

**Pierre Muller – Françoise Gerbaux
Alain Faure**

Les entrepreneurs ruraux

**Agriculteurs, artisans, commerçants,
élus locaux**

**Université des sciences sociales de Grenoble
&**

**L'Harmattan
5-7, rue de l'École-Polytechnique
75005 Paris**

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS.....	7
INTRODUCTION	9

Chapitre 1

LE MÉTIER D'EXPLOITANT RURAL.....	13
-----------------------------------	----

LA MODERNISATION DU TRAVAIL PAYSAN : LE PAYSAN INGÉNIEUR.....	16
------------------------------------------------------------------	----

VERS UN NOUVEAU RÉFÉRENTIEL DE MÉTIER ?

LE PAYSAN—MANAGER	21
Manager des systèmes complexes	
Au cœur de l'exploitation rurale : la fonction commerciale	
La compétence managériale	

UN ENJEU MAJEUR POUR LA PROFESSION ET LA POLITIQUE AGRICOLE.....	49
De nouvelles formes d'action collective	
Vers une politique de l'exploitation rurale ?	

Chapitre 2

PRATIQUES PROFESSIONNELLES ET STRATÉGIES D'ENTREPRISE.....	63
---------------------------------------------------------------	----

LA RECONSTRUCTION DES MÉTIERS TRADITIONNELS	65
Une crise réelle	
Nouvelles pratiques professionnelles et pluriactivités	

DEUX ITINÉRAIRES—TYPES	82
La famille et le patrimoine mis au service d'une stratégie entrepreneuriale	
S'installer sans patrimoine	

NOUVELLES STRATÉGIES, NOUVELLES COMPÉTENCES.....	91
Le surf économique	
La compétence commerciale et la compétence relationnelle	
La mise en œuvre de compétences d'organisation	



Chapitre 3

LES MAIRES ENTREPRENEURS.....	103
LA COMMUNE RURALE : INNOVER OU DÉPÉRIR.....	105
Les ambiguïtés du consensus communal	
Les nouveaux équilibres liés à la décentralisation	
Du retour à la terre au maintien en campagne	
Du rural en difficulté au rural innovant	
Des initiatives individuelles aux solidarités locales	
DES « PETITS MAIRES » PAS COMME LES AUTRES	115
Comment devient-on maire entrepreneur ?	
Les entrepreneurs du développement local	
Une nouvelle gestion des patrimoines communaux	
PEUT-ON CONCILIER ESPRIT D'ENTREPRISE ET POLITIQUE ?	147
Les ambiguïtés de la représentation municipale	
Hommes politiques ou entrepreneurs publics...	
Une stratégie minoritaire mais des enjeux considérables	

Chapitre 4

ENTRE TERRITOIRES ET PROFESSIONS.....	157
LA CAMPAGNE SAISIE PAR L'ESPRIT D'ENTREPRISE.....	159
Le renouveau de comportements entrepreneuriaux	
Une nouvelle pratique du patrimoine	
Des comportements stratégiques	
Une nouvelle représentation du monde	
DES STRATÉGIES RÉSILLAIRES	166
Des collectivités territoriales semi-autonomes	
La crise des grands systèmes	
La dialectique des proximités	
LES ENJEUX DE LA CAMPAGNE ENTREPRISE	177
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	185

siema - Paris

de l'Imprimerie SZIKRA
9

57 T 12 282 680

12.282.68