en compte les particularités de ces exploitations.

Les rapports traitent d'entreprises dont les tailles ne correspondent pas aux entreprises étudiées dans la présente étude. En effet il est le plus souvent question de petites et moyennes entreprises (PME) ou quand la très petite entreprise (TPE) est mentionnée précisément, il s'agit le plus souvent d'entreprises comptant plusieurs salariés (au moins une dizaine).

La question de l'hôtellerie est largement traitée mais ce n'est pas le sujet abordé dans cette étude.

Les rapports signalent plusieurs initiatives pour tenter de rapprocher cédants et repreneurs, sous forme de « bourses » ou de « fichiers ».

De même la loi pour l'initiative économique d'août 2003 introduit des dispositions en faveur de la cession des entreprises. Ces mesures, essentiellement d'ordre fiscal, apportent pour le moment une réponse insuffisante aux problèmes qui se posent aux TPE étudiées dans le champ de notre étude.

Rappelons ici ce que nous mentionnons en introduction à ce rapport : le dernier recensement général de l'agriculture (RGA) met en évidence que dans la diminution généralisée des exploitations agricoles, celles pratiquant la vente directe n'échappent pas à la règle, elles voient leur effectif diminuer. Le nombre des exploitations pratiquant une activité touristique est également en diminution, même si la part de celles-ci progresse en valeur relative par rapport à l'ensemble des exploitations françaises. D'après Agrest, 32 % des chefs d'exploitation agricoles avec une activité touristique ont entre 40 et 50 ans, 17 % ont entre 50 et 60 ans

et 3 % ont plus de 60 ans, ce qui signifie que dans les 20 ans à venir 52 % des entreprises agri-rurales vont changer de main.

Cette carence dans la littérature scientifique qui s'explique sans doute par l'apparition récente de ce problème justifie la commande de la DG FAR, les données démographiques sur les entreprises fournies par Agrest confirment l'ampleur du phénomène.

Note méthodologique

Des travaux antérieurs³ relatifs aux TPE rurales, une réflexion préalable au sein de l'équipe chargée de l'étude et des consultations d'interlocuteurs concernés par la question du tourisme rural ont permis de préciser les contours du champ de l'étude. Il a donc été décidé de retenir dans l'échantillon les entreprises suivantes :

- les TPE rurales touristiques sans base agricole ;
- les TPE agricoles combinant productions agricoles et activités touristiques ;
- les TPE agricoles avec transformation et vente directe. Ce sont des TPE qui maîtrisent leur outil de production et de vente directe, de façon individuelle ou collective. Rappelons que les exploitations agricoles pratiquant la vente directe sont classées par le Scees (Service central des enquêtes et des études statistiques du ministère de l'Agriculture) dans « autres activités lucratives » se rattachant à l'activité touristique⁴.

Pour être retenue dans l'échantillon, la TPE doit avoir une activité touristique ou de vente directe de produits agricoles correspondant au moins à un poste de travail à mi-temps. Cette définition a été retenue, pour éviter d'enquêter des trop petites structures, exploitant par exemple un gîte rural. Il a été considéré que ces activités à seul but de valorisation patrimonial, ne pouvaient être appréciées comme de réelles entreprises touristiques en espace rural.

La cession peut prendre la forme de transmission intra-familiale, de vente, de location directe, de location non commerciale...

Quatre grandes catégories touristiques ont été retenues pour classer les entreprises.

L'hébergement regroupe les gîtes ruraux et les chambres d'hôte.

Le gîte rural est un logement de vacances meublé (meublé touristique) indépendant dans une maison située en espace rural, dans un bourg ou à l'extérieur.

La chambre d'hôte est directement aménagée dans la maison du propriétaire, ou à proximité immédiate de celle-ci. La chambre est louée à la nuitée avec petit-déjeuner, il s'agit d'une prestation de type hôtelier.

La restauration, regroupe les TPE qui fournissent, dans le cadre de l'activité touristique, un repas autre que le petit-déjeuner. Sont exclues toutes les activités de type dégustation. Se trouve dans ce groupe, ce qu'on appelle la table d'hôte ; c'est-à-dire lorsqu'un privé reçoit et nourrit à sa table des touristes. Sont également à classer dans cette catégorie les activités de restauration sans hébergement.

Le loisir : ce sont toutes les activités de plein air ou de découverte, très souvent associées à l'accueil de groupes en milieu rural ; elles englobent aussi bien l'équitation, que le canoë, le golf, la randonnée pédestre, la location de vélos, mais aussi les goûters et les activités de découvertes à vocation pédagogique sur des exploitations agricoles. La liste n'est pas exhaustive.

³ On trouvera une bibliographie en annexe avec entre autre des travaux du Grep et de l'Afrat

⁴ Présentation des résultats du recensement agricole 2000 par le Scees aux journées nationales de l'agritourisme le 23 novembre 2001.

La vente directe. Il s'agit uniquement de la vente directe (après transformation ou non ; individuellement ou collectivement) de produits agricoles. Sont incluses dans ce groupe, les exploitations agricoles qui assurent la vente directe de leurs produits agricoles *via* la restauration à partir d'une salle équipée (dans le tableau 9, elles seront regroupées dans la catégorie « restauration à la ferme »).

La première phase de cette recherche-action a été conduite sous la forme d'une investigation par questionnaires. La poursuite est envisagée sous forme d'entretiens approfondis, dans le prolongement 2004 du projet Equal. C'est de la première phase que le présent rapport rend compte.

Après deux entretiens exploratoires⁵, deux questionnaires d'enquête différents ont été élaborés : une première version, destinée aux entreprises ayant cédé au cours des trois dernières années, une seconde version pour les entreprises ayant l'intention de céder dans les cinq ans à venir. Les deux questionnaires ont alors été soumis à des personnes des réseaux engagés dans cette étude. Les avis recueillis ont enrichi et précisé le questionnement et ont permis de réajuster les formulations. Ensuite, les deux questionnaires ont été testés auprès de plusieurs chefs d'entreprises correspondant aux critères de l'étude.

Le dernier de ces tests, réalisé en présence des futurs enquêteurs et enquêtrices des réseaux, s'est déroulé pendant une journée de formation destinée à ces derniers⁶.

Pour réunir un nombre significatif d'entreprises dans l'échantillon, le choix a été fait d'enquêter par téléphone. Les questionnaires ont été administrés entre les mois de janvier 2003 et d'avril 2003 par des personnes des réseaux engagés dans l'étude. L'équipe qui a élaboré les questionnaires a mis à la disposition des enquêteurs un « manuel de l'enquêteur » destiné à répondre aux questions que les membres des réseaux pouvaient se poser lors de l'administration de l'enquête.

L'administration du questionnaire par téléphone a posé quelques difficultés et les enquêteurs ont souvent eu du mal à obtenir des rendez-vous. Cette difficulté a été d'autant plus grande lorsqu'ils ont sollicité des personnes dont le nom ne leur était pas directement recommandé par l'un des réseaux participants. Outre l'habituelle réticence à répondre à une enquête dont on ne connaît pas le commanditaire et dont on ne voit pas immédiatement les aboutissants, est apparue la difficulté à aborder, avec un tiers anonyme et par téléphone, la question de la transmission de son entreprise. C'est ainsi que certains contacts n'ont pu aboutir et que le nombre souhaité de TPE touristiques rurales pour constituer l'échantillon est resté en deçà de nos espérances.

En revanche, le choix d'administrer ce questionnaire par l'intermédiaire de réseaux a été efficace. L'effet de proximité a joué, il est apparu moins difficile de répondre et de se confier à une personne connue plutôt qu'à un anonyme. Les explications fournies sur l'objet de l'étude et les suites qui lui seront données deviennent alors plus crédibles et les éventuelles réticences s'estompent.

Le traitement des enquêtes a été réalisé par un étudiant en DESS de sociologie sur les ordinateurs de la faculté de Nantes avec le logiciel Modalisa.

⁵ L'un avec un chef d'exploitation de production de volaille en vente directe ayant cédé son exploitation pour partir en retraite, l'autre avec une femme épouse sans statut d'un chef d'exploitation d'une ferme-auberge théâtre, se préparant à céder pour problèmes familiaux.

⁶ Le test a été réalisé avec une entreprise d'hébergement et de restauration dans la Drôme.

Présentation de l'échantillon

Tableau 1 : Questionnaires reçus et traités

Type de TPE	TPE cédées	TPE à céder	Total
Nombre de questionnaires reçus	33	49	82
Nombre de questionnaires traités	32	46	78

Le tableau 1 donne le résultat de cette campagne d'enquêtes.

Sur les 82 questionnaires administrés par les réseaux, 4 n'étaient pas exploitables car en dehors du champ de l'étude. Par conséquent 78 questionnaires ont pu être traités.

Les 78 questionnaires traités se répartissent ainsi :

- 32 concernent des responsables de TPE ayant réalisé la cession dans les trois dernières années, avec, pour référence, le mois de janvier 2003. Nous considérons que la cession est effective dès lors qu'elle a donné lieu à une procédure réglementaire écrite. Elles sont dénommées « cédées » dans les tableaux et les textes qui suivent,
- 46 responsables qui ont l'intention de céder leur TPE dans les 5 années à venir. Elles sont dénommées « céder ».

Tableau 2 : Répartition des 78 questionnaires par organismes enquêteurs

Organismes	Cédées	À céder	Total
Accueil Paysan	12	10	22
Asfodel	2	10	12
Afrat	6	4	10
Inter Afocg	3	6	9
Relier	2	2	4
Sources diverses*	7	14	21
Total	32	46	78

* Chambres d'Agriculture, association Côté Campagne, réseau de l'équipe de recherche.

Le tableau 2 indique le nombre d'enquêtes réalisées par chacun des réseaux.

Le tableau 3 indique les origines géographiques des entreprises enquêtées.

En fonction de leurs implantations et de leur connaissance des entreprises, les réseaux ont conduit leurs investigations dans douze régions de façon très inégale.

Deux de ces régions se détachent par le nombre de TPE puisqu'elles rassemblent 57 des 78 TPE que nous avons étudiées. En tête, la région Rhône-Alpes avec 35 TPE. Deuxième région française par son poids économique, une vocation touristique ancienne et affirmée puisqu'elle se classe au troisième rang national (derrière l'Île de France et la Région Provence-Alpes-Côtes d'Azur) pour sa consommation touristique intérieure⁷ (près de 10 milliards d'euros en 2001⁸).

⁷ La consommation touristique intérieure comprend : la consommation des touristes effectuant leur séjour sur le territoire plus les dépenses préalables aux voyages des touristes résidents qu'ils aient choisi d'effectuer leur séjour sur le territoire français ou à l'étranger plus la consommation des touristes non résidents dont le séjour se déroule sur le territoire français, plus les dépenses de fonctionnement des communes touristiques et d'accueil/promotion des collectivités locales sur le territoire, plus les dépenses pour l'organisation des foires et salons d'organismes étrangers faisant leur promotion en France.

⁸ Source : Comité régional du tourisme de Rhône-Alpes. 2001.

Seconde par sa représentativité avec 22 TPE, la région des Pays de la Loire est sans doute moins touristique et garde une vocation agricole plus marquée (deuxième région française après la Bretagne pour l'élevage des bovins, des porcs, de la volaille, des industries agro-alimentaires). À deux heures de Paris, Nantes est aussi devenue une ville-phare du dernier recensement de la population, elle affiche des ambitions touristiques. La région Pays de la Loire, avec sa façade atlantique d'une part et ses espaces de campagne sur les trajets de certains Européens du Nord d'autre part, présente des caractéristiques certes différentes de celles de Rhône-Alpes, mais intéressantes également. Rappelons que la Vendée est un des premiers départements touristiques de France.

La région Bretagne est également représentée avec cinq TPE. Pour chacune des neuf autres régions, les effectifs ne dépassent pas trois TPE.

Tableau 3 : Effectifs des entreprises enquêtées par région

Régions		Effectifs
Nord-Ouest	Haute-Normandie	1
	Basse-Normandie	1
Ouest-Atlantique	Bretagne	5
	Pays de la Loire	22
	Limousin	2
	Aquitaine	3
Sud-Ouest	Midi-Pyrénées	1
Sud-Est	Provence-Alpes-Côte-d'Azur	3
	Rhône-Alpes	35
Est, Nord-Est	Franche-Comté	2
	Alsace	2
	Nord-Pas-de-Calais	1
Total		78

L'intérêt méthodologique de mener l'investigation en particulier en Rhône-Alpes et Pays de la Loire, du fait de leur complémentarité énoncée ci-dessus, se trouve cependant limité par la sur-représentation des entreprises agricoles dans l'ensemble de nos échantillons.

Nous reviendrons plus en détail sur la nature des activités des TPE étudiées et les combinaisons de ces activités. Disons seulement que sur les 78 entreprises, 58 sont des entreprises agricoles qui combinent au moins une activité touristique avec l'activité agricole et 20 sont des entreprises touristiques sans activité agricole. Nous avons choisi de traiter les deux groupes d'entreprises simultanément et pour certains thèmes, de ne pas les distinguer.

Première partie

Les caractéristiques des TPE étudiées

L'identité

1. L'identité du cédant

Sur les 78 entreprises enquêtées, les chefs d'entreprises se répartissent de la manière suivante : 40 sont des hommes, 28 sont des femmes et 10 se déclarent être un couple. Si on rajoute les cinq femmes qui se déclarent en couple nous avons un effectif de 33 femmes responsables d'entreprises sur 78 ce qui représente plus de 40 % des cas. Rappelons que les agricultrices chef d'exploitation ne représentent qu'un quart des chefs d'entreprises agricoles⁹ et que pour les entreprises non agricoles la proportion est encore moindre. On a ici la confirmation que les entreprises avec une activité touristique sont, plus souvent que dans d'autres secteurs, dirigées par des femmes, même si, comme nous le verrons plus loin, la situation des femmes sans statut est problématique.

Il est également significatif de constater que lorsqu'on donne la possibilité aux enquêté(e)s de signifier que leur entreprise est une affaire conduite à deux, ils s'expriment sur le sujet. En effet dix responsables de TPE déclarent que leur entreprise est une entreprise de couple. En répondant à la question « Nom et prénom de la personne responsable » ils indiquent le prénom de l'homme et celui de la femme et lorsqu'ils répondent à la question « âge du (ou des) chef(s) d'entreprise ? » ils donnent les deux âges. Cette constatation corrobore un précédent travail conduit également dans le cadre du Grep¹⁰.

⁹ Synthèses, « La population des exploitations agricoles en 2000 » MSA – OES, Juillet 2001.

¹⁰ Créer et conduire une entreprise en couple. État des lieux dans les très petites entreprises touristiques rurales. Rapport remis au secrétariat d'État au Tourisme en juin 2002.

2. Les âges des chefs d'entreprise

Le renseignement n'a été fourni que pour 30 des 78 enquêtés.

Parmi les 30 personnes dont nous connaissons les âges, on trouve 15 femmes et 15 hommes.

Le groupe des femmes est âgé de 36 à 63 ans avec une moyenne de 49,2 ans

Le groupe des hommes est âgé de 37 à 70 ans, avec une moyenne de 55,9 ans.

La moyenne d'âge du groupe d'hommes est donc supérieure de presque 6 ans à la moyenne d'âge du groupe des femmes.

3. Durée d'activité des entreprises

Les TPE cédées ont déjà connu, en moyenne, 20 ans d'activité.

Pour les TPE à céder, le temps d'activité moyen est de 16 ans. Toutefois on peut noter que, dans ce groupe, ceux et celles qui cèdent 10 ans après la mise en place de l'activité de tourisme représentent 45 % de l'effectif.

Il ressort que le ou la chef d'entreprise qui a ou qui va céder est aussi très majoritairement, (plus de 80 %), celui ou celle qui a mis en place l'activité touristique.

4. Les formes juridiques adoptées par les TPE

Dans la mesure où ces entreprises combinent souvent plusieurs activités dont le tourisme, il est assez logique de trouver dans l'échantillon une variation importante de statuts.

Tableau 4 : formes juridiques des TPE

Forme juridique de l'entreprise	Total
Individuelle agricole	43
Sociétaire agricole	11
Combinaison individuelle agricole + association	1
Combinaison individuelle agricole + sociétaire agricole	1
Combinaison individuelle agricole + individuelle commerciale	2
Individuelle commerciale	13
Sociétaire commerciale	4
Sans statut	3
Total	78

Dans les 58 entreprises ayant un statut juridique d'exploitation agricole, on dénombre six Gaec (groupe-ment agricole d'exploitation en commun) quatre EARL (entreprise agricole à responsabilité limitée) et une Sica (Société immobilière commerciale agricole).

Il faut noter la faible représentation des TPE ayant un double statut agricole et commercial : deux combinent le statut agricole avec une SARL (Société à responsabilité limitée) et un GIE (groupement d'intérêt économique), une entreprise agricole combine avec une association. Il semble que le statut d'agriculteur soit un cadre suffisamment souple pour autoriser ce type de combinaison. Les règles fiscales agricoles permettant l'exercice de l'activité touristique sous le régime agricole, semblent convenir, en tout cas pour les exploitations de notre échantillon.

Enfin on compte trois entreprises qui n'ont pas de statut. Dans la mesure où nous avons retenu comme critère, pour sélectionner une TPE dans notre échantillon, l'occupation d'une personne à mi-temps sur une année, ce renseignement est logique. Des activités touristiques en France, de fait n'ont pas d'existence juridique et exercent sous le statut de loueurs de meublés non professionnels, dans la limite des possibilités offertes par ce statut. Passer pour ces très petites « entreprises » à un statut juridique permettant d'exercer une activité commerciale, serait impensable compte tenu des charges minimales obligatoires. Notre échantillon, montre que sur vingt entreprises rurales non agricoles, trois semblent être dans cette situation. Ce constat met à nouveau en évidence le besoin d'un statut juridique d'activité commerciale adapté à des « très, très, petites entreprises », qui occupent des personnes au moins à mi-temps.

Emplois et statuts dans les TPE touristiques

L'une de nos hypothèses d'étude était que les importantes charges de travail des TPE touristiques constituent un obstacle non négligeable à la reprise de ces entreprises. C'est pour explorer cette hypothèse que nous avons cherché à repérer le travail rémunéré et le travail non rémunéré.

1. L'emploi rémunéré

Les informations que nous ont données les personnes interviewées sur les temps de travail des différent(e)s intervenant(e)s dans leurs TPE touristiques permet d'approcher cette réalité, même si les données sont parfois approximatives.

Tableau 5 : Nombre d'emplois rémunérés

	Non réponse	Total/ 78
Travailleur(euse) à temps plein avec statut de « chef »	6	64
Travailleur(euse) à temps plein avec le statut de gérant(e) ou d'associé(e)	4	28
Conjointe	2	6
Salarié(e) en contrat à durée indéterminée	1	29,7
Salarié(e) en contrat à durée déterminée	3	37,7
Aide familial	1	4

Ne connaissant pas les temps des contrats à durée déterminé (CDD), ni le volume horaire des CDI, il n'est pas possible d'estimer avec précision le nombre d'équivalent temps plein sur l'ensemble des entreprises.

On peut cependant se livrer à une évaluation approximative, mais intéressante.

On estime que les CDI signés dans ces TPE ne sont pas des équivalents temps plein. On fait l'hypothèse qu'en moyenne, un CDI représente 70 % d'un temps plein annuel. Nous parvenons ainsi à un équivalent temps plein de 20,79 en CDI (29,7x70 %). En additionnant les personnes avec un statut de « chef » (64), avec celles au statut de gérant ou gérante (28) plus les conjointes (6) on parvient à total général 118,8 emplois temps pleins année pour l'ensemble des entreprises, soit une moyenne par entreprise de 1,52 emploi.

En réintroduisant les CDD et en les considérant, par hypothèse, à un tiers de temps sur l'année (soit 37,7 / 3 = 12,6 équivalent temps pleins), on arrive à un total de 131,4 emplois équivalent temps plein sur l'année soit 1,68 poste temps plein par entreprise et par an ¹¹.

¹¹ 40 % des entreprises agri-rurales emploie de la main d'œuvre saisonnière et 22 % emploie des salariés permanents (Agrest Recensement agricole 2000).

2. Le travail non rémunéré

Le temps de travail non rémunéré peut également être évalué. Pour procéder à cette évaluation, il a été demandé à l'enquêté d'estimer « le temps global de travail annuel des personnes contribuant à l'activité de l'entreprise ». Le cumul des réponses donne le nombre de 168,1 équivalent temps plein par année pour l'ensemble des entreprises de l'échantillon, soit une moyenne par entreprise de 2,15 emplois.

Au vu de ces déclarations et en utilisant les données recueillies dans le tableau 5, on peut donc estimer que le travail non rémunéré par entreprise est de 2,15 postes moins 1,68 poste, soit 0,47 poste. En moyenne, on peut donc considérer que près de la moitié du temps passé sur les TPE touristiques ne serait pas rémunéré. Si les calculs et l'approximation ici élaborés peuvent être discutables, les observations remontant de différentes sources confirment cette hypothèse.

Le tableau ci-dessous détaille les situations de travail non-salarié. Les informations recueillies renvoient à des situations très différentes qui vont du coup de main occasionnel à des stages de durées très variables jusqu'au « stage six mois » par exemple), en passant par un soutien familial qui peut être permanent sur l'année. C'est donc une part non négligeable de travail non rémunéré qui est confirmée par ces chiffres.

Tableau 6 : Situation du travail bénévole ou caché

	Non réponse	Total / 78
Soutien familial		43
Autre soutien (voisinage, amis...)		17
Stagiaire	3	22
Sans statut		5

Il est permis de se demander si cette approche n'est pas en dessous de la réalité... Les informations des tableaux suivants plaident en faveur de cette hypothèse.

3. La place du couple et le statut des conjoints

Approcher avec précision la part d'investissement du couple dans l'activité économique est une tentative difficile, tant la sphère privée et la sphère professionnelle sont mêlées dans le type d'entreprises étudiées.

À la suite des questions concernant les personnes occupées par les activités de l'entreprise, il était demandé : « Parmi les personnes occupées par l'activité, y a-t-il les deux membres du couple ? ». Nous obtenons les réponses suivantes :

Tableau 7 : Le couple dans l'entreprise touristique

	Oui	Non	Non-réponse	Total
Les deux membres du couple sont occupés par l'activité	60	17	1	78
Dont femmes	17	10	1	28
Dont hommes	33	7		40
Dont entreprises s'étant déclarés en couple	10			10

L'investissement important du couple dans l'entreprise confirme nos travaux antérieurs¹² : 60 répondants sur 78 déclarent travailler en couple. Mais un regard plus précis sur les chefs montre que, dans ce cas de figure, les hommes sont deux fois plus nombreux que les femmes.

Cette réalité conduit à observer les statuts des deux conjoints au sein de l'entreprise comme le montre le tableau suivant :

Tableau 8 : Statut des conjoints dans les TPE

Statut des deux conjoints dans l'entreprise	Hommes	Femmes	Total
Chef d'exploitation ou d'entreprise	40	28	68
Gérant(e) ou associé(e)*	6	9	15
Conjoint(e) collaborateur(trice)	1	5	6
Conjoint(e) non présent(e) sur l'entreprise	10	7	17
Sans information sur leur statut	21	29	50
Total	78	78	156

* Dont quatre hommes et cinq femmes s'étant déclaré « en couple » avec le statut de gérant(e)

Ce tableau montre que pour 50 personnes (21 hommes et 29 femmes), nous n'avons pas d'information sur le statut.

Nous retrouvons ici des situations déjà identifiées¹³ : cinquante personnes travaillent sur l'entreprise sans que nous sachions si elles ont un statut et tout nous porte à croire qu'elles n'en ont pas. Ce chiffre vient illustrer ce qui a été mis en évidence au point précédent : l'importance du travail non rémunéré ou non déclaré avec son corollaire : l'absence de statut et des droits qui lui sont liés. Soulignons que cette situation n'est pas réservée qu'aux femmes puisque 21 hommes seraient, eux aussi, sans statut.

Les types d'activité des TPE étudiées

1. Les TPE par catégories touristiques

Dans la note méthodologique, nous avons présenté les quatre grandes catégories touristiques retenues pour rechercher les entreprises à enquêter. Voyons maintenant comment sont représentées ces catégories au sein de notre échantillon.

Tableau 9 : Nature des activités touristiques des TPE

Nature de l'activité (ou des activités) touristique(s)	Effectif sur 78	% *
Hébergement avec ou sans restauration	46	59
Activité de loisir	32	41
Vente directe de produits agricoles hors restauration	30	38
Restauration sans hébergement	7	8

* Il peut y avoir plusieurs réponses pour une même entreprise combinant des activités différentes.

12 • Séminaire d'Autrans « La petite entreprise touristique rurale et le couple, projet de vie, projet professionnel » organisé par l'Afrat et le Grep dans le cadre du programme européen ADAPT en 1999.

• « Créer et conduire une entreprise en couple, état des lieux dans les TPE touristiques rurales », rapport de l'étude réalisée par le Grep pour le secrétariat d'État au tourisme, mai 2002.

13 « Conjointes de travailleurs indépendants, statut, droits et responsabilités ». Documentation française, collection « Transparence », ministère de l'Emploi et de la Solidarité, et Grep, 2002.

Le tableau suivant détaille les combinaisons que l'on retrouve dans l'échantillon.

Tableau 10 : Combinaisons d'activités

Activités touristiques	Cédées	À céder	Total
• TPE avec production agricole			
+ vente directe	1	14	15
+ vente directe + hébergement	3	4	7
+ vente directe + hébergement +loisir	3	3	6
+ restauration à la ferme	2	1	3
+ restauration à la ferme + loisir	1	2	3
+ vente directe + loisir	2	0	2
1^{er} sous total : agriculture + vente directe	13	24	37
+ restauration à la ferme + hébergement	1	0	1
+ hébergement	5	4	9
+ loisir	2	5	7
+ hébergement + loisir	0	5	5
2^e sous total : agriculture + autre que vente directe	7	14	21
Sous total avec production agricole	20	38	58
• TPE sans production agricole			
Hébergement + restauration	2	1	3
Hébergement	6	2	8
Hébergement + loisir	2	4	6
Loisir	2	1	3
Sous total sans production agricole	12	8	20
Total TPE	32	46	78

L'enseignement principal que livre ce tableau est la variété des combinaisons d'activités. Ce phénomène s'explique en premier lieu par la surreprésentation des entreprises agri-rurales qui, par définition, combinent au moins une activité agricole et une activité touristique. Mais le tableau 9 montre que si onze entreprises n'ont qu'une seule activité, quarante-trois en combinent deux, dix-sept en combinent trois et sept en combinent quatre. On constate donc que vingt-sept entreprises sur soixante-dix-huit, soit plus du tiers, combinent trois activités et plus.

Cette complexité, sans doute nécessaire pour atteindre une rentabilité économique, est souvent le résultat d'une forte personnalisation et, dans la mesure où l'entreprise est façonnée par le couple, c'est souvent d'une double personnalisation qu'il s'agit. La conduite de cette TPE nécessite des compétences multiples qui s'acquièrent au long des expériences professionnelles, à la suite de formations, à l'occasion de rencontres ou de voyages d'étude. La compétence à gérer cet ensemble complexe ne peut s'acquérir du jour au lendemain. Ces données ne sont pas sans poser de problème et notamment au moment de la cession de l'entreprise.

2. Situation patrimoniale des TPE

La cession d'une TPE touristique rurale se présente dans des conditions qui varient selon les caractéristiques du statut patrimonial des biens qui la constituent.

Tableau 11 : Mode d'exploitation des différents biens patrimoniaux liés à l'activité professionnelle des TPE

Nature des biens patrimoniaux	En propriété	En location	Mixte *	Non-réponse ou sans objet	Total
Matériels	63	1	10	4	78
Locaux d'habitation comprenant des locaux d'accueil du public	57	13	/	8	78
Cheptel	66	/	1	11	78
Foncier	16	12	35	15	78
Locaux d'accueil du public exclusivement	35	6	1	36	78

* Mixte : une partie en propriété et une partie en location

Ce tableau montre qu'un nombre non négligeable de cédants n'a pas la maîtrise réelle de leur cession. Seuls en effet les cédants propriétaires de locaux d'habitation qui permettent d'accueillir du public sont totalement maîtres de leur cession, mais treize doivent se soumettre à l'avis de leur propriétaire. Si trente-cinq sont propriétaires des locaux à usage touristique, six sont en location et ne peuvent maîtriser totalement leur cession.

Autre facteur limitant : la mixité de propriété. Même si le chiffre de trente-cinq entreprises dont le foncier est en système mixte (propriété / location) correspond à une situation courante compte tenu de la surreprésentation des entreprises agri-rurales, cela signifie cependant que ces trente-cinq cédants devront négocier avec leurs propriétaires et qu'ils peuvent ne pas avoir une liberté totale dans le choix de leur successeur.

Deuxième partie

Les caractéristiques de la cession

Les interlocuteurs du projet de cession

1. D'abord, une histoire personnelle ou de famille...

On observe sans surprise que le projet de céder la TPE naît presque toujours (74 sur 77 cas répondants) au sein de l'entreprise, et donc le plus souvent au sein du couple dans la mesure où nous avons mesuré l'implication de celui-ci dans l'activité de l'entreprise.

Sur ce point, les données recueillies ne permettent pas d'être plus précis quant à la manière dont le projet a été évoqué, car nous avons obtenu peu de réponses : seulement treize interlocuteurs du groupe des TPE à céder donnent des renseignements complémentaires.

Nous apprenons ainsi que, sur cet effectif, huit cessions ont donné lieu préalablement à une discussion avec les enfants du ou des chef(s) d'entreprise, quatre ont fait l'objet d'une réflexion avec des amis et voisins, et une cession a été discutée avec le salarié de l'entreprise.

Le plus souvent donc, le projet de cession (comme l'a été en son temps le projet d'installation) est donc d'abord un projet personnel, autrement dit, si l'environnement social et en particulier l'environnement professionnel lié au label participent de façon active au fonctionnement de la TPE, le projet de cession est au départ élaboré en dehors de lui et sans son soutien et de manière plutôt solitaire.

2. La présence des réseaux

À la question de savoir si, une fois conçu au cœur de l'entreprise, le projet de cession a été évoqué « au sein d'un réseau professionnel », nous avons massivement des réponses positives. Ceci est, bien entendu, à mettre en corrélation avec la démarche de travail utilisée pour cette investigation, puisque c'est par des réseaux constitués que nous avons atteint la plus grande partie de nos interlocuteurs :

Tableau n° 12 : Présence des réseaux professionnels dans la cession

	Oui	Non	Non-réponse	Total
Cession évoquée dans un réseau professionnel	69	8	1	78

Les réponses à cette question montrent que les entreprises de notre échantillon ne restent pas isolées sur le territoire, mais qu'elles travaillent en réseau avec d'autres entreprises. Le projet de cession est donc évoqué dans les réseaux d'appartenance des TPE pour près de 90 % des cédants. Cependant, nous verrons plus loin que ces relations professionnelles ou cette appartenance à une marque, ne sont pas des raisons suffisantes pour que ces réseaux apportent une aide effective au moment de la cession. Le tableau suivant fournit des renseignements sur l'échelle géographique des réseaux professionnels d'appartenance des répondants.

Tableau 13 : Nature du réseau professionnel d'appartenance de la TPE

Nature du réseau professionnel	Effectif / 69	%
National	39	56
National + local	22	32
Local seul	8	12
Total TPE	69	100

L'appartenance à un réseau ne peut être considérée comme une caractéristique représentative des TPE touristiques rurales étant donné la manière dont l'échantillon de TPE a été constitué : les réseaux mobilisés pour cette recherche-action sont allés interroger prioritairement les membres de leurs organisations, comme le révèle le tableau 14, où les deux réseaux *Accueil paysan* et *Gîtes de France* sont cités le plus souvent : trente fois pour le premier et dix-sept fois pour le second.

Ce qui est plus remarquable, c'est l'importance de la combinaison « réseau national + réseau local ». Pour ceux qui ont répondu, près de neuf entreprises sur dix sont en relation avec un réseau national, ce qui n'empêche pas plus du tiers de ce groupe d'appartenir également à un réseau local.

L'indication plus détaillée des appartenances des TPE étudiées aux différents réseaux et labels apparaît dans le tableau suivant :

Tableau 14 : Listes des réseaux professionnels d'appartenance des TPE

Nom du réseau professionnel	Total
Fermiers aubergistes	2
Fermiers aubergistes + Autre national + label local	1
Gîtes de France seul	7
Gîtes de France + label local	5
Gîtes de France + Bienvenue à la ferme	4
Gîtes de France + Bienvenue à la ferme+ label local	1
Accueil paysan seul	15
Accueil paysan + label local	6
Accueil paysan + label local + Groupement en agriculture biologique	3
Accueil paysan + Groupement en agriculture biologique	6
Groupement en agriculture biologique	1
Groupement en agriculture biologique + label local	1
Label local + Bienvenue à la ferme	3
Bienvenue à la ferme	2
Label local	8
Label local + autre national	2
Autre national	2
Sous total des TPE déclarant appartenir à un réseau ou un label	69
Déclarent ne pas appartenir à un réseau	8
Non réponse	1
Total	78

3. Les relations avec l'environnement socio-politique

Il est significatif de constater que les élus sont peu consultés au moment de cette décision puisque seulement quatorze TPE les ont contactés ; ce qui veut dire que quatre sur cinq ne l'ont pas fait. Si l'on peut comprendre que les liens sont parfois distendus à l'échelle départementale ou régionale, il n'en va pas de même à l'échelle d'un canton ou d'une commune où l'activité touristique peut avoir une forte résonance dès lors qu'il s'agit d'une ferme auberge, d'un camping ou d'un gîte rural. Un travail d'enquête réalisé par l'association *Côté Campagne*¹⁴ au sein de son réseau montre qu'une entreprise touristique peut faire appel à plus de 200 sous traitants ou prestataires différents au cours d'une même année, soulignant ainsi l'importance de ce type d'entreprise pour le développement local. Le manque de prise en considération réciproque entre les pouvoirs publics locaux et les initiatives privées est très fréquent. Les un(e)s et les autres ont-ils réellement conscience de l'articulation entre le développement local global et les TPE ?

4. La communication sur la cession

Une fois élaborée la décision de céder son entreprise, il importe de la faire connaître. C'est sur les moyens et méthodes utilisés pour faire circuler cette information que le tableau suivant apporte des éléments.

Tableau 15 : les modes de communication pour annoncer le projet de cession

Mode de communication sur la cession	Cédées	À céder	Total
Annonce + organisme + bouche-à-oreille	7	10	17
Bouche-à-oreille	8	6	14
Organisme	4	6	10
Annonce + organisme	3	4	7
Annonce	2	4	6
Autres	1	5	6
Annonces +bouche-à-oreille	2	3	5
Organismes + bouche-à-oreille	3		3
Annonces + bouche-à-oreille + autres		1	1
Non-réponses	2	7	9
Total	32	46	78

Si l'on regroupe les résultats du tableau 14 par grandes catégories, on fait apparaître que les cédants de notre étude utilisent principalement trois types de communication :

- Le premier : « le bouche-à-oreille », pour plus de la moitié des TPE interrogées (c'est aussi le plus efficace pour 12 TPE ayant cédé sur 22 répondants.)
- Le deuxième : les organismes concernés par l'accompagnement des TPE au moment de la cession.
- Le troisième : les annonces (*via* les revues, internet...)

Mais bien souvent, comme le montre le tableau, c'est à une combinaison des trois types de communication qu'on a recours (20 % des personnes interrogées utilisent en même temps les trois moyens de communication).

Avec l'importance du bouche-à-oreille, on vérifie l'importance de l'effet réseau de connaissances et nous verrons plus loin qu'il a son efficacité au moment de trouver un repreneur.

¹⁴ Association qui regroupe des propriétaires d'ensembles touristiques ruraux (ETR) en Pays de la Loire. Côté campagne est l'un des partenaires du projet Equal acor-tpe.t dont on trouve la présentation en introduction.

Questions autour de la cession

1. Les principales motivations à céder

Lorsqu'on les questionne sur les raisons qui les ont amenées à céder ou qui les poussent à envisager de céder leur entreprise, les personnes interrogées apportent des réponses en général complexes, mais que nous avons regroupées autour de cinq arguments principaux :

Tableau 16 : Les motivations à céder

Motivation à céder	Total
Retraite	47
Reconversion	16
Santé	7
Problèmes familiaux	6
Problèmes économiques	1
Non-réponse	1
Total	78

Que le départ en retraite soit la principale motivation de la cession est dans l'ordre des choses. Cet important contingent de candidat(e)s à la retraite correspond à la génération des créateurs et créatrices qui se sont installés dans les années quatre-vingt.

À l'autre extrême, les problèmes économiques ne sont cités qu'une seule fois comme étant l'une des motivations à la cession. Ce score laisserait entendre que la santé économique des TPE touristique est plutôt bonne dans la mesure où l'on ne dit pas la quitter pour des difficultés de cet ordre. Cette appréciation demande à être nuancée par ce que nous avons vu précédemment : la viabilité de ces entreprises tient en partie grâce à du travail caché ou non rémunéré et donc difficilement évaluable dans le cadre d'une cession.

Les seize cédants qui déclarent vouloir se reconvertir illustrent un phénomène nouveau. De même qu'on ne reste plus toute sa vie dans la même entreprise en tant que salarié, il semble bien que les nouveaux créateurs et créatrices d'activités souhaitent avoir des expériences variées. La moyenne d'âge des créateurs d'entreprises touristiques étant de 35 ans¹⁵, c'est après une période d'activité d'une dizaine d'années, que l'on songe à se reconvertir. D'après les croisements que nous avons réalisés, ce comportement concerne davantage les entreprises touristiques non agricoles que les autres.

Il faut également se demander si l'annonce, comme raison principale, d'un souhait de reconversion ne masque pas d'autres raisons qui ne peuvent pas se dire aussi facilement. Le choix d'une reconversion est un acte volontaire et donc plutôt valorisant. Pour celui ou celle qui n'est pas en âge de prendre sa retraite, il est plus facile d'annoncer un souhait personnel de se reconvertir que d'avouer des difficultés de santé ou familiales. Pour celui ou celle qui cherche à trouver un repreneur, il est également délicat d'invoquer des difficultés d'argent, de surcharge de travail ou de non rentabilité de son entreprise.

¹⁵ Sur cet âge, les observations de l'Afrat et de la mesure « Entreprise localement innovante » en Rhône-Alpes se recoupent.

Quoi qu'il en soit, il est important d'entendre cette expression des souhaits de reconversion professionnelle et des préconisations seront à formuler à l'attention des organismes de formation afin qu'ils tiennent compte de ces nouvelles aspirations sociales.

2. Les questions les plus importantes au moment de la cession

Les enquêteurs ont demandé aux cédants « Quelles sont (étaient) les questions les plus importantes que vous posez (posiez) au sujet de la cession ». Ils ont noté les réponses à cette question ouverte puis, en analysant le récit obtenu, ils ont retenu au maximum trois registres de questions dans la liste suivante :

- psychologique : des questions liées en particulier à sa propre personnalité, à celle des membres de sa famille et à celle du repreneur(se) le cas échéant ;
- culturel et social : des questions liées à ses valeurs, à ce que l'on croit, ce que l'on aime, ce qui fait sens pour soi ;
- patrimonial : des questions liées à l'attachement au patrimoine, à la valeur affective ou économique que l'on attribue au patrimoine (immobilier, voire mobilier et par extension la valeur affective et symbolique du lieu) ;
- social : des questions liées à son environnement social (village, partenaires) et à la place que l'on y occupe ;
- juridique : des questions liées au droit de la cession ;
- fiscal : des questions liées aux incidences de la cession sur le(la) cédant(e) et/ou le(la) repreneur(se) ;
- je ne me pose pas de question ;
- autre (préciser)

Dans la mesure où plusieurs registres de questions ont été retenus, on obtient un classement des registres cités avec des scores correspondant à la fréquence des citations. Le tableau 17 montre que la question financière est celle qui est citée le plus souvent, puis vient ensuite le patrimoine, etc.

Tableau 17 : Répartition des TPE d'après les questions que se posent les intéressé(e)s au moment de la cession

Ordre des questions les plus importantes au moment de la cession	Cédées	À céder	Score
Financier	17	23	40
Patrimonial	11	21	32
Culturel et social	19	12	31
Juridique et fiscal	5	12	17
Je ne me pose pas de question	2	6	8
Autre	1		1
Non-réponse	3	1	4

Mais il est bien évident que les mêmes répondant(e)s ont évoqué plusieurs registres de questions qui les préoccupent (ou les préoccupaient). Les combinaisons de ces différents registres sont intéressantes à observer. Le tableau 18 en dresse la liste.

**Tableau 18 : Réponses multiples sur les questions
considérées comme importantes au moment de la cession**

Les questions les plus importantes au moment de la cession	Effectif	En %
Culturel social + financier	11	
Culturel social + patrimonial	10	
Culturel social	5	
Culturel social + patrimonial + financier	4	
Culturel social + patrimonial + financier + juridique fiscal	3	
Culturel social + juridique fiscal + financier	3	
Culturel social + patrimoine + juridique fiscal	2	
Culturel social + juridique	1	
Sous total	39	50 %
Patrimonial + financier	7	
Patrimonial	5	
Patrimonial + juridique fiscal	1	
Patrimonial + financier + juridique fiscal	1	
Sous total	14	18 %
Juridique fiscal + financier	4	
Juridique fiscal	2	
Sous total	6	8 %
Financier	7	9 %
Je ne me pose pas de question	8	10 %
Non réponses	4	5 %
Total	78	100

Les préoccupations sociales et culturelles arrivent en tête dans les combinaisons avec d'autres types de questions alors que les questions financières ne sont citées que sept fois en première position sans être associées à d'autres. L'articulation du social et du culturel présente dans plus de 50 % des réponses nous autorise à penser que nous sommes en présence d'un modèle d'entreprise où les questions relationnelles et les choix de vie tiennent une place importante. Peut-on pratiquer l'accueil sans un goût prononcé de la relation à l'autre ? Peut-on accepter de longues journées de travail s'il n'y a pas des compensations procurées par le plaisir du travail ? Pour aller plus loin, on peut même se demander si le côté globalement atypique, voire pionnier des TPE étudiées ne crée pas une interrogation particulière des cédants sur les questions culturelles et sociales ?

Quelques propos issus des réponses aux questionnaires illustrent les différentes préoccupations de nos interlocuteurs :

- Pour ceux qui se préoccupent d'abord de l'aspect culturel et social : « On aimerait trouver quelqu'un qui travaille un peu comme nous ».
- Pour deux répondants qu'inquiète la question patrimoniale :
 - « tout ce que nous avons fait nous l'avons fait pour eux (les enfants) ».
 - « les frères et les sœurs accepteront-ils que quelqu'un d'autre exploite ces terres ? »
- Pour ceux que le problème financier préoccupe d'abord : « Est-ce que nous pourrions vendre au prix que nous voulons ? »

- Ceux qui s'intéressent particulièrement à l'aspect juridique et fiscal : « On se demande si on doit mettre en place une société avec les enfants... on ne sait pas trop comment faire d'un point de vue fiscal... »

3. L'accompagnement à la cession

Nous avons insisté sur la dimension personnelle des TPE touristiques rurales. Ce caractère confère à la cession une difficulté particulière du fait de l'extrême « personnalisation » de chaque entreprise, mais cette difficulté peut aussi justifier de s'interroger sur ce qu'il en serait d'un besoin d'accompagnement des cédants à ce carrefour de leurs itinéraires professionnel et de vie. Le tableau suivant rend compte des réponses apportées à cette interrogation :

Tableau 19 : Soutien à la cession

	Oui	Non	Non-réponse	Total
Souhaitez-vous une aide à la cession ?	48	27	3	78
Avez-vous été en contact avec un organisme ?	45	26	7	78

La cession et la transmission d'une TPE est un événement important, souvent difficile et parfois douloureux. On peut alors supposer que la solitude face à un tel événement n'en facilite pas l'approche. Un peu moins des deux tiers des cédants souhaitent un accompagnement à la cession. Parmi ceux-ci quarante-cinq ont été en contact avec un organisme de conseil. On trouve la liste de ces organismes de conseil dans le tableau suivant.

Tableau 20 : Liste des organismes cités comme accompagnant la cession

Type d'organisme spécialisé contacté	Organismes cités N fois*
Chambres consulaires	29
Services publics pour l'agriculture : Safer, Adasea...	23
Chambres de commerce	6
Experts	16
Agences immobilières	7
Cabinets comptables	4
Notaires	4
Juriste indépendant	1
Organismes de formation et réseaux associatifs	6
Afocg	4
Centre de formation pour le tourisme	1
Autre organisme	1
Total	51

* Des répondants ont cité plusieurs organismes.

Cette liste montre qu'il n'y a pas de recouvrement entre ce tableau et le tableau 13 sur l'appartenance des TPE à des réseaux nationaux et locaux. Cela indique sans doute que ces réseaux, spécialisés sur le tourisme rural, n'ont pas encore inscrit la transmission dans leur programme de travail ou au moins que l'information n'est pas passée auprès des membres du réseau. Même si l'*Afocg*, citée quatre fois, fait exception, il

faut rappeler que ce réseau n'est pas spécialisé dans le tourisme rural. Il est cependant significatif qu'il soit cité comme détenant une expertise sur la question, son implication récente dans le projet Equal acor-tpe.t en est peut-être l'explication.

Il est également vraisemblable que la nature du service rendu par ce réseau explique ce type de réponse. En effet, par leurs réponses, les cédants montrent qu'ils attendent deux types de soutien. Le premier est d'ordre technique et c'est ce qui explique le recours aux conseils techniques des services publics (Adasea par exemple) et aux experts, le second est d'avantage de l'ordre du soutien psychologique, et c'est là que nous pourrions retrouver les réseaux professionnels et les associations.

Les informations contenues dans le tableau 20 restent partielles en nombre de répondants au regard du nombre d'enquêtés. D'autre part, elles ne font pas apparaître la nature de l'aide souhaitée, ni le jugement porté sur le service. Ces questions devront être étudiées dans la suite du programme Equal notamment par l'intermédiaire d'entretiens approfondis avec des cédants tel que le prévoit le processus de travail que nous exposons à la fin de l'étude.

4. Les deux formes de cession

Deux formes de cession se présentent suivant que la TPE est d'une part cédée dans sa totalité ou d'autre part partiellement ou progressivement.

Tableau 21 : Mode de cession des TPE

Forme de cession	Cédées	À céder	Total	En %
Cession totale	23	25	48	62
Cession partielle	6	12	18	22
Cession progressive	3	3	6	8
Ne sait pas	0	6	6	8
Total	32	46	78	100

En cas de cession totale, le ou la chef d'entreprise se sépare complètement et en une seule fois de la TPE. En cas de cession partielle, le cédant souhaite par exemple conserver une partie de ses activités. Il peut s'agir d'un agriculteur qui cède son activité touristique, mais conserve sa production agricole et ce de façon définitive, ou bien alors (le cas le plus fréquent,) il peut s'agir du départ de l'un des associés d'un Gaec¹⁶. La cession partielle est également à rapprocher de la difficulté apportée par la complexité du mode de propriété traité dans le tableau 10.

La cession progressive suppose un calendrier avec des échéances. Elle permet au repreneur d'effectuer une montée en charge progressive. Cette forme est citée six fois, mais notons qu'elle peut s'appliquer aussi bien à une cession totale qu'à une cession partielle.

Dans un certain nombre de cas, le cédant souhaite garder du patrimoine. Il conserve par exemple sa maison d'habitation. En effet, 27 cédants ne mettent pas leur maison dans le lot de la reprise alors que 47 le font (4 ne répondent pas à cette question).

Le nombre de cessions partielles, autorise à se poser la question d'un éventuel démantèlement d'une activité qui avait du sens et qui peut devenir, de ce fait, difficilement transmissible. L'hypothèse inverse est

¹⁶ Gaec : Groupement agricole d'exploitation en commun.

aussi plausible : faut-il démanteler pour céder et agréger moins d'activités pour trouver un repreneur ayant les compétences pour faire « tourner » l'entreprise ?

Il sera utile d'étudier plus à fond ces questions dans la poursuite du programme de travail.

5. Les atouts majeurs des TPE cédées ou à céder, aux yeux des cédants

À la question ouverte : « Quels sont, selon vous, les atouts majeurs de votre entreprise pour un repreneur ? », les cédants ont souvent donné des réponses composées de plusieurs arguments que l'on trouve consignés et synthétisés dans le tableau suivant :

Tableau 22 : Atouts majeurs des entreprises selon les cédants

Les atouts majeurs	Cédées / 32	À céder / 41	Total / 73*
Performance de l'outil	18	32	50
Situation géographique intéressante	10	20	30
Clientèle importante	10	6	16
Montant de la reprise peu élevée	4	4	8
Produits labellisés ou de qualité	5	3	8
Environnement social favorable	2	3	5
Possibilités de réorientation	1	3	4
Activité enrichissante	0	2	2

* Cinq cédants n'ont pas répondu à cette question.

D'après les cédants, l'entreprise possède des atouts majeurs dans la mesure où elle constitue en elle-même un outil performant, elle est bien située géographiquement et où son réseau de clientèle est en place : ce sont les trois arguments qui sont placés en tête par les répondants.

Ces appréciations sont, bien évidemment, subjectives et il est normal de ne pas dévaloriser l'outil de travail qu'on a mis une partie de sa vie à construire. On peut légitimement penser que les cédants pourraient avoir tendance à optimiser leur situation économique. Une appréciation objective demanderait une confrontation avec le chiffre d'affaires de l'entreprise, son résultat et quelques ratios de gestion. Remarquons cependant que les arguments économiques mis en avant sont en cohérence avec la réponse aux motivations qui ont déterminé la cession, et qui sont présentées dans le tableau 16, où la cession pour motif de difficulté économique n'est citée qu'une seule fois. L'économique prime sur le « projet de vie », alors que « l'activité enrichissante » n'est citée que deux fois. Pourtant, ce thème était apparu comme un « problème important au moment de la cession » (cf. tableau 18). On touche encore ici un point qui mériterait un approfondissement dans un travail à poursuivre.

6. Les freins à la cession

À la question « pensez-vous qu'il existait (qu'il existe) des freins à la cession de votre entreprise », les cédants répondent massivement par l'affirmative. Sur les soixante-seize qui répondent, seules trois répondent « non ».

À propos des difficultés à céder, le questionnaire proposait les huit possibilités suivantes :

- La forte personnalisation de vos activités
- La complexité de gestion de l'activité

- La lourdeur du travail et ses conséquences sur la vie privée
- Le coût de l'actif immobilier par rapport au chiffre d'affaires
- L'absence de « fonds de commerce » estimable
- Des perspectives de développement de l'entreprise limitées
- Des prestations ne correspondant pas aux demandes de la clientèle
- Des difficultés à attirer un repreneur sur le territoire
- Autres

Le tableau suivant présente les différentes réponses classées en fonction de leur fréquence :

Tableau 23 : Les freins à la cession

Les freins à la cession	Cédées	À céder	Réponses* / 73
Lourdeur du travail et ses conséquences sur la vie privée	9	23	32
Forte personnalisation des activités	11	21	32
Coût de l'actif immobilier par rapport au CA	2	22	24
Difficulté à attirer un repreneur sur le territoire	1	10	11
Complexité de gestion	5	5	10
Absence réelle de fonds de commerce	3	6	9
Perspectives de développement limitées	1	8	9
Contrainte environnementale spécifique	0	5	5
Autre : condition de fermage difficile	1	1	2

* Aux trois personnes qui ont déclaré ne pas voir de frein à la cession, s'ajoutent deux non-réponses.

Ces résultats, qui placent en tête la lourdeur du travail, corroborent les observations faites sur la question de la main-d'œuvre dans les TPE touristiques, grandes dévoreuses de temps. Ce constat renvoie à deux questions :

- On peut légitimement espérer que commence à se clore le temps où des femmes ont accepté – en acceptent encore – de travailler sans statut. C'est là que réside sans doute l'une des difficultés de la reprise des TPE.
- On peut faire l'hypothèse que le *turn over* en augmentation dans ces entreprises s'explique par cette forte charge de travail qu'il est difficile de supporter pendant toute une vie professionnelle.

La forte personnalisation des activités, placée en tête par les répondants, ne peut être considérée comme une originalité des TPE touristiques dans la mesure où ce type d'appréciation se retrouve dans toutes les enquêtes relatives à la cession. Chaque chef d'entreprise considère, sans doute à juste titre, son entreprise comme marquée par sa manière de faire. La question n'est pas de savoir si le repreneur ou la repreneuse va pouvoir s'adapter à cette personnalisation mais plutôt si le cédant ou la cédante va être capable de « faire son deuil » de l'activité qu'il quitte et d'accepter que son entreprise soit conduite différemment.

Le score élevé de l'argument « Coût de l'actif immobilier » s'explique en partie par le nombre important d'entreprises de Rhône-Alpes et des Pays de la Loire dans notre échantillon. Au demeurant le problème de l'envolée des prix de l'immobilier à la campagne dans beaucoup de régions françaises, amènera sûrement le groupe de travail à pousser l'investigation sur ce point. Ne serait-ce pas à terme l'un des principaux freins à la reprise d'entreprises ?

Il faut noter enfin que l'argument : « Des prestations ne correspondant pas aux demandes de la clientèle », n'a été cité par aucun des repreneurs. Dans la mesure où la personnalisation des activités est avancée comme l'un des obstacles à la reprise, il est sans doute difficile pour les cédants de considérer que les activités dans lesquelles ils ou elles ont tant mis d'eux (elles) mêmes, ne correspondent plus aujourd'hui à la demande. On peut du moins penser que cette remise en cause est difficile à réaliser. Un accompagnement sur cette question serait souhaitable.

Les repreneurs

1. Quelques caractéristiques identitaires

Pour identifier les repreneurs nous avons distingué trois groupes :

- les repreneurs extérieurs à la famille du cédant et à la TPE ;
- les repreneurs ex-salariés de la TPE, mais hors famille du cédant ;
- les repreneurs membres de la famille du cédant. Sont considérés comme appartenant à ce groupe les enfants du cédant et leurs conjoint(e)s.

- **Huit fois sur dix, la cession s'effectue hors du cadre familial.**

La cession des TPE étudiées s'effectue très largement hors du cadre familial. En effet, le groupe des repreneurs extérieurs à la famille du cédant représente près de 80 % des repreneurs soit un effectif de quarante-huit personnes.

Parmi ces quarante-huit repreneurs qui ne sont pas de la famille, quatre personnes étaient salariées de la TPE au moment de la cession. Elles ont repris seules l'activité. Un autre ex-salarié de la TPE l'a reprise avec un autre repreneur extérieur à la famille, deux autres ex-salariés ont repris la TPE avec un membre de la famille du cédant. Au total, on peut dire que un sur dix des repreneurs sont des ex-salariés des TPE. Même modeste cette proportion de repreneur mérite d'être soulignée, la condition de salarié agissant ici comme une sorte de période d'initiation et d'apprentissage.

- **La cession dans le cadre familial concerne 20 % des repreneurs.**

Il faut également souligner ce chiffre quand on connaît la forte proportion d'agriculteurs dans l'effectif. On sait en effet que la transmission des exploitations agricoles de type classique est assurée *via* la voie familiale huit fois sur dix¹⁷. La reprise se passe ici comme si l'activité touristique venait à modifier les habituels comportements agricoles.

Un deuxième enseignement important de l'enquête est le lien qui existe entre la nature de l'activité touristique de la TPE et l'origine du repreneur et dont rend compte le tableau 24.

Tableau 24 : Type de repreneur selon les combinaisons d'activités

Nature de l'activité	Un autre membre de la famille*	Un repreneur extérieur*
Production agricole + vente directe + activité touristique	28 %	72 %
Production agricole + activité touristique (hors vente directe)	63 %	37 %
Activité touristique sans production agricole	25 %	74 %

* Dix-neuf des TPE qui vont céder dans les cinq ans ne connaissent pas leur futur repreneur.

¹⁷ Laferrère Anne, « Devenir travailleur indépendant », *Économie et statistique* n° 319-320, 1998.

Pour les cessions des activités touristiques sans production agricole, le pourcentage de cessions hors cadre familial est peu surprenant puisqu'il n'existe pas (encore ?) de tradition de reprise familiale.

Faut-il faire l'hypothèse que les activités agritouristiques incluant la vente directe, seraient plus rentables que les autres et donc plus facilement transmissibles à un repreneur extérieur ?

- **50 % des repreneurs appartiennent au canton**

S'agissant de l'origine géographique des repreneurs, le nombre des données dont nous disposons nous invite à la prudence puisque nous n'avons que 36 réponses. Cette précaution prise, nous remarquons que les repreneurs viennent le plus souvent d'un environnement géographiquement proche de la TPE : 50 % d'entre eux sont ressortissants du même canton, preuve sans doute de l'efficacité du bouche-à-oreille, mais aussi du repérage probable de la TPE avant la cession. Si l'on ajoute à ce nombre, les 4 repreneurs qui résidaient préalablement hors du canton, mais dans le département, et les 5 qui demeuraient dans la région, on doit considérer que les trois quarts des repreneurs sont des régionaux. Les autres repreneurs sont en provenance des régions françaises (un peu moins de deux sur dix), les derniers venant de l'étranger.

Dans la mesure où ils sont à 80 % extérieurs à la famille, on peut penser que les repreneurs conduisent une stratégie sur plusieurs années. Leur démarche correspondrait alors à des observations déjà réalisées dans d'autres travaux¹⁸ : on choisit une région où l'on souhaite s'installer, on y trouve à se loger et l'on commence à travailler dans le pays en enchaînant les saisons touristiques et les emplois précaires. L'important est de se faire connaître, de s'implanter et d'être capable de saisir les opportunités qui se présentent, opportunités qui, comme nous l'avons vu, sont transmises par le bouche-à-oreille. On peut considérer qu'il s'agit là d'une intégration sociale progressive qui se situe à l'opposé du « parachutage ».

¹⁸ Voir en bibliographie les travaux sur les saisonniers et saisonnières, sur la pluriactivité et sur la mesure « entreprise rurale innovante » ainsi que les travaux du collectif Ville Campagne.

Conclusion

Cette étude, qui se situe dans le contexte plus large d'une recherche-action inscrite dans le cadre du projet Equal, apporte des confirmations et des informations nouvelles sur la cession des TPE touristiques rurales.

Les TPE touristiques rurales sont des unités économiques qui, aux dires de leurs responsables, sont des outils performants. Il n'y a sans doute pas à mettre en cause cette appréciation sur des systèmes qui allient mode de vie et production, mais cette performance a un prix que les repreneurs, comme les cédants, doivent reconnaître. Elle est conditionnée par plusieurs facteurs :

- une lourde charge de travail qui entraîne :
 - un recours important au travail non rémunéré, le plus souvent d'origine familiale ;
 - l'absence, trop fréquente dans ces entreprises souvent portées par des couples, de statuts et donc de droits sociaux propres pour les conjointes (et plus rarement les conjoints). On peut penser que cette réalité deviendra un obstacle de plus en plus grand si la revendication de droits propres pour les femmes et pour les hommes devient plus forte dans les générations montantes.
- une complexité dans l'organisation des entreprises dûe aux facteurs suivants :
 - une forme patrimoniale à facettes : mixité entre propriété et location ;
 - des combinaisons d'activités souvent multiples : rares sont les entreprises à mono activité et fréquentes sont celles qui combinent plus de trois activités différentes.
- un coût élevé, voire prohibitif, de l'immobilier, soumis aux lois du marché, et qui, même s'il s'explique par une longue accumulation, se révèle souvent sans rapport avec le chiffre d'affaires prévisionnel du futur repreneur.

Au moment de la cession, les cédants font état de trois types de difficultés :

- les informations techniques et juridiques nécessaires ne se trouvent pas toujours là où les cédants penseraient les trouver. En effet, les questions relatives à la transmission des TPE touristiques rurales n'ont émergé que récemment et les services consulaires n'ont pas encore forgé les outils pour y répondre ;
- céder une entreprise touristique où l'investissement personnel est important, n'est pas un simple acte administratif et financier. On abandonne une partie de soi-même, cet abandon demande une préparation et un accompagnement appropriés ; on peut parler d'un travail de deuil ;

- pour céder, il faut trouver un repreneur ou une repreneuse... C'est, bien sûr, une évidence, mais l'étude montre que ce qui fonctionne en premier lieu, c'est l'effet de proximité procuré par un réseau professionnel, encore faut-il qu'il existe, qu'il prenne conscience de l'importance de la question et décide de développer une action sur la transmission des TPE.

Enfin cette étude fait état d'un certain turn over chez les entrepreneurs de TPE touristiques rurales. La moyenne d'âge de ces créateurs et créatrices étant de 35 ans, c'est souvent après une période d'activité d'une dizaine d'années, que l'on songe à se reconverter. Si cette observation était confirmée par d'autres études, nous serions là devant un phénomène nouveau qui rendrait encore plus urgentes les mesures à prendre pour accompagner la cession.

Préconisations

Nos préconisations sont formulées à l'attention de trois publics-cibles : les réseaux professionnels du tourisme rural, les organismes de formation, les élu(e)s et les décideurs et les décideuses.

1 - Préconisations à destination des réseaux professionnels du tourisme rural

La transmission des TPE rurale est une question nouvelle qui émerge dans le paysage français, avec la génération des créateurs et des créatrices qui se sont installés dans les années quatre-vingt, et sont maintenant proches de la retraite et donc candidats au départ.

Plusieurs nécessités se font jour devant cette nouvelle réalité :

- Proposer aux réseaux des sites d'expérimentation sur la question de la cession-reprise. On pourrait imaginer, à la manière des expérimentations en cours dans le projet Equal Acor-tpe.t par les *Afocg*, *l'Afrat*, *Terre de Liens*, *Asfodel* et *d'Asa*, de lancer, sur des territoires, des actions d'accompagnement à la cession à destination de cédants et de repreneurs.
- Mais ces expérimentations pourraient prendre d'autres formes, comme les groupements d'employeurs où les candidats et candidates à la reprise auraient le statut de salarié(e). Les expériences réalisées dans la communauté de communes du pays de Ménigoute, dans les Deux-Sèvres, sont intéressantes. Même si elles ne concernent que des activités agricoles, ces expériences méritent d'être étudiées. Il s'agit, d'une part, de la constitution d'une ferme-relais (ce pourrait être de la même manière une TPE touristique) sur laquelle sont salarié(e)s des jeunes en projet d'installation et d'autre part de la mise en place d'un groupe de réflexion sur la cession entre des agriculteurs approchant de la retraite.
- Sensibiliser les associations de professionnel(le)s et les réseaux d'accompagnement à la création, à la question de la cession-reprise pour qu'ils développent une réflexion et acquièrent une expertise sur la question afin de conseiller les candidat(e)s. Les guides méthodologiques en cours d'élaboration dans le projet Equal Acor-tpe.t constitueront le support à ces actions.
- Attirer l'attention des réseaux sur la question du statut des différentes personnes engagées dans l'entreprise (notamment les conjoints et les conjointes) pour que cette question ne soit pas occultée et clairement traitée comme l'une des données économiques et juridiques de l'entreprise au moment de la cession-reprise.

- Engager avec ces réseaux une réflexion sur la cession et la reprise partielles et ou progressives en s'appuyant sur des expériences connues des réseaux pour en tirer les enseignements transférables.
- Encourager l'expérimentation de formes d'accès collectif au foncier ou à l'immobilier des TPE afin de dépasser la difficulté représentée par la disproportion entre le coût de l'investissement foncier et immobilier et la rentabilité de l'entreprise. A défaut de formules innovantes en la matière, des structures d'accueil touristiques et les emplois qu'elles génèrent sont menacés de disparition.

2 - Préconisations à destination des organismes de formation

Les expérimentations et les guides méthodologiques évoqués plus haut constitueront des appuis pour :

- Intégrer la réflexion sur la cession dans les stages d'accompagnement des créateurs et créatrices d'entreprises afin, d'une part, de faciliter dans l'immédiat la relation repreneur-cédant et d'autre part d'anticiper à la fois le *turn over* constaté et la fin d'activité.
- Approfondir les travaux réalisés sur l'organisation du temps de travail dans les TPE touristiques avec la recherche de solutions collectives pour palier en partie le travail non rémunéré et améliorer les conditions de travail (par exemple dans le prolongement des travaux conduits par *Trame*).
- Prévoir, pour les candidats à la reprise, une formation systématique sur les statuts des deux membres du couple engagé dans une reprise d'entreprise touristique.
- Inclure dans ces formations la question des statuts et des droits des personnes qui seront amenées à exercer une activité dans l'entreprise, quel que soit leur lien de parenté avec les responsables.

3 - Préconisation à l'attention des élu(e)s et des décideurs et décideuses

- L'absence de statut pour l'un des membres du couple est l'un des obstacles qu'il faut dépasser. On sait que le poids financier des charges sociales, pendant les premières années d'une entreprise, amène souvent le couple à choisir qu'un seul d'entre eux bénéficie d'une couverture sociale. La proposition serait donc de prévoir pour les deux membres d'un couple un allègement des charges sociales pendant les premières années de création. L'allègement pourrait être de 50 % pour chacun des deux la première année et une progressivité serait à prévoir pour atteindre des cotisations à taux plein pour les deux personnes au terme de la cinquième année. Il serait sans doute nécessaire de prévoir que cette mesure soit expérimentée dans des zones-tests sur des régions volontaires sur lesquelles se mettraient en place un co-financement par l'État et la Région.
- L'articulation entre les TPE touristiques rurales et les décideurs et décideuses locaux en charge du développement local doit être renforcée, afin d'éveiller leur vigilance sur les possibles rôles d'interface et de stimulation que peuvent jouer ces structures entre les créateurs et créatrices et l'environnement économique et social. Plusieurs aspects peuvent être évoqués :
 - développer l'investissement sous forme d'économie mixte ;
 - communiquer les guides méthodologiques de l'accompagnement à la cession-reprise aux élus et techniciens des collectivités locales, et notamment des Pays ;
 - encourager les réseaux à informer systématiquement les collectivités locales des cessions envisagés sur leurs territoires.

Perspectives

Si l'étude a permis de mieux connaître la réalité de la cession des TPE touristiques rurales, elle a également mis en évidence une série de questions qui devront être travaillées dans la suite de la recherche-action par le partenariat de développement (PDD) du projet Equal et par les réseaux mobilisés sur cette étude.

Parmi ces questions à approfondir, on peut retenir les suivantes :

- le temps et les conditions de travail dans les entreprises touristiques rurales ;
- l'organisation collective de ces TPE et les collaborations à envisager pour pallier les surcharges de travail et le travail non rémunéré ;
- la cession progressive ;
- les outils juridiques et financiers pour l'acquisition de patrimoines fonciers et immobiliers ;
- les outils pédagogiques pour accompagner la cession ;
- les montages relatifs à l'organisation du travail pour favoriser la reprise par des salariés ;
- ...

Pour une approche qualitative des obstacles à la cession, il est prévu de réaliser des entretiens approfondis auprès d'un panel de cédants et de repreneurs.

Bibliographie

- « Politique d'accueil dans les territoires ruraux du massif central », Actes du colloque de Brioude, 22-23 novembre 2002.
 - Rapport au Premier ministre sur le développement de l'initiative économique et de la création d'entreprise, François Hurel, Délégué général de l'APCE. Juillet 2002.
 - Revue *Source* n° 59, mai 2002 – Faciliter la transmission en Côtes d'Armor.
 - « Créer et conduire une entreprise en couple. État des lieux dans les très petites entreprises touristiques rurales », étude réalisée par le Grep pour le Secrétariat d'État au tourisme, mai 2002.
 - APCE, *Créer ou reprendre une entreprise*, Éditions de l'organisation, 2002.
 - *Conjointes de travailleurs indépendants, statut, droits et responsabilités*, éd. La Documentation française, collection « Transparence », ministère de l'Emploi et de la Solidarité, et Grep, 2002.
 - Jacques Perret Emmanuelle Marcepoil, *L'agritourisme en 2001. La diversité des territoires et des acteurs : entre témoignages et commerce*, Cemagref, décembre 2001.
 - François Patriat, *Livre blanc sur la transmission d'entreprises*, décembre 2000.
 - « Saisonniers, saisonnières. Itinéraire, identité, formation, statut, vie quotidienne », étude réalisée par le Grep, juin 2000.
 - CRCI Auvergne, *Guide pratique de la transmission*, Édition CRCI Auvergne 2000.
 - Le recensement général de l'agriculture en 2000.
 - *Choisir ses statuts – Créer son activité en milieu rural* – Asfodel, Crefad, Grep, Relier. 2000
 - « La petite entreprise touristique rurale et le couple. Projet de vie / projet professionnel », Grep et Afrat, Actes du séminaire Adapt, octobre 1999.
 - Étude sur la mesure « Entreprise rurale innovante », réalisée par le Grep pour la Draf Rhône-Alpes, juin 1999.
 - B. Biche, F. Gerbaux, J. Le Monnier, J. Perret, *Créer son emploi en milieu rural, les chemins de traverse de la pluriactivité*, éd. L'Harmattan, 1997.
-
- Le site : www.creation-transmission.com
 - Le site : www.proffil.com est une bourse d'offre et d'opportunité proposé aux candidats à la reprise

Table des annexes

- Réseaux associés à l'étude
- Accueil Paysan
- Asfodel
- Inter AFOCG
- Relier
- Questionnaire pour les entreprises cédées depuis 3 ans
- Questionnaire pour les entreprises à céder dans les 5 ans
- Guide pour les enquêteurs et enquêtrices

Accueil Paysan

L'Association Accueil Paysan est née en 1987 d'une longue réflexion de paysans de la région Rhône-Alpes, sur la spécificité d'un accueil intégré à une production agricole, respectueuse de l'homme et de son environnement, en vue d'un aménagement harmonieux du territoire.

Elle rassemble aujourd'hui plus de 500 adhérents, elle regroupe 40 associations départementales, 11 associations ou Fédérations régionales. Elle regroupe désormais des adhérents, ainsi que des associations hors du territoire français.

Dès le départ, le mouvement s'est attaché à réfléchir sur les points forts des pratiques mises en œuvre en son sein, les contenus et les fonctions de ce que l'on a progressivement considéré comme une nouvelle profession. Cette nouveauté s'explique car l'intégration d'activités comme l'accueil, la transformation de produit de la ferme, la vente directe, induit des changements profonds dans le système d'exploitation agricole et les modes d'organisation. Le souhait de se définir comme paysan – accueillant permet cette nouvelle référence à paysan, un retour à la définition originelle du paysan « habitant d'un pays », marque la recherche d'une nouvelle identité. Les pratiques de qualité et de respect de l'environnement enfin insistent sur une éthique nouvelle par rapport aux pratiques agricoles et au respect de l'environnement.

La **CHARTRE** de la Fédération, élément fondateur de son éthique, définit l'originalité du projet de société que défendent les paysans – accueillant.

Accueil Paysan c'est :

- **Des hommes et des femmes**, partageant un terroir, mais ouverts aux réalités du monde moderne.

Par leur rôle même de paysan-accueillant, ils se situent au point de convergence de plusieurs définitions du métier de paysan : celui qui produit, celui qui aménage, celui qui transmet, créant ainsi une identité culturelle spécifique.

Ils répondent à une demande sans cesse croissante de citadins, pour plus d'authenticité dans la rencontre avec la société paysanne qui les accueille et participent ainsi activement à la recherche d'un équilibre ville-campagne.

- **Des hommes et des femmes** engagés dans un mode de production privilégiant la qualité, maîtrisant leurs investissements et leurs prix, sachant valoriser leurs produits. Ils se veulent garants et responsables d'un patrimoine dont ils ont hérité et qu'ils devront léguer sans l'avoir épuisé ni altéré. Ils ont le souci de proposer à leurs hôtes une alimentation saine, remettant à l'honneur d'anciennes recettes régionales, utilisant les produits de la ferme.

- **Des hommes et des femmes** vivant une dimension particulière de l'accueil, dans la qualité des relations humaines, égalitaires et conviviales, dans leur volonté de créer un lien social, dans leur désir de partager leur savoir et leur savoir-faire avec leurs hôtes.

- **Des hommes et des femmes**, porteurs de la culture paysanne, contribuant, par leur fonction éducative et pédagogique, à une dynamique sociale. Ils parlent de ce qui fait leur vie : la nature, la terre et ce qu'on y fait pousser, les animaux qu'on élève, le soleil, le vent, les saisons... toutes ces richesses immatérielles qui apportent un épanouissement si essentiel pour nombre de citadins.

- **Des hommes et des femmes** engagés dans le développement durable de leur territoire, dans sa réalité géographique mais aussi humaine, économique et culturelle, luttant contre la désertification en maintenant et en créant des emplois.

Et c'est en solidarité avec d'autres paysans, ruraux et citadins, qu'ils s'engagent dans un véritable projet de société.

- **Des hommes et des femmes** responsables au sein de leur Association, pour plus d'autonomie, de maîtrise de la production et de développement personnel.

Asfodel

Un réseau

Plus de 150 professionnels ayant créé leur activité en milieu rural (exploitants ruraux en majeure partie, le réseau d'actifs sans base agricole étant en cours de développement), répartis en Rhône-Alpes, en particulier Drôme Ardèche, qui s'engagent dans une démarche solidaire de soutien aux porteurs de projets.

Un Conseil d'Administration

7 ruraux ayant créé leur activité s'impliquent dans la définition d'une politique pour l'association, et dans la mise en œuvre de certaines actions (ex : commissions, interventions en formation...)

Une équipe

8 personnes assurent la mise en œuvre des actions en partenariat avec le C.A., avec des profils complémentaires (Ingénieur Développement Local, DESS Développement Local, DEA Gestion, DESS Psychologie Sociale et du Travail, BTS Gestion de Entreprises Agricoles +

Le budget annuel est de 1,5 MF (dont 70% provenant de la formation professionnelle)

Des partenaires

Asfodel développe de multiples partenariats au plan local, régional et national avec les Services Publics pour l'emploi ou les services sociaux, les organisations professionnelles, des réseaux de structures impliquées dans le développement rural, la création d'activités ou la formation professionnelle.

4 champs d'action pour poursuivre les objectifs d'Asfodel

- **À la formation continue, comme outil au service du développement local :**
 - La formation **Exploitant Rural**, en partenariat avec le CFPPA du Pradel, pour des porteurs de projets à base agricole, chaque année de janvier à décembre
 - La formation **Entreprises Rurales, modulaire et individualisée**, s'adressant à des porteurs de projets artisanaux, commerciaux, libéraux, agricoles, pluriactifs ou associatifs en milieu rural, prenant appui sur le réseau d'acteurs ruraux animé par Asfodel, 2 sessions par an (printemps et automne)
 - À la demande, des **formations action** ponctuelles (ex : création d'un point de vente collectif)
- **l'accompagnement à la création (ou au développement) d'activités en milieu rural**, dans divers cadres : Etudes de faisabilité des Entreprises Localement Innovantes, chéquier-conseil, convention avec la communauté de commune du Val de Drôme, suivis post formation...
- **la recherche-action**, les échanges de pratiques : pour enrichir ou formaliser ses pratiques, Asfodel s'implique dans de nombreux programmes (réseau CELAVAR, EUROPEA FP...) donnant lieu à des productions écrites.
Maître d'œuvre d'un programme « ADAPT » sur l'animation et la formation d'un réseau de tuteurs de 1997 à 2000, et engagé en 2002 sur plusieurs programmes EQUAL (réseau d'appui aux pluriactifs, gestion des temps en milieu rural...)

- **l'animation rurale**, comme base des 2 champs d'action précédents, pour faire vivre le réseau dans une perspective de développement local (au croisement de l'économique, du social, du culturel)

Le public qui nous sollicite

En majorité des personnes sans emploi (DE, DELD, RMI), mais aussi des salariés et des professionnels indépendants. Donc un public très mixé (y compris du point de vue de l'âge et de l'origine socioprofessionnelle). Le lien est le choix de vivre en milieu rural, et la volonté d'y trouver une rémunération par la création de sa propre activité.

Les personnes nous contactent soit suite à une orientation par les services publics de l'emploi, les services sociaux ou d'autres structures de développement local, soit par l'effet réseau.

La zone d'intervention est essentiellement l'Ardèche Sud et Centre et la Drôme (zone où se maille le réseau d'Asfodel).

Inter Afocg

- L'inter AFOCG (Inter Associations de Formation Collective à la Gestion) est un réseau qui regroupe une vingtaine d'associations départementales AFOCG.
- Les AFOCG ont pour ambition de donner aux agriculteurs et aux ruraux les moyens de comprendre et maîtriser la globalité et la complexité de leurs exploitations et de leur permettre d'être acteurs et responsables dans le développement.
- Les AFOCG veulent former des agriculteurs, des professionnels du monde rural, mais surtout des hommes et des femmes au delà de la dimension professionnelle: il s'agit de permettre à chacun d'« être » : dans un tissu social et rural, dans un milieu, dans un terroir, « être » dans une réalité, avec son histoire, sa culture, en même temps qu'« être » dans une économie.
- Leur moyen d'intervention privilégié est la formation, qui s'appuie sur une certaine conception de la pédagogie, une certaine relation avec les personnes : l'AFOCG propose avant tout une démarche (plus que des réponses immédiates) qui se construit à partir de la réalité de chacun et dans la durée.

Le lieu de formation privilégié est le groupe, qui permet à chacun de profiter de l'expérience de l'autre, de réinterroger les logiques, d'élargir les réflexions.

- L'activité initiale et première des AFOCG est la formation économique (dont la comptabilité et la gestion). Mais la gestion n'est pas réduite à sa seule dimension économique: gérer, c'est prendre des décisions, en fonction des atouts et des contraintes, en cohérence avec ses objectifs propres. L'évolution des préoccupations des agriculteurs dans le domaines de la gestion et l'ambition des AFOCG de responsabiliser les agriculteurs et ruraux dans le développement amènent les AFOCG à mettre en place des formations-accompagnement ouvrant le champ de la gestion vers la maîtrise de projets – projets d'exploitation, projets collectifs...
- Les AFOCG se sont constituées en réseau national autour de l'échange d'expériences, de réflexions, de savoirs entre les associations. Ce fonctionnement en réseau permet de capitaliser, de valoriser les actions engagées, d'ouvrir de nouvelles perspectives. Il s'alimente de ce qui est fait sur le « terrain » : un travail d'échange et de réflexion à partir des pratiques devient « source nouvelle » pour le terrain.

Dans le réseau, l'Association Nationale a des fonctions particulières. Elle est un moyen dont se sont dotées les AFOCG pour permettre l'animation des échanges et de la vie de réseau, ainsi que la « veille », l'anticipation sur les enjeux et problématiques de travail des AFOCG.

A cela s'ajoute une fonction d'appui direct aux AFOCG. L'association nationale se donne aussi le rôle d'être l'interlocuteur, au nom du réseau, des organismes et structures nationales.

L'Inter AFOCG intervient donc à différents niveaux :

- formation des animateurs-formateurs
- formation des responsables associatifs (agriculteurs administrateurs d'AFOCG)
- appui aux AFOCG
- relations extérieures (autres réseaux, Ministères, contacts internationaux...)
- coordination de programmes de formation, études et actions expérimentales

Relier

Le réseau RELIER est une association nationale d'éducation populaire, née en 1984. Son but est de créer et d'animer des lieux d'échanges et de mise en réseau des personnes qui, toutes professions confondues, font le choix de s'installer pour vivre en milieu rural.

Mieux vaut mettre en valeur l'intelligence du local qu'encourager des modèles élitistes. Aujourd'hui, il est nécessaire de montrer et soutenir le développement d'autres activités à la campagne. Mais il est aussi urgent, face aux interrogations de notre société de donner un sens à ces pratiques : S'installer à la campagne, monter une entreprise rurale, c'est d'abord et avant tout faire le choix d'un mode de vie. Ce sont autant de choix pour témoigner du refus de certains excès de notre société.

Les activités de RELIER

Elles intègrent et mettent en exergue une des finalités que se donne l'association : créer des espaces d'échanges formels ou informels, des espaces de liberté où la démarche participative du groupe prime sur un résultat productif (publications, revendications...).

1. Des activités d'animation

Organisation des Rencontres « Ruraux et Société » : En collaboration avec des associations locales, les rencontres mettent en avant d'autres modes de pensées et de faire. Autour de thématiques (projets de vie, solutions collectives...), elles constituent des moments d'échanges de pratiques et de démarches alternatives. Relier invite tous les ruraux à s'emparer de ces problématiques et à confronter leurs expériences de vie et de travail.

- Animation de groupes de travail thématiques faisant suite à ces rencontres ou constitués par d'autres initiatives.
- Aide à la constitution d'associations autour de projets associatifs relatifs au développement local rural.
- Constitution d'un centre de ressources sur la création d'activités innovantes en milieu rural (capitalisation d'expériences, documentations ...) : répondre aux sollicitations des porteurs de projets en les orientant vers l'interlocuteur adapté, permettre une mise en relation sur des problématiques (choix de statuts, activités culturelles, autoconstruction, énergies renouvelables...).

2. Des activités de publication

Participation à l'animation et réalisation de la revue Alternatives Rurales du mouvement Peuple et Culture,

- Travaux d'études concernant les dynamiques d'installation en espace rural (à titre d'exemple, contribution à des travaux d'études sur les exploitants ruraux, sur la vente des produits fermiers, sur la viabilité des Très Petites Entreprises, sur le couplage de statuts...)

3. Des activités d'expérimentations

Relatives à certains freins dans l'installation de porteurs de projet en milieu rural, en collaboration avec les autres associations membres de Peuple et Culture.

RELIER c'est : 250 membres adhérents en 2003 et une diffusion de l'information auprès réseau constitué de 3000 adresses.

Les Groupes de travail thématiques de RELIER

Des compétences en matière de statuts

- Réalisation d'un guide pratique sur le choix des statuts afin d'élaborer une activité en milieu rural
- Réalisation d'une étude sur le couplage de statuts entre une association et une entreprise portant un projet social
- Mais aussi recueil d'expériences sur l'utilisation originale et innovante des statuts sociaux, juridiques ou fiscaux (Gfa, Sci, Scop, commodat...)
- Accompagnement d'associations dans des démarches d'auto-emploi

Accès collectif et solidaire au foncier et au bâti

Les Groupements Fonciers Agricoles (GFA) et les Sociétés Civiles Immobilières (SCI) mutuels sont-ils une réponse pertinente à la demande en foncier et bâti des porteurs de projets. Confrontation des expériences les plus anciennes, perspectives d'action et recherche de nouvelles formes (associations foncières, contrats de gestion originaux...)

La culture en milieu rural, comment intégrer ces nouvelles formes d'activités. Les acteurs culturels en milieu rural sont demandeurs d'une mise en réseau sur la diffusion d'informations, la mise en réseau de contacts, pour la transmission de savoirs. Mise en place d'un réseau national d'acteurs culturels, réflexion sur la création d'activités culturelles.

Les formes d'organisations collectives

L'organisation locale de l'emploi salarié (associations intermédiaires, groupements d'employeurs, groupement de salariés : lancement du collectif MauvaiZ'Herbes, les couveuses d'activités, etc.) pour supporter des parcours d'insertion locale (sociale comme économique) et la création d'activités nouvelles.

Et d'autres thèmes de prédilections : l'auto-construction, l'éco-habitat et les énergies renouvelables.

Date : _____

Nom de l'enquêteur : _____

Réseau de provenance de l'enquête : _____

QUESTIONNAIRE CESSION/REPRISE DE TPE TOURISTIQUES
RURALES OU AGRICOLES

ENTREPRISES CEDEES AU COURS DES 3 DERNIERES ANNEES

1 – IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE CEDEE

1-1 Raison sociale de l'entreprise ou de l'activité

Nom et prénom de la personne responsable _____

Adresse _____

Tél. : _____

Fax : _____

E-mail : _____

1.2 La personne qui a cédé l'entreprise était-elle celle qui l'avait créée ?

- oui
 non

1-3 Nom et prénom de la personne enquêtée (si différente)

Adresse _____

Tél. : _____

Fax : _____

E-mail : _____

1-4 Nature de(s) l'activité(s) exercées(s) :

Répondre précisément et complètement

Exemple : production agricole + vente directe + hébergement

Ou camping + location d'ânes + accompagnement de randonnées

Ou activité artisanale + accueil

Etc.

1-5 Date à laquelle cette entreprise avait été créée (ou reprise par l'exploitant(e) qui vient lui (elle)-même de la céder) :

1-6 Statut(s) juridiques(s) de l'entreprise :

Exemple : GAEC ; SARL ; GAEC + GIE pour la vente de la production ou encore SCI + SARL

1-7 Il y a-t-il adhésion à un (ou plusieurs) réseau(x) professionnel(s) ou marque(s) ? (vente directe – label ...)

- oui
 non

Si oui, (les)quels ? _____

1-8 L'activité de l'entreprise est-elle très liée à des prestataires extérieurs ?

Ex : montage et commercialisation de produits touristiques avec d'autres prestataires

- oui
 non

Si oui préciser : _____

1-9 Personnes occupées par l'(les) activité (s).

	Nombre de personnes
Salariés	
Travailleur(se) indépendant(e)/ Chef d'exploitation	
Conjoint(e) collaborateur(trice)	
Aide familial	
Sans statut	
Autre (préciser)	

Estimez globalement le temps de travail annuel que totalisent les personnes qui, actuellement, contribuent à l'activité, par exemple : trois quarts de plein temps ou deux plein temps et demi, etc.

• Après la cession, que sont devenues les personnes qui travaillaient sur l'activité ? _____

1-10 Statuts patrimoniaux des biens liés aux activités professionnelles (cocher)

	En propriété	En location	Mixte (propriété + location)
Foncier			
Locaux d'habitation comprenant des locaux d'accueil du public			
Locaux d'accueil du public exclusivement			
Matériel (préciser la nature)			
Cheptel (préciser la nature)			

2 - LES CARACTERISTIQUES DE LA CESSION

2-1 Date de la cession : _____

2-2 L'exploitant(e)/cédant(e) a-t-il (elle) accompagné le (la) repreneur(euse)

• **avant la cession ?**

- oui
 non

Si oui, précisez s'il s'agissait d'une aide à la connaissance

- des réseaux professionnels
 des institutionnels partenaires de la gestion de l'activité
 des clients de l'entreprise
 autres (préciser) _____

Précisez la durée de cet accompagnement : _____

• **après la cession ?**

- oui
 non

Si oui, précisez s'il s'agissait d'une aide à la connaissance

- des réseaux professionnels
 des institutionnels partenaires de la gestion de l'activité

- des clients de l'entreprise
- autres (préciser) _____

Précisez la durée de cet accompagnement : _____

2-4 Qui était concerné par la cession ? (plusieurs réponses possibles)

- le (la) chef d'entreprise / d'exploitation
- son(sa) conjoint(e)
- autres (préciser) _____

2-5 Type de cession

- cession totale
- cession partielle
- cession progressive

Dans le cas de cession partielle ou progressive, précisez : _____

La cession comprenait-elle une maison d'habitation pour le(a) nouvel(le) exploitant(e) ?

- oui
- non

2-6 Motivation à céder (Plusieurs réponses possibles)

- départ en retraite
- problème de santé
- problèmes économiques
- problèmes familiaux ou personnels
- envie de reconversion professionnelle
- autres (préciser) _____

2-7 Qui ont-été les repreneurs ?

- le(les) salarié(s) de l'entreprise
- un des membres du couple
- un autre membre de la famille
- un/e repreneur/se extérieur/e à la famille
- autres (préciser) _____

2-8 Le cédant est-il resté à proximité de l'activité ?

- oui
- non

Si oui, précisez _____

3 - LA COMMUNICATION SUR LA CESSION

3-1 Pour mettre en vente (ou en gérance), quels sont les moyens de communication utilisés par le ou la cédante ? (Plusieurs réponses possibles)

- Annonces (presse, radio)
- Offres auprès de divers organismes (centres de formation, chambres consulaires...)
- Bouche à oreille
- autres (préciser) _____

3-2 Quel a été selon vous le moyen le plus efficace pour aboutir à la cession ? _____

4 - LES QUESTIONS QUI SE POSAIENT

4-1 Le projet de cession a-t-il déjà été évoqué ?

- au sein de l'entreprise elle-même ?
- oui
- non

Si oui, précisez _____

• au sein d'un réseau professionnel (labels, chambres consulaires) ou associatif, ou territorial...

- oui
- non

Si oui, précisez _____

• avec des élus

- oui
- non

Si oui, précisez _____

• avec des administrations

- oui
- non

Si oui, précisez _____

4-2 Quelles étaient les questions les plus importantes que vous vous posiez au sujet de la cession ?

L'enquêteur analysera le récit obtenu et cochera ci-dessous le registre dans lequel se situent les 3 questions les plus importantes que se posent l'enquêté.

- psychologique
- culturel
- patrimonial
- social
- juridique
- financier
- fiscal
- je ne me pose pas de question
- autres (préciser) _____

4-3 Pour les questions les plus importantes, pensiez-vous avoir besoin d'être aidé(e) ou accompagné(e) ?

- oui
- non

4-4 Avez-vous été en contact avec un(des) organisme(s) spécialisé(s) dans l'accompagnement à la cession/reprise d'activités / d'entreprises ?

- oui
- non

• Si oui lequel ou lesquels ? _____

Que vous ont-ils proposé comme aide à la cession ?

Cela vous a-t-il semblé adapté ?

- oui
- non

Attendez-vous d'autres services ?

- oui
- non

Si oui lesquels ? _____

• Si non, auriez-vous souhaité en connaître et qu'auriez-vous attendu d'eux ? _____

Date : _____

Nom de l'enquêteur : _____

Réseau de provenance de l'enquête : _____

QUESTIONNAIRE CESSION/REPRISE DE TPE TOURISTIQUES
RURALES OU AGRICOLES

ENTREPRISES A CEDER DANS LES 5 ANS A VENIR

1 - IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE A CEDER

1-1 Raison sociale de l'entreprise ou de l'activité

Nom et prénom de la personne responsable _____

Adresse _____

Tél. : _____

Fax : _____

E-mail : _____

1.2 La personne responsable actuellement est-elle celle
qui a créé l'activité à céder ?

- oui
 non

1-3 Nom et prénom de la personne enquêtée (si différente)

Adresse _____

Tél. : _____

Fax : _____

E-mail : _____

1-4 Nature de(s) l'activité(s) exercées(s) :

Répondre précisément et complètement

Exemple : production agricole + vente directe + hébergement

Ou camping + location d'ânes + accompagnement de randonnées

Ou activité artisanale + accueil

Etc.

1-5 Date de création (ou de reprise par l'exploitant(e)
actuel(le)) de cette entreprise :

1-6 Statut(s) juridiques(s) de l'entreprise :

Exemple : GAEC ; SARL ; GAEC + GIE pour la vente de la production
ou encore SCI + SARL

1-7 Il y a-t-il adhésion à un (ou plusieurs) réseau(x) pro-
fessionnel(s) ou marque(s) ? (vente directe - label ...)

- oui
 non

Si oui, (les)quels ? _____

1-8 L'activité de l'entreprise est-elle très liée à des prestataires extérieurs ?

Ex : montage et commercialisation de produits touristiques avec d'autres prestataires

- oui
 non

Si oui préciser : _____

1-9 Personnes occupées par l'(les) activité (s).

	Nombre de personnes
Salariés	
Travailleur(se) indépendant(e)/ Chef d'exploitation	
Conjoint(e) collaborateur(trice)	
Aide familial	
Sans statut	
Autre (préciser)	

Estimez globalement le temps de travail annuel que totalisent les personnes qui, actuellement, contribuent à l'activité, par exemple : trois quarts de plein temps ou deux plein temps et demi, etc.

1-10 Statuts patrimoniaux des biens liés aux activités professionnelles (cocher)

	En propriété	En location	Mixte (propriété + location)
Foncier			
Locaux d'habitation comprenant des locaux d'accueil du public			
Locaux d'accueil du public exclusivement			
Matériel (préciser la nature)			
Cheptel (préciser la nature)			

2 - LES CARACTERISTIQUES DE LA CESSION

2-1 Echéance envisagée de la cession (ou date prévue de la fin d'activité) ? _____

2-2 Motivation à céder (Plusieurs réponses possibles)

- départ en retraite
 problème de santé
 problèmes économiques
 problèmes familiaux ou personnels
 envie de reconversion professionnelle
 autres (préciser) _____

2-3 Qui est concerné par la cession ? (plusieurs réponses possibles)

- le (la) chef d'entreprise / d'exploitation
 son(sa) conjoint(e)
 autres (préciser) _____

2-4 Type de cession

- cession totale
- cession partielle
- cession progressive
- ne sait pas encore

• Dans le cas de cession partielle ou progressive, précisez :

• La cession comprend-elle une maison d'habitation pour le(a) nouvel(le) exploitant(e) ?

- oui
- non

• L'activité pourrait-elle être transmise à un exploitant qui l'exercerait sur un autre territoire ?

Exemple : activité équestre d'enfants accueillis en roulottes

- oui
- non

Si oui préciser : _____

2-5 Les anciens responsables de l'activité resteront-ils à proximité ?

- oui
- non

Si oui préciser : _____

2-6 Des repreneurs éventuels sont-ils identifiés ?

- oui
- non

Si oui, précisez :

- le(les) salarié(s) de l'entreprise
- un des membres du couple
- un autre membre de la famille
- un/e repreneur/se extérieur/e à la famille
- autres (préciser) _____

3 – LA COMMUNICATION SUR LA CESSION

3-1 Pour mettre en vente (ou en gérance), quels sont les moyens de communication utilisés par le ou la cédante ? (Plusieurs réponses possibles)

- Annonces (presse, radio)
- Offres auprès de divers organismes (centres de formation, chambres consulaires...)
- Bouche à oreille
- autres (préciser) _____

4 – LES QUESTIONS QUI SE POSENT

4-1 Le projet de cession a-t-il déjà été évoqué ?

• au sein de l'entreprise elle-même ?

- oui
- non

Si oui, précisez _____

• au sein d'un réseau professionnel (labels, chambres consulaires) ou associatif, ou territorial...

- oui
- non

Si oui, précisez _____

• avec des élus

- oui
- non

Si oui, précisez _____

• avec des administrations

- oui
- non

Si oui, précisez _____

4-2 Quelles sont les questions les plus importantes que vous vous posez au sujet de la cession ?

L'enquêteur analysera le récit obtenu et cochera ci-dessous le registre dans lequel se situent les 3 questions les plus importantes que se posent l'enquêté.

- psychologique
- culturel
- patrimonial
- social
- juridique
- financier
- fiscal
- je ne me pose pas de question
- autres (préciser) _____

4-3 Pour les questions les plus importantes, pensez-vous avoir besoin d'être aidé(e) ou accompagné(e) ?

- oui
- non

4-4 Connaissez-vous des organismes spécialisés dans l'accompagnement à la cession/reprise d'activités / d'entreprises ?

- oui
- non

• Si oui lequel ou lesquels ? _____

Les avez-vous contactés ?

- oui
- non

Si oui que vous proposent-ils comme accompagnement ?

Cela vous semble-t-il adapté ?

- oui
- non

Pourquoi ? _____

• Si non, pensez-vous qu'il en existe ?

- oui
- non

Qu'attendriez-vous d'eux ? _____

4-5 Pensez-vous qu'il existe des freins à la cession de votre entreprise ?

- oui
- non

Si oui, parmi cette liste en identifiez-vous certains qui vous concernent ? (plusieurs réponses possibles)

la forte personnalisation de vos activités

Préciser : _____

La complexité de gestion de l'activité

Préciser : _____

MANUEL DE L'ENQUETEUR/TRICE

**Axe 2 : cession/transmission de TPE
touristiques et agritouristiques
AFRAT**

Document de travail - 10 décembre 2002

OBJECTIFS DE L'ETUDE CONDUITE DANS L'AXE 2 DU PROGRAMME ACOR-TPE.T ET DE L'ENQUETE AUPRES DE TPE TOURISTIQUES RURALES EN PARTICULIER

Objectif général

La cession de TPE rurales touristiques et TPE agricoles avec transformation et vente directe (qui maîtrisent leur outil de production-vente directe, personnellement, de façon collective ou individuelle) constitue l'objet de l'étude conduite dans le cadre du programme EQUAL acor-tpe.t dont le GREP est le chef de file et de l'axe 2 en particulier que pilote l'AFRAT.

Objectifs opérationnels

Cette étude devra permettre de :

- faire un point général sur la situation des cessions, cette problématique n'ayant pas à notre connaissance fait l'objet de véritable état des lieux jusqu'à lors,
- envisager l'utilité et la pertinence d'outils pour gérer cette question,
- formuler des préconisations pédagogiques et/ou réglementaires.

Le champ de l'étude est celui de la France entière, avec une focalisation sur trois régions principales : Rhône-Alpes, Limousin et Pays de la Loire.

Une enquête auprès de cédants de TPE est l'une des méthodes retenues pour atteindre ces objectifs. Elle sera complétée par l'analyse de documents existants sur le sujet, d'entretiens approfondis et études de cas auprès de quelques cédants.

QUELQUES REGLES A SUIVRE POUR ADMINISTRER LES QUESTIONNAIRES

1 - Adéquation public/enquête

Les enquêtes se dérouleront par téléphone, après qu'un **rendez-vous** ait été pris préalablement avec l'enquêté/e. Avant de finaliser ce rendez-vous :

→ l'enquêteur/trice aura vérifié que l'enquêté/e répond bien aux caractéristiques suivantes :

- Cédant/e d'une entreprise dans les 5 ans à venir,
- Ayant cédé une entreprise au cours des 3 dernières années.
- Hommes ou femmes responsables d'une TPE touristique rurale et/ou une TPE agricole avec transformation et vente directe. L'activité touristique et/ou de diversification agricole occupe au moins une personne à mi-temps annualisé (ou lissé sur l'année). Le(s) responsables a(ont) le projet de céder cette entreprise par une transmission familiale et/ou une vente et/ou une location (de leurs terres, de leurs bâtiments, de leur fonds de commerce, de leur matériel, de leur cheptel).

→ l'enquêté aura été informé de

- l'**objet de l'enquête** et du fait que l'organisme demandeur (GREP) s'engage à effectuer un **retour sur les résultats** de cette étude auprès de chaque personne enquêtée,
- de la **confidentialité** des informations recueillies,
- de la durée de l'enquête téléphonique, **soit une heure**.

2 - Durée de chaque enquête

Prévoir une heure pour la passation du questionnaire au téléphone plus 2 heures pour la mise en forme des informations obtenues, **soit trois heures environ pour chaque questionnaire**.

3 - Modalités générales d'entretien

Le questionnaire comporte :

- des questions fermées qui n'appellent pas de développement de la part de l'enquêté/e,
- des questions ouvertes, pour lesquels l'enquêteur/trice invitera l'enquêté/e à donner suffisamment de détails pour obtenir une réponse riche d'informations. Toutefois, il ne s'agit pas d'un entretien non-directif ou d'une interview, l'enquêté/e n'a donc pas libre cours pour énoncer tout ce qu'il souhaite.

L'enquêteur peut reformuler les questions en cas d'incompréhension.

La retranscription de l'entretien téléphonique devra être réalisée pour chaque enquête, par **écrit manuscrit, clair et concis, sur un formulaire d'enquête**.

4 - Lexique

Si l'enquêté/e utilise des sigles, réaliser en fin de questionnaire un lexique, développant les sigles en toutes lettres et mentionnant quelques informations complémentaires permettant de situer l'organisme cité dans son contexte.

5 - Développement possible de l'enquête

Au terme de l'entretien, si l'enquêté/e vous paraît avoir une expérience suffisamment riche, significative, originale ou innovante par rapport à la problématique traitée, merci de bien vouloir mentionner s'il pourrait faire l'objet d'un entretien approfondi sous forme d'interview.

6 - Contact en cas de difficultés

Brigitte ARPIN-PONT, coordinatrice à l'AFRAT de l'axe 2 : cession de TPE touristiques rurales du programme EQUAL acor-tpe.t (AFRAT, Tél. : 04 76 95 35 08).