

**CREONS**  
**Dispositif de mise en relation ville/campagne**  
Région : Rhône-Alpes

**Expérience :**

- Contexte et enjeux pour le territoire, la structure :

Le territoire : Les sites de proximité de la Drôme, Loire, Ardèche, construisent et communiquent des offres d'activités par le biais de certains canaux dans le but d'une redynamisation des territoires ruraux, qui repose en partie sur l'apport de compétences exogènes.

Mais constat est fait d'une inadaptation entre les urbains et les opportunités offertes sur ces territoires. Pour les urbains ayant un projet de création / reprise d'activités économiques : méconnaissance des relais d'information ruraux, des modes de mise en relation, des offres d'activité, des modes d'accueil et d'accompagnement.

La structure : Créons, structure d'accompagnement aux porteurs de projet, propose en collaboration avec les sites de proximité un projet de plate-forme urbaine pour l'appui à l'implantation d'activités professionnelles en zone rurale.

- Objectifs :

Porter à la connaissance d'un plus grand nombre de porteurs de projet urbains, le dispositif mis en place entre les sites de proximité et Créons dans le but d'une meilleure adéquation entre les urbains et les opportunités d'implantation sur les espaces ruraux prioritaires de la région Rhône-Alpes en augmentant le nombre d'intégrations réussies.

Permettre un meilleur repérage des candidats urbains grâce à la communication auprès de prescripteurs urbains potentiels.

Information directe auprès des candidats par le biais de plaquettes et du site internet. Prendre conscience de la demande par une action de pré diagnostic et d'analyse des projets. Proposer les offres d'activités communiquées par les sites, si adéquation du projet, après validation par les sites ou par Créons. Mettre en relation les candidats avec les sites et poursuite de l'accompagnement après validation par les sites.

- Publics visés :

Les porteurs de projets urbains souhaitant s'installer en campagne, salariés ou demandeurs d'emploi dont le projet peut correspondre aux offres d'activité ou être indépendant des offres.

**Les partenaires associés à cette expérience**

- Les sites de proximité (Drôme, Loire, Ardèche) identifient, construisent et communiquent les offres d'activité, travail interactif avec Créons de validation des outils de diagnostic et du dispositif de mise en relation, accueil local pour approche du territoire, des pratiques et de la question de l'implantation en campagne, participation aux réunions de travail, communication sur actions spécifiques, animation de réunion d'information, échanges permanents sur les projets sélectionnés.

Les prescripteurs urbains : prescripteurs institutionnels (ANPE), les organismes RH, les consulaires, les organismes de formation, les organismes de bilan de compétences, les plates-formes financières, les structures d'accompagnement à la création d'activités qui communiquent sur le dispositif et mettent en relation le candidat et Créons.

## **Les outils, les financements mis en œuvre, le budget de l'opération :**

- Les outils : Plaquettes de communication, mise en place d'un site Internet Créons, conception de 2 types de questionnaire : un autodiagnostic renseigné par le candidat, un questionnaire guide d'entretien pour les rendez-vous individuels portant sur la problématique de l'implantation en campagne, remise d'un compte-rendu avec plan d'actions, création d'une fiche de liaison. Organisation de réunions auprès des prescripteurs urbains, communiqués de presse régionale et nationale.
- Coût de l'action : 18 750 € (financement FEDER et FNADT pour 40% chacun, auto financement Créons pour 20%).

## **Les problèmes rencontrés et solutions trouvées :**

### Difficultés :

Action nouvelle, donc besoin de communication fréquent et multiple afin d'être identifié et pour faire connaître le dispositif de mise en relation.

Repérage des candidats urbains difficile sur le territoire urbain.

Les prescripteurs ou auprès de qui se faire connaître au mieux et de manière pertinente.

Le choix des canaux de communication afin d'être en capacité de gérer au mieux la demande.

Difficultés d'identification d'un territoire à cibler par les candidats.

Choix de la communication ou comment communiquer au mieux.

### Les solutions envisagées :

Organisation de réunions d'informations auprès des organismes prescripteurs, Plaquettes de communication pour informer les candidats potentiels

Communication sur le site Internet

Organisation d'une réunion d'information publique et communication massive dans la presse locale et nationale.

Communiquer auprès des directions RH des entreprises pour élargir la cible aux salariés.

## **Les éléments pilotes de la démarche (partenariat, démarche ...)**

Dans le sens campagne-ville, les sites de proximité transmettent leurs offres d'activités à Créons qui centralise l'information et la diffuse auprès des candidats après validation de leur projet.

Dans le sens ville-campagne, un diagnostic « créer ou reprendre une entreprise en milieu rural » est effectué par Créons et une mise en relation est faite par créons avec le référent local (site de proximité) et poursuite des échanges jusqu'à la prise en charge du candidat.

## **Les résultats (quantitatifs et qualitatifs)**

Début de l'action fin 2003 avec conception et mise en œuvre de l'action début 2004. Lancement de la communication auprès des organismes prescripteurs courant 1<sup>er</sup> trimestre 2004.

Début de l'accueil de candidats 2<sup>ème</sup> trimestre 2004.

Pré bilan et régulation de l'action 3<sup>ème</sup> trimestre 2004.

Les attentes : Prévision d'une centaine de candidats à fin 2004. Réalisation de 30 diagnostics avec possibilité de 15 dossiers de faisabilité.

Réalisation de 30 diagnostics, une dizaine de mises en relation de candidats avec les sites de proximité.

Analyse qualitative de l'action : perception très positive de l'action auprès des porteurs de projet, identification d'un réel besoin de mise en relation, problème du choix plus opportuniste que fondé sur des acquis professionnels de la part d'un public souvent fragilisé.

L'action d'appui de Créons permet un positionnement plus pertinent des candidats auprès des sites.

Les échanges permanents avec les sites permettent une meilleure connaissance des territoires et une plus grande efficacité auprès des candidats.

**Contacts :**

Françoise MARCOUX - Chargée de Mission -  
CREONS Tel : 04 72 10 68 31 - Email :  
[f.marcoux@wanadoo.fr](mailto:f.marcoux@wanadoo.fr)