

vies de famille

Le magazine de votre Caf

UTILE!
Transformez
votre expérience
en diplôme !
p.7

VOS PRESTATIONS

Déclaration
de ressources,
formalités
supprimées p9

EMPLOI

NOUVEAU :
un coach à
vos côtés p4

Indépendant !
Les clés d'une création
d'activité réussie



ALLOCATIONS
FAMILIALES

Être son propre patron, voilà bien souvent le leitmotiv de ceux qui se lancent dans l'aventure. Ils sont chaque année des milliers à franchir le pas. Le point sur les étapes importantes.

Se mettre à son compte



Vous avez une idée géniale et souhaitez créer une entreprise pour la développer ? Vous avez envie d'ouvrir un commerce ? Vous souhaitez travailler en indépendant ? Tous ces projets ont un point commun : quitter le salariat pour se mettre à son compte. Abordant à la fois les aspects techniques de la création mais aussi le quotidien des entrepreneurs, ce dossier vous aidera à faire le clair dans vos aspirations.

1. L'adéquation personne/projet

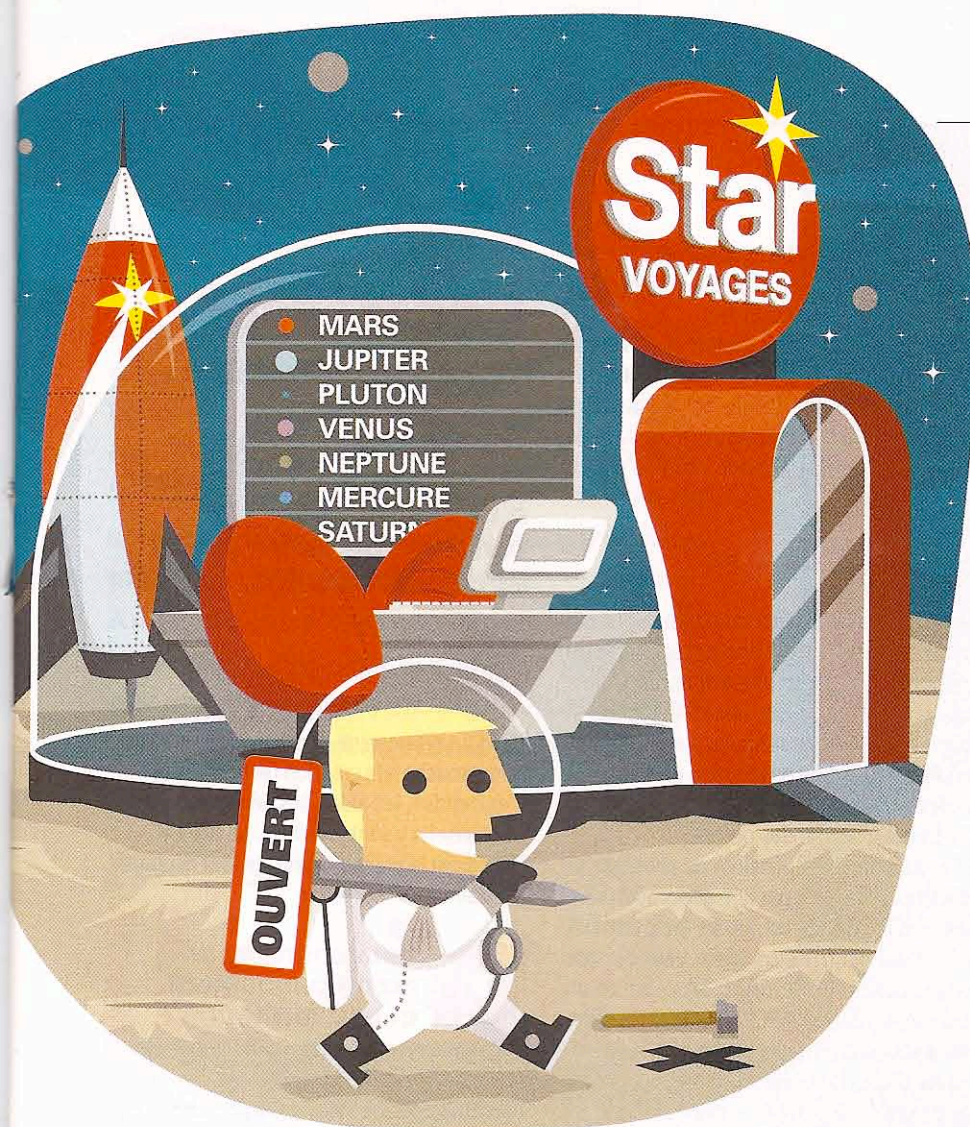
Vous avez envie de vous mettre à votre compte ? La première chose à faire est de réfléchir à vos réelles motivations. Choisir la création (ou la reprise) par dépit, parce que vous êtes au chômage et que vous ne trouvez pas d'emploi, n'est pas une raison suffisante. « L'envie d'être entrepreneur, c'est d'abord dans les tripes », remarque Valérie Weill, conseil en création d'entreprise. Le questionnaire (p. 11) vous aidera à faire le point. Toujours partant ? Il faut alors examiner vos compétences et votre expérience au regard du projet envisagé. « C'est le moment d'identifier vos lacunes et de savoir comment y remédier », indique Valérie Weill. C'est la démarche suivie par Mathilde Le Rouzic, créatrice du site bagatelles.fr : « La personne qui m'a reçue à la CCI de Versailles a bien vu que la gestion n'était pas mon point fort. Sur ses conseils, j'ai suivi une formation à la création d'entreprise qui a structuré mon projet. » Dès le début, essayez d'aller sur le terrain pour rencontrer des professionnels, des experts, épier des concurrents... C'est ce contact avec la réalité qui vous aidera à mûrir votre projet et vous permettra de vérifier si vous êtes bien à votre place. Florence Chabran (voir portrait p. 15), tentée par l'immobilier, a travaillé trois mois dans une agence avant de se mettre à son compte pour s'assurer que le métier lui convenait. Vous répondez à parler de votre idée autour de vous ? C'est une profonde erreur. Lisez

plutôt ce qu'en pense Loïc Le Meur, serial entrepreneur et auteur d'un blog sur la création (<http://loiclemeur.com>) : « Vous en connaissez beaucoup vous, des entrepreneurs qui se sont fait voler leur idée ? Moi pas. En parlant de votre idée à tout votre entourage y compris les personnes qui ne vous apprécient guère, vous saurez rapidement si elle est bonne ou mauvaise, la critique la fera évoluer. Tous les entrepreneurs se trouvent à la tête d'une entreprise qui est en général complètement différente de ce qu'ils avaient imaginé à l'origine, c'est normal. »

2. L'étude de marché

« Pour lancer une idée, on ne peut pas se contenter de dire qu'elle est la meilleure du monde, avertit Michel Fourcade, directeur de Carrefour emploi Sarthe. La façon d'appréhender le marché est capitale pour la réussite de l'entreprise. Il est impératif de faire une étude de marché. Même si c'est prendre le risque de constater que la réalité n'est pas aussi idyllique qu'on l'aurait voulu ! »

Cette étude doit répondre aux questions suivantes : Comment se porte le marché sur lequel je vais m'implanter ? Qui sont mes clients ? Combien sont-ils ? Quelles sont leurs attentes ? Qui sont mes concurrents ? Quels sont mes avantages sur eux ? Consultez en priorité le site de l'APCE (www.apce.com). L'étude de marché comprend une partie macroéconomique (chiffres existants sur votre secteur d'activité, articles, tendances, sta-



Avant de se lancer : les bonnes questions à se poser

Chaque projet, bien qu'unique, comporte des caractéristiques dont il faut être conscient avant de se lancer.

- 1 Est-ce que je veux vraiment me mettre à mon compte, ou est-ce un choix par dépit, parce que je ne trouve pas un emploi ?
- 2 Est-ce que je crois à mon projet ?
- 3 Est-ce que ma famille est au courant de mon projet ? Le comprend-elle ? Me soutient-elle ?
- 4 Puis-je me permettre d'avoir des revenus irréguliers pendant un certain temps ?
- 5 Ai-je conscience que ma protection sociale et celle de ma famille risquent d'être moins avantageuse que lorsque j'étais salarié ?
- 6 Suis-je conscient du décalage que je vais ressentir avec mes amis salariés (rythme et horaires de travail, vacances) ?
- 7 Suis-je disposé à travailler 50 heures par semaine, parfois plus (même avec une plus grande liberté pour organiser mon temps) ?
- 8 Suis-je capable de mettre des frontières entre mon projet et ma vie privée ?
- 9 Ai-je un équilibre solide pour garder du recul devant les aléas de la création ?
- 10 Y a-t-il des chefs d'entreprise dans mon entourage ?
- 11 Ai-je conscience que je prendrai seul toutes les décisions dans mon entreprise ?
- 12 Pourrai-je constituer un réseau pour échanger sur mes problématiques professionnelles ?
- 13 Vais-je écouter, analyser les critiques et tenir compte de leur pertinence ?
- 14 Suis-je capable de me fixer un programme de travail et de m'y tenir ?
- 15 Pourrai-je m'organiser pour gérer en même temps tous les aspects de la création (administratif, commercial, juridique, etc.) ?
- 16 Suis-je prêt à demander de l'aide ou des conseils et saurai-je où les trouver ?
- 17 Suis-je capable de me mettre dans la peau de mes interlocuteurs (banquiers, clients, fournisseurs) pour les convaincre ?
- 18 Ai-je des qualités d'observation et d'écoute pour bien comprendre les attentes de mes interlocuteurs (notamment les clients) ?
- 19 Suis-je tenace ?

tie « terrain », où vous devrez aller rencontrer vos futurs clients. « Si vous envisagez d'ouvrir un dépôt-vente d'articles pour bébés, illustre Valérie Weill, il faut commencer par aller à la mairie, recenser le nombre de familles avec de jeunes enfants, identifier s'il y a d'autres magasins de puériculture dans le quartier et, si oui, à quelle distance, etc. Vous devrez faire les sorties de crèches pour interroger les parents avec quelques questions simples : où achetez-vous les vêtements de votre enfant ? Quel budget y consacrez-vous ? Seriez-vous prêt à acheter des vêtements d'occasion, etc. » Cette enquête terrain est fondamentale car elle vous aidera à déterminer la stratégie commerciale : fixation du prix, choix du mode de distribution, actions de prospection et de communication.

Si vous êtes allergique aux enquêtes, tournez-vous vers les étudiants de BTS commercial, qui doivent réaliser des études de marché pour leur diplôme.

Vous doutez encore du bien-fondé d'une étude de marché ? Sachez que l'absence de marché est la deuxième cause de dé-

faillance des entreprises, juste après le manque de trésorerie !

3. Le financement

C'est sans doute la partie la plus ardue pour ceux qui n'ont pas de culture de gestion. Il s'agit de monter le plan de financement, bâtir le compte de résultat (prévision du chiffre d'affaires facturé, mais non encaissé et des charges) et le plan de trésorerie, destiné à évaluer mois par mois les rentrées et sorties d'argent effectives pour anticiper les fluctuations du compte en banque. Ce n'est pas parce qu'un produit est facturé qu'il est payé. Vous pourrez accorder à des clients des délais de paiement alors que vous, vous devrez payer vos fournisseurs « au cul du camion ». Le plan de trésorerie doit prévoir l'échéancier des charges : Urssaf, etc. « Les premiers courriers que reçoit un créateur sont toujours ceux de l'Urssaf », prévient avec humour Valérie Weill.

Pour vos prévisions, un impératif : raisonner toujours sur des hypothèses basses. « Selon une étude que nous avons réalisée,

60 % des créateurs n'ont pas atteint le CA prévu la première année », indique Michel Fourcade. Et l'argent rentre toujours plus tard que prévu. Il faut avoir la sagesse de prévoir des scénarios catastrophe et d'identifier les zones d'ombre dans un projet. Par exemple, vous ouvrez un commerce : avez-vous imaginé que des travaux sur la chaussée feraient fuir la clientèle ? Il est impératif de prévoir au démarrage un besoin en fond de roulement suffisant pour affronter plusieurs mois sans rentrée d'argent, sachant que les charges continuent à courir. Rappelons que le manque de trésorerie, est la première cause de défaillance des entreprises !

Cela vaut aussi pour une reprise (commerce ou entreprise). « Il faut prévoir le pire car des mauvaises surprises, il y en a toujours », remarque Laurent Misto, qui a racheté un tabac dans le Var. Lui s'est fait aider par un comptable pour évaluer les affaires à vendre. « Lire le compte de résultat ne suffit pas pour se décider, explique-t-il. Il faut aussi regarder le bilan et ça, c'est une affaire de professionnel. C'est mon comptable qui me disait si l'affaire était saine ou non et qui m'a aidé à faire le prévisionnel. C'est le prévisionnel qui est important : il ne faut pas se décider sur un coup de tête », conclut-il. C'est aussi le moment de chercher des sous... Vous savez déjà que les banquiers sont frileux... Ils seront plus avenants si vous êtes accompagné par un réseau d'aide accordant aussi des prêts (voir encadré). Il existe enfin une panoplie d'aides au financement pour les créateurs. Elles sont nombreuses : s'il est intéressant d'en bénéficier,

le créateur ne doit pas consacrer tout son temps à la recherche d'aides... Il a plutôt intérêt à chercher des clients.

Une mesure récente à souligner : les créateurs demandeurs d'emploi peuvent choisir de convertir une partie (50 %) de leurs droits Assedic pour constituer le capital initial de la société. Un bon coup de pouce pour démarrer.

4. Le choix du statut

Le choix du statut dépend de l'activité envisagée et de la situation personnelle du créateur. Opter pour une entreprise individuelle est pratique car simple et légère en formalités. L'inconvénient, c'est qu'il y a un amalgame entre le patrimoine personnel et professionnel du créateur, d'où le danger si l'entreprise réalise des pertes.

En revanche, il est possible de protéger sa résidence principale par une déclaration d'insaisissabilité devant un notaire (acte payant). Si l'activité est à risque, mieux vaut s'installer en société : EURL, SARL, SA... Faites un tour sur le site de l'APCE pour voir les différents statuts. Tout dépend surtout du domaine d'activité : « En fonction de son type de clientèle, il peut être plus crédible de constituer une société », remarque Valérie Weill. De même, si l'on peut créer sur le papier une société à 1 euro, les banques demanderont que le créateur apporte des fonds propres dans son projet : en général au moins 30 % de la somme totale des besoins de départ. »

Il faut savoir aussi que le choix du statut a une incidence fiscale : un entrepreneur individuel sera soumis à l'impôt sur le revenu, un créateur en SARL à l'impôt sur les sociétés. En EURL, on peut choisir entre les deux régimes fiscaux. Bref, mieux vaut se faire conseiller par un spécialiste avant de choisir son régime.

Ce panorama des étapes de la création est rapide. À vous d'approfondir chaque point. Si vous ne deviez retenir qu'une chose : faites-vous accompagner. En France, de très nombreuses structures (voir encadré) accueillent gratuitement les porteurs de projet et les aident à toutes les étapes. Profitez-en ! C'est primordial quand on n'a pas la culture de la création d'entreprise. Cela vous évitera bien des déboires et sera surtout un gage de réussite : les entreprises dont le créateur est accompagné sont en effet plus pérennes que celles des créateurs isolés.

À qui s'adresser ?

Beaucoup d'organismes peuvent aider les créateurs. Pour gagner du temps, sachez frapper à la bonne porte en fonction de votre profil et de vos besoins.



Vous cherchez de l'information ?

L'APCE est une mine d'informations sur tout ce qui touche à la création (et la reprise) d'entreprise, les aides, les démarches. Les conseils y sont judicieux. Le site de l'APCE est le point d'entrée de tout aspirant créateur. www.apce.com



Vous cherchez un accompagnement et une formation ?

— L'ANPE propose, dans le cadre de l'OPI (Objectif Projet Individualisé), l'accompagnement par un expert en création pendant trois mois. Condition : être demandeur d'emploi.

— Les chambres de commerce et d'industrie (CCI) offrent information et formations pour des projets déjà un peu structurés.

— Les boutiques de gestion (400 en France) peuvent vous épauler et vous former très en amont. Elles sont spécialisées dans les petits projets (commerces, services). www.boutiques-de-gestion.com



Vous cherchez où trouver un financement ?

— France Initiative Réseau peut accorder un prêt d'honneur sans intérêt ni garantie, voie royale pour accéder au financement bancaire. Antennes locales sur le site www.france-initiative.fr

— Le réseau Entreprendre propose aussi des prêts d'honneur liés à des prêts bancaires, mais pour des projets plus importants. www.reseau-entreprendre.org

— L'Adie propose des microcrédits à des personnes exclues du marché du travail et rejetées par les banques. Pour tout renseignement : www.adie.org

