

Dynamique
entrepreneuriale



CRÉER SA BOITE

LES ÉTAPES POUR RÉUSSIR

www.dynamique-mag.com

VOUS AVEZ
TOUJOURS RÊVÉ
DE CRÉER
VOTRE ENTREPRISE
MAIS VOUS NE
SAVEZ PAS PAR OÙ
COMMENCER ?

ÉTAPE 1

Le créateur

Se lancer ou non ?

Tout le monde a entendu « la France a des idées mais pas de pétrole ». Oui mais depuis quelques années, les créateurs montrent qu'ils ont non seulement des idées mais qu'ils sont en train de créer de l'emploi, de l'optimisme et bref d'être ceux qui ont la volonté de relever la France du tourment du chômage.

De la capacité à se lancer des défis jaillit la sagesse. Choisir de naviguer en terre inconnue et accepter dès le départ de rencontrer des obstacles de toutes sortes et de les surmonter est une aventure avec bien des péripéties. Vous ne pouvez pas redécouvrir l'Amérique, c'est déjà fait. Les terres inconnues en fait sont celles de votre capacité à naviguer dans les eaux tumultueuses de la création d'entreprise.

Créer une entreprise va vous obliger à sortir des sentiers battus et à vous remettre en question. Qui suis-je vraiment ? S'il est facile de donner des conseils aux autres et de dire à ta place je ferais, il est beaucoup plus difficile de se remettre en question et la création d'entreprise oblige tout entrepreneur à se débarrasser de ses idées reçues. Vous aviez certaines convictions qui vont se révéler justes mais de nombreuses vont vous montrer vos limites et vous apprendre à mieux analyser toute situation.

Vous allez utiliser tout votre potentiel. Vous allez devenir maître dans des domaines que vous détestiez et finir par être un ou une pro de la comptabilité, de la communication, du commercial... Eh oui vous êtes le chef d'un orchestre aux talents multiples ! L'adversité fait ressortir le potentiel dont chaque entrepreneur a besoin pour faire de son entreprise une success story : la persévérance, la volonté, la créativité... Vous allez défier les conformistes. Un proverbe japonais dit que « *Le clou qui dépasse appelle le marteau.* » Eh bien oui vous allez défier la normalité, celle qui veut vous faire entrer dans le rang.

Vous rencontrerez ceux qui vous diront que votre idée est excellente et vous lirez dans leurs yeux qu'ils pensent que vous êtes fou, ceux qui ne comprendront pas qu'avec vos diplômes vous ne cherchiez pas le confort, ceux qui pensent que vous n'avez pas été capable de finir vos études et que vous prétendez vous lancer dans l'aventure et vous aurez même droit à l'histoire de la grenouille qui veut se faire plus grosse qu'un bœuf et aussi à la crise, qui vous demande d'observer la plus grande prudence ... Certes vous rencontrerez des soutiens mais vous allez vaincre tous ceux qui voulaient transformer votre vie en métro, boulot, dodo !!!

Vous allez être celui qui va donner du travail aux autres, qui va apporter le bonheur aux autres. Incroyable ! Quand vous aurez votre premier salarié, vous verrez poindre le fruit de vos efforts. Les stagiaires qui viendront rejoindre votre entreprise auront le sentiment d'une grande utilité. Leur stage ne sera pas d'être préposé à la photocopieuse mais de devenir un collaborateur. Quand ils quitteront votre entreprise, ils n'auront qu'une envie, celle de créer leur entreprise.

Vous allez choisir vos équipes ou presque car comme vous n'avez pas beaucoup d'argent pour attirer les salariés, il vous faudra

les convaincre que vous avez l'idée de génie, et là vous allez développer vos capacités commerciales et charismatiques. Finalement vous apprendrez à composer, à devenir humain et à communiquer votre passion. Cependant, beaucoup de personnes compétentes se retrouvent sans emploi. C'est le moment de faire travailler en freelance des professionnels qui vous apporteront leurs savoir-faire et leur professionnalisme !

Vous allez susciter l'admiration eh oui, les entrepreneurs ont la cote en ce moment dans un pays où les actualités ne parlent que de chômage, de harcèlement. Ils sont perçus comme des courageux qui dans la tempête cherchent la sortie du tunnel. Les aventuriers du XXI^e siècle. Quelle chance vous avez, vous allez devenir un modèle !

Vous allez rencontrer de nombreuses personnes aux profils les plus divers dont vous n'auriez jamais croisé le chemin et vous allez développer vos capacités d'adaptation. Vous allez partager en coworking votre bureau et rencontrer des entrepreneurs qui deviendront vos amis et alliés dans ce voyage.

Comme votre trésorerie ne vous permet pas d'avoir un bureau flambant neuf, vous allez protéger la terre en recyclant les bureaux, les chaises que vous trouverez sur les sites. Vous pourrez l'afficher comme une marque de noblesse.

Vous allez donner du sens à votre vie, vous allez acquérir la liberté certes avec des contraintes mais la liberté qui fait que lorsque vous vous lèverez le matin, vous aurez l'impression que le monde vous appartient. Vous allez pouvoir donner du sens et de la valeur à votre travail et donc à votre vie.

Vous allez faire partie de la communauté des entrepreneurs, un réseau imparable.

Vous allez l'écrire car chaque créateur est unique et parce qu'il est unique, la création de son entreprise ne peut être qu'une réussite.

Les qualités de l'entrepreneur

Être entrepreneur est un challenge quotidien. Quelques conseils pour devenir ou rester un entrepreneur « parfait ».

N'abandonnez jamais. Lorsque nous nous lançons dans l'entrepreneuriat, nous ne sommes pas toujours conscients de l'enjeu. Votre force de résistance sera mise à l'épreuve : gardez la tête haute !

Ayez confiance en vous et en votre projet. Si vous-même n'y croyez pas, vous ne convaincrez personne. Soyez sûr de vous !

Écoutez les conseils que l'on vous transmet. Cela ne veut pas dire les appliquer mais au moins bien les entendre et les comprendre.

Prenez des risques. Si l'on aime pas l'aventure et ses risques, autant changer de voie tout de suite.

Prenez du recul. Vous êtes investi à 100% dans votre projet, c'est très bien. Mais prenez aussi le temps de vous éloigner un peu et d'essayer d'avoir une autre vision. C'est un exercice difficile mais bénéfique !

Aimez travailler en équipe. On pense souvent qu'être entrepreneur, c'est la liberté de travailler seul. Faux ! Il faut aimer le travail en équipe puisque vous êtes le chef d'orchestre. Vous devez créer des liens forts avec votre équipe pour que l'entreprise fonctionne.

Sachez déléguer. Au lancement, on a tendance et surtout on est obligé, de tout faire soi-même. Mais par la suite, il faudra apprendre à déléguer. Vous ne pouvez pas tout bien faire tout seul. Ayez confiance en votre équipe.

Continuez de vous former. Être entrepreneur n'est pas une fin en soi. Le monde autour de vous continue d'évoluer. Vous devez rester le meilleur et pour ça il faut continuer à vous améliorer.

Ne vous négligez pas. Un bon chef d'entreprise est aussi un(e) homme/femme bien dans sa tête et dans son corps. Ne l'oubliez pas et organisez-vous des séances cocooning. Vous n'en reviendrez que meilleur !

Restez humble dans la réussite. Réussir ? Atteindre ses objectifs ? C'est l'apogée de tout entrepreneur, mais sachez faire preuve de modestie. Vous êtes heureux, exprimez-vous, c'est normal. Mais attention à ne pas en faire trop, cela pourrait vous porter préjudice.

Se faire accompagner

Projeter de créer une nouvelle entreprise est une lourde tâche nécessitant un grand investissement personnel. En réalité, cela implique de procéder étape par étape et notamment de prévoir le choix de l'activité à exercer.

Vous devez vous poser la question préalable suivante : l'étude du marché, les prévisions budgétaires, la recherche de financements, le choix d'un statut juridique m'assurent-ils la confiance nécessaire pour porter mon projet ?

Pour la création d'une entreprise, plusieurs tâches sont de ce fait à accomplir, sans oublier les différentes formalités à respecter, suivant l'activité que vous exercez et la structure juridique que vous choisissez pour votre nouvelle entreprise. Quelles sont donc ces différentes démarches à suivre avant de pouvoir détenir une entreprise en règle ? Et à qui faut-il s'adresser pour mener ce projet à bien ?

Les démarches de la création d'entreprise comprennent essentiellement la déclaration de votre activité ainsi que la demande d'immatriculation. Celles-ci sont à effectuer au répertoire SIRENE auprès de l'Insee, au répertoire des métiers à la chambre de métiers et de l'artisanat, dans le cas où vous travaillez dans le secteur artisanal. Si vous êtes un entrepreneur individuel et que vous exercez une activité à vocation commerciale, ces formalités s'accompliront auprès du registre de commerce et des sociétés ou RCS, au greffe du tribunal de commerce. Pour la réalisation de toutes ces procédures, votre seul interlocuteur sera le CFE ou le centre de formalité des entreprises. Cette institution se charge du contrôle des documents que vous émettez et de leur expédition aux récepteurs des démarches à réaliser, à savoir l'Insee, les établissements sociaux ainsi que votre centre des impôts. En effectuant toutes ces procédures, vous obtiendrez par la suite un numéro d'identification remis par l'Insee. Il s'agit du SIREN, que vous aurez à employer au fil de vos échanges avec les administrations et les institutions publiques. Vous recevrez également un numéro Siret pour tous vos établissements. Vous obtiendrez en outre un code d'activité APE délivré par l'Insee et une lettre provenant de l'administration fiscale qui résume toutes les données fiscales de votre entreprise.

Il existe différents CFE. Vous vous adresserez à celui dont les compétences correspondront le mieux à votre domaine d'activité. Ainsi, vous solliciterez les services de la Chambre de commerce et de l'industrie si vous envisagez de devenir un entrepreneur individuel exerçant une activité à vocation commerciale. Si par ailleurs vous exercez une activité artisanale en tant qu'entrepreneur individuel ou que vous avez une société ayant une activité artisanale, vous aurez à vous adresser à la chambre des métiers et de l'artisanat. Pour les sociétés exerçant une activité libérale, pour les agents commerciaux ou encore pour les GIE ou Groupements d'intérêt économique, le CFE à contacter est le Greffe du tribunal de commerce. Si d'autre part vous optez pour l'entrepreneuriat individuel ou une société exerçant principalement une activité agricole, vous aurez à faire appel à la chambre d'Agriculture. Pour les membres d'une profession à vocation libérale faisant partie d'un ordre et exerçant à titre individuel, l'URSSAF est le CFE à solliciter.

ÉTAPE 2

L'idée

Trouver l'idée

Tout d'abord, il faut être obsédé par la création d'une entreprise, ne plus penser qu'à ça ! Le regard que l'on pose alors sur les choses, les gens, les situations et les contextes, change radicalement : il devient spontanément curieux, scrutateur, analytique, déductif.

Il faut commencer par **l'observation de la vie quotidienne**, tant dans ce que l'on vit que dans ce que l'on subit ou qui nous frustre. Une bonne habitude est de s'accorder, le soir, une pause afin d'analyser mentalement le film de sa journée. Un autre exercice peut s'avérer profitable : prendre un lieu de vie spécifique et le passer au crible afin de voir ce qui pourrait y être changé, amélioré.

L'observation de la vie professionnelle doit se manifester par une attention permanente touchant aux problèmes, dysfonctionnements et besoins latents dépassant l'environnement immédiat de son poste de travail. En effet, les situations mal vécues par d'autres partenaires de l'entreprise peuvent être sources d'inspiration.

L'observation générale concerne tout ce qui ne dépend pas des deux premiers champs d'étude évoqués. Ce domaine est très vaste (ex. : phénomènes de société ; nouvelles réglementations ; projets d'urbanisme ; nouveautés technologiques, etc.) Il y a là de quoi exercer sa curiosité intellectuelle, son ouverture d'esprit et son esprit critique pour tirer des enseignements propices à formuler une idée nouvelle, exploitable commercialement. L'observation générale implique la mise en place d'une veille organisée, facilitée grâce à Internet. Nombre de cyber lettres gratuites ou de sites dédiés à la création d'entreprises permettent d'être vigilant sur des domaines définis.

Trouver une idée intéressante d'entreprise nouvelle nécessite d'être **« remetteur en cause » et fureteur !**

Vous pouvez **rechercher à vous associer à une idée ou un projet**. Un porteur de projet est peut-être actuellement en recherche de compétences ou moyens complémentaires aux siens.

Acheter un brevet ou une licence d'exploitation.

Rejoindre un réseau de franchise ou de commerce organisé.

Valider l'idée

Vous avez trouvé votre idée de création d'entreprise ou une idée pour développer votre activité. Oui mais voilà, vous ne savez pas si elle va marcher ou non.

Même si rien ne vaudra l'expérience du terrain et que vous pourrez (devrez) améliorer votre produit/service afin qu'il soit de plus en plus adapté à vos futurs clients, il existe des techniques pour vérifier que vous n'êtes pas complètement à côté de la plaque.

Avant de présenter ces différentes techniques, il peut être utile de rappeler que de nombreuses entreprises ont dû faire évoluer leur business model avant de parvenir à trouver LA bonne idée. **Critéo** représente un excellent exemple : la société à ses débuts recommande des DVD et VOD en marque blanche. En 2008, elle effectue un « pivot » et se base plus largement sur le « retargetting publicitaire » (publicités personnalisées). Autre exemple ? **Restopolitan** qui passe d'une plateforme de gestion des réservations pour la restauration à un abonnement. Vous l'aurez compris : c'est la compétence que vous donnera votre idée/projet qui vous permettra d'effectuer ce pivot.

L'adaptation à votre futur marché ne vous dispense pas d'effectuer une étude de marché. Elle vous permettra d'évaluer le potentiel et d'effectuer si nécessaire un changement de direction. Cette analyse doit s'avérer le plus juste possible et vous devrez rester objectif afin qu'elle ne soit pas biaisée par votre volonté de prouver que vous avez raison. Plusieurs étapes sont nécessaires au bon déroulement de votre étude.

Les questionnaires doivent être préparés pour vous permettre de recueillir un maximum d'informations sans les influencer, votre échantillon doit être représentatif de votre future clientèle et votre méthode d'administration doit varier en fonction du temps, de votre budget et de vos compétences.

Les sondages sur internet sont devenus très à la mode du fait de leur facilité d'administration. Ils ont été des substituts à d'anciennes techniques telles que le fax ou encore le courrier qui souffraient d'un manque de participation. Leur principal avantage demeure dans le dépouillement et le traitement des réponses aux questionnaires qui peuvent être automatisés. Deux techniques peuvent être utilisées pour administrer ce type de questionnaire. D'abord, l'entrepreneur peut s'en charger lui-même par l'intermédiaire de solutions gratuites. Si la première solution a pour avantage d'être totalement gratuite, elle ne vous permet que rarement de sélectionner la cible désirée à moins d'y passer un temps relativement long (notamment si vous ne vous adressez pas au grand public). Faire appel à des professionnels vous permet de gagner du temps dans la mesure où ils disposent d'un panel de répondants qualifiés. N'hésitez pas à soumettre à un petit échantillon de personnes votre questionnaire afin de confirmer la validité de celui-ci avant de le soumettre à un public plus large. Vous pourrez vérifier la bonne compréhension des questions et qu'elles sont en nombre suffisant.

L'enquête terrain reste le grand classique. Elle est la méthode la

plus utilisée par les entrepreneurs qui souhaitent créer un commerce de proximité. Elle a l'énorme avantage de s'adresser directement et de manière hyper qualifiée à votre future clientèle. Vous pourrez ainsi avoir l'étude la plus fiable possible de votre clientèle. Elle vous permet également d'obtenir un ressenti « physique » des réponses ainsi que des idées de produits qui ne ressortent pas forcément dans une étude par internet. En dehors de l'analyse des réponses, elle sensibilise vos futurs clients à votre arrivée et permet de créer un premier contact. Certains entrepreneurs n'hésitent pas à en faire usage afin de prévenir leur prospect sans pour autant vouloir des réponses. Cette technique vous permet de passer plus de temps avec eux et d'obtenir des contacts. La difficulté principale réside dans la difficulté d'administration si vous n'êtes pas à l'aise dans l'exercice ou dans le fait d'aborder les passants.

Le sondage téléphonique peut être réalisé soit par l'entrepreneur lui-même, soit par un institut. Il a l'avantage d'être facilement administrable sur un territoire beaucoup plus large notamment si votre produit est national. Il reste moins coûteux que l'entretien sur le terrain. Pour qu'il soit le plus exploitable possible, vous devrez veiller à ce que votre échantillon soit le plus représentatif possible et bien réparti géographiquement. Le principal inconvénient de cette technique se trouve dans le fait d'obtenir une réponse à vos appels, les personnes interrogées n'apprécient que rarement être appelées sur leur téléphone personnel ou d'entreprise. Pour éviter d'y passer trop de temps, privilégiez les questions menant à une réponse fermée telle que « pas du tout » « un peu » « moyennement » « tout à fait ». N'hésitez pas également à être le plus positif possible au téléphone, votre sourire s'entend.

Une fois votre produit élaboré, quoi de mieux que de le tester directement auprès de votre consommateur ? Afin de déterminer si votre produit plaît ou non, rien ne vous empêche de tester directement votre produit lors de réunions ou en le présentant directement à votre futur client. Pour éviter de vous discréditer auprès de ce dernier, privilégiez les petits clients pour commencer. Dans le cas du test consommateur, votre objectif doit être de recueillir les impressions et de fixer en fonction de son avis les améliorations nécessaires de votre produit. Dans le cas de la réunion, n'hésitez pas à les faire échanger sur un service, un thème... et sur les problèmes qu'ils rencontrent. Vous pourrez ensuite présenter votre produit et ses solutions afin de savoir s'il sera facilement adopté par cette clientèle ou non.

Protégez votre idée

Les créateurs d'entreprise ont beaucoup de concepts en tête. Et ils ont souvent peur qu'on leur vole leur idée. Certains d'entre eux en deviennent même paranoïaques.

Ce sont souvent les entrepreneurs qui demandent des financements qui sont les plus touchés par cette phobie. En effet, se devant d'exposer leurs idées pour persuader leurs interlocuteurs, ils ont plus de chance de se faire voler leurs idées. S'il n'y a pas de dispositif juridique spécifique pour protéger les idées, il existe tout de même des solutions. Voici les différentes possibilités de protection d'idées existantes.

Le brevet d'invention permettant d'acquérir un droit d'exploitation sur une zone spécifiée et pour une durée déterminée, le titre de propriété industrielle stipule par écrit que vous êtes propriétaire d'une invention. En France, une idée peut être protégée pendant 20 ans par un brevet d'invention. Cependant, toutes les idées ne bénéficient pas de cette protection. Jusqu'à présent, les logiciels informatiques, les appuis pédagogiques, les affichages d'informations ne bénéficient pas encore de ce type de brevet. Il existe également trois critères à respecter pour obtenir un brevet d'invention. Cette dernière doit être nouvelle, sa conception doit être inventive et susceptible de s'appliquer à l'industrie, y compris l'agriculture.

Mettre **des dessins ou des modèles** dans une invention semble anodin, pourtant c'est une bonne astuce pour protéger vos idées. Seules les inventions neuves et authentiques bénéficient d'une protection par les dessins et modèles. Tout en protégeant l'allure générale de votre création, les dessins ou les modèles les protègent également du vol. Toutefois, votre œuvre doit être bien percevable, précise et exécutable pour pouvoir être protégé. Il est à noter que la protection dure cinq ans, mais vous pouvez renouveler cette protection quatre fois pour la même durée.

Actuellement, la plupart des produits, des sociétés et des projets ont leur propre marque. Si les **marques de fabrique** défendent l'image d'un produit ou d'un service, elles peuvent également être utilisées pour protéger votre invention. Pouvant se manifester sous diverses apparences comme des chiffres, des dessins, des couleurs combinées ou bien des textes, les marques de fabrique peuvent distinguer vos produits des autres. À la différence des dessins et modèles et des brevets d'invention, le dépôt d'une marque de fabrique sur votre invention le protège pour une durée indéterminée. Mais en ce qui concerne le monopole du territoire, il est limité.

Si ces procédés peuvent vous aider à protéger votre idée, il faut être vigilant avant de bénéficier de l'un de ces systèmes de protection. Évaluez son potentiel, vous aurez plus de chances de la mettre à l'abri. Chaque idée a ses propres caractéristiques. Pour distinguer la vôtre de celles des autres, vous devez mesurer la capacité d'innovation de votre idée. Une idée a sa propre valeur commerciale. À vous d'évaluer la vôtre en déterminant son utilité et sa force économique. Il est important de bien choisir les personnes qui vont vous entourer.

ÉTAPE 3

Le business plan

L'étude de marché

On peut réussir sa création d'entreprise sans étude de marché. Cependant, elle permet de réduire les risques d'échec.

Il ne faut donc pas penser que l'étude de marché sert simplement à faire une demande d'aide, à trouver un partenaire mais qu'elle deviendra une réelle aide pour vos futures décisions stratégiques. Avant de la débiter, n'oubliez pas qu'elle constitue un investissement certain pour l'avenir et qu'elle peut être réalisée par l'entrepreneur sans perdre ni son temps ni son argent. Il faut garder en tête que le plus important, c'est le client. Le client doit être au centre des préoccupations. Ainsi, il ne s'agit pas véritablement de répondre à la question : « est-ce que je fais mieux que mon concurrent ? » mais plutôt « est-ce que mon produit a un avantage pour mon client ? ».

Le marché est l'environnement dans lequel l'entreprise s'inscrit. Il comprend donc les clients, la concurrence, les fournisseurs... De manière globale, il s'agit de l'endroit dans lequel l'offre et la demande se rencontrent. Chaque marché est spécifique et possède des caractéristiques propres. Ainsi, le marché peut par exemple varier en taille et être national, régional ou local.

Rester proche du terrain et des clients. Pour réellement connaître son marché parfaitement, il est indispensable de se confronter au terrain. Il s'agit d'abord pour l'entrepreneur de rencontrer ses futurs clients pour mieux comprendre leurs attentes, ceci pouvant être réalisé par un questionnaire sur leurs habitudes d'achats mais aussi de mieux connaître leurs besoins « cachés ». Il peut également s'agir pour l'entrepreneur d'aller visiter les concurrents afin de connaître leurs prix, leurs positionnements, leurs méthodes de vente mais aussi leurs fournisseurs.

(Sur)veillez vos concurrents. Quand il s'agit de pénétrer un marché ou même de perdurer sur un marché, il est utile de connaître les concurrents directs ou indirects... La bonne compréhension de la concurrence aidera à prendre les bonnes décisions stratégiques.

Relativiser toute information. Il sera nécessaire de trier et relativiser l'information. Par exemple, une information réelle à l'échelle nationale peut s'avérer inexacte à l'échelle locale. Quand on a une idée d'entreprise, la tendance est souvent de rechercher des informations qui confirment ce que l'on pense et de ne pas les traiter objectivement. Ainsi, le porteur de projet ignore parfois des informations qui pourraient être capitales à sa réussite. S'entourer d'avis experts peut alors être déterminant à la bonne prise de décision. Varier les sources permet de confirmer la validité d'une information. La bonne analyse des informations sera la plus grande difficulté de l'étude de marché

Limiter son étude à ses seuls clients potentiels. Il est nécessaire de prendre en compte les marchés connexes au votre qui pourraient devenir des concurrents. Plus largement, il faudra prendre en compte l'environnement tant en termes de législation que d'évolution.

Plusieurs questions doivent avoir trouvé des réponses qui permettront de vous faire une idée plus précise de ce que vous apportez à

vos clients et de comment vous allez vous démarquer de vos concurrents :

- *A quel besoin je réponds pour mon client ?*
- *Qui est mon client ?*
- *Quelle est la taille de mon marché ?*
- *Qui sont mes concurrents ?*
- *Est-ce que ma concurrence répond déjà totalement à ce besoin ?*
- *Est-ce que j'ai un avantage concurrentiel REEL par rapport à mes concurrents ?*
- *Est-ce que le marché est saturé ou peut-il accueillir un nouvel entrant ?*
- *L'évolution du marché me permet-elle d'envisager mon projet à long terme ?*

Plusieurs techniques permettent **d'évaluer le chiffre d'affaires**. Ces méthodes sont connues. Il s'agit notamment de la méthode des « référentiels », des « intentions d'achat », des « objectifs et des parts de marché » ou encore du test... La moyenne de deux méthodes permet souvent d'avoir une meilleure approximation et de réduire les risques d'erreurs en surestimation comme en sous-estimation. Le chiffre d'affaires prévisionnel vous permettra de savoir les besoins en financement de votre entreprise et de répondre à la question : le projet va-t-il générer suffisamment d'argent pour me permettre de vivre et de développer mon entreprise ?

L'objectif de l'étude de marché n'est pas que de connaître au moment de sa réalisation, les données qui vous permettront de prendre les bonnes décisions stratégiques. Il sera nécessaire de les actualiser afin de continuer à maîtriser le futur environnement. Même si cela donne l'impression d'une perte de temps, l'actualiser permettra de développer une meilleure sensibilité au marché et de pouvoir **anticiper un changement**.

La stratégie

L'étude de marché prend toute sa signification lors de l'élaboration de la stratégie. Celle-ci fait apparaître rapidement le bien fondé ou non d'une stratégie. Le choix de la stratégie intervient donc après avoir réalisé son étude de marché mais également fixé le chiffre d'affaires prévisionnel.

Pouvez-vous résumer votre stratégie en quelques phrases ? Quels sont vos priorités d'allocation de ressources (financières, humaines, matérielles) ? Sans stratégie clairement définie, vous risquez de piloter votre entreprise à vue, selon les opportunités, au péril de sa rentabilité. Construire une stratégie, c'est réaliser des compromis entre ce que vous devrez abandonner et ce sur quoi vous ne devrez jamais transiger. Cet arbitrage entre l'accessoire et le stratégique nécessite un temps de réflexion dont un entrepreneur, par nature, ne dispose pas toujours. Comment mener concrètement ce processus complexe ?

Votre stratégie doit avoir pour objectif de dégager durablement un profit, qui vous permettra de financer la croissance, de lancer des offres nouvelles et de rémunérer vos parties prenantes (collaborateurs, actionnaires, banquiers...). Or, la génération de profit pérenne impose que vos clients valorisent votre offre au-delà de ce qu'elle vous coûte.

Il ne suffit pas de définir un bon système de création de valeur car si celui-ci peut être aisément imité, d'autres entreprises finiront par vous copier. Or, si vous avez la même stratégie que vos concurrents, vous n'avez pas de stratégie. Vous basculerez alors dans la guerre des prix, au péril de vos marges. Il est donc indispensable que votre modèle économique soit protégé de l'imitation : il faut que votre entreprise détienne un avantage concurrentiel. Pour cela, vous devrez ériger des barrières à l'entrée, fidéliser vos clients ou encore déterminer des ressources uniques. Dans tous les cas, votre stratégie peut consister soit à faire quelque chose de différent de ce que font vos concurrents, soit à faire différemment la même chose qu'eux.

Une fois que vous avez défini un système de création de valeur difficilement imitable, il vous reste à le déployer sur un périmètre d'activité pertinent. Quels marchés viser ? Quels segments de clientèle ? En B to B ou en B to C ? Sur quelles zones géographiques ? Que faut-il faire soi-même ? Que peut-on confier à des prestataires ? Afin d'éviter le risque de dérive opportuniste dans lequel tombent beaucoup d'entreprises, partez du principe que la stratégie consiste à définir ce que l'on ne fera pas : en tant qu'entrepreneur, vous devez décider ce qui sera exclu de votre périmètre d'activité, afin de vous concentrer sur ce qui doit véritablement focaliser votre attention, vos ressources et votre énergie.

En fait, si vous êtes capable de répondre à ces trois questions (Quel est mon modèle économique ? Quel est mon avantage concurrentiel ? Quel est mon périmètre d'activité ?), vous avez déjà résolu l'essentiel des problèmes que se posent les stratèges, qu'ils soient entrepreneurs, dirigeants de grands groupes ou consultants.

Vous pouvez mobiliser toute une panoplie d'outils et de concepts que vous trouverez dans les meilleurs manuels de stratégie. Ces grilles d'analyse, ces schémas et ces matrices vous serviront également à expliciter vos ambitions d'une manière directement compréhensible par vos investisseurs. Pour élaborer votre modèle économique, construisez ainsi votre chaîne de valeur, hiérarchisez les forces de la concurrence à l'oeuvre dans votre industrie et déduisez-en des facteurs clés de succès. Définissez votre avantage concurrentiel en choisissant votre stratégie générique, en dessinant un canevas stratégique et en identifiant vos ressources et compétences. Enfin, délimitez votre périmètre d'activité à l'issue d'une démarche de segmentation, au travers de l'identification de groupes stratégiques et grâce à une analyse de la valeur le long de votre filière.

Les prévisions financières

Une fois l'étude de marché et la stratégie terminées, il faut se lancer dans les prévisions financières.

Il s'agit de traduire en termes financiers, les éléments que vous avez réunis au cours des étapes précédentes. Cette étape est essentielle car elle permet de vérifier la viabilité d'un projet et d'être crédible en discutant face à son banquier ou ses futurs investisseurs. La tendance pendant la réalisation des prévisions financières est d'être trop optimiste. Il faudra se fier aux hypothèses obtenues pendant l'étude de marché et notamment du terrain. Les prévisions financières sont en général établies sur 3 ans mais peuvent se faire jusqu'à 5 ans pour les projets plus lourds et notamment innovants.

Avant de commencer, il faut comprendre que les prévisions financières découlent des choix que vous avez faits (et que vous serez peut-être amené(e) à modifier). Les choix que vous avez faits concernant la nature de vos produits ou prestations, le prix, leur distribution ou encore au niveau de la communication, vont directement influencer sur les moyens techniques et humains dont vous allez avoir besoin. Les prévisions financières permettent de construire un projet cohérent et viable et éventuellement de réadapter la stratégie voire le projet en fonction des réponses qu'elles vous apporteront. Il s'agira aussi de voir en fonction des méthodes de financement s'il est possible de réunir les moyens identifiés.

Les moyens (humains, matériels, financiers) nécessaires (les charges) vont-ils être couverts par les recettes de l'entreprise ? Les encaissements (argent qui rentre) chaque mois permettront-ils que les décaissements (argent qui sort) ne mettent pas les comptes bancaires dans le rouge ? Le montant minimal des ventes pour que le produit soit rentable doit être évalué (calcul du seuil de rentabilité).

Le premier travail est de faire la liste des moyens qui seront nécessaires à la réalisation du projet. La difficulté réside dans le fait qu'il ne faut rien oublier pour ne pas sous-estimer les dépenses et les frais occasionnés. Pour commencer, vous pourrez décomposer chaque fonction de l'entreprise :

- Direction : Gestion administrative, Stratégie, Ressources humaines, Comptabilité, Gestion de trésorerie, Relations banque, Organisation, Secrétariat, Informatique, Nettoyage...
- Ventes : Prévisions, Prospection, Suivi clients, Service après-vente,...
- Achats : Stockage, Négociations, Suivi fournisseurs, Suivi sous-traitants, ...
- Production : R&D, Production, Contrôle qualité, Maintenance, Stockage, Expéditions ...
- Marketing / Communication : Veille, Gestion produits, Publicité, Promotion, Merchandising, Relations publiques

Ensuite, il s'agit de se demander pour chaque tâche : qui la réalise, avec quels moyens (financiers, techniques et humains) et sur combien de temps. Ce travail, certes fastidieux, permettra de ne pas oublier des centres de coûts, de chiffrer les besoins et de mettre en avant les moyens nécessaires pour la réalisation d'une tâche.

Une fois la liste des moyens établie, une méthode simple permet de

répartir chaque entrée ou sortie soit dans le plan de financement soit dans le compte de résultat. Il s'agit dans un premier temps de lister toutes les sorties et les entrées et de les répartir soit dans l'une soit dans l'autre.

Exemples de sorties : achat ordinateur, frais d'électricité et de téléphone, loyer, achat de fournitures, frais d'aménagement, achat de matières premières, salaires, charges sociales, assurances, achat de véhicule, caution, dépôt de marque, frais de constitution...

Exemples d'entrées : Apport personnel, Apports familiaux ou autres, Ventes, Prêt personnel, Subvention, Crédit bancaire, Investisseurs...

Séparer chaque entrée et sortie entre plan de financement et compte de résultat. Une fois cette séparation faite, il faudra les séparer entre ce qui est permanent (besoins et ressources permanents ou de longue durée), ce sont ceux qui sont reliés à la structure de l'entreprise ; et ce qui relève de l'activité (besoins et ressources liés à l'exploitation), ce sont ceux qui sont reliés au fonctionnement du quotidien. Ce qui est permanent ira dans le plan de financement (on parle de « hors exploitation ») et ce qui relève de l'activité ira dans le compte de résultat (on parle d'exploitation). Attention, c'est cette séparation qui rend difficile l'exercice.

On obtient ainsi une séparation entre : **le plan de financement**

Ressources (entrées) permanentes telles que l'apport personnel, les apports familiaux, le prêt personnel, la subvention, le crédit bancaire...
Besoins (sorties) permanents tels que l'achat ordinateur, les frais d'aménagement du local, la caution, les frais de constitution, l'achat de véhicule, le dépôt de marque...

Et d'autre part : **le compte de résultat**

Ressources (entrées) liées à l'exploitation : les ventes...
Charges (sorties) d'exploitations telles que les frais EDF, le téléphone, le loyer, l'achat de fournitures, de matières premières, les salaires, charges sociales, assurances...

Le plan de trésorerie reprend l'ensemble des entrées et sorties. Il les répartit sur chaque mois (janvier – février – mars...).

ÉTAPE 4

Le statut juridique

Le choix du statut

Pour choisir sa structure juridique, il faut être capable de répondre à plusieurs questions :

- Est-ce que mon activité exige une structure juridique ?
- Entreprise individuelle ou société ? Quel est le degré de formalisme que je souhaite ?
- Est-ce que je souhaite m'associer ?
- Est-ce que j'ai un patrimoine à protéger ?
- Quels seront mes besoins financiers ? Aurai-je besoin d'investisseurs ?
- Quel est la crédibilité que ce type de structure m'apporte ?
- Quel est le régime social de l'entrepreneur ?
- Quel est le régime fiscal de l'entrepreneur et de l'entreprise ?

Il faudra donc voir différents critères avant de prendre sa décision :

Certaines activités exigent une forme juridique précise. Il peut être utile de se renseigner préalablement auprès des chambres consulaires, des organismes professionnels ou grâce à des fiches disponibles notamment sur internet.

Remarque : il existe près de 160 activités réglementées.

Dans le cas de l'entreprise individuelle, l'entrepreneur et l'entreprise ne forment au regard des tiers qu'une seule et même personne. Ainsi, les patrimoines ne sont pas séparés. Dans cette forme d'activité, la responsabilité de l'entrepreneur est illimitée en raison de l'absence de séparation des patrimoines. Son fonctionnement est généralement assez simple et notamment on peut le voir dans la faculté de s'inscrire en qualité de micro-entrepreneur. Il suffira de déclarer votre activité, en tant que personne physique, auprès du centre de formalités des entreprises situé :

Pour les artisans : à la chambre de métiers et de l'artisanat

Pour les commerçants : à la chambre de commerce et d'industrie,

Pour les agents commerciaux : au greffe du tribunal de commerce

Pour les professions libérales : à l'Urssaf

L'entreprise portera alors officiellement votre patronyme. Il est cependant possible d'y adjoindre un nom commercial. Individuel ne veut pas dire forcément seul, comme tout entrepreneur, vous pouvez recruter un ou plusieurs salariés, soit dès le démarrage de l'entreprise, soit au stade de son développement.

Dans le cas d'une société, celle-ci donne naissance à une personne morale distincte et permet (dans la plupart des cas) de limiter la responsabilité du porteur de projet. La société permet également d'exercer en commun l'activité avec d'autres associés. La société aura ainsi une dénomination sociale (nom), un siège social (un domicile) et devra disposer d'un minimum de capital social pour faire face aux premiers investissements et premières dépenses. Le formalisme est souvent plus lourd et parfois l'autorisation des associés pour les actes est exigée. La création de la société entraîne également des formalités complémentaires telles que la rédaction et l'enregistrement des statuts auprès du service des impôts, la nomination du ou des dirigeants, la parution d'une annonce dans un journal d'annonces légales.

Diverses raisons peuvent pousser à vouloir s'associer : patrimoniales, économiques, fiscales, sociales... Si l'entrepreneur souhaite réaliser des économies sur les charges tout en restant indépendant, il pourra toujours s'associer avec d'autres par des moyens tels que : société civile de moyens (SCM) ou le groupement d'intérêt économique (GIE). Ces statuts permettent par exemple de rester indépendant au niveau de l'exercice de son activité professionnelle. Mais parfois, on peut vouloir entreprendre pour n'avoir pas de comptes à rendre ou encore ne pas vouloir s'associer pour des raisons diverses. Le choix de la structure juridique va alors porter sur certains types de sociétés tels que l'EURL ou encore pousser l'entrepreneur à rester en entreprise individuelle. Remarque : possibilité d'opter pour l'EIRL

Contrairement aux idées reçues, l'entrepreneur individuel peut, aujourd'hui, protéger ses biens mais seulement ceux immobiliers en effectuant une déclaration d'insaisissabilité devant notaire. Remarque : insaisissabilité de droit depuis la loi Macron pour la résidence principale. Celle-ci sera publiée au bureau des hypothèques et selon les cas, au Registre du commerce et des sociétés, dans un journal d'annonces légales ou au Répertoire des métiers. Cependant, il ne faudra pas en négliger le coût. La constitution d'une société permet dans la plupart des cas de protéger le patrimoine puisqu'elle différencie le patrimoine personnel de celui de l'entreprise. Les biens personnels sont donc en principe protégés de l'action des créanciers de l'entreprise.

La caution du ou des dirigeants est souvent demandée dans le cadre de concours bancaires. Le patrimoine personnel peut alors être attaqué. La faute de gestion écarte la limitation de responsabilité. Si les associés ou les tiers peuvent prouver la commission de fautes de gestion se révélant être à l'origine des difficultés financières de l'entreprise, ils pourront rechercher la responsabilité de l'entrepreneur. Dans certaines formes de sociétés telles que la SNC, par exemple, chaque associé est solidairement et indéfiniment responsable avec la société.

Il se peut que les besoins financiers de l'entreprise pour fonctionner soient importants. Il ne faut pas les confondre avec le capital. Parfois, ces besoins financiers exigent de « lever » des fonds. Il y aura besoin de créer une société. Il faudra faire attention au fait que certaines formes juridiques sont souvent préférées dans ce cas, par exemple la SAS.

Afficher une certaine forme juridique entraîne une crédibilité notamment vis-à-vis des partenaires tels que les clients, les banquiers, les fournisseurs... Il peut ainsi être nécessaire de constituer une société parfois avec un capital conséquent pour aborder certains marchés.

La législation a largement évolué vers une harmonisation des statuts. Autrefois, si le régime des salariés était très avantageux, ce qui faisait que les créateurs constituaient des sociétés fictives pour être rattachés au régime général des salariés, aujourd'hui ce n'est plus cas. Il faudra cependant bien le prendre en compte, notamment dans certains cas spécifiques.

Les différents statuts

Créer une entreprise, c'est créer une nouvelle entité qualifiée de « personne morale » et distincte juridiquement des associés fondateurs. Cela exige de lui trouver une dénomination sociale, un siège social, un capital, des dirigeants et des statuts.

Certaines formes sociales permettent l'exercice d'une activité professionnelle :

- la société à responsabilité limitée (SARL),
- l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL ou SARL unipersonnelle),
- la société en nom collectif (SNC),
- la société en commandite simple (SCS),
- la société en commandite par actions (SCA),
- la société anonyme (SA),
- la société par actions simplifiée (SAS),
- la société par actions simplifiée unipersonnelle (SASU),
- la société civile professionnelle (SCP)
- la société d'exercice libéral (SEL).
- la SCOP : la SARL et la SA peuvent adopter une forme coopérative.

D'autres formes sociales facilitent l'exercice de l'activité de leurs membres. Dans ce cas, elles sont pour l'essentiel constituées d'entreprises. On peut notamment citer le groupement d'intérêt économique (GIE) ou la société civile de moyens (SCM) qui regroupent des membres de professions libérales qui souhaitent réaliser une économie en partageant les moyens.

A noter :

- Sociétés s'adaptant à tous les types de projets : l'EURL et la SARL
- Sociétés s'adaptant aux projets innovants, start-up ou nécessitant des capitaux importants : la SA et la SAS
- Sociétés regroupant des personnes privées et publiques : la société d'économie mixte (SEM) et le groupement d'intérêt public (GIP)
- Sociétés ayant pour objet d'exercer une activité commerciale : l'EURL, la SARL et la SNC
- Sociétés ayant pour objet d'exercer une profession libérale réglementée : la SEL et la SCP
- Sociétés et groupements ayant pour objet de faciliter l'exercice de l'activité professionnelle de leurs membres : la société civile de moyens (SCM) et le groupement d'intérêt économique (GIE)

Typique à l'entreprise individuelle, le régime micro-entreprise dispose de multiples avantages. Les entreprises peuvent bénéficier de ces avantages sous réserve de respecter certaines conditions. Étant donné qu'il s'agit d'une entreprise individuelle, les entrepreneurs constituent des professionnels indépendants (libéraux, commerçants ou artisans) soumis à l'impôt sur le revenu.

Dans le cadre du régime micro-entreprise, l'entrepreneur doit reporter la totalité de son chiffre d'affaires (CA) sur la déclaration de ses revenus annuels. Le bénéfice imposable de la micro-entreprise s'élève à hauteur d'un pourcentage de son CA. Elle est régie par un régime d'imposition forfaitaire. Cette forme d'entreprise individuelle ne requiert nullement la déposition d'une déclaration de résultat. En

revanche, elle doit impérativement procéder à la déclaration de ses activités au centre de formalités des entreprises. Toutes les entreprises individuelles peuvent profiter des avantages fournis par ce régime à condition qu'elles soient immatriculées auprès de l'organisme concerné en fonction des caractéristiques de leur activité. Le régime micro-entreprise exclut certains professionnels, notamment le marchand de biens, les lotisseurs... Pour bénéficier des avantages du régime micro, le CA réalisé par l'entreprise ne doit pas dépasser le seuil imposé par le régime obligatoire, à savoir :

- 82 200 € pour une activité de vente de biens
- 32 900 € pour une activité de services

Le statut du dirigeant

Le régime social du dirigeant varie selon la forme sociale retenue et la fonction qu'il occupe.

Sont rattachés au régime général de la sécurité sociale des salariés les président et directeur général de société anonyme (SA), le président de société par actions simplifiée (SAS), le dirigeant de société coopérative et participative (Scop) et le gérant minoritaire ou égalitaire de SARL. Bénéficiant de la même protection sociale que les salariés à l'exception notable de l'assurance chômage, ils sont considérés comme des assimilés salariés. En outre, ils ne peuvent au titre de leur mandat social bénéficier de la protection du droit du travail.

Les autres dirigeants relèvent du régime social des indépendants (RSI) ou régime social des travailleurs non salariés (TNS).

Régime des assimilés salariés

Assurances maladie-maternité, allocations familiales, accidents du travail, assurance vieillesse de base : affiliation et paiement des cotisations patronales et salariales par la société auprès de l'URSSAF. Dans le cas de la retraite complémentaire, le dirigeant doit s'affilier auprès d'une caisse de retraite pour cadres comme l'Association générale des institutions de retraite des cadres (AGIRC). Prévoyance, etc. L'assurance chômage est possible dans certains cas et uniquement sur la partie de leur rémunération qui correspond à un contrat de travail pour des fonctions techniques distinctes s'il existe un véritable lien de subordination. Possibilité de prendre une assurance chômage facultative.

Certains bénéficiaires de l'aide à la création ou à la reprise d'entreprise (ACCRE) peuvent bénéficier pendant une année d'une exonération des cotisations patronales et salariales pour les assurances maladie-maternité et veuvage, les allocations familiales et la retraite de base. De même, s'ils satisfont à certaines conditions, les salariés-créateurs peuvent bénéficier d'une exonération des charges patronales et salariales pendant un an.

Régime des travailleurs non salariés (TNS)

Concernant l'assurance maladie-maternité, le dirigeant est tenu de s'affilier auprès du régime social des indépendants (RSI). Pour les allocations familiales, il doit s'affilier aussi au RSI s'il exerce une activité commerciale ou artisanale ou auprès de l'URSSAF s'il est un professionnel libéral. Pour la retraite et les risques d'invalidité-décès, le dirigeant doit s'affilier auprès d'une caisse d'assurance vieillesse relevant du RSI s'il exerce une activité commerciale ou artisanale ou de la Caisse Nationale d'Assurance Vieillesse des Professions Libérales (CNAVPL) s'il est un professionnel libéral. Il n'existe pas de régime obligatoire pour l'assurance chômage. Le dirigeant est libre de souscrire une assurance chômage volontaire auprès de la Garantie Sociale de Chômage (GSC), de l'Association pour la Protection des Patrons Indépendants (APPI) ou de l'Association pour la protection des patrons indépendant (APRIL). L'assiette de calcul des cotisations correspond au revenu professionnel imposable avant application d'éventuels allègements fiscaux, de la déduction des cotisations sociales facultatives et de la majoration de 25% en cas de non adhésion

ou non recours à une association agréée, à un centre de gestion, à un expert-comptable, à une société d'expertise comptable ou à une association de comptabilité et de gestion bénéficiant d'une convention avec l'administration. Si l'entrepreneur est soumis au régime fiscal de la micro-entreprise classique, l'assiette des cotisations correspond alors au chiffre d'affaires réalisé après déduction de l'abattement forfaitaire représentatif de frais. À noter que les cotisations sociales obligatoires sont réintégréées pour le calcul de la contribution sociale généralisée (CSG) et de la contribution pour le remboursement de la dette sociale (CRDS). Enfin, les dividendes ne sont pas soumis à cotisations sociales sauf la CSG, la CRDS.

Le dirigeant peut bénéficier au titre de l'ACCRE d'une exonération des charges sociales durant une année, hors CSG, CRDS et retraite complémentaire notamment.

De même et sous certaines conditions, le salarié-créateur peut bénéficier pendant une année d'une exonération des charges sociales. Enfin, si ses revenus professionnels ne dépassent pas un certain montant, le dirigeant peut bénéficier d'une exonération des allocations familiales.

ÉTAPE 5

Le financement

Les fonds propres

Premiers fonds nécessaires pour monter un projet , **l'apport personnel** vous permet non seulement d'inspirer confiance aux financeurs, en particulier lors d'une demande de crédit, mais aussi d'autofinancer certains besoins non pris en charge par les banques (frais d'établissement, investissements incorporels autres que le fonds de commerce, 30 % du prix des investissements physiques ou Besoin en Fonds de Roulement).

S'il n'a pas suffisamment d'économies, la créateur peut solliciter la **love money**, c'est-à-dire l'argent de sa famille ou de ses amis. Vos proches qui investissent dans votre projet bénéficient d'aides. En effet, les dons au capital de sociétés sont souvent assortis d'une fiscalité particulière.

De plus, la souscription au capital dans une nouvelle entreprise constituée sous forme de société permet de bénéficier d'une réduction d'impôt sur le revenu pour souscription au capital des entreprises nouvelles ou d'une réduction de l'ISF.

Les investisseurs qui bénéficient de ces mesures s'engagent à conserver les titres de la société pendant au moins cinq ans.

Une précision : les avantages IR et ISF ne peuvent pas être cumulés pour un même versement.

Les aides

Se lancer dans l'entrepreneuriat lorsque l'on est jeune, c'est faire face à deux défis financiers majeurs : celui de ne pas toucher de salaire pendant de longs mois et celui d'apporter des fonds pour financer le lancement de son activité.

Sachez-le : à moins d'avoir réussi à lever rapidement des fonds auprès de proches (le fameux Love Money), de Business Angels ou de Fonds de Venture, rares sont les entrepreneurs qui arrivent à se sortir un salaire avant un an d'activité... Dans ces conditions, négocier une Rupture Conventionnelle avec son précédent employeur permet de toucher pendant 18 mois un pourcentage non négligeable de son ancien salaire... et ainsi de continuer à payer son loyer. Pour ceux qui se lanceraient dans la création d'entreprises dès la sortie d'école, il est aussi possible de bénéficier du Revenu de Solidarité Active (RSA) qui est ouvert sous certaines conditions aux entrepreneurs, même sans expérience. Cette ressource peut être un bon complément de revenu avant l'arrivée des premiers salaires.

À cela s'ajoute la possibilité de bénéficier, gratuitement dans la plupart des cas, des conseils de spécialistes voire d'une formation pour monter son entreprise au sein de Pôle Emploi.

Du côté de l'entreprise, il est également possible d'obtenir des subventions pour démarrer son activité. Bpifrance, la banque publique d'investissement, anciennement OSEO, subventionne ainsi les entreprises innovantes en accordant des aides lors du lancement de l'activité, au moment des premiers investissements (Amorçage, Innovation, etc.), puis pour soutenir la croissance (Capital Risque, Co-financement etc.). Si les démarches pour obtenir de telles aides peuvent parfois s'avérer chronophages, le jeu en vaut souvent la chandelle ! D'autant qu'en plus d'accorder des subventions, Bpifrance facilite les démarches des entrepreneurs auprès des banques en cas de demandes de prêts, en se portant garant sur les montants empruntés.

Autres structures qui soutiennent les jeunes créateurs : les réseaux d'entrepreneurs, type France Initiative ou Réseau Entreprendre. Une fois que votre projet d'entreprise est bien établi, ou qu'une première version de votre produit ou service a été développée, il est possible de recourir à ces réseaux qui peuvent vous accompagner au quotidien.

Ces réseaux, connus et appréciés des banques, permettent de négocier des emprunts à des taux très favorables et de bénéficier de prêts à taux 0, dont le remboursement ne débute que 6 à 12 mois après versement du prêt. De quoi soulager sa trésorerie et financer des stocks ou de la R&D.

Enfin, et ils sont de plus en plus nombreux, il y a les incubateurs et les pépinières d'entreprises...

Les plateformes de financement

Au départ, c'était surtout pour la musique, avec MyMajorCompany. Puis le cinéma (touscoprod.com) et les œuvres sociales (octopousse.com) ont trouvé preneur.

Le crowdfunding, ce système de financement participatif importé des États-Unis, est en passe de devenir une technique d'investissement de choix pour les entrepreneurs. Que peut-on y gagner ? Y a-t-il des risques ? Les explications sur cette source d'argent qui n'est pas qu'un effet de mode.

Le principe est simple : vous avez besoin d'argent. Au lieu de demander une grosse somme à un seul investisseur, une seule institution ou une seule banque... Vous demanderez, en un seul clic, une petite somme à des milliers de personnes. Tout le monde y gagne : vous, vous avez votre capital de départ. Et vos financeurs récupéreront plus tard leur mise avec avantages.

Très souvent, le canal de mise en relation est internet, via des plateformes d'échange. Ce système de financement est arrivé en France avec MyMajorCompany. Il suffisait d'écouter les démos d'artistes inconnus. On aime ? Il suffit d'« offrir » la somme de son choix pour financer son premier album. Ces deux dernières années, le principe s'est exporté dans le domaine de l'entrepreneuriat. Vous êtes porteur de projet et avez LA bonne idée ? Présentez-la. Demandez la somme nécessaire, expliquez ce que vous ferez de cet argent, et ce que vous offrirez en échange aux investisseurs. Cela peut être votre produit en avant-première, une participation à l'entreprise...

Le crowdfunding connaît de nombreux avantages. Le premier, comme l'explique Jean Baptiste Sciandra de la plateforme Reservoir Funds, est de « tester l'intérêt de son produit auprès du public », voir si le projet tient la route. En effet, vous interagirez avec de potentiels investisseurs qui vous diront ce qu'ils en pensent, positivement ou négativement. De plus, « se financer sans payer de prêts ou sans faire intervenir d'actionnaire » séduit toujours les jeunes entrepreneurs.

Sans compter l'effet « pub » que cela représente : le banquier, le communicant et le client en un seul coup ! Quand quelqu'un « met de l'argent sur votre idée, c'est qu'il y adhère ». La personne va être actrice du développement du projet et communiquera dessus. Il arrive même régulièrement que les startups récoltent le double de la somme demandée au départ.

Les risques sont très limités. Déjà, les investisseurs sont plafonnés dans les sommes investies. Le principe, c'est de partager le risque : on préfère 1000 personnes à 1000 euros qu'une seule couvrant l'investissement complet. Le créateur d'entreprise se sent ainsi économiquement responsable vis-à-vis de ses financeurs. De plus, les différents sites offrent de plus en plus de garanties et de protection, voire la récupération de la mise de départ en cas d'échec du projet. Puis il ne faut pas sous-estimer l'aspect « identitaire ». En ces périodes de relance économique, « nombreux sont les gens qui veulent aider leur ville, leur région, soutenir l'économie locale » continue le consultant, et « privilégieront les PME locales qui tentent de maintenir un produit

qui s'oublie ». Le « made in France » est passé par là...

En ces temps de crise, les banques sont parfois difficiles à convaincre. Les business angels ou les institutions également... Pour Marie-Armelle Delauney, le crowdfunding est la solution. Et la France fait office de pionnière en la matière. De toute l'Europe elle est celle qui s'est le plus lancée dans l'aventure. Les plateformes de don, de prêt et d'investissement ont collecté 152 millions d'euros en 2014 et près de 297 millions d'euros en 2015. La France est un des leaders en financement participatif en Europe, devant l'Allemagne et la Suède mais très loin derrière la Grande-Bretagne dont le marché du crowdfunding s'est élevé à près de 3,8 milliards d'euros en 2015. à l'échelle du monde, cette « finance alternative » représente 35 milliards de dollars, les États-Unis contribuent à eux seuls à la moitié de ce montant (17,4 milliards de dollars).

Les banques

Si vous souhaitez financer des biens durables tels que vos véhicules ou votre matériel informatique, rendez-vous chez votre banquier.

Chaque banque a des critères d'attribution des prêts bien précis, mais toutes demandent en général au créateur de posséder déjà au moins 30 % des besoins durables de l'entreprise (taux qui dépend du niveau de risque de l'entreprise). De toute façon, l'absence de fonds propres ferme les portes à l'obtention d'un prêt pour le créateur. Si celui-ci n'a pas de capitaux de départ, il a la possibilité de solliciter un prêt d'honneur (voir article du dossier), qui lui permettra de constituer un dossier recevable par le banquier en charge d'analyser le plan d'affaires de l'entreprise. Il faut également savoir que le banquier limite bien souvent la hauteur de son engagement à la somme des fonds propres du créateur.

Les prêts bancaires : leur durée, ils sont octroyés pour une durée de 2 à 7 ans dans le cadre d'une création d'entreprise. Ce prêt peut néanmoins durer jusqu'à 12 ou 15 ans s'il s'agit d'une acquisition immobilière. Les prêts ont une durée maximale qui correspond à la durée fiscale d'amortissement des biens achetés.

La mise en concurrence des agences : le bon plan pour avoir des taux intéressants. Les critères d'acceptation d'un projet par la banque sont assez divers selon les établissements. Pour cela, adressez-vous à diverses banques pour présenter votre dossier. D'autres paramètres sont également assez variables : délais de remboursement, taux d'intérêt, demande de caution... Mettre en concurrence les établissements offre la possibilité de négocier ces paramètres afin de bénéficier des meilleures conditions de prêt. Cela permet aussi de ne pas se retrouver sans banque si la demande de prêt a été rejetée.

Que faire si votre demande de prêt est refusée ? Une banque ne peut refuser un prêt sans apporter de motif et d'argumentation à cela. Le créateur a ainsi le droit de demander au banquier un certificat de refus de son prêt. Le médiateur du crédit peut être convoqué s'il y a litige au sujet de la motivation du refus de prêt.

Attention : Les banquiers analysent particulièrement les chiffres : niveau de chiffre d'affaires prévu, bénéfices évalués. Il observe également l'état du marché visé et juge la fiabilité des porteurs de projet.

Les concours

Participer à un concours apporte de nombreux résultats que l'on soit gagnant ou perdant. Il existe des concours sur toute la France.

Les concours de création d'entreprise permettent d'abord aux entrepreneurs de tester leur projet de manière ludique. Généralement, les meilleurs dossiers donnent lieu à un oral devant un jury pour la sélection des lauréats. Participer à un concours de création représente une excellente opportunité pour roder son discours devant des professionnels expérimentés. La participation à un concours permet également d'éviter des erreurs coûteuses par la suite, puisque l'entrepreneur se fait alerter dans ce cadre sur une éventuelle faiblesse de son projet. L'œil extérieur apporté par des professionnels n'est donc pas à négliger.

Les motivations les plus stimulantes pour les participants sont la dotation financière et la visibilité dans les médias promises aux lauréats. Cette visibilité pourra vous aider à vous faire connaître et éventuellement même à vous trouver des clients.

Même en cas d'échec, on ne perd jamais son temps en participant à un concours. Les dossiers de candidature étant calqués sur le principe du business plan, la constitution du dossier permet de se poser les bonnes questions quant aux aspects commerciaux, marketing et financiers du projet. Ils permettent d'améliorer le business plan et votre réflexion sur votre projet. Ce travail sera utile tout au long de la vie de votre entreprise et tout particulièrement pour les projets qui nécessiteront une levée de fonds.

Sélectionnez uniquement les concours qui vous correspondent et consacrez-y le temps nécessaire. Participer à un concours reste un investissement en temps qui ne doit pas se faire au détriment de la recherche de clients.

Soyez réalistes sur les chiffres que vous avancez dans votre dossier de candidature : seuls les projets crédibles seront retenus. Le faire valider par un expert-comptable peut être une bonne chose. Dans notre cas, nous avons demandé au directeur de notre banque de jeter un œil sur notre dossier, ce qu'il avait sympathiquement accepté de faire.

Un support sous forme de diaporama est indispensable pour apporter de la valeur à votre présentation. Les membres du jury comprendront plus facilement vos explications si elles s'appuient sur des visuels ou des graphiques.

En cas de doute, le fameux slogan de la loterie nationale s'applique parfaitement au cas des concours d'entreprise : « 100 % des gagnants ont tenté leur chance ».

Dynamique
entrepreneuriale

www.dynamique-mag.com