

entrepreneurdedemain



« Comment transformer mon idée en entreprise ? »



Informations . Conseils . Accompagnement

gestion-strategies.fr



Sommaire

Editorial I Christophe Thiébaud I Thomas Kappel I Dan Gompel Experts-comptables / Commissaires aux comptes	P2
Un entrepreneur a une identité I À quel type d'entrepreneur vous identifiez-vous ?	P3
Une entreprise a une forme juridique I Le choix de votre forme juridique	P4
Une activité doit se financer I De quelles aides à la création pourriez-vous bénéficier ?	P5-6
FOCUS I Quel sera votre régime de protection sociale en tant que dirigeant ?	P7
Une idée doit être en phase avec le marché I Comment analyser votre marché cible ?	P8-9
FOCUS I Comment analyser la concurrence de votre marché ?	P10
Un projet se planifie et s'adapte I Quel sera votre business plan ?	P11
FOCUS I David Pezzi , Chef d'entreprise Pro'pulsion automobiles	P12
Une marque se dépose et se protège I Le BA.BA. de la protection de marque	P13

Editorial

Entreprendre est un voyage dans lequel l'on s'investit avec bien souvent une seule donnée certaine : le point de départ duquel l'on choisit de partir. Le reste est un chemin vers l'inconnu. Ou presque...

Dans ce livre-blanc certaines étapes de la création d'entreprise vous sont décrites. Nous les avons choisies au regard de ce qui nous est donné de voir. Avec l'expérience, nous savons que nos clients, face à l'aventure difficile qu'est l'entrepreneuriat, se posent souvent et toujours les mêmes questions.

Aujourd'hui, vous offrir nos réponses relève à la fois du conseil qui fait le sel de nos professions et témoigne aussi de l'engagement que nous souhaitons adresser à toutes celles et ceux qui choisissent de relever l'un des plus grands défis professionnels de leur vie : faire naître leur entreprise.

Face à lui, il s'agit de bien s'armer pour qu'à chaque étape de votre voyage vous puissiez n'en garder que les meilleurs souvenirs.

Le défi de notre cabinet est quant à lui de vous entourer de toutes les expertises pour vous apporter la sérénité nécessaire, pas à pas. L'accompagnement est notre vocation. La réussite de votre projet, notre pari sur l'avenir.

Ce livre-blanc est dédié aux entrepreneur.e.s qui osent, construisent et chaque jour nous inspirent.

Christophe Thiébaud | Thomas Kappel | Dan Gompel

Experts-comptables | Commissaires aux comptes
GESTION ET STRATÉGIES - AUDITORIA



Un entrepreneur a une identité



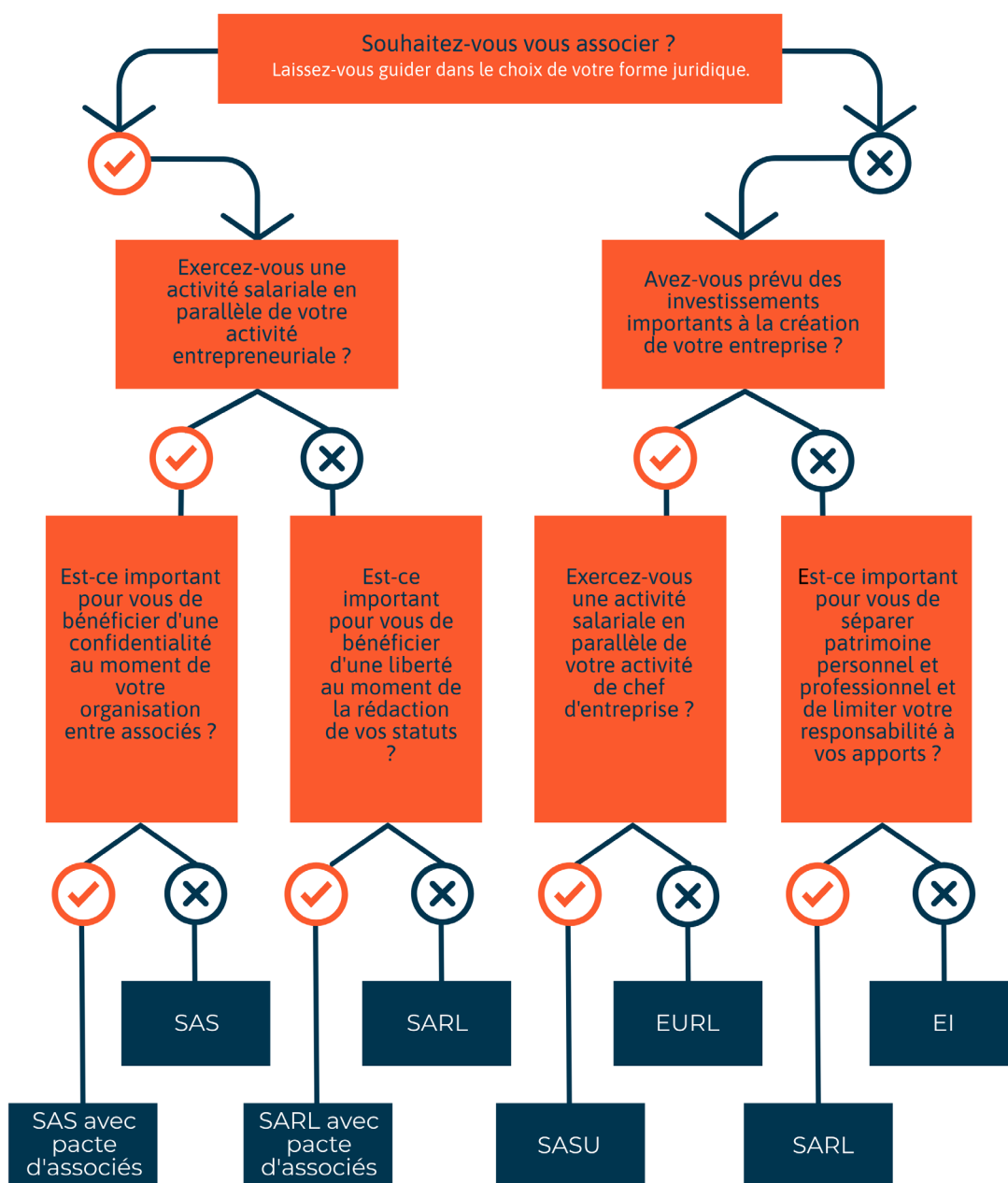
À quel
type d'entrepreneur
vous identifiez-vous ?

- Liberté • **Passion** • Aventure • **Rencontre**
- **Engagement** • **Implication** • Persévérance
- Autonomie • **Créativité** • **Innovation**
- Épanouissement • **Curiosité** • Défi
- **Volonté** • Conviction • **Responsabilité**
- **Détermination** • Enthousiasme
- **Fierté** • Énergie

Une entreprise a une forme juridique



Le grand Quiz *Souhaitez-vous vous associer?*



Une activité doit se financer

De quelles aides à la création pourriez-vous bénéficier ?



Les créateurs peuvent bénéficier de nombreuses aides de la part des pouvoirs publics.

Les aides prennent notamment en compte ces critères :

- Le secteur d'activité (*Tourisme, commerce de proximité...*)
- La région où est implantée votre entreprise
- Votre situation personnelle (*Si vous êtes par exemple demandeur d'emploi*) ou votre profil (*jeune entrepreneur, femme entrepreneuse*)

Les aides versées peuvent prendre différentes formes :

- Un allègement fiscal (*déduction, réduction ou crédit d'impôt*)
- Le versement d'une somme d'argent, remboursable ou non (*subvention, prêt à taux zéro, garantie d'emprunt...*)
- Une exonération de cotisations sociales

Vous trouverez ci-dessous les aides principales destinées à :

aider

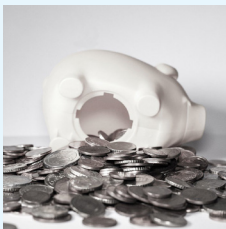
les demandeurs d'emploi et les jeunes :

! **Aide à la Reprise ou Création d'Entreprise (ARCE)** : aide financière dont peut bénéficier le demandeur d'emploi. Le montant de l'ARCE est égal à 45% des droits de l'allocation chômage restants à lui verser.

! **Aide à la création d'entreprise (Acre)** : exonération partielle de charges sociales en début d'activité et pendant 12 mois.

! **Prêt d'honneur solidaire** : prêt à taux zéro accordé au porteur de projet sans garantie sur les titres de l'entreprise ou les biens du dirigeant.

! **Cap'jeunes** : dispositif d'accompagnement pour les jeunes demandeurs d'emploi qui donne droit à un accompagnement renforcé et un prêt bancaire garanti.



Bon à savoir :

> La prime d'aménagement du territoire visant à encourager l'implantation et le développement des sociétés créatrices d'emplois et d'activités durables, ainsi que l'exonération d'impôts en faveur des entreprises créées pour la reprise d'entreprises en difficulté sont des aides qui ne seront pas reconduites en 2021.

> Ces aides sont citées à titre d'exemples et sont les plus couramment choisies par les créateurs d'entreprises. D'autres aides peuvent être disponibles selon votre secteur d'activité et la région où se situe votre entreprise. Renseignez-vous auprès d'un responsable de votre région, votre conseiller Pôle Emploi, conseiller CCI-CMA ou votre cabinet conseil.

favoriser



la création d'entreprises innovantes, de startups :

I Les Bourses et aides à la R&D pour accompagner la création d'entreprises innovantes, génératrices d'emploi et de nouvelles activités à fort potentiel.

I Le crédit d'impôt recherche pour les dépenses de Recherche et Développement, pour les entreprises qui engagent des dépenses de recherche fondamentale et de développement expérimental.

renforcer



le financement des jeunes entreprises :

I Prêts d'honneur soutenus par les réseaux Initiative France ou du Réseau Entreprendre : prêts personnels à taux zéro sans garantie et sans caution personnelle.

I Microcrédits professionnels, solution de soutien des petites entreprises : alternative aux crédits classiques, prêts de faibles montants sur une courte durée.

Focus # protection sociale

Quel sera votre régime de protection sociale en tant que dirigeant ?



i

Le choix du statut dépend de la forme juridique choisie ainsi que de votre pourcentage de détention des titres :

Ainsi, le président d'une SAS aura le statut d'« assimilé salarié » tandis que le gérant d'une EURL aura le statut de travailleur non salarié.

Dans le cas d'une SARL, le gérant majoritaire d'une SARL aura le statut de « travailleur non salarié ».

Lors de la création de votre entreprise / société, vous serez amené à vous poser cette question.

Il existe en pratique deux régimes sociaux différents :

- Le statut « Assimilé Salarié »
- Le statut « Travailleur Non Salarié (TNS) ».

• Qu'est-ce qu'un « Assimilé Salarié ? »

Le dirigeant bénéficie de la même protection sociale que les salariés, à l'exception de l'assurance chômage. Il est affilié au régime général de la sécurité sociale.

• Qu'est-ce qu'un « Travailleur Non Salarié » (TNS) ?

Le dirigeant dépend du régime social des indépendants, il est affilié à la sécurité sociale des indépendants (RSI).

Meilleure protection ? Soucis de santé ? Couverture moins onéreuse ? Si certains créateurs choisissent leur forme juridique selon différents critères, d'autres effectuent leurs choix sur le seul critère du régime social.

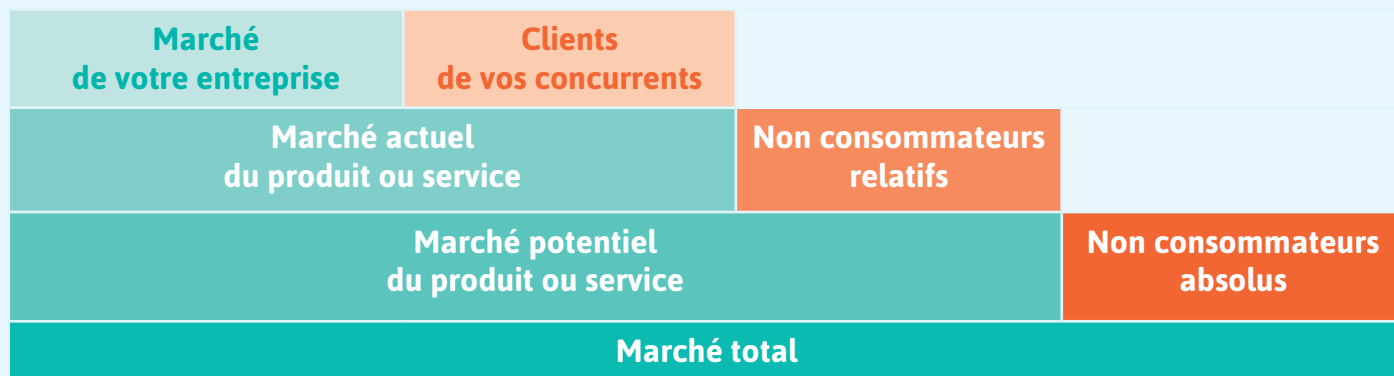
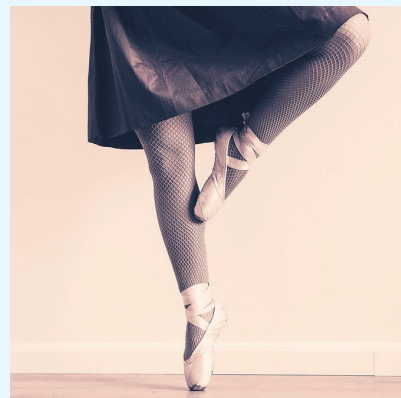
Pour vous guider dans votre choix, mesurez les principaux avantages et les inconvénients de chaque statut :

Avantages du statut TNS	Avantages du statut assimilé salarié
<ul style="list-style-type: none"> - Les cotisations sociales de base sont moins élevées que celles du régime « assimilé salarié ». - Vous pouvez mettre en place une couverture santé personnalisée en fonction de vos besoins. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le statut permet de bénéficier de la même couverture protectrice que celle des salariés, qui est plus avantageuse que celle des TNS. - Il est possible de cumuler, sous ce statut, un mandat de direction et un contrat de travail (sous certaines conditions strictes).
Inconvénients du statut TNS	Inconvénients du statut assimilé salarié
<ul style="list-style-type: none"> - Le système de cotisation est relativement complexe, avec des régularisations différées, pouvant créer des soucis de trésorerie. - Le régime peut devenir coûteux dès lors que vous avez des soucis de santé importants. 	<ul style="list-style-type: none"> - La protection sociale est plus coûteuse que celle du régime « non salarié ». - Le statut « assimilé salarié » suppose une certaine rigueur avec l'établissement d'une fiche de paie mensuelle et des déclarations sociales régulières.

Une idée doit être en phase avec le marché

Comment analyser votre marché cible ?

L'analyse de votre marché cible est une étape importante car elle définit la place de votre entreprise par rapport au marché total.

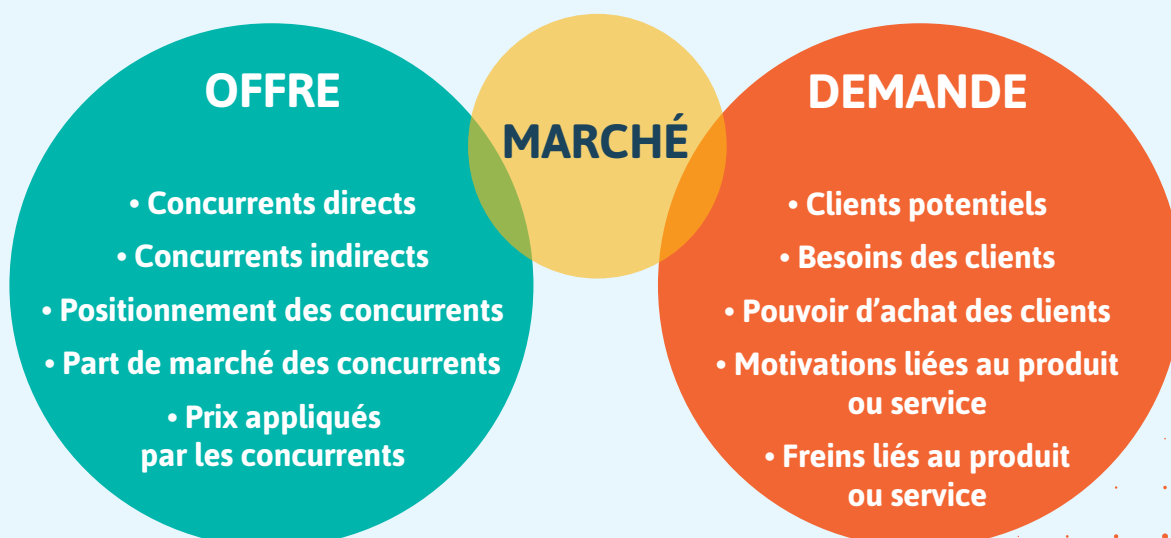


Quelques définitions :

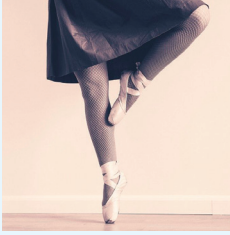
Les **non consommateurs relatifs** représentent les personnes qui ne consomment pas, à l'heure actuelle, les produits ou services disponibles sur votre marché pour des raisons non définitives : prix, communication, distribution.

Les **non consommateurs absolus** représentent quant à eux les personnes qui ne consommeront jamais les produits ou services disponibles sur votre marché pour des raisons physiques, psychologiques ou culturelles.

Analysez l'offre et la demande de votre marché :



Une idée doit être en phase avec le marché



Analysez l'environnement de votre marché avec la matrice PESTEL :

P	E	S	T	E	L
Politique	Economique	Social	Technologique	Environnemental	Légal
Quelle est la politique fiscale de votre marché ?	Comment évolue la croissance de votre marché ?	Quel est le style de vie de vos consommateurs ?	Quel est l'impact des technologies sur votre marché ?	Votre marché porte-t-il une sensibilité écologique ?	Quelles obligations relatives à votre marché sont à prendre en compte ?



AVEZ-VOUS VRAIMENT ENVIE D'ÊTRE LA COPIE DE VOTRE VOISIN ?

VOTRE ACTIVITÉ NE RESSEMBLE A AUCUNE AUTRE !
EN NOUS CONFIAINT LA CRÉATION DE VOTRE SOCIÉTÉ,
VOUS BÉNÉFICIEZ D'UN CONSEIL
SUR-MESURE, ADAPTÉ ET PERSONNALISÉ.

« Chaque projet est spécifique. C'est pourquoi, il est important de réfléchir à construire des bases solides. Lors de la création d'une entreprise, le choix de la forme juridique est un élément déterminant qui nécessite un conseil sur mesure et adapté aux objectifs du dirigeant.

En un mot : personnalisé ! »

Camille Tinat Muller | Juriste en droit des affaires

FOCUS # Concurrence

Comment analyser la concurrence de votre marché ?



L'analyse de la concurrence est une partie importante de l'étude de votre marché. Pour qu'elle soit efficace, certaines questions doivent être posées :

La concurrence existante

(représente les concurrents qui se situent déjà sur un marché)

1) Qui sont vos concurrents directs et indirects ?

- **Vos concurrents directs** vendent exactement les mêmes produits/services que vous.
- **Vos concurrents indirects** répondent aux mêmes besoins que vous, mais utilisent des moyens différents.

2) Quelles sont les forces et faiblesses de vos concurrents ?

- **Analysez** les prix mis en place par vos concurrents, la qualité de leur service, leurs moyens de communication, leur stratégie marketing, leur présence sur le web, leur image de marque.
- **Après avoir analysé ces données**, de quelles manières pouvez-vous vous différencier ? Quelles stratégies mettrez-vous en place pour innover face à vos concurrents ?

«
Distinguer concurrence existante et concurrence potentielle est important.
 En ayant connaissance de la concurrence potentielle, vous pourrez déterminer les stratégies qui seront potentiellement mises en place par les concurrents existants dans le but de freiner votre développement sur votre marché cible et les anticiper.
 »

Michaël Schnepf | Expert-comptable

La concurrence potentielle

(représente l'arrivée possible de nouveaux concurrents sur un marché)

3) Quels sont les obstacles liés à l'entrée sur le marché ?

- **Obstacles économiques** : ce sont des obstacles naturellement présents sur un marché : faut-il maîtriser une technologie complexe ? Faut-il supporter des coûts de production élevés ?
- **Obstacles comportementaux** : ce sont des obstacles créés ou renforcés par les entreprises déjà présentes sur le marché. Elles pourront mettre en place des stratégies de prix bas, que les nouveaux entrants ne pourront pas se permettre pour des raisons financières ou une stratégie de publicité massive afin de réduire la visibilité des nouveaux entrants.

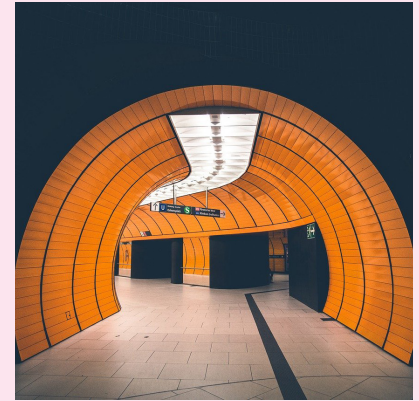
Ces obstacles constituent les principales barrières présentes sur les marchés. Selon votre secteur d'activité, il pourra exister des barrières juridiques (*droit de propriété, dépôt de brevet*), stratégiques (*dépenses de publicité élevées*).

4) La demande du marché est-elle plus élevée que l'offre ?

- **Si l'offre est faible**, cela signifie que de nombreux nouveaux entrants souhaiteront se positionner sur le marché, étant donné qu'il n'est pas saturé.
- **Cela amène également à penser qu'il y a un fort potentiel financier**, qui entraînera une concurrence à l'entrée sur le marché très élevée.

Un projet se planifie et s'adapte

Quel sera votre business plan ?



Concrètement, un business plan, c'est quoi ?

C'est un document financier qui va vous permettre de faire un point complet sur votre projet en répondant aux questions suivantes :

- Mon projet est-il viable ? Et sera-t-il rentable ?
- Quel statut juridique vais-je choisir ?
- Quelle activité vais-je exercer précisément ? Quel sera mon chiffre d'affaires prévisionnel ?
- Quelle stratégie vais-je déployer ?
- Qui sont mes concurrents ? Quel facteur me permettra de me différencier de ces derniers ?
- Comment vais-je distribuer mes produits ou proposer mes services ? Via quel canal ?
- De quelles personnes sera composée mon équipe ?
- Quel est le montant global de mes investissements ?
- Comment vais-je financer ces investissements ?

Quelle est son utilité ?

Le business plan permet notamment de se rendre compte de la faisabilité d'un projet d'entreprise. Il s'avère utile lorsque vous présentez votre projet à la banque pour réaliser un emprunt. Il vous permettra de financer vos investissements, mais surtout de montrer que vous serez en capacité de les rembourser.

Votre expert-comptable pourra vous fournir des informations financières relatives à votre activité : quelle est la marge moyenne effectuée par les acteurs de votre marché, la nature des dépenses à prévoir...

Quels sont ses objectifs ?

Son objectif principal est de vous forger une idée des résultats prévisionnels de votre entreprise, généralement pour les trois années suivant son établissement.

Il faut retenir que le business plan ne doit pas simplement représenter un document administratif pour le dirigeant. Il doit être un véritable outil de pilotage de l'entreprise, une ligne directrice qui est à suivre tout au long de l'année, pour assurer la pérennité de l'entreprise. En effet, il sera possible de changer de stratégie en cas de soucis financiers, ou, au contraire, d'un excédent de chiffre d'affaires.

Comment l'organiser ? Quel est son contenu ?

Un business plan présente un contenu généralement constitué de deux parties :

• Une partie descriptive

Ce volet contient des informations qualitatives. La présentation de vos produits ou services, votre stratégie, votre équipe, vos objectifs et les moyens que vous allez déployer pour les atteindre doivent y figurer. Elle pourra reprendre certains chiffres de la partie financière.

• Une partie financière

La partie financière est composée d'un ensemble de tableaux financiers tels que le compte de résultat prévisionnel, le bilan prévisionnel, le plan de financement ou le budget de trésorerie.

Le business plan constitue un document évolutif et doit être régulièrement mis à jour.

Par exemple, vous avez réalisé 20% de chiffres d'affaires supplémentaire par rapport à ce que prévoyait votre business plan. Vous souhaitez donc désormais embaucher quelqu'un, mais votre marge est-elle réellement suffisante ? Le revenu généré au cours de la première année sera-t-il continu ou représentait-il un seul gros contrat ? Tous ces indicateurs sont à prendre en compte et à mettre à jour.

Pour faire les bons choix dans le temps, il est préférable de se référer à l'avis d'un expert-comptable.

Portrait d'entrepreneur

David Pezzi,

Créateur de l'entreprise

Pro'pulsion automobiles / Norroy-le-Veneur (57)



G&S : Pour quelles raisons êtes-vous devenu entrepreneur ?

David Pezzi : J'étais salarié dans l'automobile depuis 2002 après avoir effectué un BTS dans ce domaine. Ensuite, j'ai travaillé dans plusieurs petits garages, dans lesquels je suis parvenu à évoluer.

En effet, j'ai commencé en étant employé, puis je suis devenu commercial et ensuite responsable commercial. A ce stade, j'estimais avoir atteint le summum en terme d'évolution au sein de mon métier et c'est à partir de ce moment que j'ai souhaité avoir ma propre entreprise, mes propres clients.

L'idée m'est également venue en m'inspirant de modèles, d'autres professionnels à la tête de sociétés pérennes, qui étaient reconnus dans le domaine automobile. C'était pour moi un objectif, en plus d'être un aboutissement personnel et professionnel. Je souhaitais gérer une société moi-même, sans représenter quelqu'un ou une marque, c'était un réel défi pour moi. J'estime que c'est un challenge de tous les jours, car chaque jour est différent et doit être géré d'une autre manière, c'est ce que je trouve personnellement très attractif dans l'entrepreneuriat.

Ensuite, pour devenir entrepreneur, j'estime qu'il faut avoir «le feeling», tout le monde ne peut pas devenir chef d'entreprise. Il faut avoir des compétences et de l'expérience dans le domaine dans lequel on souhaite se lancer, surtout si cela concerne un travail

technique. Il faut également avoir une bonne relation avec la clientèle, savoir instaurer un climat de confiance car la fidélisation de la clientèle représente un point clé de la pérennité d'une entreprise.

G&S : Quelle étape de la création de votre entreprise a été pour vous la plus marquante ?

David Pezzi : Me concernant, les étapes les plus marquantes de la création de mon entreprise ont été la recherche de nom, de logo et surtout d'un local. En effet, j'ai débuté mon activité avec à ma seule disposition un bureau et un parking sur lequel mes voitures étaient exposées. Rapidement, j'ai été dans l'obligation d'agrandir mon parc et il a fallu que je trouve un local adapté. Toute mon énergie était destinée à cette recherche, étant donné que la partie administrative de la création de mon entreprise a été confiée à la société Gestion & Stratégies, qui a su m'aguiller dans mes différents choix.

G&S : Comment avez-vous choisi la forme juridique de votre entreprise ?

David Pezzi : Mon expert-comptable, Thomas Kappel, m'a conseillé de choisir la forme juridique SARLU (Société À Responsabilité Limitée Unipersonnelle). Je lui ai exprimé mes souhaits et il m'a orienté vers ce type de société qui était la solution la plus adaptée à mon projet.

Aujourd'hui, je ne porte aucun regret sur ce choix, car tout se déroule parfaitement bien.

G&S : Qu'est-ce qui vous aide à piloter votre entreprise ?

David Pezzi : Dans le domaine automobile, le principal indicateur reste le marché, la tendance actuelle. Je l'observe dans la rue, en analysant tous les types de véhicules : est-ce des véhicules récents, anciens ? Quelle est leur marque ? Quels sont les modèles les plus courants ? Est-ce une voiture de marque française ou de marque étrangère ? Je me réfère également aux sites de vente en ligne, j'observe ce qui se vend le plus, le mieux, et cela me permet d'organiser mon stock, et de mettre en valeur les véhicules répondant à la tendance actuelle. La tendance des ventes en concessions automobiles me permet quant à elle de me constituer une base importante de véhicules qui se vendront sur le marché de l'occasion les années suivantes.

Je pilote également mon entreprise à l'aide des recherches personnalisées que me confient mes clients. En effet, c'est un mode de recherche très prisé. Les clients me confient leurs critères et leur budget, ce qui me permet de leur trouver une voiture répondant à tous leurs besoins.



« Le choix du statut juridique s'est effectué en concertation avec le client, lors d'un entretien et en fonction des réponses données par ce dernier à des questions ciblées sur sa situation personnelle, professionnelle, antérieure mais également future. »

Thomas Kappel |

Expert-comptable
Commissaire aux comptes

Le B.A.-BA de la protection de marque

Que faut-il savoir?



Une marque, qu'est-ce que c'est ?

La notion de marque est définie juridiquement dans l'ordonnance du 13 novembre 2019 comme "un signe servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale de ceux d'autres personnes physiques ou morales".

Une marque peut être matérialisée par un nom propre, un mot, une expression, un symbole visuel, une couleur, un son ou même une odeur. Impératif : chaque élément doit être distinctif.



Qui peut déposer le nom d'une marque ?

Une marque peut être déposée au nom d'une ou de plusieurs personnes, physiques ou morales (entreprise, association, fondation, SCI...).

Cette démarche se fait entièrement en ligne via le site Internet de l'INPI.

Attention : au préalable, vous devez impérativement faire les démarches de vérification quant à la disponibilité de la marque que vous souhaitez déposer !

Bon à savoir : l'analyse de la disponibilité peut être confiée à un professionnel. En France, vous pouvez vous tourner vers le CNCPI qui propose une permanence gratuite pour une première approche.



VRAI ou FAUX ?

- J'aimerais protéger ma marque mais c'est une démarche longue et coûteuse. **VRAI et FAUX !** Déposer votre marque peut prendre jusqu'à 6 mois entre le moment de votre demande et la publication au BOPI. Enregistrer sa marque a un coût : 190€ + 40€ par classe. Une classe correspond à l'activité de la marque. Vous pouvez en choisir plusieurs, réparties dans une liste organisée selon une classification internationale, la "Classification de Nice".
- J'ai besoin d'étendre la protection de ma marque vers l'Allemagne. En tant que dépositaire en France, je suis prioritaire pour le faire Outre-Rhin. **VRAI !** L'enregistrement d'une marque à l'INPI n'est valable qu'en France, cependant elle vous permet de bénéficier d'un délai de priorité de 6 mois, à partir du dépôt, pour une extension à l'étranger.
- Je peux déposer une marque dans un domaine d'activité identique à une autre marque. **FAUX !** Le nom d'une marque peut co-exister avec une autre, uniquement si elles exercent 1) dans des domaines très différents d'activités, 2) si elles sont peu connues du Grand Public.
- Je peux me passer d'exploiter ma marque une fois celle-ci protégée. **FAUX !** La marque que vous avez déposée doit être exploitée. Vous avez 5 ans pour le faire et garder la preuve de son utilisation régulière. Passé ce délai un tiers peut demander la déchéance de votre protection.
- Je peux protéger un concept à défaut de lui avoir trouvé un nom. **FAUX !** Un concept ne peut être protégé en tant que tel. Seule la matérialisation de celui-ci peut l'être.

Des questions ?

Contactez notre cabinet



#entrepreneurdedemain

■
STRASBOURG

■
METZ

■
PARIS

gestion-strategies.fr



Gestion & Stratégies est une entreprise Alsace Excellence

