

PROJECTEURS

L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET

SE LANCER DANS LE SECRÉTARIAT INDÉPENDANT



MARS 2022

bpi**france**

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, *etc.*), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **[Bpifrance-creation.fr](https://bpifrance-creation.fr)**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **structures juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

Le dossier Projecteurs SE LANCER DANS LE SECRÉTARIAT INDÉPENDANT est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16 € TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Sonia Julaud (sonia.julaud@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-034-7

Bpifrance, mars 2022

MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

SE LANCER DANS LE SECRÉTARIAT INDÉPENDANT

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions,
en particulier :

- Carole Feuga, co-pilote de la commission Entrepreneuriat de la Fédération française des métiers de l'assistanat et du secrétariat (**FFMAS**)
- Céline Lieffroy, auteure du blog [Croquefeuille](#)
- Ludovic Michel, co-pilote de la commission Entrepreneuriat de la Fédération française des métiers de l'assistanat et du secrétariat (**FFMAS**)

N'hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

PROJECTEURS



AVERTISSEMENT

Chers créateurs entrepreneurs,

Vous venez d'acquérir ce dossier Projecteurs rédigé pendant la crise liée à la Covid-19.

Une grande partie des secteurs d'activité et des métiers que nous traitons dans ces dossiers ont vu leurs perspectives de marché à court terme bouleversées par cet arrêt brutal et inédit de l'activité lié aux périodes de confinement et par une reprise plus ou moins effective et rapide selon les activités.

Les informations que nous mettons à votre disposition dans la partie 3 des dossiers Projecteurs sont, pour la plupart, des éléments concernant la structure de votre marché qui restent pertinents pour la mise en place de votre projet.

En cette période incertaine, les organisations professionnelles mentionnées dans la dernière partie de chaque dossier Projecteurs sont mobilisées pour accompagner au mieux leurs adhérents actuels et futurs dans la traversée de cette crise ou la création de leur entreprise. Afin d'obtenir les informations les plus récentes sur l'évolution de votre futur marché, nous vous invitons à vous rapprocher de ces organisations qui sont les plus à même de vous communiquer les derniers chiffres et les éventuelles mesures spécifiques mises en place par le gouvernement en faveur de votre secteur.

Parallèlement à cette démarche, nous vous conseillons d'effectuer une veille régulière en mettant en place les actions suivantes :

- Surveillez les nouveaux contenus de **Bpifrance Création** et abonnez-vous à sa **newsletter**.
- Effectuez une veille sur le site du **Cedef**, le centre de documentation du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance.
- Consultez régulièrement des sources qui suivent l'activité sectorielle, comme les *newsletters* des revues sectorielles, notamment celles mentionnées dans la partie 7 de chaque dossier Projecteurs.

Nous vous souhaitons une belle réussite dans votre projet !

L'équipe des dossiers Projecteurs

SOMMAIRE

1.	EN BREF	6
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	8
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	14
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	28
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	32
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	37
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	44

**EN
BREF**

1.

EN BREF

La part de la population active exerçant aujourd'hui des métiers du domaine de l'assistantat et du secrétariat serait de 12 %. Incontournables, ces professions séduisent de nombreux futurs entrepreneurs, dont la vaste majorité sont des femmes. Il s'agit souvent de salariées attirées par la liberté et la créativité que permet l'entrepreneuriat. Sur ce marché où la demande est croissante, l'activité de secrétariat indépendant peut être lucrative, à condition de posséder le sens de la gestion d'entreprise, de la prospection commerciale et de la communication.

La création du statut d'auto-entrepreneur en 2009 (aujourd'hui « micro-entrepreneur »), le développement des outils digitaux et, plus récemment, de l'externalisation et du travail à distance, ont largement contribué à l'essor du secrétariat indépendant.

Les clients sont souvent des petites entreprises – commerçants, artisans, professions libérales – qui n'ont ni le temps ni les compétences internes pour assurer leur gestion administrative. Dans un monde de plus en plus numérique, les professionnels du secrétariat indépendant élargissent leurs compétences. Ils deviennent des experts proposant des prestations de démarches administratives en ligne, de communication digitale, de coordination de la mise en place du Règlement général sur la protection des données (RGPD), ou de formation. Parfois, ils proposent aux particuliers des services d'assistance administrative à domicile, sous forme de services à la personne (SAP). Ils peuvent aussi être écrivains publics et rédiger des courriers, CV, discours et biographies.

Pour se lancer, l'investissement de départ est modéré, et les tâches de secrétariat peuvent sembler faciles à maîtriser, mais se mettre à son compte est en premier lieu une démarche entrepreneuriale. Un excellent secrétaire ne fait pas nécessairement un bon chef d'entreprise. Il faut savoir gérer sa prospection commerciale, sa communication, sans oublier sa comptabilité : c'est en étant polyvalent, créatif et proactif que les professionnels pourront pérenniser leur activité.

CHIFFRE-CLÉ

3,3

**millions d'acteurs sont présents
sur le marché du secrétariat et de l'assistantat**

(FFMAS ; en France à l'été 2018)

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

Télésecrétaire, téléassistante, secrétaire à domicile, secrétaire virtuelle, assistante virtuelle, *office manager*, secrétaire indépendante : autant de termes désignant la même profession, celle de prestataire de services effectuant des missions de secrétariat.

Quelle que soit la dénomination choisie, elle est souvent déclinée au féminin. En effet, historiquement plutôt féminine, la profession est encore exercée en quasi-totalité par des femmes : 99 % selon l'enquête sur le métier de secrétaire indépendante, menée par le blog Croquefeuille en 2020. Contrairement à l'usage grammatical traditionnel qui veut qu'en français le masculin l'emporte sur le féminin, et après consultation de la Fédération française des métiers de l'assistanat et du secrétariat (FFMAS), le terme de « secrétaire indépendante » sera utilisé dans ce dossier.

Source : CROQUEFEUILLE. « [L'enquête sur le métier de secrétaire indépendante](#) », publiée le 01/03/2021.

Les services les plus fréquemment proposés par la secrétaire indépendante sont :

- l'accueil dans une entreprise de manière ponctuelle ou lors d'événements ;
- la gestion administrative (devis, factures, notes de frais, relances d'impayés) ;
- la création et la mise à jour de bases de données ;
- la réalisation de tableaux de bord de ventes ou de gestion de projets et de diaporamas pour les réunions, conférences ;
- l'assistance à la réponse aux appels d'offres ;
- la préparation des dossiers Ressources humaines, de la paie ;
- le support de la gestion de la qualité, des risques (suivi des procédures) ;
- la gestion organisationnelle d'événements ;
- le conseil et l'aide à la mise en place de nouveaux logiciels (par exemple les CRM – *Customer relationship management* –, les logiciels de gestion ou de télétransmission) ;
- la retranscription audio ;
- la domiciliation des entreprises (attention, il s'agit d'une **activité réglementée**) ;
- la conception, relecture et mise en page de documents ;
- la veille documentaire ;
- la prospection commerciale ;
- la recherche de fournisseurs ;
- la traduction ;
- la gestion de projet.

De façon moins fréquente, la secrétaire indépendante peut proposer des prestations d'**écrivain public** pour des entreprises, des institutions, des associations ou des particuliers. Dans ce cadre, elle réalise :

- des courriers ;
- des CV, lettres de motivation ;
- des corrections de manuscrits ;
- des corrections et des réécritures de mémoires ou de thèses d'étudiants ;

DÉFINITION DE LA PROFESSION

- des discours ;
- des biographies (incluant parfois des recherches généalogiques).

L'activité d'écrivain public requiert une très bonne connaissance de la langue française, de la syntaxe, du vocabulaire et du style. Il faut posséder une grande facilité d'expression orale et écrite, une bonne culture générale et le sens de l'écoute pour comprendre les besoins de clients aux profils très variés. Le style utilisé doit refléter la personnalité du requérant.

Source : CROQUEFEUILLE. « [Écrivains publics sous le statut d'auto-entrepreneur : témoignages](#) », article publié le 20/04/2015.

Pour en savoir plus :

→ CIDJ. « [Écrivain public](#) », fiche métier disponible en ligne.

La secrétaire indépendante est prestataire de services, elle effectue des missions ponctuelles ou régulières pour :

- les entreprises et les indépendants ;
- les institutions ;
- les professions libérales ;
- les associations ;
- les particuliers (plus rarement).

La secrétaire indépendante peut travailler :

- à son domicile ;
- chez ses clients : c'est le cas bien sûr pour les missions d'accueil, de prise de notes ou d'enregistrement de réunions, ainsi que lorsqu'elle doit collaborer avec les équipes en place, mais aussi dès lors que ses tâches impliquent l'utilisation de documents en version papier, pour des raisons de sécurité et de confidentialité ;
- dans un bureau loué, acheté, ou en espace de *coworking*.

COMPTABILITÉ, DROIT : ATTENTION DANGER !

Contrairement à ce qu'on peut croire, il est interdit aux secrétaires indépendantes de fournir des prestations de comptabilité ou de conseil juridique. Certaines proposent ou se voient confier ce type de mission, par méconnaissance de la loi. Si vous avez exercé la profession de secrétaire en tant que salarié, il vous est peut-être arrivé de prendre en charge des tâches comptables et juridiques, car vous étiez alors sous la responsabilité de votre employeur. Même si vous maîtrisez ces tâches, il vous est désormais interdit de les réaliser en tant que secrétaire indépendante pour vos clients. Facturer ce type de prestation sans être expert-comptable ou avocat est illégal.

Il est du devoir de la secrétaire indépendante d'informer son client de cette interdiction, et donc de refuser d'éventuelles demandes de prestation de comptabilité ou de conseil juridique si elles ne correspondent pas strictement au cadre légal. Il en va de votre protection et de celle de votre client. En outre, les assurances professionnelles contractées par les secrétaires indépendantes ne couvrent pas les risques pénaux.

Pour en savoir plus :

→ Rubriques « [L'exercice illégal de la comptabilité](#) » et « [L'exercice illégal du droit](#) » en partie 6.

Codes APE de la NAF

L'activité de secrétariat indépendant ne correspond pas à un seul code spécifique d'activité principale de l'entreprise (APE) au sein de la nomenclature d'activités française (NAF, révision 2 de 2008). Suivant la spécificité, l'activité pourra relever des codes suivants :

- **82.19Z « Photocopie, préparation de documents et autres activités spécialisées de soutien de bureau »**, qui comprend :

- > la préparation de documents ;
- > la révision ou la correction de documents ;
- > la frappe et le traitement de texte ;
- > les services de secrétariat, y compris gestion de dossiers et archivage ;
- > la transcription de documents ;
- > la rédaction de lettres et de *curriculum vitae* ;
- > la location de boîtes aux lettres et d'autres services postaux et de courrier, tels que le tri préalable, l'adressage, etc. (à l'exclusion du publipostage) ;
- > la photocopie ;
- > la duplication ;
- > le tirage de plans ;
- > d'autres services de reproduction de documents n'offrant pas de services d'impression (impression *offset*, impression-minute, services de pré-presse) ;
- > l'impression numérique de documents en petits tirages ;
- > les activités de routage et la messagerie urbaine de la presse.

Cette sous-classe ne comprend pas :

- > l'impression de documents (impression *offset*, impression numérique en grands tirages, etc.) (18.12Z) ;
- > les activités de pré-presse (18.13Z) ;
- > le publipostage (73.11Z) ;
- > les services de sténographie spécialisés, tels que la transcription des délibérations des tribunaux (82.99Z).

Cette sous-classe est utilisée par la majorité des entreprises en secrétariat indépendant.

- **82.11Z « Services administratifs combinés de bureau »**, qui comprend la prestation d'une combinaison de services administratifs de bureau quotidiens, comme l'accueil, la planification financière, la facturation, la gestion de dossiers et l'archivage, les activités liées au personnel, l'organisation des locaux, les services de courrier, etc., pour le compte de tiers.

Cette sous-classe ne comprend pas :

- > la prestation d'une seule partie donnée de ces activités (voir la sous-classe en fonction de cette activité) ;
- > la fourniture de personnel sans supervision (78).

Selon la FFMAS, cette sous-classe est utilisée par environ 40 % des entreprises en secrétariat indépendant.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès de Ludovic Michel, co-pilote de la commission Entrepreneuriat de la FFMAS en mars 2022.

- **82.99Z « Autres activités de soutien aux entreprises n.c.a »**, qui comprend :

- > la production de comptes rendus textuels ou d'enregistrements sténographiques des délibérations des tribunaux et la transcription ultérieure du matériel enregistré ;

DÉFINITION DE LA PROFESSION

- > les services de sous-titrage codé en temps réel (simultané) d'émissions de télévision en direct, réalisées lors de réunions ou de conférences et diffusées en circuit fermé ;
 - > les services de codage par code-barres pour les adresses ;
 - > les services d'impression de code-barres ;
 - > les services de collecte de fonds, pour le compte de tiers ;
 - > les services de saisie ;
 - > les services de collecte des pièces de parcmètres ;
 - > les activités des commissaires-priseurs indépendants ;
 - > l'administration des programmes de fidélisation ;
 - > les autres activités de soutien généralement fournies aux entreprises non classées ailleurs (n.c.a).
- Cette sous-classe ne comprend pas :
- > les services de transcription de documents (82.19Z) ;
 - > la fourniture de services de sous-titrage (59.12Z).

Les codes ci-dessous peuvent également être attribués, de façon moins fréquente :

- **82.20Z « Activités de centres d'appels »** ;
- **70.22Z « Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion »**.

Aptitudes

Le métier de secrétaire indépendante requiert à la fois des savoir-faire et des savoir-être.

Selon les missions effectuées, les **compétences techniques** incluent entre autres :

- une bonne connaissance de la **gestion administrative** ;
- la maîtrise des **logiciels bureautiques** ;
- en fonction des missions et spécialisations proposées, la maîtrise de :
 - > la **retranscription audio** ;
 - > la **rédaction** ;
 - > la **traduction** ;
 - > **logiciels de gestion**.
- une **orthographe** irréprochable.

Une **appétence pour le numérique**, domaine en constante et rapide évolution, est un atout de plus en plus nécessaire. Les salariés d'une entreprise ne sont pas toujours formés à la recherche sur Internet, à l'utilisation des réseaux sociaux et des plateformes administratives en ligne. Ces compétences multiples peuvent devenir l'expertise de la secrétaire indépendante.

Outre ces aptitudes techniques, la secrétaire doit impérativement être :

- **méthodique, organisée, ordonnée** (elle peut être force de proposition pour mettre en place une méthodologie de classement ou d'archivage chez son client) ;
- **autonome** ;
- **disponible, agile** et savoir **s'adapter** ;
- **réactive** ;
- **diplomate** et avoir le **sens du contact** (le relationnel est capital dans ce métier) : il s'agit d'instaurer une relation de confiance et de respect avec le client, car la secrétaire intervient en soutien de l'activité de son client, et d'être à l'écoute de ses besoins et ne pas imposer sa vision des choses ;

DÉFINITION DE LA PROFESSION

- **force de proposition** : elle possède une vision extérieure du fonctionnement de l'entreprise de son client et peut apporter des conseils (par exemple en matière de gestion administrative, de choix de logiciels, de communication) ;
- **discrète** : le mot secrétaire vient du latin *secretarium*, lieu où des secrets, des trésors étaient conservés. Le devoir de **confidentialité** est ainsi indispensable (voir la rubrique « **Règles et usages de l'activité** » en partie 6).

À l'heure où la robotisation des tâches administratives fait beaucoup parler d'elle, ces compétences humaines sont autant de qualités qu'une machine ne pourra jamais posséder.

Enfin, avoir la capacité et l'envie de travailler seul est important. Exercer à domicile signifie avoir moins de contacts qu'en entreprise.

UN MÉTIER ADAPTÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Le travail à domicile, en particulier celui de secrétaire indépendante, est particulièrement adapté aux contraintes de santé liées au handicap.

Pour en savoir plus :

- ➔ AGEFIPH. « **Conseil et accompagnement à la création ou la reprise d'entreprise** », rubrique en ligne.
- ➔ CROQUEFEUILLE. « **Micro-entreprise et handicap : secrétaire médicale à distance** », article publié le 22/09/2020.

Entrepreneure avant tout

Pour devenir secrétaire indépendante, il ne faut pas uniquement miser sur ses compétences techniques. Le choix de se mettre à son compte est en premier lieu une démarche entrepreneuriale. Une excellente secrétaire ne fait pas nécessairement une bonne chef d'entreprise. Vous n'êtes pas exécutante, vous portez l'entière responsabilité de vos missions et devez vous investir dans une démarche commerciale pour proposer votre expertise. Aucun lien de subordination ne doit exister entre vos clients et vous. Lors d'une reconversion, il ne s'agit donc pas de transposer vos tâches et votre posture de salariée dans votre propre entreprise, mais de définir une offre à partir de vos compétences actuelles, et de celles que vous acquerrez ensuite au fil de vos missions.

C'est l'envie d'entreprendre qui doit vous animer avant tout. Rédiger vos lettres de mission, vos CGV (Conditions générales de vente), souscrire à des assurances, gérer la prospection commerciale, puis les souhaits du client et votre relation d'affaires avec lui, les priorités mais aussi les imprévus, obtenir le règlement de vos factures en temps et en heure pour ne pas mettre votre activité en péril, sans oublier la comptabilité, les actions de communication : vous devrez être polyvalente, créative et proactive !

Faire une formation à l'entrepreneuriat et contacter une **structure d'accompagnement** peut vous aider à acquérir ces compétences entrepreneuriales et à bien définir votre projet. Réaliser une étude de marché au préalable est indispensable.

Pour en savoir plus :

- ➔ FFMAS. « **Quelle est votre posture entrepreneuriale ?** », article publié le 08/11/2021.

3.

**ÉLÉMENTS
DE L'ÉTUDE
DE MARCHÉ**

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

L'état des lieux du secteur

En raison de la multiplicité des activités classées sous les codes APE attribués à l'activité de secrétaire indépendante, il est difficile de déterminer le nombre d'acteurs du secteur en France.

L'enquête 2020 du blog Croquefeuille, menée auprès de 400 participantes, permet cependant de dresser un portrait de ces professionnelles :

- la majorité est âgée de 35 à 54 ans ;
- la plupart possède un diplôme Bac+2 ;
- 49 % résident en zone rurale, 27 % en zone périurbaine et 24 % en ville ;
- l'Auvergne-Rhône-Alpes, l'Occitanie puis l'Île-de-France sont les régions où résident le plus de secrétaires indépendantes ;
- 58 % étaient au chômage avant de se lancer, 37 % étaient salariées ;
- 63 % exercent pour des clients proches de chez elles.

Source : CROQUEFEUILLE. « [L'enquête sur le métier de secrétaire indépendante](#) », publiée le 01/03/2021.

Les créations d'entreprises

Même s'il n'y a pas de code APE spécifique à l'activité de secrétariat indépendant, nous avons sélectionné ci-dessous les codes principaux parmi ceux cités précédemment (voir la rubrique « **Activité** » en partie 2), afin de donner quelques indications chiffrées concernant les créations d'entreprises pour l'année 2020.

DYNAMIQUE DES CRÉATIONS D'ENTREPRISES DANS LE SECTEUR EN FRANCE, 2020

ACTIVITÉS	NOMBRE D'ENTREPRISES		CRÉATIONS D'ENTREPRISES	
	AU 31/12/2018	AU 31/12/2019	NOMBRE	ÉVOLUTION
Photocopie, préparation de documents et autres activités spécialisées de soutien de bureau (82.19Z)	16 719	20 073	4 291	- 11 %
Services administratifs combinés de bureau (82.11Z)	12 009	18 992	6 259	+ 15 %

Champ : France entière, entreprises des secteurs « Photocopie, préparation de documents et autres activités spécialisées de soutien de bureau » (82.19Z) et « Services administratifs combinés de bureau » (82.11Z).

Source : Insee (Sirene, 2020).

Évolution du secteur

Hausse de la demande de prestation de secrétariat indépendant

- L'activité de secrétaire indépendante s'est développée dans les années 1980, avec l'avènement du télésecrétariat médical. L'arrivée d'Internet a donné un coup d'accélérateur à cette tendance, la dématérialisation permettant d'externaliser de plus en plus de tâches. En 2009, la création du statut d'auto-entrepreneur, dont les démarches de création d'entreprise et de fiscalité simplifiées permettent de se lancer rapidement dans l'entrepreneuriat, a fait bondir le nombre de secrétaires indépendantes. Tester une activité étant devenu plus simple, beaucoup de salariés ont sauté le pas.
- La FFMAS estime qu'aujourd'hui les acteurs des professions de l'assistanat et du secrétariat ne représentent pas moins de 12 % de la population active. Il s'agit donc de métiers porteurs.
- La demande en prestation de secrétariat vient notamment des très petites entreprises (TPE), dont les dirigeants n'ont parfois ni la charge de travail suffisante, ni les ressources idoine, ni les moyens justifiant le recrutement d'un salarié à temps plein pour gérer une activité chronophage qui n'est pas leur cœur de métier, à savoir l'administratif. C'est le cas notamment des professions libérales (le secteur médical, les consultants, les avocats, les architectes) et des artisans (qui manquent de temps et/ou de compétences pour prendre en charge les devis, la facturation, les paiements aux fournisseurs, le classement).

Source : FFMAS. « [Les chiffres de la profession](#) », étude publiée à l'été 2018.

Les spécialités les plus pratiquées

Selon l'enquête 2020 du blog Croquefeuille, les spécialités les plus pratiquées sont, par ordre décroissant :

- la retranscription audio ;
- la correction ;
- le secrétariat technique BTP ;
- le marketing, les réseaux sociaux ;
- les démarches administratives en ligne ;
- l'assistance en ressources humaines.

Source : CROQUEFEUILLE. « [L'enquête sur le métier de secrétaire indépendante](#) », publiée le 01/03/2021.

Des compétences qui se diversifient

Dans un monde de plus en plus digitalisé, le rôle de la secrétaire indépendante évolue. Elle se voit confier des missions de support dans les domaines du Règlement général sur la protection des données (RGPD), des démarches administratives en ligne, de la communication digitale ou de la formation.

Le RGPD

Applicable depuis mai 1978, le Règlement général sur la protection des données (RGPD) est un texte de référence en matière de protection des Données à caractère personnel (DACP). Il renforce la protection des données pour les individus au sein de l'Union européenne et contraint les entreprises et organismes (clients potentiels de la secrétaire indépendante) sur la collecte de DACP au strict nécessaire et avec le consentement des personnes, sur l'accès à ces données et sur leur sécurisation. En cas de manquement à ce règlement, la sanction de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) peut aller jusqu'à 4 % du chiffre d'affaires ou 20 millions d'euros d'amende.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La coordination de la mise en place de ce règlement avec tous les acteurs de l'entreprise concernés peut être confiée à la secrétaire indépendante. Il peut s'agir entre autres :

- de créer un registre d'activités indiquant la finalité du traitement des données, la durée de conservation des données, les personnes concernées, etc. ;
- d'établir un plan d'action pour remédier aux constats de non-conformité ;
- de coordonner la mise en place de mesures de sécurisation des données et de procédures en cas de violation des données.

Des formations sur ce sujet sont organisées par la Cnil, qui met également à disposition des logiciels gratuits de mise en conformité RGPD.

Source : FFMAS. « [Le RGPD : quels enjeux pour les secrétaires/assistant\(e\)s indépendant\(e\)s ?](#) », article publié le 10/09/2020.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Me mettre en conformité avec le RGPD \(Cnil\)](#) », rubrique en ligne.
- ➔ CNIL. « [RGPD : de quoi parle-t-on ?](#) », rubrique en ligne.

Les démarches administratives en ligne

La dématérialisation des formalités administratives à accomplir par les entreprises requiert des compétences dans le domaine numérique, auxquelles les salariés ne sont pas systématiquement formés. Maîtriser le fonctionnement et les exigences de chaque plateforme ou application prend du temps. Cette mission peut aisément être confiée à une secrétaire indépendante.

La communication digitale

La présence d'une entreprise sur Internet est devenue aujourd'hui quasi incontournable, ne serait-ce qu'au moyen d'un site vitrine. Peuvent s'y ajouter une boutique d'e-commerce et des comptes sur les réseaux sociaux : autant de canaux qu'il convient de mettre à jour et d'animer très régulièrement, sous peine de voir l'image de marque de l'entreprise se détériorer. Les petites entreprises manquent souvent de temps et des compétences dédiées à ce type de tâches essentielles.

La secrétaire indépendante peut intervenir, en prenant en charge, par exemple, la mise à jour des fiches produits, des stocks et de la facturation sur le site e-commerce, des pages Facebook, LinkedIn, Instagram. Elle peut même se voir confier des missions de support au *community manager*, voire de mise en place du SEO. Bien sûr, il ne s'agit pas d'élaborer une stratégie de communication digitale, mais par exemple de rédiger et de mettre en place un logiciel d'automatisation des *posts*, d'alimenter les blogs.

La formation

De plus en plus de secrétaires indépendantes se lancent dans la formation (*coaching* professionnel, formation en secrétariat et gestion, conseils en gestion administrative et outils informatiques).

La déclaration de l'activité est obligatoire, et la certification **Qualiopi** est nécessaire pour assurer la prise en charge du prix des formations par les organismes paritaires pour les participants. Ludovic Michel, co-pilote de la commission Entrepreneuriat de la FFMAS, met cependant en garde : « Étudier le marché est indispensable avant de proposer une nouvelle offre, car élargir ses compétences signifie aussi élargir sa concurrence. »

Sources :

- FÉDÉRATION NATIONALE DES AUTO-ENTREPRENEURS ET MICRO-ENTREPRENEURS (FNAE). « [Stéphanie Guainebé : secrétaire indépendante, formatrice](#) », article publié le 03/01/2019.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Ludovic Michel, co-pilote de la commission Entrepreneuriat de la FFMAS en mars 2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

L'externalisation des fonctions support est en hausse

La digitalisation – dématérialisation des documents, partage d'espaces de stockage en ligne, démarches administratives sur Internet –, la volonté de maîtriser les coûts et la recherche de compétences non présentes dans l'entreprise a amené un fort développement de l'externalisation des fonctions support (directeur des ressources humaines – DRH –, directeur administratif et financier – DAF –, *community manager* et secrétaire, entre autres).

La pandémie de Covid-19 a accentué cette tendance, car les managers ont fait le constat que le travail à distance est efficace. Réduire la présence des collaborateurs sur site permet en outre de respecter les mesures sanitaires et, éventuellement, d'opter pour des locaux plus petits, donc de diminuer les loyers et frais généraux.

Près de la moitié des secrétaires indépendantes ont vu leur chiffre d'affaires augmenter pendant la crise. Demandes en ligne d'aides financières diverses, gestion des emplois du temps, réponses aux appels d'offres et démarchage commercial intensifié face à la diminution de l'activité voire la perte de certains clients, prises de rendez-vous médicaux, organisation de réunions extraordinaires et retranscriptions sont autant de tâches dont la fréquence a augmenté.

Sources :

- CROQUEFEUILLE. « [L'enquête sur le métier de secrétaire indépendante](#) », publiée le 01/03/2021.
- DYNAMIQUE-MAG.COM. « [L'externalisation : la poule aux œufs d'or](#) », article publié le 20/05/2021.

Clientèle

Quels types d'entreprises et de secteurs font appel au secrétariat indépendant ?

Le secrétariat étant une des compétences les plus demandées en France, la clientèle est large. Il s'agit essentiellement :

- d'entreprises, surtout les TPE/PME (artisans, commerçants, consultants, professions médicales, start-ups) ;
- de comités d'entreprise ;
- d'associations ;
- d'universités ;
- d'organismes de formation.

En général, il s'agit de dirigeants qui :

- connaissent une surcharge de travail ponctuelle qui ne nécessite pas le recrutement d'une personne à temps plein ;
- ne disposent pas des compétences en interne pour réaliser certaines missions ;
- ne souhaitent pas former leurs salariés à ces compétences.

Les principaux clients indiqués par les secrétaires indépendantes sont les artisans et les entreprises du bâtiment. Quant aux particuliers, ils font moins souvent appel à des services de secrétariat (voir l'encadré en page suivante).

Source : CROQUEFEUILLE. « [L'enquête sur le métier de secrétaire indépendante](#) », publiée le 01/03/2021.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

ZOOM SUR LES DEMANDES DES PARTICULIERS

La secrétaire indépendante peut effectuer des prestations pour les particuliers, même si ce type de clientèle est moins répandu. Il s'agit :

- de tâches de secrétariat personnel (rédiger un courrier, remplir un formulaire, adresser une commande, obtenir un remboursement, faire valoir ses droits, comprendre le fonctionnement d'une procédure, régler et archiver ses factures) ;
- de travaux correspondant à ceux d'écrivain public (voir la rubrique « **Activité** » en partie 2).

Vous pouvez effectuer ce type de mission sous forme de services à la personne (SAP) en tant qu'« assistant administratif à domicile », et ainsi faire bénéficier à vos clients d'avantages fiscaux et sociaux. Ils pourront vous rémunérer par Cesu (Chèque emploi service universel).

Attention : ce type de prestation ne peut être facturé sous forme de SAP que si votre entreprise (individuelle ou société commerciale) **se consacre exclusivement à l'exercice de l'une ou plusieurs des activités de services à la personne** prévues à l'article **D7231-1** du Code du travail.

Pour exercer en tant que prestataire de SAP, en parallèle de votre activité de secrétaire indépendante auprès des professionnels, il vous faut donc : soit créer une nouvelle structure dédiée aux SAP, soit intégrer une coopérative, ou encore exercer en portage salarial (voir la rubrique « **Structure juridique** » en partie 6).

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Activités de services à la personne** », rubrique en ligne.
- ➔ MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA RELANCE, « **Assistant administratif à domicile** », rubrique en ligne.

Diversifier sa clientèle

Définir ses cibles

Communiquer sur une offre standardisée au plus grand nombre est souvent improductif. « Prospecter tout le monde, c'est ne prospecter personne » dit Céline Lieffroy, auteure du blog **Croquefeuille**. « Ce type de démarche ne fait pas mouche, car les prospects n'identifient pas les besoins auxquels vous pourriez répondre. Il vous faut construire un argumentaire de vente pour chacune de vos cibles, quitte à diminuer le nombre de prospections. Vous ne toucherez pas de la même façon les médecins et les artisans, les prestataires informatiques et les comités d'entreprises, les avocats et les étudiants. Non seulement leurs besoins sont différents, mais pour qu'ils vous écoutent, il va falloir que vous leur parliez d'abord d'eux, de leur organisation et de la manière dont vous allez pouvoir les aider. »

Pour mieux connaître ces prospects, attirer leur attention et leur montrer que vous vous intéressez à eux, vous pouvez leur faire parvenir un questionnaire par courriel. Voici quelques exemples de questions :

- Disposez-vous d'une secrétaire ?
- Rencontrez-vous des difficultés à effectuer des tâches administratives ou de secrétariat ?
- À quoi sont liées ces difficultés ?
- Seriez-vous prêt à sous-traiter certaines tâches de secrétariat ? Si oui, lesquelles ?

Sources :

- CROQUEFEUILLE. « **Devenir secrétaire à domicile : par où commencer ?** », article publié le 21/03/2014.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Céline Lieffroy, auteure du blog Croquefeuille en mars 2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Donner les bons arguments de vente

Soyez concrète lors de votre prospection commerciale. Indiquez clairement quels bénéfices vous allez apporter à vos futurs clients. En voici quelques-uns :

- gain de temps et d'énergie (les dirigeants, surtout ceux des petites entreprises, sont souvent débordés) ;
- pas de management ;
- pas de formation ;
- pas d'achat de matériel (mobiliier de bureau, imprimante, ordinateur ou poste téléphonique) ;
- apport d'une expertise, et dans certains cas d'une spécialité ;
- valorisation de la relation client (devis relancés, demandes traitées dans les délais) ;
- diminution des impayés par le suivi et la relance des factures ;
- hygiène informatique (respect et mise en place de procédures de sécurité) ;
- conseils (par exemple en matière de méthodologie administrative, choix de matériel et de logiciels, supports de communication).

N'oubliez pas également de mettre en avant la proximité géographique : il est plus facile d'accrocher un potentiel client quand vous êtes voisins et de fidéliser la relation.

À éviter :

- Remettre son CV. Il ne s'agit pas d'une embauche mais d'une offre de services. Vous êtes en posture d'entrepreneur, non de salarié. C'est d'entrepreneur à entrepreneur que vous discuterez avec votre client. Pour faire connaître vos compétences, dirigez plutôt vos prospects vers vos pages LinkedIn ou Facebook.
- Indiquer que faire appel à une secrétaire indépendante évite de recruter. Vos missions doivent rester ponctuelles, motivées par un manque de temps, de compétences internes, et par la recherche d'une expertise. Si les besoins d'une entreprise sont récurrents, c'est qu'au contraire, elle doit recruter. Non seulement un lien de subordination caractérise le salariat déguisé (voir la rubrique « **Le salariat déguisé** » en partie 6), mais vous devrez pratiquer des tarifs inférieurs au coût d'un salarié, ce qui n'est pas viable.
- Mettre en avant un coût inférieur à celui d'une secrétaire salariée. La dépense globale est certes inférieure, car les prestations restent ponctuelles, mais les tarifs d'une secrétaire indépendante tiennent compte de ses frais de fonctionnement, de communication, de formation, et des congés : ils sont donc plus élevés que le coût horaire d'un salarié.

Acquérir une spécialisation

Posséder une expertise dans un secteur (bâtiment, médical, juridique), que vous aurez peut-être acquise en tant qu'ancienne salariée, peut donner un avantage concurrentiel. Très au fait des problématiques des entreprises concernées, vous pourrez construire des arguments de vente sur mesure et serez force de proposition pour améliorer le fonctionnement administratif de l'entreprise.

Nouer des partenariats

Se rapprocher d'experts-comptables, de conseillers en gestion, de directeurs et de responsables administratifs et financiers externalisés pour conclure des partenariats et proposer des offres combinées permet d'élargir la clientèle potentielle et de renforcer votre crédibilité.

Pour en savoir plus :

- ➔ SALON SME TV. « **5 étapes pour (enfin !) trouver des clients avec le web** », conférence vidéo publiée le 02/09/2021.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Concurrence

Même si le marché du secrétariat indépendant n'est pas saturé, il est impératif de connaître vos concurrents. Ce sont :

- Les autres secrétaires : analysez les activités qu'elles proposent, leur positionnement géographique, leur taille, leur notoriété, leur mode d'intervention, leurs tarifs. S'installer sur un territoire où la concurrence est forte peut être bon signe : c'est que l'activité économique y est soutenue, et que la demande le sera tout autant. À l'inverse, une zone peu peuplée en secrétaires peut signifier un marché réduit. De même, vouloir se démarquer à tout prix peut être risqué : si une prestation n'est pas ou peu proposée sur votre territoire, c'est peut-être parce que la demande est faible ou inexistante.
- Les plateformes téléphoniques : elles peuvent proposer des prestations de standard téléphonique, de prise de rendez-vous, voire de gestion des agendas, de rédaction de comptes-rendus et la frappe de courriers commerciaux.
- Les solutions *off-shore* : elles ne constituent pas une forte concurrence. Il est aisé, face à leurs tarifs très bas, d'opposer l'expertise, la méthodologie et la proximité d'une prestataire locale.

AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les **données de l'Insee** (ex-Odil) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFIP) du ministère de l'Action et des Comptes publics permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « **Contacts et sources d'information** ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La **base de données publiques** en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

Les réseaux de franchise

La franchise est un contrat par lequel une entreprise (le franchiseur) accorde à des commerçants (les franchisés) le droit d'exploiter son concept, sa marque et son savoir-faire. Le franchiseur choisit ses franchisés et leur demande un droit d'entrée. En contrepartie, il s'engage à leur fournir des éléments commerciaux et des avantages en matière d'achat de matériel, de formation, de soutien et d'assistance. Dans le monde du secrétariat, les franchisées ont souvent le statut de micro-entrepreneur.

Voici quelques exemples de réseaux de franchise, dont la plupart sont spécialisés : gestion d'appels, télésecrétariat médical, facturation.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

QUELQUES RÉSEAUX DE FRANCHISE EN SECRÉTARIAT EN FRANCE, 2021

	CENTRAL TÉLÉPHONIQUE EXCELLENCE	AADPROX	MEDICAL SERVICES
Apport (€)	500	3 500	0
Investissement (€)	500	7 400	nc
Droit d'entrée (€)	0	1 000	3 980
Redevance	nc	Redevance fonctionnement : 8 % du chiffre d'affaires Redevance publicitaire : 2% du chiffre d'affaires	4 %
Chiffre d'affaires moyen après 2 ans (k€)	nc	48	65

nc : non communiqué

Source : [Observatoire de la franchise](#) (janvier 2022).

Communication

Se faire connaître

Pour développer son chiffre d'affaires, il faut se faire connaître. Cela peut sembler évident, mais certaines secrétaires n'accordent pas assez de temps à cette tâche, par négligence, par manque d'information ou par crainte de sortir de leur zone de confort.

Oser se présenter aux clients potentiels, faire parler de soi, mettre en valeur ses compétences peut sembler compliqué, voire intimidant. Or, toute entreprise doit être proactive pour aller chercher des clients, *a fortiori* dans une profession où ces derniers sont volatils. C'est le premier pas qui compte !

Quel que soit le moyen de communication, faites-vous connaître auprès :

- des commerçants de votre quartier ;
- des experts-comptables de votre région ;
- des directeurs et responsables administratifs et financiers (DAF et RAF) ;
- des directeurs commerciaux (voir le réseau des directeurs commerciaux de France – [DCF](#)) ;
- du personnel des mairies ;
- de vos confrères et consœurs (qui peuvent vous recommander ou avoir besoin de sous-traiter de l'activité face à une spécialité qu'ils ne maîtrisent pas, ou en raison d'une charge de travail ponctuellement trop lourde) ;
- de votre réseau professionnel, que vous pouvez développer en rejoignant un réseau d'entrepreneurs (certains sont dédiés aux femmes – voir la rubrique « [Les clubs et réseaux d'entrepreneurs](#) » plus bas dans cette partie).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Créer une identité visuelle

Une identité visuelle est un ensemble d'éléments graphiques propres à votre entreprise, véhiculant son image de marque. Elle permet de se démarquer de la concurrence. Elle est composée d'un logo, de quelques typographies et couleurs choisies et d'une mise en page distinctive. Vous utiliserez ces mêmes éléments, qui constituent ce qu'on appelle une charte graphique, sur tous vos supports de communication : cartes de visite, prospectus, site Internet, réseaux sociaux.

Penser une identité visuelle prend du temps. Pour qu'elle reflète votre personnalité, qu'elle mette en valeur votre offre et soit percutante, il ne faut pas la créer à la va-vite. Au démarrage de votre activité, mieux vaut s'en passer plutôt que d'adopter des codes visuels peu attractifs.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment créer l'identité visuelle de son entreprise ?](#) », rubrique en ligne.

Soigner sa communication classique

La carte de visite

Elle est souvent le premier outil de communication d'une secrétaire indépendante, et avec raison. Distribuez-la sans hésiter :

- à toutes les personnes relais (voir la rubrique « [Se faire connaître](#) » dans cette partie) ;
- à vos clients potentiels (voir la rubrique « [Activité](#) » de la partie 2) ;
- à vos anciens employeurs ou votre entourage qui pourront vous recommander ;
- lors des salons professionnels, événements, conférences, ateliers, petits déjeuners auxquels vous participez.

Vous pouvez aussi réaliser des prospectus commerciaux donnant plus d'informations sur les services que vous proposez.

L'emailing

Il est efficace surtout lorsqu'il est personnalisé. Adapter son message à l'activité et aux besoins potentiels du prospect est certainement plus efficace que d'envoyer un courriel standardisé à la liste d'adresses de votre base de données. La tâche prend donc un peu de temps, d'où l'intérêt d'identifier avec soin les entreprises qui pourraient recourir à vos spécialités. Mettez en avant votre expérience, les compétences susceptibles de les intéresser et proposez des pistes d'amélioration de leur activité si vous connaissez bien l'entreprise.

N'hésitez pas également à vous rappeler au bon souvenir de vos clients par des courriels contenant des actualités qui les concernent, vos nouvelles offres, une enquête de satisfaction, une demande de témoignage à la suite d'une mission, ou encore vos vœux pour la nouvelle année.

GESTION D'UN FICHER CLIENT ET RGPD

La gestion des fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel qui ne sont pas utiles directement à l'exercice de la profession. Ces informations relèvent du RGPD visant à la protection de la vie privée.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Me mettre en conformité avec le RGPD \(Cnil\)](#) », rubrique en ligne.
- ➔ CNIL. « [RGPD : par où commencer](#) », rubrique en ligne.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La prospection téléphonique

Votre objectif est clair : obtenir un rendez-vous. Ne cherchez pas à dérouler un argumentaire de vente au pied levé. Préparez votre discours, respirez, prenez votre temps pour parler. Souriez ! Assurez-vous que vous vous adressez au bon interlocuteur avant même de vous présenter. Faites les recherches nécessaires au préalable pour savoir à qui vous avez affaire et montrer que vous vous êtes renseignée. Par exemple : « J'ai appris que vous n'aviez pas été sélectionné pour le dernier appel d'offres pour la réfection du toit du gymnase. Je pourrai vous aider pour les prochains marchés. »

Soyez concise et respectueuse de votre interlocuteur. Expliquez qui vous êtes, où vous êtes et le but de votre appel. Le seul argument à travailler est : quel serait l'intérêt pour lui de vous rencontrer ? Cherchez un lien de connexion. Par exemple : une expertise métier, vos enfants sont à la même école, vous connaissez un des collaborateurs de l'entreprise, vous avez fait la même formation, vous habitez la même rue, vous vous êtes croisés mardi dernier à un salon... Montrez que vous ne l'appellez pas par hasard parce que vous avez trouvé son nom dans l'annuaire !

Dites-lui que vous allez lui envoyer un courriel (ou un SMS, à sa convenance) pour récapituler vos échanges, lui transmettre vos coordonnées et éventuellement lui confirmer la date du rendez-vous.

La publicité imprimée

Acheter des espaces publicitaires dans les annuaires municipaux, les bulletins d'information, magazines locaux peut se révéler efficace car bien des entreprises préfèrent faire affaire avec des prestataires locaux.

Les clubs et réseaux d'entrepreneurs

Faire des rencontres, recevoir des conseils, éviter l'isolement, nourrir le bouche-à-oreille : faire partie de réseaux d'affaires ou de clubs d'entrepreneurs peut être un excellent moyen de développer votre activité. Certains se spécialisent dans l'entrepreneuriat féminin. Ils sont parfois 100 % digitaux, comme celui des **Mumpreneuses**, sur Facebook.

Soyez à l'affût des événements qu'ils organisent (conférences, ateliers, *after works*, réunions d'information), ainsi que de ceux proposés, entre autres, par :

- les **pépinières** et les **couveuses d'entreprises** ;
- les chambres consulaires ;
- les organismes professionnels (syndicats, associations ou la Fédération française des métiers de l'assistantat et du secrétariat – **FFMAS**) ;
- les espaces de *coworking*.

Il existe aussi des plateformes de réseautage social (telles que Meetup), qui organisent des rencontres dont certaines sont liées à l'entrepreneuriat, et qui proposent des forums de discussion en ligne.

Les secrétaires ont également leur place dans les « Startup Weekends », car l'innovation n'est pas seulement digitale ou technique : elle peut aussi résider dans la création de nouvelles pratiques en matière de relation client, par exemple.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Étendre votre réseau professionnel pour développer votre business** », rubrique en ligne.
- ➔ DYNAMIQUE-MAG.COM. « **Top des 15 réseaux destinés aux femmes entrepreneures** », article publié le 01/12/2020.
- ➔ OUEST FRANCE. « **Entretien : pour Marie Eloy, fondatrice de Bouge ta Boite, "l'économie est genrée au masculin"** », article publié le 19/11/2019.
- ➔ RÉSEAU MAMPRENEURES. « **Parle-moi de ton audace ! Michèle, mampreneure en Essonne** », article publié le 04/05/2020.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les réseaux d'accompagnement

N'hésitez pas à faire appel à ces réseaux qui vous informent et vous accompagnent dans le montage de votre projet. Certains sont spécialisés dans **l'entrepreneuriat féminin** ou **des quartiers**. Ils organisent des événements de réseautage, proposent des formations, des groupes de recommandation d'affaires qui permettent de développer sa clientèle. Y adhérer permet de rompre l'isolement et d'être soutenu dans le développement de l'entreprise grâce à l'échange avec les autres membres.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « **Infographie : entrepreneurs, trouvez le bon réseau d'accompagnement selon vos besoins !** », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « **Les réseaux pour m'accompagner dans mon projet** », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE INNO GÉNÉRATION – BIG 2021. « **Femmes ambitieuses, concrétisez votre projet de création d'entreprise !** », vidéo du 07/10/2021.
- Rubrique « **Organismes professionnels** » en partie 7.

Les salons professionnels

Visiter les salons dédiés à l'entrepreneuriat est une bonne occasion pour se faire connaître et pour rencontrer des organismes professionnels qui pourront vous conseiller dans le développement de votre clientèle.

Les concours

Les concours d'entrepreneuriat, parfois dédiés aux femmes, sont des événements auxquels peu de secrétaires indépendantes s'inscrivent, mais qui peuvent pourtant être de bons accélérateurs de visibilité, ne serait-ce que par la participation à la cérémonie de remise des prix.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « **Concours nationaux à la création ou reprise d'entreprises** », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « **Concours dédiés aux femmes** », rubrique en ligne.

Soigner sa communication digitale

La recherche d'un fournisseur/prestataire commence souvent en ligne : les futurs clients consultent le site Internet, mais aussi les profils sur les réseaux sociaux afin de connaître leur parcours et leur formation.

Si la communication sur Internet est donc devenue incontournable, elle est en revanche chronophage. Attention à ne pas y passer trop de temps au détriment de la prospection commerciale et de la gestion de votre entreprise, des missions qu'on vous confie. Au démarrage de l'activité, vous disposerez probablement de peu de moyens financiers.

Cette communication digitale peut se mettre en place par étapes. Vous pouvez commencer par créer un site Internet et/ou un blog et ouvrir des comptes sur les réseaux sociaux. Au fil du temps, vous développerez votre présence en ligne, en prenant soin d'inclure les heures passées à cette tâche dans le calcul de vos tarifs.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le site Internet

Quelques conseils :

- Présentez votre offre : quels types de services proposez-vous ? Quels sont vos lieux d'intervention (à domicile, chez les clients, dans quelle(s) région(s) ?) ?
- Rendez la rubrique « Contact » bien visible et facile d'utilisation.
- Illustrez le site avec une photo de vous pour apporter de la convivialité et de la crédibilité.
- Racontez votre parcours en mettant en valeur votre formation, votre expérience, votre vision du métier. Comme dans toute démarche de communication, le *storytelling* est important.
- Faites figurer sur votre site les recommandations de vos clients.
- Créez un blog, en complément de votre site internet. Il peut **générer 73 % de prospect de plus qu'un site Internet**. Vous pouvez y publier des actualités concernant le métier, des billets d'humeur, les tendances sur le travail à distance, l'externalisation, des conseils, des interviews. Non seulement vous mettrez ainsi en valeur vos compétences en rédaction, mais vous deviendrez aussi un média consulté par vos clients et vos confrères/consœurs, qui pourront partager vos *posts* sur les réseaux sociaux. Enfin, sachez qu'un blog, par la multiplicité des sujets abordés et la fréquence de publication, est souvent mieux référencé sur les moteurs de recherche qu'un site Internet.
- Rédigez une *newsletter*. Cela prend du temps mais peut être payant. Elle permet d'entrer ou de rester en contact avec vos prospects et clients. Partagez ou rédigez de courts articles et profitez-en pour présenter vos prestations. Proposez aux visiteurs de votre site de s'y abonner : ce sont autant de prospects dont vous obtiendrez les adresses e-mails et auxquels vous pourrez envoyer vos offres.
- Travaillez sur le référencement de votre site pour que celui-ci arrive en tête des résultats sur les moteurs de recherche.

Source : SALON SME TV. « **5 étapes pour (enfin !) trouver des clients avec le web** », conférence vidéo publiée le 02/09/2021.

Il est préférable de confier la rédaction des mentions légales, de la politique de confidentialité (*cookies*), des conditions générales de vente (CGV) et/ou d'utilisation (CGU) de votre site à un juriste ou un avocat pour s'assurer d'une formulation légale, car toute reproduction de contenus juridiques est interdite (voir la rubrique « **Règles et usages de l'activité** » de la partie 6).

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont la plupart du temps gratuits, faciles d'utilisation et très utiles, notamment si vous exercez dans une zone fortement concurrentielle. Ils sont vecteurs de crédibilité si vous publiez des contenus pertinents et attirants. Votre image de marque en sera renforcée.

Comme sur votre site Internet et/ou votre blog, partagez et rédigez des contenus en rapport avec votre activité (actualités du secteur, articles sur le métier, conseils). Mettez en valeur vos compétences.

Vos pages ne constituent pas qu'une vitrine de votre activité, mais permettent aussi d'animer une communauté et surtout de conquérir de nouveaux clients qui pourront par ailleurs partager les contenus que vous publiez. Envoyez des demandes de contact à vos prospects, auxquels vous adresserez des messages privés en prenant soin de cibler votre offre (voir la rubrique « **Diversifier sa clientèle** » plus haut dans cette partie).

Vous pouvez aussi inviter vos abonnés à interagir en leur posant des questions, en créant des sondages. Il est également intéressant d'intégrer des groupes de confrères/consœurs pour élargir son réseau, en veillant à vérifier la véracité des informations qui y sont partagées.

Rappelez-vous que ces réseaux sont publics : faites preuve de retenue. Vos pages ne doivent servir qu'à promouvoir votre activité. Séparez vos profils personnels et professionnels, n'exprimez pas d'opinions tranchées, ayez une orthographe irréprochable.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Veillez à mettre à jour votre page au moins une fois par semaine pour apparaître régulièrement dans les fils d'actualité et ne pas donner l'impression de négliger votre communication.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE INNO GÉNÉRATION – BIG 2021. « [Développer son personal branding \(ou marketing de soi\) sur LinkedIn](#) », vidéo du 07/10/2021.
- FFMAS. « [LinkedIn : optimiser son profil, sa page entreprise et prospecter](#) », article publié le 11/01/2021.

La publicité digitale

Acheter des espaces publicitaires sur Google Ads ou sur les Pages Jaunes peut se révéler efficace en fonction du public que vous visez. Vous pouvez aussi publier des *posts* payants sur les réseaux sociaux. Ils permettent de cibler une audience précise : par localisation, par sexe, par âge, entre autres (*social selling*).

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Le référencement payant SEA](#) », rubrique en ligne.

Les annuaires en ligne

Inscrivez-vous sur les services Web permettant de présenter votre activité, par exemple le site de votre commune, [Lexiris](#), [Adasi](#), les annuaires des organismes professionnels, ou encore les Pages Jaunes et Google My Business. Cela ne prend que quelques minutes et il n'est pas nécessaire d'avoir un site Internet pour le faire. Il vous suffit d'indiquer adresse et numéro de téléphone et de rédiger une description détaillée de votre activité. Les clients peuvent déposer des avis sur votre fiche et vous mettre une note de 1 à 5 étoiles. Si les avis sont positifs, c'est un bel avantage sur la concurrence. Répondez toujours aux avis clients.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment communiquer efficacement sans budget ?](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment référencer son entreprise sur Google ?](#) » rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Prévoir la communication à mettre en place pour se faire connaître](#) », rubrique en ligne.
- CMA. « [L'indispensable du numérique en 50 minutes](#) », webinaire gratuit sur la mise en place d'outils numériques disponible en ligne.
- SALON SME TV. « [Être visible sur Internet, c'est simple !](#) », conférence vidéo publiée le 17/09/2021.
- SALON SME TV. « [5 étapes pour \(enfin !\) trouver des clients avec le web](#) », conférence vidéo publiée le 02/09/2021.

4.

**MOYENS POUR
DÉMARRER
L'ACTIVITÉ**

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Ressources humaines

Formations

Formation de secrétaire

Le métier de secrétaire n'étant pas réglementé, aucun diplôme n'est requis pour exercer la profession. En revanche, devenir secrétaire ne s'improvise pas. Une formation est vivement conseillée pour être en mesure de fournir un travail adéquat, de ne pas se trouver au dépourvu face à une tâche que vous ne maîtrisez pas et de renforcer votre crédibilité.

Les formations suivantes peuvent être envisagées :

- Formations initiales des branches du secrétariat, de l'administration, de la gestion : Bac professionnel, Bac Sciences et technologies du management et de la gestion (STMG), Bac Sciences et techniques de l'hôtellerie et de la restauration (STHR), Bac Sciences et technologies de la santé et du social (ST2S), Certificat d'aptitude professionnelle (CAP), Brevet de technicien supérieur (BTS), Diplôme universitaire de technologie (DUT), licence professionnelle, master, Certificat de qualification professionnelle (CQP), titre professionnel.
- Formations continues : celles des Chambres de métiers et de l'artisanat (CMA), du Conservatoire des arts et métiers (Cnam), des organismes de formation agréés par le CPF. De plus en plus de secrétaires indépendantes proposent également des formations : soyez vigilant quant à leur fiabilité.

Des **formations à l'entrepreneuriat** sont proposées par les Chambre de commerce et d'industrie (CCI), les Chambres de métiers et de l'artisanat (CMA), les réseaux d'accompagnement, les couveuses, les Coopérative d'activité et d'emploi (CAE) et Pôle Emploi.

La **certification Voltaire** en orthographe et en expression peut représenter à la fois un gage de qualité auprès de vos clients et l'assurance pour vous de maîtriser l'orthographe, compétence incontournable.

Pour en savoir plus :

→ FFMAS. « [Comment se former en tant qu'entrepreneur ?](#) », article publié le 02/09/2021.

Formation d'écrivain public

Voici quelques formations spécifiques :

- la licence professionnelle « [Conseil en écriture professionnelle et privée](#) » (université Paris 3) ;
- la licence pro « [Intervention sociale : accompagnement de publics spécifiques, parcours écrivain public – conseil en écriture](#) » (université de Toulon) ;
- les formations « Écrivain public » du Centre national d'enseignement à distance ([CNED](#)) et du Centre national privé de formation à distance ([CNFDI](#)).

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Sous-traitance, co-traitance, recrutement, association, partenariat

Si vous êtes débordée ou en congé et ne souhaitez pas refuser de contrats, de façon ponctuelle ou régulière, ou encore si vos clients vous demandent un service requérant une compétence que vous ne maîtrisez pas ou un équipement que vous ne possédez pas, plusieurs solutions s'offrent à vous pour développer votre activité : la sous-traitance, la co-traitance, le recrutement, l'association ou le partenariat. Ces démarches ne se font pas à la légère : il en va de la réputation de votre entreprise. Elles nécessitent aussi la rédaction de contrats en bonne et due forme, qu'il est préférable de confier à un juriste si vous n'en avez jamais rédigé, afin de vous préserver de toute difficulté ultérieure. Le bouche-à-oreille et le réseautage sont de bons moyens pour trouver une personne de confiance.

Pour en savoir plus :

→ FFMAS. « [Sous-traiter ? Recruter ? S'associer ? Comment me développer lorsque je suis à 100 % de mon activité ?](#) », article publié le 01/06/2021.

Convention collective

La convention collective s'appliquant à l'activité de secrétariat indépendant est celle des « prestataires de service du secteur tertiaire ». Il faut se reporter à la [Convention collective nationale du personnel des prestataires de services dans le domaine du secteur tertiaire](#) du 13 août 1999, consultable sur Légifrance.

Locaux

D'après l'enquête sur le métier de secrétaire indépendante menée par le blog Croquefeuille en 2020, seulement 20 % des secrétaires indépendantes exercent en majorité dans les locaux de leurs clients. La plupart d'entre elles travaillent à domicile, et la moitié disposent d'une pièce dédiée à leur activité.

Source : CROQUEFEUILLE. « [L'enquête sur le métier de secrétaire indépendante](#) », publiée le 01/03/2021.

Attention : il existe cependant des restrictions à l'exercice de l'activité à son domicile.

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « [Domiciliation et exercice de l'activité chez soi](#) », rubrique en ligne.

Vous pouvez également :

- louer ou acheter un local ;
- louer un bureau dans un espace de *coworking* ;
- au début de l'activité : occuper un bureau dans une [couveuse](#) (voir la rubrique « [Structure juridique](#) » en partie 6) ou une [pépinière](#) d'entreprise, pendant la durée de votre contrat avec elles.

Équipement – Investissement de départ

L'investissement de départ est raisonnable. Inutile de se « suréquiper », mieux vaut compléter les achats au fur et à mesure en fonction des besoins liés au développement de l'activité. L'équipement de base comprend :

- un ordinateur de bureau et/ou portable ;
- un téléphone portable ;
- une imprimante ;
- des logiciels de bureautique, anti-virus, espaces de stockage virtuels ;
- des cartes de visite, prospectus, brochures ;
- un site Internet ou un blog.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Chiffre d'affaires – Facturation

Tarification des prestations

Définir ses tarifs est un des défis de la secrétaire indépendante. Sur quelles bases les calculer ? Sur les tarifs de la concurrence ? Sur le revenu d'un salarié ramené au taux horaire ? Si les tarifs sont trop élevés, les clients seront-ils rebutés ? S'ils sont trop bas, l'activité sera-t-elle crédible et pérenne ?

Bien souvent, observe Ludovic Michel, co-pilote de la commission Entrepreneuriat de la FFMAS, les secrétaires indépendantes sous-facturent leurs prestations. Par crainte de ne pas avoir de clients, surtout au démarrage de l'activité, par volonté de lutter contre la concurrence, par méconnaissance de la valeur de leur expertise, ou par manque de vision à long terme. Le bon tarif sera celui qui générera les revenus dont vous avez besoin et permettra à votre activité de perdurer. Il faut déterminer vos tarifs en fonction de vos objectifs financiers. La question est : « De quel revenu mensuel ai-je besoin ? »

Pratiquer des tarifs bas :

- dévalorise votre image et votre crédibilité auprès des clients ;
- nécessite une prospection commerciale soutenue pour gagner davantage de clients, avec risque d'épuisement dû à une charge de travail trop lourde ;
- ne permet pas de générer des revenus suffisants, ce qui fait courir un double danger : l'éventuelle fermeture de votre entreprise à terme, et, pour le client, celui de perdre une prestataire qui contribuait à la bonne marche de sa propre entreprise.

N'oubliez pas que le temps que vous faites gagner à votre client lui permet d'accroître sa productivité, donc son chiffre d'affaires. Chacun doit être gagnant.

Une des clés du calcul du tarif horaire consiste à évaluer minutieusement vos charges. À cela s'ajoute le temps non facturable : celui consacré à émettre devis et facture, à votre prospection commerciale, votre comptabilité (incluant la relance des impayés), la gestion de votre communication, la formation, les jours de repos et congés, etc. Il doit être déduit du nombre de jours ouvrables du mois. La FFMAS calcule donc qu'une secrétaire indépendante ne peut facturer chaque mois que 15 jours de travail maximum et non 21.

Il existe trois modes de facturation :

- la facturation à l'unité pour des tâches faciles à quantifier (exemple : frappe au mot) ;
- la facturation horaire (exemple : gestion administrative) ;
- les forfaits (exemple : une permanence téléphonique ou un routage).

Voici une méthode de calcul proposée par la FFMAS :

Rémunération souhaitée + charges totales / nombre de jours travaillés / nombre d'heures travaillées par jour = taux horaire

Sources :

- CROQUEFEUILLE. « [La question des tarifs pour une secrétaire indépendante](#) », article publié le 13/11/2018.
- CROQUEFEUILLE. « [Comment évaluer son chiffre d'affaires prévisionnel ?](#) », article publié le 11/04/2014.
- FFMAS. « [Quel prix valez-vous ?](#) », article publié le 14/07/2020.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Ludovic Michel, co-pilote de la commission Entrepreneuriat de la FFMAS en mars 2022.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Calcul du seuil de rentabilité](#) », rubrique en ligne.

Faire un devis, une facture

Chaque prestation doit obligatoirement faire l'objet d'un devis (même à zéro euro), et d'une facture en bonne et due forme. L'établissement de devis et de facture est un acte gratuit. Sur le site de Bpifrance Création, vous trouverez les informations sur la rédaction d'un [devis](#) et d'une [facture](#).

Source : LUMIS SERVICES. « [Être prêt\(e\) pour son premier client : les documents et formalités obligatoires](#) », article publié le 04/12/2020.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Factures : quelles sont vos obligations ?](#) », rubrique en ligne.
- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Devis : quelles mentions doivent y figurer ?](#) », rubrique en ligne.

Charges d'exploitation

Voici la liste des principales charges d'exploitation :

- forfait téléphonique et Internet ;
- fournitures, petit matériel ;
- location éventuelle de matériel ;
- maintenance et licences informatiques ;
- frais de déplacement éventuels ;
- dépenses de promotion : communication classique (cartes de visite, brochures, communiqués de presse, etc.), stratégie de webmarketing (temps passé à l'administration du site Internet, ajout de photos, rédaction de contenus, gestion des rendez-vous, temps passé sur les réseaux sociaux, etc.) ;
- assurances des locaux et professionnelles ;
- coûts de fonctionnement éventuels d'un local loué : loyer, eau, gaz, électricité, impôts et taxes (d'habitation, foncière), ménage, qui ne doivent pas dépasser 20 % de votre chiffre d'affaires estimé pour la première année ;
- coût de la location d'un espace en *coworking* ;
- cotisations aux réseaux d'entrepreneurs, clubs, associations ;
- frais de comptabilité.

Si vous travaillez à domicile, évaluez la part de votre consommation d'énergie et d'éventuels impôts et taxes liés à votre activité.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Par où commencer pour faire ses comptes prévisionnels et vérifier la viabilité économique du projet ?](#) », rubrique en ligne.

Prix de revient – Marge – Résultat

Nous ne disposons pas des ratios comptables concernant la seule activité de secrétariat indépendant classée sous le code APE 82.19Z (« Photocopie, préparation de documents et autres activités spécialisées de soutien de bureau »). La Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) publie en revanche les ratios de l'activité de « services de secrétariat » classée parmi les activités correspondant au code APE 82.11Z (« Services administratifs combinés de bureau »).

RATIOS DES ENTREPRISES DE SERVICES DE SECRÉTARIAT, 2019

EN % DU CHIFFRES D'AFFAIRES HT TOTAL	
Marge brute	100
Valeur ajoutée	67,5
Charges de personnel	13,2
Résultat courant	31 650 €
EN NOMBRE DE JOURS*	
Crédit fournisseurs	46
Crédit clients	53

* Nombre de jours d'achat TTC pour les fournisseurs et de chiffre d'affaires TTC pour les clients.

Note de lecture : les données indiquées ici sont relatives à l'exercice 2019, année ante-crise sanitaire, car les niveaux d'activité de l'année 2020 peuvent être anormaux (aussi bien à la baisse qu'à la hausse).

Champ : France entière, ensemble des 186 entreprises adhérentes de la FCGA relevant de l'activité de services de secrétariat.

Source : [FCGA](#) (statistiques 2019).

AUTRES RÉSULTATS POUR LES ENTREPRISES DE SERVICES DE SECRÉTARIAT, 2019

Chiffres d'affaires HT moyen	85 773 €
Chiffre d'affaires/personne	56 639 €
Effectif moyen (exploitant inclus)	1,5

Note de lecture : les données indiquées ici sont relatives à l'exercice 2019, année ante-crise sanitaire, car les niveaux d'activité de l'année 2020 peuvent être anormaux (aussi bien à la baisse qu'à la hausse).

Champ : France entière, ensemble des 186 entreprises adhérentes de la FCGA relevant de l'activité de services de secrétariat.

Source : [FCGA](#) (statistiques 2019).

Financements – Aides

Le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans la rubrique « [5 conseils pour bien financer votre projet de création d'entreprise](#) ».

Les aides à la création ou à la reprise d'entreprise sont décrites dans les rubriques « [Quelles sont les aides pour créer une entreprise ?](#) » et « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) ».

6.

RÈGLES DE LA PROFESSION

RÈGLES DE LA PROFESSION

Règles et usages de l'activité

L'accès à la profession n'est pas réglementé et ne nécessite pas d'avoir un diplôme spécifique. Toutefois, la secrétaire indépendante doit respecter un certain nombre de règles. Elle n'est pas une exécutante, mais un prestataire de services et de ce fait, elle est responsable de sa mission. Elle ne doit, à cet effet, faire courir aucun risque légal ou de sécurité à son client, et se doit de l'informer de ces risques.

Les conditions générales de vente (CGV)

La rédaction de vos conditions générales de vente (communément appelées CGV) est obligatoire. Ne pas être capable de les présenter sous requête est sujet à une amende de 15 000 €. Il s'agit du cadre juridique de la vente de votre prestation qui vous protège en limitant votre responsabilité.

Attention : copier les CGV d'un confrère ou celles trouvées sur un site Internet est interdit. S'en inspirer est hasardeux. Par ailleurs, les CGV doivent être adaptées à votre propre offre de services, elles ne peuvent donc être en tous points semblables à celle d'un autre entrepreneur. Mieux vaut donc en confier la rédaction à un juriste ou un avocat.

Source : LUMIS SERVICES. « [Être prêt\(e\) pour son premier client : les documents et formalités obligatoires](#) », article publié le 04/12/2020.

La sécurité informatique

La secrétaire indépendante a un devoir de confidentialité vis-à-vis de son client, qu'elle doit contractualiser dans ses conditions générales de vente (CGV). Elle doit l'informer que, pour garantir leur sécurité commune, elle ne doit en aucun cas posséder les codes d'accès d'autrui aux plateformes de stockage, de comptes bancaires, de logiciels de gestion ou de plateformes de déclaration du client. C'est au client de générer pour la secrétaire indépendante des accès qui lui seront réservés. En outre, il est préférable que le client crée également une adresse de courrier électronique (courriel) dédiée à la secrétaire.

Elle doit également sécuriser le matériel informatique qu'elle possède (mots de passe renouvelés régulièrement et conservés dans un coffre-fort de mots de passe, anti-virus, mise sous clé du matériel en cas d'absence).

Il existe des assurances « cybersécurité », qui ne fonctionnent toutefois que si les accès informatiques ne sont pas partagés et si l'environnement informatique du détenteur de l'assurance est sécurisé.

Le Règlement général sur la protection des données (RGPD)

Applicable depuis 1978, le Règlement général sur la protection des données est un texte de référence en matière de protection des données à caractère personnel. Il renforce la protection des données pour les individus au sein de l'Union européenne.

Son objectif est de proposer un cadre protecteur en renforçant le contrôle que les citoyens peuvent avoir sur l'utilisation de leurs données personnelles. Tout organisme se trouvant sur le territoire de l'Union européenne est concerné et doit se mettre en conformité en respectant les fondamentaux :

- ne collecter que les données nécessaires ;
- obtenir le consentement de la personne ;

- être transparent sur l'accessibilité des données ;
- sécuriser les données collectées.

Pour un indépendant, le plus important est de rédiger sa politique de confidentialité surtout s'il a un site Internet. Il s'agit de :

- créer des registres d'activités et en documenter la conformité ;
- faire figurer sur son site Internet ses mentions légales, sa politique de confidentialité, la gestion des cookies et le formulaire de contact (case à cocher pour le consentement d'usage des données personnelles collectées) ;
- faire figurer un article « Respect de mise en conformité RGPD » dans les contrats de prestation.

Source : FFMAS. « [Le RGPD : quels enjeux pour les secrétaires/assistant\(e\)s indépendant\(e\)s ?](#) », article publié le 10/09/2020.

L'exercice illégal de la comptabilité

Attention : contrairement à ce qui est fréquemment pratiqué, la réalisation d'actes comptables par une secrétaire indépendante est illégale.

En effet, en France, l'exercice de la comptabilité est strictement réglementé : aux termes de l'[article 20](#) de l'ordonnance 45-2138 du 19 septembre 1945 portant institution de l'Ordre des experts-comptables et réglementant le titre et la profession d'expert-comptable : « Exerce illégalement la profession d'expert-comptable ou de comptable agréé celui qui, sans être inscrit au tableau de l'ordre en son propre nom et sous sa responsabilité, exécute habituellement des travaux prévus par les deux premiers alinéas de l'[article 2](#) ou qui assure la direction suivie de ces travaux, en intervenant directement dans la tenue, la vérification, l'appréciation ou le redressement des comptes. »

Les travaux de comptabilité ne pouvant être exercés que par un expert-comptable inscrit au tableau de l'Ordre des experts-comptables, il y a par conséquent acte comptable relevant de l'exercice illégal de la profession d'expert-comptable dès lors qu'il y a imputation comptable, c'est-à-dire opération intellectuelle d'affectation d'une pièce sur un poste comptable. En cas d'infraction, et dès lors qu'il y a imputation comptable, la secrétaire risque d'être poursuivie pour exercice illégal de la profession d'expert-comptable. Ce délit est passible d'une peine d'emprisonnement d'un an et d'une amende (voir les articles [433-17](#) et [433-25](#) du Code pénal). En conséquence, une assistante indépendante ne peut faire de la saisie comptable qu'à la demande d'un comptable et sous sa responsabilité.

Les déclarations de TVA, de cotisations Urssaf, les rapprochements bancaires et les lettrages, les imputations comptables doivent donc être exclusivement réalisées par un expert-comptable. Même si vous connaissez la procédure pour réaliser des déclarations fiscales en tant qu'entrepreneur, vous ne pouvez exécuter ces tâches pour vos clients. Les logiciels ou applications dits de « pré-comptabilité », peuvent être utilisés, tant qu'aucune affectation comptable n'est pratiquée.

La secrétaire ne peut effectuer que de la « préparation de comptabilité », soit les tâches suivantes, purement administratives :

- centralisation, tri et classement des justificatifs qui sont transmis au cabinet comptable ;
- transfert des factures clients et fournisseurs au comptable (qui réalisera la déclaration de TVA) ;
- récupération des factures manquantes sur les différents comptes du client ;
- suivi des variables de paie, des absences et présences, des congés payés des salariés et envoi au service social du comptable.

Le seul cas où la secrétaire indépendante peut effectuer des tâches comptables est celui de **la sous-traitance directe pour un expert-comptable**. En effet, un lien juridique existe alors entre vous et cet expert-comptable. Il vous place sous sa responsabilité et sa supervision, et sera seul garant de la certification des comptes.

Attention : si cet expert-comptable ne vérifie pas les tâches effectuées par son sous-traitant avant de les certifier, il pratique alors la « couverture d'exercice illégal » de la comptabilité. La secrétaire doit être vigilante et refuser les demandes provenant d'experts-comptables ne respectant pas la loi.

L'exercice illégal du droit

La rédaction (et non la frappe) de contrats de travail et commerciaux, de statuts juridiques, de lettres de mise en demeure requièrent des compétences juridiques et relèvent donc d'un avocat. *A fortiori*, prodiguer des conseils juridiques est également illégal et relève de l'usurpation du titre d'avocat.

En France, l'exercice du droit est strictement réglementé entre autres par l'[article 74](#) de la loi n° 71-1130 du 31 décembre 1971 portant réforme de certaines professions judiciaires et juridiques, qui mentionne : « Quiconque aura fait usage, sans remplir les conditions exigées pour le porter, d'un titre tendant à créer, dans l'esprit du public, une confusion avec le titre et la profession réglementés par la présente loi sera puni des peines encourues pour le délit d'usurpation de titre prévu par l'article 433-17 du Code pénal. Les mêmes peines seront applicables à celui qui aura fait usage du titre de conseil juridique ou d'un titre équivalent pouvant prêter à confusion, sous réserve des dispositions du quatrième et du cinquième alinéas du paragraphe I de l'article 1^{er} et du troisième alinéa de l'article 95 de la présente loi. »

Le salariat déguisé

Réaliser des missions très régulières pour un même client, portant sur des tâches récurrentes pouvant être exécutées par un salarié et ne faisant donc pas appel à l'expertise ponctuelle et spécifique d'une secrétaire indépendante, peut être assimilé à du salariat déguisé. Certaines secrétaires, souhaitant acquérir la liberté que confère le statut d'entrepreneur, quittent leur employeur tout en continuant – parfois exclusivement – à travailler pour ce dernier en tant qu'indépendante. Il s'agit d'une situation à risque. Pour accepter ce type de travail, mieux vaut mettre en place un CDD, tout en conservant en parallèle votre statut d'indépendant.

En effet, la secrétaire indépendante doit exercer son activité professionnelle en toute indépendance, en étant responsable de ses actes. Il faut donc qu'elle soit libre d'organiser son travail à sa convenance, de choisir ses clients, ses fournisseurs, ses sous-traitants, de fixer ses prix... et cela sans contrainte. Si elle se trouve dans une situation de subordination juridique vis-à-vis d'un ou de plusieurs clients, sa relation professionnelle pourra être requalifiée par l'Urssaf de « faux indépendant » et donc en contrat de travail.

Votre client peut alors être passible d'une amende de 225 000 € pour délit de travail dissimulé ou abus de vulnérabilité. Il devra également payer les salaires, heures supplémentaires, primes, congés, indemnités de toute nature correspondant à un poste de salarié équivalent, et ce, depuis le début avéré de la relation de travail, ainsi que les cotisations sociales du régime général pour toute la durée de la relation contractuelle. Si son entreprise est une petite structure, cette lourde régularisation pourrait même conduire à une liquidation de l'activité.

Sources :

- CROQUEFEUILLE. « [Qu'est-ce que n'est pas une secrétaire indépendante ?](#) », article publié le 17/08/2020.
- CROQUEFEUILLE. « [Secrétaire freelance, le risque de salariat déguisé](#) », article publié le 26/06/2020.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Indépendance juridique : risque de requalification du contrat de mission en contrat de travail](#) », rubrique en ligne.

Les assurances et responsabilités

La **responsabilité civile professionnelle** (RC pro) couvre votre entreprise contre les dommages que vous pouvez causer dans le cadre de votre activité professionnelle (pertes financières, dommages matériels ou corporels...). Elle est vivement recommandée. En cas de dommage, votre client peut se retourner contre vous. Vous serez alors dans l'obligation de réparer les dégâts, ce qui peut générer une lourde dépense. La RC Pro peut parfois inclure une protection juridique qui, si elle n'est pas incluse, peut être souscrite séparément. Elle permet de se protéger en cas de litige avec un tiers ou d'obtenir une aide juridique en cas de contentieux.

L'**assurance multirisque professionnelle** permet de couvrir non seulement votre responsabilité civile, mais également les biens indispensables au bon fonctionnement de votre activité, comme le matériel ou les locaux par exemple. Elle peut comprendre des garanties dommages aux biens, tels que :

- incendie ;
- dégât des eaux ;
- vol ;
- dommages électriques ;
- bris de machines ;
- garantie perte d'exploitation.

Pensez surtout à prévenir votre assureur que vous exercez votre activité à domicile et que vous utilisez votre véhicule à des fins professionnelles. Il vous faudra sans doute faire un avenant à votre contrat habitation et automobile. Si votre matériel est récent, vous pouvez demander à votre assureur qu'il propose le rééquipement à neuf en cas de sinistre.

Les normes de sécurité et d'accessibilité

Si la secrétaire possède ou loue un local pour recevoir du public, les obligations relatives aux établissements recevant du public (ERP) doivent être respectées en termes :

- de **sécurité incendie** : des mesures de prévention et de sauvegarde propres à assurer la sécurité des personnes doivent être mises en place ;
- d'**accessibilité** : l'accès aux locaux pour les personnes à mobilité réduite notamment doit être assuré.

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « [Les locaux de l'entreprise](#) », rubrique en ligne. Voir en particulier la rubrique « Les établissements recevant du public ».

Statut de l'entrepreneur

Selon la FFMAS, environ 80 % des secrétaires indépendantes exercent une activité artisanale. Parmi elles, 15 % ont opté pour le statut de profession libérale, et 5 % environ pour une activité commerciale.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès de Ludovic Michel, co-pilote de la commission Entrepreneuriat de la FFMAS en mars 2022

Structure juridique

La secrétaire indépendante peut exercer en entreprise individuelle (micro-entrepreneur, EURL) ou sous forme sociétaire (SASU principalement) si elle exerce seule.

D'autres structures juridiques peuvent correspondre à votre situation. Il s'agit des coopératives d'activité et d'emploi (CAE), des couveuses d'entreprise et des sociétés de portage salarial.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE. « [Quel statut juridique pour votre entreprise ?](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Infographie : quel statut juridique choisir pour mon entreprise ?](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Que dois-je savoir avant de choisir un statut ?](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Entreprendre autrement : coopératives d'activité, couveuses, sociétés de portage salarial](#) », rubrique en ligne sur le choix du statut juridique.

La coopérative d'activité et d'emploi (CAE)

La CAE permet à un porteur de projet de tester son activité. L'originalité de la CAE est de lui offrir un statut d'entrepreneur-salarié qui lui permet de percevoir un salaire et de bénéficier de la couverture sociale d'un salarié classique.

Dans un délai maximal de trois ans à compter de la conclusion du contrat, l'entrepreneur-salarié peut devenir associé de la CAE. Tout comme un dirigeant d'entreprise, vous prospectez les clients et effectuez les missions. De son côté, c'est la CAE qui émet les factures et se charge de les recouvrer. Par définition, vous n'avez aucune tâche comptable ni administrative à effectuer. En contrepartie, vous lui versez une contribution pour le financement de ses services.

Certaines secrétaires optent pour cette formule, car elle permet de tester l'activité sans créer de structure juridique propre. Pour d'autres, il s'agit d'un choix à long terme (les conduisant donc à devenir associée de la CAE) qui les soulage des démarches administratives, leur permet d'éviter l'isolement, mais aussi de bénéficier d'un accompagnement individuel et collectif en compagnie des autres membres de la CAE, de formations, d'échanges de bonnes pratiques, et parfois d'un bureau au sein des locaux de la coopérative.

Autre avantage non négligeable : la CAE devant être rentable, il vous faudra vendre vos prestations au juste prix et non céder à la tentation trop fréquente de pratiquer des tarifs bas par peur de ne pas trouver de clients.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Coopératives d'activités et d'emploi](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

- CROQUEFEUILLE. « [Faire le choix de la coopérative](#) », article publié le 25/01/2016.

La couveuse d'entreprise

Intégrer une couveuse permet de se faire accompagner lors de la création de l'entreprise, tout en conservant son statut antérieur (salarié à temps partiel, demandeur d'emploi indemnisé) et ses droits sociaux. L'entrepreneur ne crée pas sa propre structure, il vend et facture ses services *via* le numéro Siret de la couveuse. Il est lié à celle-ci par un Contrat d'appui au projet d'entreprise ([Cape](#)). Il s'agit d'un contrat écrit d'une durée maximale de 12 mois, renouvelable deux fois, qui permet à l'entrepreneur de tester son activité et sa capacité à entreprendre.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment marchent les couveuses d'entreprise ?](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

➔ CROQUEFEUILLE. « [Tester son activité au sein d'une couveuse d'entreprises](#) », article publié le 14/02/2018.

La société de portage salarial

De façon occasionnelle ou récurrente, vous pouvez effectuer vos missions par l'intermédiaire d'une société de portage salarial. C'est elle qui facture votre client puis vous rétrocède le montant sous forme de salaire, après déduction des cotisations sociales et d'une commission.

Avec cette formule, c'est vous qui, comme un indépendant, définissez les modalités de votre offre de services ainsi que vos prix, tout en bénéficiant de la protection sociale d'un salarié : indemnités chômage, retraite, assurance maladie et complémentaire santé. Par ailleurs, il est possible de cumuler l'Allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE) avec des revenus issus d'une activité portée. Certaines sociétés exigeront que vous ne pratiquiez pas des tarifs en-deçà d'un montant qui leur permet d'assurer leur rentabilité, ce qui constitue un bon garde-fou contre votre éventuelle tendance à sous-facturer par peur de ne pas trouver ou de perdre des clients.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Recourir au portage salarial](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

➔ CROQUEFEUILLE. « [Exercer en portage salarial](#) », article publié le 01/06/2015.

Régime fiscal – TVA

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) applicable aux activités de secrétariat indépendant est au taux normal de 20 %.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [TVA](#) », rubrique en ligne.

7.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

Cela a de nombreux avantages : rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, etc. Les services offerts sont généralement mis en valeur sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

Principaux organismes professionnels et fédérations

- **Association d'écrivains publics professionnels (AEPF)**

L'association a rédigé la Charte de l'écrivain public qui rappelle plusieurs grands principes : l'intégrité, l'interdiction de rédiger pour autrui tout écrit destiné à tromper la confiance du destinataire, le secret professionnel. Elle propose des formations, des colloques et publie un annuaire sur son site Internet.

- **Fédération française des métiers de l'assistantat et du secrétariat (FFMAS)**

La fédération fédère les acteurs de la profession *via* un réseau d'associations de proximité. Elle est la seule entité de représentation en lien avec les différents ministères (Emploi, Éducation), les Ordres (des experts-comptables et des avocats), et autres institutions professionnelles.

Elle a créé en 2015 la commission Entrepreneuriat, secrétariat indépendant (ESI), représentant la branche entrepreneuriale de ce métier. Cette commission permet de se lancer dans les règles de sécurité et de déontologie pour soi-même et pour ses clients. Elle a mis en place une plateforme de discussion permettant d'aborder tous les sujets inhérents au secrétariat entrepreneurial. Des ateliers sont organisés pour aider les membres à proposer des prestations de qualité, respectant la déontologie de la profession.

- **Groupement des Écrivains-Conseils® (Grec)**

Le groupement a défini l'appellation protégée « Écrivain-Conseil® », qui ne peut être utilisée que par les adhérents du Grec, et une déontologie commune, la charte du Grec. Il propose des formations et organise un rassemblement annuel sur trois jours consécutifs. Un annuaire optimisé pour géolocaliser les professionnels de l'écriture ou les sélectionner selon la prestation souhaitée est disponible sur son site Internet.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Ouvrage

- ARAUJO LOYER Stéphanie. « **Je suis mumpreneuse et je suis en vie !** », édition Terre en ciel, ouvrage publié en 2021.

Revue

- **Activ'Assistante**, magazine gratuit en ligne. Fiches pratiques Excel, Word, PowerPoint, Outlook, conseils, carrière, formation, séminaires, organisation, déplacements professionnels, recrutement, rémunération, veille métier, produits et bibliographie. Le média publie également une *newsletter* hebdomadaire.
- **Assistant(e) plus**, quatre numéros par an, format papier et numérique. Témoignages, fiches pratiques, guide outils numériques, actualité.
- **Croquefeuille**, blog. Témoignages, conseils sur la création d'entreprise, les démarches et les statuts, les prestations proposées par les assistantes et secrétaires *freelances*, les manières de s'organiser pour travailler à son compte et à distance, la stratégie et la démarche commerciales. Le blog publie chaque année une enquête sur le métier de secrétaire.

Salons et événements

- **Congrès FFMAS**, congrès annuel professionnel, à Paris. Il rassemble secrétaires salariées et entrepreneuses autour de conférences et animations sur les fondamentaux du métier.
- **Salon Réunir Activ'Assistante**, à Paris, sur deux jours. Y sont présents des professionnels en fournitures de bureau, hôtellerie, solutions informatiques, agences de recrutement, traiteurs, cadeaux d'entreprise, prestataires de service. Il y a des conférences et des formations.

La fréquence de ces événements a pu être modifiée en raison de la pandémie de Covid-19. Consultez les sites pour plus d'informations.

NOTES

PERSONNELLES



www.bpifrance-creation.fr



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://www.linkedin.com/company/bpifrance>

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-034-7