

OBJECTIFS

- Permettre d'aborder la création ou la reprise d'entreprise dans ses différents aspects
- Donner des outils et méthodes, des concepts simples et des éléments pratiques pour se lancer en toute connaissance de cause dans un projet de création ou de reprise d'entreprise et pour évaluer et appréhender correctement son projet
- Sensibiliser aux risques de l'entrepreneuriat

COMPÉTENCES ACQUISES

- Repérer pratiquement les écueils de la création ou de la reprise d'entreprise
- Gérer un projet de A à Z
- S'entourer de compétences de différentes natures
- Faire passer son projet du stade d'une simple idée à celui d'un concept viable
- Définir son projet clairement, le formaliser, le conceptualiser
- Analyser le secteur d'activité et le marché, la concurrence
- Connaître les principes et techniques comptables et financières de base
- Être sensibilisé aux principales règles de droit commercial, fiscal et de la concurrence en vigueur
- Mettre en place une communication simple et cohérente avec le projet et avec les moyens disponibles

PARTICIPANTS

- Créateurs, repreneurs d'entreprise
- Porteurs de projets

DÉMARCHE ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Méthode inductive : le stagiaire avec l'aide du formateur...
 -  Observe
 -  Contextualise
 -  Conceptualise
 -  Recontextualise
- Pédagogie interactive - Observation par le formateur des pratiques des stagiaires - Jeu des « questions – réponses » avec le formateur et construction par le stagiaire de son propre savoir.
- Méthodes pédagogiques différenciées en fonction des objectifs, des contenus et du public.
- Illustration de l'exposé par des cas réels, nombreux exercices pratiques à partir des problématiques professionnelles de chaque participant, appui individualisé.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Vidéo projecteur
- Tableau blanc, paper board.
- PC connecté à Internet
- Équipement multimédia
- Supports écrits fournis et conservés par l'apprenant : cours, études de cas et exercices (sujets et corrigés), bibliographie et webographie.

PRÉ-REQUIS

- Connaître l'environnement Windows

ÉVALUATION

- Cette formation est qualifiante. Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis à chaque participant.

La formation est assurée par des professeurs de l'enseignement supérieur, des professionnels du conseil, des juristes, des chefs d'entreprise



Voici les étapes de la formation...

➤ **De l'idée au projet...**

- Analyse critique de l'idée
- Formalisation écrite de l'idée
- Analyse de la personnalité du porteur de projet
 - ✚ Étude de ses points forts et de ses points faibles personnels : cursus, caractéristiques, motivation, aptitude à la gestion, ...
 - ✚ Étude des éventuelles obligations du porteur de projet : existence d'une clause de non-concurrence antérieure, risque de concurrence déloyale, ...
 - ✚ Son environnement familial : soutien ou agent de déstabilisation ?
 - ✚ Son environnement élargi : y a-t-il des « sachants » (des experts-comptables, des avocats, des professionnels du conseil, des chefs d'entreprises, etc.) dans son entourage ?
 - ✚ L'environnement économique : favorable, défavorable, neutre ?
- Les aides financières, souvent liées à la situation personnelle du porteur du projet
 - ✚ L'ACCRE : l'exonération de cotisations sociales de base pendant un an
 - ✚ Le dispositif NACRE
 - ✚ Le maintien ou le report des allocations chômage
 - ✚ Les prêts à taux réduit ou sans intérêt
 - ✚ Le débloqué anticipé de l'épargne acquise dans le cadre de la participation des salariés aux résultats de l'entreprise.

➤ **La perception exacte du marché : condition de la survie des entreprises agissant en univers incertain**

- Étude d'ensemble du secteur d'activité sélectionné
 - ✚ Existe-t-il des contraintes légales et réglementaires ? (Exigences de qualification ou d'autorisation administrative ?)
 - ✚ Le secteur est-il soumis à des normes spécifiques en matière d'hygiène et de sécurité, etc. ?
- L'étude de marché : point de départ incontournable de l'étude de faisabilité
 - ✚ Définition, objectifs et méthodologie
 - ✚ De l'idée au concept : quel est le produit à vendre ?
 - ✚ La connaissance du marché
 - ◆ Qu'est-ce qu'un marché ?
 - ◆ Étude de l'offre et des concurrents
 - ◆ L'apport du benchmarking
 - ◆ Étude de la demande et définition de la cible
 - ◆ Le double diagnostic (interne et externe) qui amène à la connaissance des consommateurs et de leur demande, de l'offre de l'entreprise, de son environnement : le SWOT et l'analyse PESTEL
 - ◆ La prise en compte de nouvelles préoccupations : le développement durable et l'accès aux handicapés

- ✚ Les techniques de l'étude de marché
 - ◆ Études documentaires
 - ◆ Études qualitatives de profondeur
 - ◆ Études quantitatives (Sondages et échantillonnages)
 - ◆ Conception, rédaction et administration des questionnaires

➤ Marketing et communication

Au préalable : définir la stratégie globale d'entreprise...

- L'élaboration de la stratégie marketing
 - ✚ L'analyse diagnostic et la formulation des objectifs
 - ✚ Les options stratégiques fondamentales
 - ✚ La formulation et l'évaluation du marketing mix
- Apport de la marketing sectorielle
- Concept et positionnement
- Création de l'identité d'entreprise ou de l'identité de marque
- Conception, création des outils de communication
- Stratégie de communication, planning, budget
- Qui fait quoi ? Le rôle des agences de communication
- L'e-communication

➤ Quelle forme juridique adopter ?

- Qu'est-ce qu'une entreprise ? Une association ? Une administration ? Une auto-entreprise ?
- Le statut particulier de l'artisan
- Les entreprises individuelles : création, fonctionnement et gestion, dissolution
- Les entreprises sociétaires : création, fonctionnement et gestion, formalités de publicité, dissolution, redressement et liquidation judiciaires
- L'EIRL : vraie ou fausse bonne idée ?
- La possibilité de l'essaimage : une chance supplémentaire
- Le régime fiscal et le régime social du chef d'entreprise

➤ Les éléments juridiques de l'installation : chercher les atouts

- Faut-il se franchiser ? Étude du contrat de franchise
- Le fonds de commerce : création ex nihilo, reprise ou location gérance ?

➤ **La place de l'immobilier dans le projet**

- Propriétaire ou locataire ?
- Signer un bail commercial
- Faut-il séparer le patrimoine immobilier des éléments actifs d'exploitation ? Modalités de la séparation

➤ **Comptabilité et imposition des bénéfices de l'entreprise**

- La tenue de la comptabilité - de la saisie quotidienne à la production du bilan et du compte de résultat : qui fait quoi ?
- Le choix de la date de l'exercice social
- Le choix de l'expert-comptable et les règles d'une bonne collaboration (lettre de mission, modalités de l'intervention, etc.)

➤ **Étude de faisabilité financière : rédiger le business plan**

- Déterminer ses prix de vente
 - ✚ La connaissance des coûts de revient
 - ✚ La perception des prix pratiqués par la concurrence
 - ✚ Le calcul du coût psychologique
 - ✚ Le target costing
- Vendre avec des marges suffisantes
- Établir le budget des ventes
- Calculer le seuil de rentabilité
- Établir le tableau emplois-ressources
- Choisir judicieusement ses investissements et trouver les modes de financement les plus pertinents
- Évaluer le besoin en fonds de roulement après mise en place des principaux budgets (achats, production, salaires et charges sociales, autres charges, TVA, etc.) et évaluer le budget résultant de trésorerie.
- Les relations avec les banques : ce qu'il faut savoir - Sûretés réelles et sûretés personnelles

➤ **Atelier de création : travail sur un projet personnel**

Ce travail est entrepris assez rapidement après le début de la formation et le stagiaire rapporte ses progrès à son formateur et au reste du groupe à chacune de leurs rencontres.